



*Universitat
Abat Oliba CEU*

**Adaptación de los géneros periodísticos en la
actualidad: TikTok e Instagram como fuente de
información entre los adolescentes**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Autor: Alicia Amela García

Tutor: Eulàlia de Bobes Soler

Máster Universitario en Formación del Profesorado de Educación Secundaria
Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas

Año: 2023

DECLARACIÓN

El que suscribe declara que el material de este documento, que ahora presento, es fruto de mi propio trabajo. Cualquier ayuda recibida de otros ha sido citada y reconocida dentro de este documento. Hago esta declaración en el conocimiento de que un incumplimiento de las normas relativas a la presentación de trabajos puede llevar a graves consecuencias. Soy consciente de que el documento no será aceptado a menos que esta declaración haya sido entregada junto al mismo.

Firma:
Alicia Amela García

Enseñar es aprender dos veces

JOSEPH JOUBERT

Resumen

El contexto de total digitalización en el que se encuentra la sociedad actual ha fomentado que los adolescentes acudan a las redes sociales como principal fuente de acceso a la información. Sin embargo, el alumnado de hoy en día presenta numerosas dificultades para distinguir entre lo que es noticia y lo que no, además de para consumir información veraz, en un escenario comunicativo repleto de desinformación.

El presente trabajo de fin de máster (TFM) presenta una propuesta innovadora que lleva las redes sociales TikTok e Instagram al aula para trabajar el consumo y la creación de información objetiva y de calidad. En este documento se describe la puesta en práctica de la situación de aprendizaje dirigida a tercero de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y se exponen las correspondientes reflexiones y propuestas de mejora a través de las valoraciones propias y del alumnado.

Resum

El context de total digitalització en el qual es troba la societat actual ha fomentat que els adolescents acudeixin a les xarxes socials com a principal font d'accés a la informació. No obstant això, l'alumnat d'avui dia presenta nombroses dificultats per distingir entre el que és notícia i el que no, a més de per a consumir informació veraç, en un escenari comunicatiu replet de desinformació.

El present treball de fi de màster (TFM) presenta una proposta innovadora que porta les xarxes socials TikTok i Instagram a l'aula per a treballar el consum i la creació d'informació objectiva i de qualitat. En aquest document es descriu la posada en pràctica de la situació d'aprenentatge dirigida a tercer d'Educació Secundària Obligatòria (ESO) i s'exposen les corresponents reflexions i propostes de millora a través de les valoracions pròpies i de l'alumnat.

Abstract

The context of total digitalization in which society finds itself today has encouraged teenagers to turn to social networks as the main source of access to information. However, the students of today find it difficult to distinguish between what is news and what is not, as well as in consuming accurate information, in a communication context full of misinformation.

This Final Thesis presents an innovative proposal that introduces the social networks TikTok and Instagram into the classroom to work on the consumption and creation of objective and quality information. This document describes the implementation of the learning situation aimed at the third year of Compulsory Secondary Education and presents the corresponding reflections and proposals for improvement through self and student evaluations.

Palabras claves / Paraules clau / Keywords

redes sociales – noticias – noticias falsas – información – géneros periodísticos – adolescentes – situación de aprendizaje – aprendizaje competencial – lengua castellana – ESO – innovación – competencia digital

xarxes socials – notícies – notícies falses – informació – gèneres periodístics – adolescents – situació d'aprenentatge – aprenentatge competencial – llengua castellana – ESO – innovació – competència digital

social networks – news – fake news – information – journalistic genres – teenagers – learning situation – learning competence – Spanish language – secondary school – innovation – digital competence

Índice

1. Introducción.....	9
1.1. Justificación.....	11
1.2. Objetivos.....	12
2. Marco Teórico.....	13
2.1. Los géneros periodísticos clásicos: la evolución de la prensa.....	13
2.1.1. La noticia.....	15
2.1.2. El reportaje.....	17
2.1.3. La entrevista.....	17
2.1.4. La crónica.....	18
2.1.5. Particularidades de los géneros en Internet.....	19
2.2. Adaptación de los géneros periodísticos a los nuevos formatos.....	21
2.2.1. Las redes sociales como herramienta periodística.....	21
2.2.2. Nuevos modelos de comunicación: TikTok e Instagram.....	22
2.2.3. La desinformación y las fake news en las redes.....	25
2.3. Las redes sociales en el aula.....	28
2.3.1. Nuevos medios de comunicación entre los adolescentes.....	28
2.3.2. Competencias de los jóvenes en el mundo digital.....	30
2.3.3. Beneficios y riesgos del uso de las redes en el aula.....	32
2.3.4. Las redes sociales en el aula de Lengua y Literatura.....	34
3. Contextualización.....	36
3.1. Contextualización del centro de prácticas.....	36
3.2. Contextualización del aula.....	37
3.3. Análisis y explicación de las necesidades.....	38
4. Propuesta de intervención: programación de la secuencia.....	40
4.1. Competencias.....	40
4.2. Objetivos de aprendizaje y criterios de evaluación.....	43
4.3. Saberes.....	44
4.4. Desarrollo de la situación de aprendizaje.....	46
4.5. Vectores.....	48
4.6. Medidas y apoyos.....	49
4.6.1. Medidas y apoyos de carácter universal.....	49
4.6.2. Medidas y apoyos de carácter adicional.....	50
4.7. Método de evaluación.....	51
4.8. Cronograma y temporización.....	53
4.9. Resultados.....	54

5. Actividades	56
5.1. Actividades propuestas	56
5.2. Relato de la experiencia	57
6. Evaluación de la situación de aprendizaje y propuestas de mejora	59
6.1. Reflexiones sobre la puesta en práctica de la situación	59
6.2. Propuestas de mejora	63
7. Conclusiones	66
Bibliografía.....	68
Anexo I. Situación de aprendizaje: presentación del tema.....	71
Anexo II. Documento de apoyo para la situación de aprendizaje.....	73
Anexo III. Situación de aprendizaje: dossier de actividades	75
1. Dossier ordinario.....	75
2. Dossier adaptado.....	80
Anexo IV. Encuesta de satisfacción de <i>Google Forms</i> sobre la situación de aprendizaje <i>Infórmate en redes sociales</i>	87
1. Tabla de dimensiones	87
2. Encuesta.....	89
3. Resultados completos	92

Índice de Figuras

Figura 1. Grado de satisfacción del alumnado con relación a la situación de aprendizaje realizada.....	60
Figura 2. Consideración personal sobre la adquisición de las habilidades para crear y compartir información.....	61

Índice de Tablas

Tabla 1. Evaluación de la situación de aprendizaje	52
Tabla 2. Temporización por actividad de la situación de aprendizaje.....	53

1. Introducción

Con el nacimiento de la red en la última década del siglo XX dio comienzo una revolución que se extendió hasta el periodismo. La eclosión de Internet, el sistema World Wide Web (WWW) creado por Tim Berners-Lee en 1989, propició un cambio en la prensa que continúa teniendo consecuencias en la actualidad.

La creación de Internet, además, supuso también un cambio en el modo de redactar los géneros periodísticos y la aparición de nuevas formas de tratar y difundir la información. Por lo que respecta a los géneros, su definición y clasificación suscitó tal interés entre diferentes autores que el debate llega hasta la actualidad.

Por su parte, el auge de las redes sociales, derivado igualmente de esta eclosión, también ha contribuido a la diversificación de los géneros periodísticos, ha dado lugar a la creación de canales totalmente nuevos e innovadores para compartir la información y ha puesto el foco, sobre todo, en una nueva forma de comunicar.

Las transformaciones en la producción y distribución de la información que han introducido las redes sociales han provocado el surgimiento de un gran número de fuentes informativas y que el flujo comunicativo sea constante, lo cual ha originado que los medios de comunicación dejen de ser la fuente primaria de las noticias.

Además, este nuevo espacio en la red ocupado por las redes sociales no solo se ha convertido en un lugar óptimo para el intercambio de información, sino que supone la principal herramienta de comunicación entre adolescentes. Por ello, este fenómeno abre la puerta a un sinnúmero de propuestas didácticas a través de su uso en las aulas.

En primer lugar, es conveniente conocer de qué manera se informan los jóvenes, cómo es la información que consumen y si saben distinguir información verdadera de falsa. Además, las redes sociales fomentan la aparición de metodologías innovadoras de trabajo en el aula, que consiguen captar la atención y motivar al alumnado.

El trabajo en los centros de enseñanza en torno a las redes sociales se basa en desarrollar las competencias comunicativas del alumnado, mejorar la eficacia y la calidad de la interacción que en ellas se produce y hacerle consciente de las implicaciones que conlleva su uso.

En este documento se presenta una situación de aprendizaje —en la cual se aplica el Decreto 175/2022, del 27 de septiembre de 2022, de ordenación de las enseñanzas de la educación básica— llevada a cabo en las cuatro líneas de 3º de la ESO (A, B, C y D) del Instituto de Educación Secundaria (IES) Sòl de Riu de Alcanar, en la provincia de Tarragona.

Este trabajo aborda la creación, difusión y contraste de información en redes sociales mediante una propuesta didáctica que pone al alumnado como principal responsable de su proceso de aprendizaje.

A través de esta iniciativa se consigue que los estudiantes puedan conocer, en primera instancia, las características intrínsecas de los géneros periodísticos, para pasar a ver cómo estos se han adaptado a las redes sociales y observar las distintas maneras en las que se puede comunicar. Para ello, se ha trabajado en el aula con ejemplos extraídos de TikTok e Instagram, las plataformas más consumidas por los adolescentes en la actualidad.

Con esto se ha buscado que el alumno sea capaz de conocer y analizar diferentes tipologías textuales, para así crear de forma autónoma y eficaz piezas periodísticas de actualidad. También se ha fomentado la obtención de las herramientas necesarias para desarrollar su sentido crítico y saber seleccionar, elegir y contrastar la información en un contexto comunicativo plagado de desinformación y *fake news*.

Todo ello, a través de recursos creados explícitamente para esta situación de aprendizaje, los cuales pueden consultarse en los Anexos I y II.

El producto final en el que se basa esta propuesta es la creación, por parte del alumnado, de una noticia, acorde a una situación comunicativa concreta, en formato vídeo de un minuto para red social.

Por ello, se han planteado distintas actividades (véase Anexo III) a lo largo de las diferentes sesiones —pequeñas situaciones de aprendizaje que siguen un mismo hilo—, con el objetivo de preparar a los estudiantes para que fuesen perfectamente autónomos y capaces de lograr elaborar el producto final al más alto nivel.

En las siguientes páginas se plantea una introducción teórica basada en las afirmaciones de autores referentes en la materia acerca de diversos conceptos. En primer lugar, se destinan dos apartados a las cuestiones relativas a la evolución de la prensa en Internet y a la creación de las redes sociales, para observar cómo y por qué ha ido cambiando el ecosistema comunicativo y qué papel juegan los adolescentes en este contexto.

A continuación, se dedica una sección para abordar la cuestión del empleo de redes sociales en el aula; se destacan las competencias de los jóvenes en el mundo digital, los beneficios y peligros del uso de las redes en educación y su aplicación en la especialidad de Lengua y Literatura.

En tercer lugar, se procede a desarrollar la propuesta innovadora aplicada en el IES Sòl de Riu de Alcanar y se presentan diferentes apartados acerca de la

contextualización y la explicación de la situación de aprendizaje, además de detallar las actividades realizadas.

Por último, se comparten las conclusiones extraídas de la aplicación de la situación en el aula y se exponen las reflexiones, propuestas y valoraciones pertinentes.

1.1. Justificación

La sociedad actual se encuentra sumergida en un contexto de total digitalización. El fácil acceso a Internet, la cantidad de dispositivos electrónicos de los que disponemos y la manera que tenemos hoy en día de comunicarnos en un espacio donde prima la inmediatez contribuyen a que dependamos totalmente de la red.

En este contexto, los adolescentes se constituyen como nativos digitales y dependen del ordenador y el teléfono móvil para realizar la mayoría de las acciones. Ya sea para trabajar en el aula o para contribuir a la vida social, los jóvenes de hoy en día no se despegan de las pantallas.

Además, las redes sociales se alzan como el medio de comunicación por excelencia, por lo que suponen la principal vía de acceso a la información entre esta parte de la población. Este hecho, sumado a las características intrínsecas que hacen de las redes sociales unas plataformas altamente atractivas para los usuarios más jóvenes, lleva a considerar las redes sociales como un interesante elemento a analizar.

TikTok e Instagram son los canales más populares entre los adolescentes. Estas plataformas, que destacan por su fácil uso y por estar basadas en la imagen, se han convertido en los espacios más consumidos de distribución y consumo de información.

Esta última cualidad ha llevado a que los géneros periodísticos tradicionales —así como los medios de comunicación y los profesionales que en ellos trabajan— hayan tenido que evolucionar y adaptarse a estos nuevos formatos.

De este modo, resulta muy interesante observar cómo se aplica el periodismo en las redes sociales y cómo los jóvenes se relacionan con la información que se publica en ellas, pues son su principal vía de acceso a las noticias.

La propuesta didáctica desarrollada en el presente documento trabaja la adaptación de cuatro géneros concretos (noticia, reportaje, entrevista y crónica) en TikTok e Instagram con el fin de que el alumnado sea capaz de seleccionar y contrastar noticias con sentido crítico, además de consumir y producir información de calidad.

Así pues, mediante este proyecto, los alumnos aprenden a seleccionar y contrastar la información, a trabajar cada género de forma correcta teniendo en cuenta las

particularidades de cada formato y, al mismo tiempo, también desarrollan habilidades fundamentadas en un aprendizaje competencial.

En definitiva, a través de esta propuesta didáctica consiguen de integrarse en la realidad de la sociedad a mediante situaciones de aprendizaje reales que tienen como base los géneros periodísticos en las redes sociales.

1.2. Objetivos

El presente trabajo de innovación tiene el objetivo principal de exponer una nueva metodología para trabajar la información en redes sociales de una manera participativa, integradora y motivadora. Asimismo, también contempla diversos objetivos de carácter específico que se detallarán a continuación.

En primer lugar, y de forma genérica, se pretende hacer una investigación acerca de cómo han evolucionado los géneros periodísticos desde la llegada de Internet y observar el papel las redes sociales con referencia a la creación y difusión de noticias.

En segundo lugar, se busca confirmar que las redes sociales TikTok e Instagram son las principales fuentes de acceso a la información para los adolescentes y que estos desconocen las características intrínsecas de los géneros periodísticos.

En esta misma línea, también se pretende constatar que estos tampoco disponen de herramientas para comprobar la veracidad de las informaciones que consumen en un universo digital plagado de *fake news*.

En tercer lugar, se desarrolla una situación de aprendizaje aplicada en cuatro aulas de 3º de la ESO y se analizan los resultados obtenidos y las valoraciones del propio alumnado. Cabe destacar que esta propuesta didáctica, a su vez, cuenta con diversos objetivos didácticos recogidos y detallados en el apartado 4.2. de este documento.

En última instancia, esta iniciativa busca fomentar el uso de las redes sociales en el aula como plataformas con infinitas posibilidades educativas y de las que el alumnado puede llegar a hacer un uso responsable y consciente.

En definitiva, como se puede observar, este TFM cuenta con múltiples y variados objetivos que se han ido trabajando a lo largo del desarrollo de la situación de aprendizaje y cuya revisión se debatirá en las conclusiones del presente escrito.

2. Marco Teórico

2.1. *Los géneros periodísticos clásicos: la evolución de la prensa*

La llegada de Internet a finales del siglo XX llevó a un gran cambio en los procesos comunicativos clásicos. Desde la irrupción de la World Wide Web en 1989, los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) se vieron obligados a ocupar parte del espacio de la red (Salaverría y Sancho, 2007).

Este hecho supuso la creación de un ecosistema comunicativo en el que se relacionan y conviven los medios tradicionales y los nuevos, y dio lugar a nuevas formas de estructurar y difundir la información.

El periodismo vio surgir una nueva modalidad profesional, la relacionada con el periodismo digital, y sufrió un punto de inflexión que hizo tambalear la prensa en papel por diversos motivos: los periódicos digitales tenían un aspecto similar a los impresos, eran accesibles al público, se podían leer gratuitamente y adquirían la inmediatez de la radio y la televisión (Sánchez, 2016).

La prensa digital, además, también heredó el lenguaje de los medios clásicos, ya que “los contenidos de la red combinan diferentes códigos comunicativos; principalmente el texto, la imagen —estática o en movimiento— y el sonido” (Salaverría, 2010, p. 32).

Con los años, la prensa se fue introduciendo en el mundo digital hasta llegar al punto en el que, hoy en día, conviven prensa impresa y online de una misma cabecera, hecho que da lugar a la existencia de un relato multiplataforma. Sin embargo, a diferencia de lo que se suponía en un principio, durante las dos últimas décadas se ha podido comprobar que “a pesar del gran éxito y la gran capacidad comunicativa que tiene Internet, convive en armonía con los medios de comunicación de masas tradicionales y no ha puesto en peligro la pervivencia de ninguno de ellos” (Moreno Espinosa, 2017, p. 1300).

Esta convivencia conllevó cambios y propuestas teóricas diferentes que buscaban definir la personalidad de la prensa digital. Entre los primeros estudios, Ramon Salaverría (2008) afirmaba: “Desde que los periodistas conviven con (y en) Internet, la investigación, producción y difusión informativas han evolucionado de raíz. Incluso los propios perfiles del periodista, el medio y hasta el público han experimentado también mudanzas radicales” (p. 39).

Además de Salaverría, más autores estuvieron de acuerdo en que Internet supuso un replanteamiento del perfil del periodista tradicional:

La nueva realidad implica nuevos modos de hacer periodismo —cuanto menos obliga a hacer periodismo en un nuevo entorno— que exigen cambios en el perfil del periodista. Este parece evolucionar hacia un profesional que es cada vez más polivalente. Este es más multimedia, con más capacidad tecnológica y con más facilidad para moverse entre viejas funciones y a la vez desempeñar atribuciones completamente nuevas. (Justel Vázquez, 2012, p. 25).

Así mismo, tal y como apunta Moreno Espinosa (2017) en su investigación sobre periodismo digital “la irrupción de Internet en el periodismo supuso también un cambio en la forma de redactar los géneros y la aparición de algunos nuevos” (p. 1305).

La definición de géneros periodísticos, por ende, ha sido debatida por una infinidad de autores desde sus orígenes. La aparición de los distintos géneros se suele vincular a la evolución histórica, de modo que puede establecerse una correspondencia entre los géneros básicos del periodismo —y de la literatura en general— y las distintas etapas de la reciente historia de la humanidad.

Estos, que nacieron de la mano de la prensa en papel, se modificaron progresivamente para adaptarse a los medios de comunicación que fueron apareciendo (radio y televisión) y continuaron su evolución cuando llegó Internet y, en consecuencia, el periodismo digital.

Uno de los primeros autores en definir los géneros periodísticos en nuestro país fue el catedrático José Luis Martínez Albertos, quien expresó lo siguiente:

Los géneros periodísticos son aquellas modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos. (Martínez Albertos, 1978, citado por García & Gutiérrez, 2012, p. 30)

Más adelante, Luisa Santamaría destacó principalmente la importancia de conocer las características de los distintos géneros a la perfección:

Representan la manera más sencilla de enseñar periodismo ya que en los géneros se ha sedimentado una variada experiencia personal. Los géneros periodísticos son el resultado de un largo proceso histórico de trabajo colectivo. Estudiar cómo se hace una noticia, un reportaje, una entrevista una crónica, una crítica, un artículo, un editorial es más que seguir la disciplina de unas normas. Es comprender la función de un texto, de un medio de información. (Santamaría, 1994, p. 43)

En la misma línea, distintas teorías han debatido en torno a la clasificación de los géneros. A continuación, se exponen propuestas de diferentes autores con la intención de mostrar una visión general del debate.

Por una parte, la teoría normativa de los géneros periodísticos, desarrollada por Martínez Albertos en 1989, se definió como “una construcción teórica que surge por

la extrapolación de la teoría clásica de los géneros literarios” (Hernando, 1998, p. 51-60 citado por Fernández Parratt, 2001, 2.2. Teoría normativa de los géneros periodísticos, párr. 1).

En esta propuesta, se distinguieron tres macrogéneros: géneros informativos (información y reportaje objetivo), géneros interpretativos (reportaje interpretativo y crónica) y géneros de opinión (artículo o comentario).

Por la otra, el profesor Llorenç Gomis (1989, citado por Fernández Parratt, 2001) fundamenta su distinción en la teoría de los géneros, una idea basada en que los géneros reflejan la evolución del periodismo y se van modificando a la vez que las demandas sociales y los objetivos de la profesión periodística, de manera que pueden ser entendidos como un método de interpretación sucesiva de la realidad social. Su clasificación, en consecuencia, fue la siguiente: información (noticia, reportaje, entrevista y crónica) y comentario (crítica, cartas al director, artículo, columna, editorial y viñeta de humor).

Se observa, por tanto, que la denominación e incluso el número de los géneros varía según su autor. La evolución histórica del periodismo y, en consecuencia, la transformación de los géneros periodísticos, así como el constante debate acerca de su definición y clasificaciones, deja la puerta abierta a que los teóricos actuales continúen con la discusión.

Es necesario señalar que, pese a estos hechos, la gran mayoría de los autores han estado de acuerdo en que existen unas piezas periodísticas consideradas como tradicionales: noticia, reportaje, entrevista y crónica.

El presente proyecto analizará brevemente las particularidades de cada una de ellas con la intención de definir las, pues se convierten en objeto de trabajo de la propuesta didáctica que se desarrollará en capítulos posteriores.

2.1.1. La noticia

La noticia, en cada una de sus manifestaciones (prensa impresa o digital), ha sido considerada por muchos autores como la pieza periodística por excelencia. Su función es la de relatar aquello acontecido, aportando todos los datos considerados por el periodista como más importantes y que serán relevantes para el lector.

Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión. (Martínez Albertos, 1984, p. 298)

De esta definición que propone Martínez Albertos se entiende que uno de los rasgos principales que debe cumplir un hecho para considerarlo como noticioso es que debe ser inédito, actual y de interés general. Otros teóricos, como Fraser Bond (s.f., citado por Sánchez, 2016), añaden más características que hacen que un hecho se pueda convertir en noticia:

- a) Oportunidad: es decir, informar a tiempo. Los hechos pierden interés y relevancia a medida que va pasando el tiempo, así que deben informarse en las 24 horas posteriores a lo sucedido.
- b) Proximidad: que depende de si son medios locales, regionales o nacionales.
- c) Tamaño.
- d) Importancia (lo que Martínez Albertos y Dovifat ya incluían sobre una noticia cuando destacaban que debía tener interés general y ser útil para el receptor).

Como se acaba de ver, la noticia es un relato breve de un suceso reciente de interés o actualidad para el lector. Se trata de una sucesión, narrada en tercera persona, de datos objetivos donde no existe opinión o valoración por parte del o la periodista.

Además, para que una noticia sea completa, debe responder a una serie de preguntas (las llamadas 5W del periodismo: *What, Who, Where, When* y *Why*):

- Qué: suceso ocurrido
- Quién: protagonista del suceso
- Dónde: lugar donde se ha producido el suceso
- Cuándo: momento en el que se ha producido el suceso
- Por qué: causa o causas por las que se ha originado el suceso

En cuanto a su estructura, la noticia necesita de unos elementos imprescindibles: el titular, la entradilla o lead y el cuerpo de la información:

- Titular: es el elemento más importante pues, sobre todo en Internet, debe ser atractivo para enganchar al lector e incitarlo a leer. Tiene la función de captar el interés y destaca la información fundamental del hecho noticioso.
- Entradilla: o lead, corresponde al primer párrafo de la noticia. Su función principal es la de incluir la información clave de la noticia (no resumirla) y se suele diferenciar tipográficamente del cuerpo informativo.
Debe “responder brevemente a las preguntas clásicas: quién, qué, dónde, cuándo, cómo y, a ser posible, por qué” (Fernández Parratt, 2008, p. 114).
- Cuerpo informativo: desarrolla, a partir de lo anticipado en el lead, el resto de datos informativos que ha generado el acontecimiento. En él se narra toda la información, exponiendo los hechos de forma progresiva.

2.1.2. *El reportaje*

En el caso del reportaje, al igual que con los géneros periodísticos, su definición y características varían según el autor o autora que lo defina. Para Martín Vivaldi (1987), el reportaje es un “relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano” (p. 65).

Fernández Parratt, por su parte, ofrece la siguiente definición:

El reportaje es un género periodístico de extensión variable en el que se suele ahondar, e incluso explicar y analizar, en hechos actuales, pero no necesariamente noticiosos, cuyo autor goza de una mayor libertad estructural y expresiva, y que generalmente se publica firmado y acompañado de fotografías o infografía. (Parratt, 2008, p. 35)

En definitiva, el reportaje es una pieza periodística informativa que no cuenta con una extensión marcada y que profundiza en unos hechos, los cuales no tienen que ser necesariamente de estricta actualidad. Para su elaboración, el periodista hace una ardua tarea de investigación y, por lo que respecta a la redacción, tiene una total libertad expresiva. Por eso, el texto suele ir acompañado de elementos tales como fotografías, gráficos, dibujos, mapas... que sirven de complemento de la información.

A diferencia de la noticia, el reportaje no tiene una estructura cerrada. Sin embargo, a continuación se describirán brevemente los elementos que debería incorporar siempre, independientemente de su extensión o de la forma en la que se escriba:

- Título: su función es la de llamar la atención del lector para que continúe leyendo, no la de indicarle qué encontrará en el texto. Su redacción suele ser más creativa y va acompañado de antetítulo y subtítulo.
- Entradilla o párrafo clave: su función es también la de captar la atención. No obstante, no existe una forma única de redactar la entrada.
- Cuerpo de texto: no existe una estructura marcada para desarrollar el cuerpo de un reportaje, pues dependerá mucho del o la periodista que lo escriba.
- Cierre o párrafo final: el último párrafo del reportaje tiene un carácter especial. Se establece como el punto final de una narración que ha mantenido el interés del lector desde el principio y que debe concluir de forma que no baje las expectativas que se han ido creando a lo largo del texto.

2.1.3. *La entrevista*

La discusión sobre cuándo apareció la entrevista y sobre si es un género independiente o no, ha sido objetivo de interés de muchos autores.

La definición que propone Núñez Bustillos (2014, citado por Sánchez, 2016) es la que más se aproxima a la realidad:

Por un lado, es una herramienta que permite al periodista obtener información (...). Esos datos son materia prima para la elaboración de una noticia, de una crónica, de un reportaje, o de cualquier otro género periodístico. Pero las respuestas pueden ser también presentadas en un formato que recrea la conversación entre el periodista y su interlocutor. En ese caso, la entrevista cumple por sí misma con su función de género periodístico. (Núñez Bustillos, 2014, citado por Olmedo Urbano, 2014: 138) (p. 77)

La entrevista recrea, por tanto, un diálogo entre entrevistador (el o la periodista) y persona entrevistada. Esta última suele ser un personaje de interés periodístico, bien por sus declaraciones, por su cargo o por su propia personalidad.

Tampoco hay consenso entre los autores para clasificar las distintas tipologías de entrevistas. Como recoge Yanes Mesa (2003), "Siegfried Mendel afirma que 'las entrevistas son tan variadas como las personas que las conceden, los reporteros que las hacen y las noticias que las suscitan', y Montserrat Quesada asegura que hay casi tantos tipos de entrevistas como periodistas entrevistadores" (p. 53).

Por citar a uno de ellos, a continuación, se enumeran las modalidades propuestas por Martínez Albertos (1984):

- a) Entrevista de declaraciones: en esta tipología el periodista presenta la información en formato pregunta-respuesta.
- b) Entrevista de personalidad: donde la importancia del texto recae en el entrevistado/a.
- c) Entrevista de fórmulas establecidas (cuestionario Proust¹): es una especie de prueba psicológica cuyos resultados pueden revelar la personalidad del entrevistado/a.

2.1.4. La crónica

La crónica es un género que nació como perteneciente al mundo literario y al histórico, pero que fue evolucionando hasta formar parte del periodismo.

Según Martín Vivaldi (1987) "es, en esencia, una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado" (p. 128-129).

¹ El Cuestionario Proust (llamado así porque fue el escritor francés Marcel Proust quien primero lo respondió) es, según la opinión de Martínez Albertos, una especie de test psicológico utilizado para conocer personalidad de alguien, mediante preguntas ingeniosas para las que también puede haber respuestas llenas de imaginación.

Se podría definir, por tanto, como un género que se utiliza en periodismo para narrar cronológicamente el desarrollo de uno o varios acontecimientos que se desarrollan en un periodo determinado y donde se muestra la interpretación particular del periodista.

El autor debe explicar y razonar las interpretaciones que exprese y construir su texto de modo que la información prime sobre la interpretación. Una crónica explica las expresiones, las enmarca en el contexto, las evalúa, refleja las sorpresas y describe el ambiente.

Respecto al estilo de redacción, este es libre y “el cronista (...) no ha de someterse a esquemas o normas prefijadas de redacción, como sucede, por ejemplo, en el reportaje informativo” (Martín Vivaldi, 1987, p. 132).

En cuanto a su estructura, se redactará de acuerdo con la *Action story*, relato que se inicia con la información más atractiva y que pierde interés a medida que va avanzando la narración. Tal como indica Moreno Espinosa (2010), debe tener las siguientes partes:

- a) “La presentación o entrada.
- b) El relato, que incluye detalles que permiten al lector “vivir” el suceso.
- c) La conclusión, que no es un juicio conclusivo puesto que no hay razonamiento, sino que se trata del final del relato” (p. 49-50).

Por último, cabe destacar que hay distintas formas de narrar una crónica, pues no se explicará del mismo modo un hecho por escrito que de forma oral, por ejemplo. Sin embargo, pese a las particularidades de cada formato, la estructura, el estilo y la forma de redactar una crónica que se seguirá será muy similar, independientemente del medio donde se narre.

2.1.5. Particularidades de los géneros en Internet

Aunque las características intrínsecas que componen cada pieza periodística no se han visto afectadas radicalmente por la irrupción de Internet en los medios de comunicación, esta sí que ha propiciado una serie de cambios en la forma en la que el usuario se relaciona con la información.

De acuerdo con lo expuesto hasta ahora, en el fondo, el estilo periodístico sigue siendo el mismo en los periódicos digitales que en cualquier otro medio de comunicación. Así, lo que diferencia al periodismo en Internet del resto es el nuevo modelo comunicativo que propone y que se basa, principalmente, en tres características: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (Sánchez, 2016).

El hipertexto es el principal elemento que caracteriza el periodismo digital, pues su implementación ha conllevado dos cambios importantes en el periodismo; uno en cuanto a la forma de redactar y el otro, por lo que refiere a la lectura.

La hipertextualidad establece vínculos textuales o audiovisuales entre informaciones digitales. Salaverría (2008) habla del hipertexto como “un texto que a la anchura y la altura propias de la página impresa suma una tercera dimensión: la profundidad” (p. 29).

Gracias a esta cualidad, los textos han dejado de ser planos y se ha dotado al usuario de una mayor autonomía, pues es el mismo lector quien decide aquello que quiere leer y cómo lo quiere leer. Ahora bien, no solamente es importante la correcta elección del destino del enlace, sino también la forma de introducirlo en el texto:

Deben estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado, y con referencias visibles al índice general para poder elegir el aspecto en el que se desea profundizar. (Edo Bolós, 2001, p. 93 citado por Sánchez, 2016, p. 40)

La multimedialidad, en cambio, entra en juego en el periodismo digital como respuesta a la supremacía del texto en la información. Esta característica refiere a “la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (Salaverría, 2008, p. 32).

Por un lado, hace referencia a la combinación de diferentes modos de representación (textos, sonido, imagen fija o en movimiento). Así, las realidades virtuales combinan palabra, imagen, sonido y movimiento. Por otra parte, la multimedialidad comprende los casos en que distintos medios (película, radio, televisión) convergen en un mensaje (Levy, 2007 citado por Álvarez y Márquez, 2018).

El lenguaje multimedia cuenta con rasgos que lo hacen único y que ha de tener el periodista en cuenta a la hora de realizar sus textos. Este no debe saturar a la audiencia con gran cantidad de texto, imágenes y sonidos en sus informaciones, sino que ha de seguir un criterio en el que todos los elementos multimedia conformen un conjunto que resulte atractivo para el usuario.

Al mismo tiempo que se dan las características anteriormente comentadas, el periodismo en red rompe con la comunicación lineal y unidireccional, lo cual implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (prensa, radio y televisión). El contacto existente entre periodista y lector supone una relación donde se establece una interactividad.

Actualmente, tanto la prensa online como los espacios virtuales (comentarios, chats, foros de discusión, blogs...) ofrecen a los usuarios múltiples posibilidades de interacción (tanto con el medio, como con el periodista o la comunidad).

La interactividad abre la posibilidad de que Internet termine con la relación unilateral, unidimensional y unidireccional que se tiene en los medios tradicionales. Es un elemento de trascendental importancia en el periodismo vía internet, incluso podría ser el gran elemento diferenciador de los sitios periodísticos. La interactividad refuerza la relación entre el lector y su periódico (Navaro Zamora, 2013).

2.2. Adaptación de los géneros periodísticos a los nuevos formatos

Tal y como se ha podido comprobar en apartados anteriores, el periodismo en Internet no ha evolucionado únicamente para adaptar los géneros tradicionales a la red, sino que ha incluido nuevos formatos para difundir la información y se ha dotado de herramientas que facilitan el trabajo de los periodistas, y ofrecen a los lectores nuevas vías para acceder y comprender los hechos.

Las particularidades y ventajas que ofrece el periodismo en la red han conllevado la irrupción de contenido informativo con nuevas plataformas, como las redes sociales.

En las siguientes líneas se propone una exposición sobre el auge de las redes sociales y su implicación en el periodismo, así como sobre los nuevos modelos de comunicación que surgen con su implantación en la vida diaria; además, también se aludirá a literatura publicada sobre el uso de redes sociales en la enseñanza. Por último, se destinará un apartado a la desinformación y los bulos.

2.2.1. Las redes sociales como herramienta periodística

Como se ha ido exponiendo a lo largo de las páginas anteriores, la llegada de Internet abrió paso a una nueva forma de comunicación entre usuarios, quienes ya no necesitaban compartir el mismo espacio físico para entablar una conversación.

Este nuevo modo de interactuar entre personas empezó a ganar cada vez más fuerzas y conllevó la eliminación de fronteras culturales, físicas e idiomáticas.

En este contexto surgieron las redes sociales, cuyo “éxito radica fundamentalmente en la posibilidad que ofrecen a los usuarios de comunicarse con otros, de manera totalmente inmediata, a través de espacios virtuales, sin importar en qué lugar del planeta se encuentren” (De la Hera, 2022).

Las redes sociales son un fenómeno revolucionario en el campo de la comunicación que atrae a millones de usuarios en todo el mundo. En estas plataformas en línea “el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información” (Franco y Pellicer, 2014, p. 72, citado por Paredes-Otero, 2022, p. 320-321).

Estas plataformas son un canal más para difundir los contenidos de los medios de comunicación en un entorno digital y se erigen, gracias a su popularidad, como “importantes vías de difusión y distribución de los mensajes periodísticos” capaces de “generar identidad de marca e interactuar con su público y fidelizarlo” (García Estévez, 2013, p. 111).

Los medios de comunicación tradicionales han ido progresivamente dando el salto hacia estos nuevos canales, reinventándose e incluyendo un departamento digital en sus redacciones, para conquistar a la audiencia digital y llegar así a más público.

Uno de los cambios más significativos que ha conllevado el auge de las redes sociales en la profesión periodística es que la información ya no es propiedad únicamente del periodista, sino que cualquier usuario en la red es ahora susceptible de convertirse en creador, consumidor y distribuidor de información.

Por su parte, el periodista acude ahora a las redes sociales no solo para publicar y distribuir información, sino que también lo hace en búsqueda de fuentes de información para cubrir sus noticias. Por este motivo, el profesional debe ser capaz de comprobar y filtrar todo aquello que encuentra en la red.

Otra cuestión destacable de este fenómeno es que, dependiendo de las características intrínsecas de cada plataforma, el rol del periodista también cambia: “Mientras en Twitter el periodista es un referente y prescriptor, interviniendo también en las conversaciones con sus lectores, Facebook se utiliza para publicar la información más susceptible de ser compartida por los usuarios” (Lado, 2021).

Asimismo, en el caso de Instagram, por ejemplo, el periodista cumple todas las condiciones anteriores, pues se convierte en referente y prescriptor en la plataforma, pero también se encarga de crear información que se comparte fácilmente por los usuarios, tanto si estos son sus seguidores, como si no.

2.2.2. Nuevos modelos de comunicación: TikTok e Instagram

El presente trabajo de fin de máster profundiza en dos redes sociales: TikTok e Instagram. Ambas se erigen, en la actualidad, como las plataformas más populares y

las más consumidas entre los adolescentes y, además, se han convertido en los últimos años en herramientas de divulgación periodística.

TikTok se define a sí misma en su página web² como una empresa cuya misión “consiste en potenciar la creatividad y hacer disfrutar a la gente” (TikTok, 2023).

La plataforma, nacida en 2016, consiguió en 2020 ser la red social más descargada en España³. El confinamiento provocado por la pandemia de la COVID-19 impulsó las descargas masivas de la app, conectando a miles de personas que necesitaban cubrir sus días de entretenimiento y humor con el fin de huir de las catastróficas noticias que daban los informativos sobre el coronavirus.

El rápido crecimiento que experimentó esta red hizo que empresas y marcas comenzaran a fijarse en ella. En este sentido, TikTok se empezó a convertir en una herramienta no solo enfocada a la diversión y al humor, sino que resultaba interesante para comunicar. Así lo demostraron Sidorenko et al. (2020), quienes afirmaron que en el primer cuatrimestre de 2020 los medios de comunicación buscaron innovar hacia plataformas digitales como TikTok.

Actualmente, TikTok cuenta con más de un billón de usuarios en el mundo y es la sexta red social más importante a nivel global (Hootsuite, 2022). Su narrativa consiste en la creación de contenido audiovisual en formato vertical (vídeos cortos desde 15 segundos hasta tres minutos) inicialmente basado en retos, humor y coreografías.

La plataforma posee su propio editor de vídeo y las publicaciones que se suben se editan dentro de la propia aplicación. Dada la simplicidad de su uso, cualquier persona puede crear contenido y hacerlo viral, por lo que resulta muy atractiva.

Asimismo, la mayor parte de sus usuarios se corresponde con la llamada generación Z, el sector de la población comprendido por jóvenes nacidos entre 1994 y 2010, cuyo mundo gira en torno a Internet y las redes sociales.

Sin embargo, más allá de los contenidos virales basados en bailes y retos, TikTok se ha erigido en un espacio para creadores, que permite conformar comunidades, impulsar movimientos sociales y crear tendencias en torno a temas diversos como la música, la cocina y la moda (Revista Ámbitos, 2022).

Lo cierto es que, en los últimos años, TikTok se ha ido transformando hasta convertirse en un instrumento de gran valor comunicativo.

Con el paso del tiempo la tendencia ha cambiado. Ahora, un año más tarde, los usuarios acuden a TikTok no solo para entretenerse, sino también para informarse. De hecho, durante

² <https://www.tiktok.com/>

³ Según datos de Airnow Data, citados por Expósito y Gobierno (2021)

el primer semestre de 2021, muchos medios de comunicación españoles han visto una oportunidad en TikTok para aumentar su audiencia y atraer al público joven, que serán los lectores, oyentes y telespectadores del futuro. (Expósito y Gobierno, 2021, p. 21)

Expósito y Gobierno (2021), además, también destacan en su trabajo que la incorporación de TikTok al panorama periodístico ha sido paulatina, ya que, “hasta hace algo más de un año, algunos periódicos eran la excepción en usar esta red para llegar a audiencias más jóvenes” (p. 8).

El reto de los medios en la era actual es el de adaptar sus contenidos a la plataforma, ya que TikTok nació como una herramienta para distraer y divertir a los usuarios. Por tanto, compartir noticias tal y como se ha hecho hasta ahora en otras redes sociales ya no es suficiente, sino que se debe procesar una narrativa específica que encaje con la forma de comunicar que tiene la plataforma.

Por su parte, la plataforma Instagram nació en octubre de 2010 y cuenta, actualmente, con más de 1.000 millones de usuarios activos al mes. Es una red social gratuita, destinada principalmente a compartir fotografías, vídeos y comentarios entre cuentas y cuyo acceso se hace principalmente a través del teléfono móvil.

Además, ofrece diferentes modalidades para compartir vídeos e imágenes. Las imágenes se pueden subir desde la cámara del móvil o desde la galería; se pueden colgar en el perfil del usuario o en historias, un formato donde las imágenes y vídeos subidos tienen una caducidad de 24 horas. Por su parte, existen tres modalidades en las que el usuario puede compartir vídeos: colgarlos en su perfil, subirlos como historia o mediante *Reels* (contenido audiovisual en formato vertical que se asemeja a TikTok). Por último, Instagram ofrece la posibilidad de realizar vídeos en directo.

En cuanto a su funcionamiento, autores como Casado-Riera y Carbonell (2018) describen Instagram, en su estudio sobre la plataforma, de la siguiente manera:

Esta red social permite compartir fotografías y videos desde diferentes lugares al momento, teniendo la posibilidad de utilizar filtros y editar las imágenes y los vídeos. Como se pueden añadir localizaciones y etiquetas (*tags*) a las fotografías y a los vídeos, los usuarios pueden acceder a las fotografías según sus intereses y aficiones personales, a partir de una búsqueda directa por el tag. Instagram permite a sus usuarios ser “seguidos” y tener “seguidores”, los cuales pueden comentar las fotografías de los demás y viceversa, teniendo la opción de poner “me gusta”.

Una de las principales gratificaciones de Instagram es socializar con amigos, seguidores y personas que comparten intereses comunes por medio de mensajes directos e interactuar con las fotografías y los vídeos que cuelgan los usuarios seguidos (Lee, Lee, Moon & Sung, 2015). También adquiere importancia como uso informativo y recopilación de recuerdos (Sheldon & Bryant, 2016). (p. 24)

Ahora bien, Instagram no solo se sitúa entre las redes sociales más populares, sino que ha conseguido tener alto interés periodístico. De este modo, en España, son muchos los medios de comunicación convencionales que tienen cuenta oficial en Instagram, así como existen infinidad de perfiles profesionales de periodistas.

En este sentido, los usuarios se relacionan con los medios y los periodistas desde la cercanía que les ofrece la plataforma. Así, los profesionales de la información fidelizan a sus seguidores, al mismo tiempo que desarrollan su propia identidad.

Instagram es para el periodismo un medio más de incorporarse al espacio difusor de noticias que han constituido las redes sociales, un ámbito nuevo para la incorporación del potencial de la narrativa transmedia a las creaciones periodísticas. (Marta-Lazo, 2021, p. 275)

Con todo, en el panorama informativo actual, son muchos los medios que se hacen eco de la popularidad de estas redes y recogen informaciones sobre ello:

El 40% de la generación Z utiliza a diario TikTok o Instagram para diversas consultas de búsqueda. De hecho, cuando quieren saber algo, en vez de acudir a un buscador como Google acuden a estas redes sociales. A pesar de que los propios jóvenes sepan que no tiene la misma credibilidad una noticia en las redes sociales lo siguen consumiendo, por una simple razón. El formato en el que pueden consumir las noticias y estar informados es digital, formato vídeo (la mayoría de las veces) y entretenido para el oyente. Por lo que antes que preferir una hoja de papel impresa acudirán a un vídeo de minuto y medio en TikTok que les explique la misma información. (El Periódico de España, 2022)

2.2.3. La desinformación y las fake news en las redes

El fenómeno de la viralización, consecuencia directa del desarrollo tecnológico, ha conllevado una rapidez en la circulación de las noticias jamás vista en la historia.

Este hecho permite conocer instantáneamente lo que ocurre, en nuestro entorno más inmediato y en cualquier parte del mundo, mediante tan solo un clic. Esta inmediatez con la que se comparten los contenidos ha conducido, a su vez, a la existencia de una sobreinformación en el ecosistema comunicativo que afecta negativamente al usuario.

No obstante, al igual que ha crecido exponencialmente el acceso a la información desde múltiples plataformas, también lo ha hecho la desinformación. La difusión viral de información en redes sociales, el móvil y los servicios de mensajería ha favorecido —y favorece— la difusión de noticias falsas y sin verificar: las llamadas *fake news*.

Estas suelen definirse como informaciones que se publican de forma deliberada en medios digitales, que no han sido comprobadas ni verificadas previamente, que carecen de fuentes identificadas y que tampoco han sido supervisadas por ningún

editor. Su objetivo es el de influir en la opinión pública y crear inseguridad, sospechas, inestabilidad e, incluso, influenciar para la toma de decisiones.

Además, se podría considerar también que las *fake news* también son un medio para conseguir seguidores, perfiles y usuarios de redes sociales con el fin de alentar un movimiento, un interés —económico o de marca— o a una persona a hacer algo.

Sobre los canales en los que se difunden este tipo de noticias, Cristina Pauner (2018) contempla lo siguiente: “tienen apariencia de periódicos, lo que contribuye a crear confusión en un intento de aprovecharse de la credibilidad que acompaña a muchos medios profesionales de comunicación digital” (p. 301).

En la propagación y difusión de este tipo de información intervienen dos factores: en primer lugar, las plataformas o sitios web donde se crean las noticias falsas y, en segundo, las redes sociales como herramientas que contribuyen a su viralización.

Por lo que refiere a los sitios web, gran cantidad de *fake news* son “originariamente fabricadas por *spammers*⁴ que pretenden engañar a los usuarios de la Red y lucrarse de ingresos publicitarios por cada clic que hagan” (Pauner, 2018, p. 301). Se trata, de hecho, de falsos periódicos o páginas con apariencia informativa que actúan deliberadamente cuando publican bulos, pretendiendo ser noticias reales.

En cuanto al segundo factor, la difusión viral de esta información se produce a través de las redes. “Las páginas de noticias falsas tratan de atraer a esas redes sociales para desviar hacia ellas el tráfico de Internet, amplificar su efecto y aprovechar sus servicios de publicidad con los que obtener ingresos” (Pauner, 2018, p. 302).

En la actualidad, en términos económicos, ya no importa si una noticia es cierta o no, lo único relevante es que los usuarios de la red la consuman y difundan. Por este motivo, el control sobre la distribución de noticias ya no es exclusivamente tarea de los medios de comunicación, sino que las redes sociales son ahora una herramienta encargada de seleccionar y filtrar las informaciones mediante algoritmos complejos.

Ahora bien, estos algoritmos de filtrado han demostrado no ser capaces de evaluar y diferenciar la fiabilidad de las informaciones (Pauner, 2018). Por ello, las redes sociales actúan como difusores de ese contenido.

Ante la magnitud de este fenómeno y la amenaza que supone, los medios de comunicación y los poderes públicos y trabajan para luchar contra las noticias falsas.

⁴ Un *spammer* es una persona que se dedica a hacer *spam* en Internet. Puede hacerlo con diversos fines, pero su cometido es siempre el mismo: abusar del envío de comunicaciones de cualquier tipo en medios digitales para bombardear a un número concreto de usuarios o cualquiera al que pueda alcanzar.

Por su parte, los prestadores de servicios en la red han comenzado a implementar mecanismos de filtrado y bloqueo de *fake news*.

Las soluciones que se proponen para atajar combatir este fenómeno son de tres tipos:

Las soluciones concretas que están implementando las redes sociales en la lucha contra las noticias falsas gravitan en torno a tres opciones e, incluso, la combinación de todas ellas: uno, el reclutamiento de un grupo humano de revisores o editores especialmente procedentes de los medios de comunicación tradicionales; dos, una estrategia colaborativa y tres, soluciones tecnológicas basadas en algoritmos. (Pauner, 2018, p. 308)

Son muchas las iniciativas desarrolladas en esta dirección para combatir la circulación de bulos y noticias falsas en la red. A continuación, se citarán algunos ejemplos de herramientas creadas para luchar contra el fenómeno de la información, como el creado por Google:

Google ha desarrollado un método de etiquetado denominado *Fact Check* que permite cotejar fragmentos de texto con las publicaciones presentes en su catálogo de búsquedas, ha establecido acuerdos con compañías de verificación para luchar contra los bulos y ha mejorado el sistema de filtrado de resultados que realiza su algoritmo. (Alonso, 2019, p. 45)

Por otro lado, existen propuestas que pasan por la puesta en marcha de plataformas que se dedican a detectar informaciones falsas, como es el caso de Maldito Bulo, nacida en España en el año 2016. Esta iniciativa forma parte de Maldita.es, un proyecto periodístico independiente y sin ánimo de lucro cuyo objetivo es proporcionar herramientas a los ciudadanos para que sean capaces de distinguir entre noticias verdaderas y falsas. Para ello, “monitorizan el discurso político y las informaciones que circulan en las redes y analizan el mensaje aplicando técnicas del periodismo de datos para su verificación” (Alonso, 2019, p. 46).

Otro ejemplo es el del consorcio internacional de medios de comunicación, que ha puesto en marcha *The Trust Project*, una herramienta que trabaja con plataformas tecnológicas con el fin de reafirmar el compromiso del periodismo con la transparencia, la precisión, la inclusión y la imparcialidad.

Este proyecto, que cuenta con la participación de 121 medios de comunicación de todo el mundo, funciona, según Alonso (2019) como un “indicador de veracidad que amplía la información contextual de noticias” (p. 47), de tal forma que es posible saber quién ha publicado un artículo, qué citas o referencias incorpora y sobre qué estándares éticos se sustenta.

Finalmente, resulta necesario destacar en este apartado las recomendaciones que dicta la Comisión Europea (2022) sobre cómo detectar una noticia falsa:

1. Contrasta con varios medios las informaciones que consultes.

2. Es preferible siempre que utilices informaciones de medios con cierta reputación, evitando los blogs y páginas no fiables. Si encuentras una URL extraña deberás ser precavido.
3. No caigas en el *clickbait*⁵. Las páginas web reciben un mejor posicionamiento en Google según la cantidad de clics en sus enlaces. A mayor número de visitas, una mejor posición y mayor dinero de ingresos por publicidad. Por esto utilizan titulares llamativos que luego no se corresponden con la información que encontrarás en el texto.
4. Consulta el autor. Los periódicos otorgan, cada vez más, un mayor individualismo y peso a sus grandes escritores. Ellos gozan de la fama y el respeto, pudiendo ser útil consultar a este tipo de autores para evitar caer en la manipulación y desinformación. Si no está mencionado o el nombre es inventado también debes sospechar.
5. Contexto. Periodísticamente, las noticias suelen presentar un contexto. En las fake news se omite o manipula para causar sensaciones y provocar determinadas emociones en los consumidores. Analizar más allá de lo que se lee puede ser determinante para evitar caer en la trampa.
6. No te dejes llevar por las emociones y piensa dos veces antes de difundir esa información.
7. Comprueba el contenido. Los medios de comunicación en las noticias son imparciales, por eso si una noticia contiene opinión debes sospechar.
8. Comprueba las imágenes. Las imágenes también se manipulan. [Con InVID puedes verificar las imágenes.](#)
9. No compartas sin haber seguido los pasos anteriores en caso de sospecha. No busques la última noticia o datos que no aparezcan en otros medios y que no se puedan contrastar. Si esta noticia aparece solo en ese medio de comunicación, huele a noticia falsa.
10. Puedes consultar las plataformas europeas que combaten la desinformación, como [EU vs DESINFORMATION.](#)
11. Si detectas una noticia falsa en una red social o tienes sospechas de que lo sea, califícalo como contenido no apto utilizando el botón de 'spam' que se encuentra en la mayoría de las redes sociales.

2.3. Las redes sociales en el aula

2.3.1. Nuevos medios de comunicación entre los adolescentes

Las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) se encuentran inmersas en nuestra sociedad, colmada de constantes cambios y avances tecnológicos que demandan continuamente la adaptación de los usuarios a lo nuevo y a lo desconocido.

⁵ O *clickbating*, es una técnica, principalmente de escritura, que se basa en la redacción de un titular muy llamativo para que los usuarios hagan clic sobre el enlace y conseguir así más visitas al sitio web que serán monetizadas a través de publicidad.

En este contexto, el desarrollo tecnológico ha modificado los medios a través de los cuales los individuos se interrelacionan, comunican, trabajan, aprenden y divierten. Asimismo, “la juventud es el grupo social que más se ha visto influido por esta tecnología, ya que los jóvenes consumen más tecnología de una forma natural en actividades como el estudio, el ocio o la comunicación, puesto que han crecido con las TIC” (López y Solano, 2011, p. 28, citados por López Fernández, 2014, p. 3).

Este uso cotidiano de las TIC por parte de los adolescentes, junto con los avances tecnológicos acaecidos en las últimas décadas —como la creación de las redes sociales—, ha supuesto la aparición de nuevos procedimientos a la hora de relacionarse socialmente, comunicarse e interactuar con el resto de personas.

En relación con el uso de las TIC por parte de los adolescentes, Berríos y Buxarrais (2005, p.1, citados por López Fernández, 2014) ya subrayaban hace años que:

Dentro del contexto social, la adolescencia mantiene una estrecha relación con las tecnologías de la información y la comunicación debido a que se han convertido en una poderosa herramienta que les facilita información, comunicación y potencia el desarrollo de habilidades y nuevas formas de construcción del conocimiento. En otras palabras, la adolescencia de hoy, practica nuevas formas de construir una cultura digital. Las TIC como el ordenador, Internet y el teléfono móvil, han propiciado acelerados e innovadores cambios en nuestra sociedad, principalmente, porque poseen un carácter de interactividad. Las personas, a través de su uso, pueden interactuar con otras personas o medios mientras nos ofrecen posibilidades que anteriormente eran desconocidas. (p. 3)

Esta inmersión, que comenzó en la década del 2000 y que ha ido progresando significativamente con el paso de los años, también ha irrumpido de forma considerable en ámbito escolar, un espacio donde los estudiantes cada vez realizan un mayor uso de las TIC y, sobre todo, de las redes sociales.

El ámbito educativo no escapa a este entorno digital en el que se crean, promocionan y, sobre todo, se comparten ideas, iniciativas y recursos entre una comunidad cada vez más acostumbrada a servirse de las redes sociales para la comunicación y el desempeño de la actividad docente. (Casado y Ciudadreal, 2021, p. 129)

El mundo educativo, por tanto, no puede permanecer ajeno ante fenómenos sociales como este que está cambiando la forma de comunicación entre las personas. Según Dans et al. (2021) el profesorado, en este escenario:

Está dispuesto a integrar estos recursos en el ámbito educativo, pero para ello se requiere un cambio a nivel profesional, sobre todo en lo relativo a una mejor formación en competencias digitales, y también reclama un aumento de los recursos disponibles en los centros docentes. (p. 207)

Asimismo, el docente actual debe tener en cuenta las características del grupo-clase ante el que se encuentra en el aula. Los alumnos de hoy en día son usuarios activos de las redes sociales, amantes de la comunicación en red en tiempo real y de los resultados inmediatos. Además, poseen destrezas y habilidades para manejar las TIC, acceden a gran cantidad de información en la red, se comunican, se entretienen y aprenden, por lo que la educación juega un papel muy importante en este contexto.

El funcionamiento de las redes sociales da respuesta a sus necesidades y demandas y se alinea con su forma de ver el mundo. Por este motivo, es importante que en los colegios de educación superior y en los institutos se ofrezcan las herramientas adecuadas y trabajar con ellas.

Esta importancia no solo radica en saber utilizar las tecnologías, sino que además se necesitan estrategias metodológicas adecuadas para enseñar a estos jóvenes conocedores de la sociedad digital.

2.3.2. Competencias de los jóvenes en el mundo digital

En el panorama social actual, los adolescentes poseen las competencias necesarias para utilizar las TIC dentro del contexto educativo, así como las habilidades convenientes para adaptarse a cualquier cambio o innovación tecnológica.

López Fernández (2014) está de acuerdo en que las redes sociales cuentan con grandes potencialidades educativas y pedagógicas, aunque en la actualidad se les dé un uso casi exclusivo personal y de entretenimiento. En este sentido, entiende que estas potencialidades se deben repensar para orientar los usos y funciones con las que los docentes deben utilizarlas y así lograr que los alumnos las utilicen como entornos para el aprendizaje y la colaboración formal. Dans et al. (2021) coinciden con López Fernández y exponen que:

Los docentes reconocen la novedad de las redes sociales, pero a pesar de ello se muestran partidarios de convertir esta realidad digital en una oportunidad para ayudar a su alumnado a crecer y fortalecerse a nivel personal y social a través de un empleo adecuado de las redes sociales, tanto para el ocio como para aprender, ya sea de manera informal o formal. Precisamente, uno de los retos para los docentes es poder incorporar al aula el uso habitual de las redes sociales, que los estudiantes tienen reservado casi en exclusiva para sus actividades de ocio. (p. 218)

Las TIC suponen un cambio de gran repercusión a la hora de utilizarlas dentro del contexto educativo, ya que modifican las relaciones interpersonales, las formas de difundir información y la manera de generar conocimientos, por lo que las instituciones

educativas se ven obligadas a actualizarse para conocer y utilizar las nuevas tecnologías y los novedosos métodos de comunicación (Alcántara, 2009).

Los estudiantes deben adquirir una alfabetización digital que les permita aprovechar todas las ventajas que proporcionan las TIC y las redes sociales, así como las posibilidades que éstas les brindan en el ámbito escolar.

Las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son de elevada importancia en la educación y en la enseñanza, puesto que no sólo se limitan a suprimir las barreras de espacio y tiempo para comunicarnos en cualquier lugar y momento, sino que, además, ofrecen una formación y un aprendizaje dentro de un entorno más flexible, con multitud de recursos que favorecen el aprendizaje individual, grupal y colaborativo. (López Fernández, 2014, p. 12)

Dentro del panorama educativo se debe transmitir al alumnado un conjunto de conocimientos y competencias básicas relacionadas con las nuevas tecnologías y la sociedad del conocimiento, con el objetivo de integrar en la escuela la cultura de la alfabetización digital.

En este contexto, Gómez (2004, citado por López Fernández, 2014) manifestaba hace unos años unas afirmaciones que hoy todavía pueden considerarse válidas:

El sistema educativo no puede quedar al margen de los nuevos cambios. Debe atender a la formación de los nuevos ciudadanos y la incorporación de las nuevas tecnologías ha de hacerse con la perspectiva de favorecer los aprendizajes y facilitar los medios que sustenten el desarrollo de los conocimientos y de las competencias necesarias para la inserción social y profesional de cualidad. (p. 14)

Ahora bien, para poder aprovechar las ventajas y beneficios que nos ofrecen las TIC y las redes sociales es fundamental que la ciudadanía esté alfabetizada digitalmente, y para ello, es imprescindible el desarrollo de la competencia digital dentro del contexto educativo.

Esta competencia supone el uso seguro y crítico de las tecnologías de la sociedad de la información para el trabajo, el ocio y la comunicación. Se sustenta en las competencias básicas en materia de TIC: el uso de ordenadores para obtener, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, y comunicarse y participar en redes de colaboración en Internet. Además, la competencia digital también pone de manifiesto las competencias clave para la adquisición y comprensión de información, la expresión y comunicación de información y la interacción social.

El uso de las TIC puede aportar grandes ventajas en el mundo de la educación ya que son capaces de contribuir a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los alumnos y a solucionar problemas con la motivación o la atención (López Fernández, 2014), por lo que emplear nuevos métodos y estrategias pedagógicas y didácticas —

mediante el uso de redes sociales, por ejemplo— puede resultar muy provechoso para enriquecer la calidad del aprendizaje del alumnado.

2.3.3. Beneficios y riesgos del uso de las redes en el aula

El empleo de las redes sociales en el aula es una cuestión cada vez más presente en los centros educativos; sin embargo, autores como García-Ruíz et al. (2018) inciden en que este uso todavía no es del todo generalizado.

Aunque las nuevas generaciones utilizan las redes sociales como un medio de comunicación habitual, en el ámbito educativo aún no se han utilizado de manera generalizada por los docentes como recurso didáctico. Conocer las gratificaciones que encuentran las nuevas generaciones al usar las redes sociales, permitirá al profesorado hacer un uso estimulante de estos medios en la educación secundaria. (p. 291)

No obstante, existe una serie de ventajas y beneficios asociados a la aplicación de las redes sociales en educación. La revista de UNIR (2020) destaca algunas de ellas; en primer lugar, las redes sociales promueven la socialización de los usuarios, permitiendo que alumnos de diferentes extremos del mundo colaboren.

En segundo, fomentan la participación, pues alumnos que apenas participan en clase pueden sentirse más cómodos si lo hacen a través de Internet, lo cual influye también en el fomento de su confianza. Además, las redes sociales se pueden emplear para el trabajo en equipo, así como para lograr una comunicación más eficiente entre familias, profesores y el centro educativo.

Por otra parte, sirven para encontrar recursos, ya que estas plataformas suponen una biblioteca infinita de información en constante actualización. Así, por ejemplo, redes como YouTube ofrecen tutoriales o cursos donde se puede aprender determinados conocimientos.

Asimismo, el desarrollo de competencias tecnológicas también es un beneficio inherente al uso de las redes en educación. El empleo de estas plataformas en clase contribuye a que los alumnos se percaten de su utilidad profesional y formativa más allá del ámbito del ocio y entretenimiento.

Por último, la accesibilidad y el bajo coste es otra de las ventajas, pues gran parte de los recursos de las redes sociales están disponibles de forma gratuita, con el único requisito de tener acceso a la red —del cual disponen los centros educativos—.

Siguiendo con este apartado, resulta interesante exponer también los beneficios que Juan Domingo Farnés (2011) destacaba hace más de una década acerca del uso de las redes sociales en el aula y que siguen vigentes hoy en día:

- Aumento del sentimiento de comunidad educativa entre los alumnos y profesores debido al efecto de cercanía que producen las redes sociales.
- Mejora el ambiente de trabajo al permitir que el alumno pueda crear sus propios objetos de interés, así como los propios del trabajo que requiere la educación.
- Aumento de fluidez y sencillez de la comunicación entre profesores y alumnos.
- Incremento de eficacia del uso práctico de las TIC, al utilizar la red como medio de aglutinamiento entre personas, recursos y actividades.
- Facilita la coordinación en el trabajo de diversos grupos de aprendizaje.
- Aprendizaje de comportamiento social básico por parte de los alumnos: qué puedo decir, qué puedo hacer. Hasta dónde puedo llegar, etc. (p. 33)

En referencia también a los beneficios de la red, Dans et al. (2021) ponen de manifiesto las percepciones de los docentes sobre las ventajas del uso de las redes sociales en el aula de la siguiente manera:

Hay coincidencia en valorar positivamente el uso educativo de las redes sociales. Se entiende que los medios digitales pueden facilitar una mejora de la comunicación con las familias y el alumnado. . . . Emplear adecuadamente las redes sociales contribuye a la mejora de las habilidades necesarias para la preparación personal y profesional de todo ciudadano. (p. 218-219)

Sin embargo, en la actualidad, también surgen problemáticas en relación con las redes sociales, ya que los adolescentes hacen, en muchas ocasiones, un uso persistente de las mismas, sin comprender ni aprovechar las posibilidades educativas que tienen estas plataformas en su proceso de aprendizaje.

Dans et al. (2021) recogen una serie de riesgos que el profesorado considera que pueden acarrear las redes sociales: “a los docentes les asustan los peligros del anonimato, la adicción y la posible inatención por el abuso de las pantallas y, en especial, la fascinación que las redes sociales suscitan en los adolescentes” (p. 218).

Asimismo, a la divulgación insegura de información personal y a la adicción, Farnés (2011), añade los siguientes peligros:

- Comportamiento sexual de riesgo: los jóvenes corren el riesgo de ser seducidos por un depredador sexual o una red de pornografía infantil.
- *Cyberbullying*: consiste en ser cruel con los demás mediante el envío o la publicación de material dañino, ya sea en línea o a través de un teléfono celular.
- Comunidades peligrosas: los usuarios corren el riesgo de realizar conexiones con otros jóvenes o adultos en situación de riesgo, lo cual puede resultaren una falsa creencia compartida sobre la adecuación de actividades potencialmente muy dañinas. (p. 30)

Por otro lado, en su investigación sobre los riesgos del uso inadecuado de Internet y las redes sociales, Calvarro et al. (2019) aluden a la percepción que tienen los jóvenes sobre este hecho de la siguiente manera:

A la hora de identificar riesgos y peligros derivados de un mal uso de Internet y las redes sociales, se pone de manifiesto, por parte de los participantes, que a pesar de ser conscientes de que ocurren situaciones negativas por no utilizar de forma correcta Internet y redes sociales, siguen haciendo un uso indebido. En este sentido, los riesgos más conocidos son los distintos tipos de acoso, aunque aseguran también conocer otros como la pornografía infantil, sexting, la suplantación de identidad o el robo de fotos personales, la extorsión o el *grooming*⁶. (p. 43)

Más adelante, en cuanto a la formación recibida y la necesidad de educar en las aulas en el uso adecuado de Internet y las redes sociales y los riesgos que pueden surgir, los autores —Calvarro et al. (2019)— exponen lo siguiente:

Los jóvenes consultados manifiestan no haber recibido ninguna formación reglada a lo largo de su etapa educativa. La única formación que han recibido en esta materia ha sido mediante pequeñas charlas puntuales en los centros educativos, impartidas muchas veces por profesionales ajenos al ámbito educativo, como por ejemplo policías. A su vez, todos los jóvenes entrevistados consideran totalmente necesaria la educación en las aulas a lo largo de toda la etapa educativa. Además, aseguran que es fundamental que esta educación se inicie en el momento en que los alumnos/as comienzan a utilizar las TIC, ya que, mediante la prevención, podrían introducirse buenos hábitos de uso, que son más difíciles de modificar cuando ya son usuarios habituales. (p. 43)

2.3.4. Las redes sociales en el aula de Lengua y Literatura

Así como el impacto de las redes sociales se observa en todos los ámbitos de la vida cotidiana y en la educación en general, el aula de Lengua y Literatura es otro de los espacios donde estas plataformas abren sus puertas y obligan a reformular la noción de competencia en comunicación lingüística.

Un amplio número de profesores entienden actualmente que las nuevas tecnologías en general, y las redes sociales en particular, deben formar parte de la vida en el aula.

Fernández et al. (2015) plantean la importancia de las redes sociales para la didáctica de la lengua en dos sentidos: la comunicación en redes como aspecto esencial del desarrollo de la competencia comunicativa y las posibilidades que esta comunicación ofrece como estrategia didáctica innovadora para el uso de las lenguas en educación. Desde el punto de vista del desarrollo de la competencia en comunicación lingüística,

⁶ O engaño pederasta, es un fenómeno de engaño en el que un adulto se pone en contacto a través de la red con un menor de edad haciéndose pasar por un/a adolescente con el objetivo de abusar sexualmente de él o ella.

las redes sociales ofrecen un nuevo campo para el trabajo de los aspectos que caracterizan una interacción eficaz y plantean un contexto comunicativo privilegiado para trabajar los usos reales de la lengua.

De hecho, la comunicación en redes sociales equivale a una conversación oral, aunque se produzca mayoritariamente de manera escrita. Es lengua oral de carácter informal que se escribe sin atenerse, muchas veces, a la necesaria corrección de la lengua escrita. Un intercambio comunicativo rápido, de carácter informal —en su mayoría—, que se va construyendo con las aportaciones de los participantes.

Las redes sociales no han configurado hasta ahora un género discursivo nuevo como ocurre, por ejemplo, con las entradas de los blogs, pero sí es cierto que a través de las redes se está configurando un tipo de interacción no presencial que no podría ocurrir sin esta mediación tecnológica. (Blogge@ando Seminario, 2016)

En este contexto, se considera necesario plantear un trabajo ordenado y sistemático en torno a las redes sociales en las aulas de lenguas, que desarrolle las competencias comunicativas del alumnado, mejore la eficacia y la calidad de la interacción que en ellas se produce, y le haga consciente de las implicaciones que conlleva el uso estas.

Resulta interesante utilizar las redes sociales como estrategia didáctica y medio para vehicular propuestas innovadoras de trabajo con las lenguas que le den más sentido a su uso en los contextos educativos. Blogge@ando Seminario (2016) destaca que el uso de las redes puede favorecer el desarrollo de diferentes competencias básicas:

- Competencia en tratamiento de la información y competencia digital porque desarrollan la capacidad de colaborar y comunicarse en línea utilizando plataformas diversas, y de participar e interactuar en redes de tipos diferentes. digitales, en cuanto que las redes son una herramienta excelente para la difusión de los mismos.
- Competencia social y ciudadana porque implican desarrollar conocimientos, destrezas y habilidades como normas de cortesía, respeto a la privacidad, desarrollo del espíritu crítico,...
- Competencia en comunicación lingüística porque las redes están generando nuevos tipos de discurso, que todavía no están clasificados pero que empiezan a abrirse camino.

Para concluir con este apartado, es interesante destacar que no se han encontrado muchas experiencias educativas publicadas acerca del uso de redes sociales en Lengua Castellana y Literatura Castellana; la gran mayoría de la literatura encontrada responde a estudios similares al presente TFM sobre propuestas aplicadas en el aula. Sin embargo, esa situación está cambiando y son cada vez más los profesores y profesoras que incluyen las redes sociales como herramientas para su labor docente.

3. Contextualización

En el presente apartado se presentará el centro de prácticas en el que se implementa la programación didáctica desarrollada en este trabajo, así como se contextualizará el aula en la cual se va a ejecutar y las necesidades observadas.

3.1. Contextualización del centro de prácticas

El centro donde se ha llevado a cabo el presente proyecto es el IES Sòl de Riu de Alcanar, localidad perteneciente a la comarca tarraconense del Montsià y que se ubica en el extremo más meridional de Cataluña.

En el instituto se imparten diferentes modalidades de estudios en régimen de jornada intensiva: ESO, Bachillerato y dos Ciclos Formativos de Grado Medio (CFGM).

El total del alumnado escolarizado en el centro se sitúa alrededor de 450-500 alumnos distribuidos según la siguiente estructura de grupos: por un lado, doce grupos de ESO, con tres o cuatro líneas por curso, y tres grupos de Bachillerato; por otro, dos grupos de Ciclo Formativo de Mantenimiento y dos del Ciclo de Vídeo.

La mayoría de este alumnado proviene mayoritariamente de las escuelas públicas de Alcanar y Las Casas de Alcanar, los CEIP Joan Baptista Serra y Marjal, respectivamente. Sin embargo, en cada curso escolar se incorporan al centro muchos estudiantes provenientes de otros países, como Rumanía o Marruecos. Por este motivo, la diversidad cultural del centro es muy amplia y en cada curso hay un gran número de alumnos en aula de acogida.

Una de las cuestiones más relevantes para destacar acerca de la contextualización del centro es la relativa a cómo este trata la atención a la diversidad. El Instituto Sòl de Riu está categorizado como tipo B atendiendo a su grado de complejidad educativa y nivel socioeconómico, con una diversidad significativa desde el punto de vista de atención a alumnado con necesidades educativas especiales, pero poco relevante en relación con el riesgo de exclusión social por situación económica desfavorecida.

Para atender esta diversidad cuenta con el Apoyo Intensivo para la Educación Inclusiva (SIEI), Profesorado de Orientación Educativa (POE), un Programa de Diversificación Curricular (Proyecto Huerto Ecológico) y un despliegue de apoyo de profesorado mediante la docencia compartida. El departamento de orientación, por su parte, se encarga de los alumnos SIEI, mientras que la codocencia la imparten profesores del mismo departamento.

Para atender la diversidad de las necesidades educativas a la ESO el centro sigue un modelo de agrupamiento heterogéneo al 100% en los grupos clase. Para equilibrar la distribución se tienen en cuenta los siguientes parámetros: equilibrio de género, equilibrio académico, equilibrio de alumnado con Necesidades Educativas Especiales (NEE), equilibrio de alumnado repetidor, equilibrio de alumnado con dificultades conductuales u otros motivos como vínculos familiares, problemas de relación, apoyo entre compañeros, etc.

Por tanto, el alumnado se distribuye de forma equitativa en el aula independientemente del apoyo que necesitan. El alumnado SIEI recibe apoyo permanente y cuenta con un tutor o tutora de referencia y está incluido en el grupo ordinario, a pesar de que puede salir a tutoría de forma ocasional.

Los alumnos con medidas adicionales reciben este apoyo de forma temporalizada e individual, cuentan con Planes Individualizados (PI) y con el apoyo del profesorado de orientación educativa y, además, salen al aula de acogida y al huerto.

El centro cuenta con aulas totalmente informatizadas y preparadas para el alumnado, con conexión a Internet y pizarra digital y donde cada estudiante cuenta con ordenador propio. La mayoría de los contenidos se trabajan desde *Classroom* y la plataforma *Weeras*, en la que se encuentran las actividades digitalizadas del libro de texto.

3.2. Contextualización del aula

La propuesta de innovación que se desarrolla en el presente TFM se ha aplicado en el curso de tercero de la ESO del instituto Sòl del Riu, pues todas las líneas comparten a la misma profesora de Lengua y Literatura Castellana.

Para este nivel, esta especialidad tiene un peso en el horario de tres horas semanales y se agrupa en cuatro clases (A, B, C y D), con un total de 102 alumnos divididos de la siguiente manera: 26 alumnos en el grupo A, 25 en el B, 26 en el C y 25 en el D.

Respecto al alumnado con atención a la diversidad, como se ha comentado, el centro sigue un modelo heterogéneo respecto a la distribución de las aulas. Por este motivo, en cada clase existe un grupo de alumnos con necesidades especiales.

En 3º A hay cinco alumnos SIEI y dos con PI; en 3º B hay un alumno SIEI, dos con PI y cuatro en aula de acogida; en 3º C hay cuatro alumnos con PI y, por último, en 3º D hay 3 alumnos con PI.

Respecto a las características de cada grupo, cabe destacar que las diferencias son significativas. Si bien cada clase se compone de prácticamente el mismo número de

integrantes, las clases A y D obtienen unos resultados notoriamente más elevados que el resto. Los estudiantes se muestran más predispuestos y son mucho más respetuosos con la figura del docente, sobre todo en el caso de 3º D, donde se encuentran los alumnos más brillantes del nivel. Por lo que refiere a los grupos B y C, estos tienen un carácter más disruptivo, no son tan participativos como sus compañeros y obtienen calificaciones más bajas.

Uno de los asuntos más preocupantes es la tasa de absentismo, pues durante los meses de la estancia en prácticas, cada día un número de alumnos perceptiblemente alto no acudía a la sesión de Lengua. Además, otro de los factores preocupantes es el porcentaje de estudiantes que no realizan las actividades o no entregan los trabajos de la asignatura, o lo hacen con mucho retraso respecto a las fechas marcadas.

La falta de responsabilidad y compromiso del alumnado es un rasgo característico de este curso de secundaria, pues se presupone que con 14-15 años deben tener unas cualidades y unos conocimientos de los que no disponen.

En esta misma línea, se invierte una gran cantidad de tiempo en clase en profundizar en contenidos que ya deberían tener interiorizados de cursos anteriores, por lo que muchas veces se ralentiza la impartición de las sesiones y la profesora de la asignatura debe reformular cada sesión.

Por último, se destaca en este apartado el mal uso que hace el alumnado de los dispositivos electrónicos. Más allá del uso del teléfono móvil en el aula (uso que está prohibido), algunos estudiantes dedican gran parte de las clases a jugar con el ordenador y no conocen, por ejemplo, técnicas de investigación de información.

Después de haber comentado la estructura del centro, sus rasgos principales, y haber esbozado el perfil del alumnado, es más sencillo explicar las necesidades observadas.

3.3. Análisis y explicación de las necesidades

Atendiendo al contexto que se acaba de comentar, se detecta en tercero de la ESO una serie de necesidades específicas que incluyen una variedad de conceptos.

En primer lugar, pese a la heterogeneidad de los grupos y a la buena respuesta de la mayoría de los alumnos en el aula, es necesario contar con propuestas innovadoras que fomenten la creatividad y motivación del alumnado, sobre todo, teniendo en cuenta el porcentaje de estudiantes que no se comprometen con la asignatura.

Por ello, trabajar con las redes sociales y con ejemplos próximos a sus gustos favorece el dinamismo de las clases y la participación. De este modo, si al alumnado se le

propone situaciones cercanas, será más probable que muestre interés en el aula y, por consiguiente, preste mayor atención a su proceso de aprendizaje.

Además, el gran problema de la desinformación y la difusión de *fake news* en redes es otra de las grandes cuestiones a tratar con los estudiantes. La mayor parte del alumnado confiesa que no cree toda la información que encuentra en Internet, pero que tampoco tiene mecanismos o herramientas para hacer frente a ello y verificar que las noticias que consume sean ciertas o no estén sesgadas. Igualmente, reconoce que tampoco sabe a qué medios o canales acudir para verificar un contenido.

Con todo, y puesto que las redes sociales forman parte de su vida cotidiana, utilizarlas en el contexto académico favorecerá su implicación en la materia, además de ofrecerles las claves para diferenciar lo que es información de lo que no y ayudarles también a desarrollar su espíritu crítico.

Por otra parte, atendiendo al mal uso que los adolescentes hacen de los dispositivos electrónicos, se considera necesario ofrecerles recursos y herramientas para navegar por Internet y ser más eficientes en la hora de buscar información y contrastarla.

Aunque el uso del teléfono móvil en clase está prohibido y los ordenadores son una herramienta de trabajo, no de ocio, muchos estudiantes utilizan en el aula estos dispositivos de forma incorrecta. El papel de los docentes en este sentido es dejar de ver la tecnología como enemiga y animar al alumnado a hacer un uso adecuado.

Otra de las necesidades observadas en este nivel corresponde al uso del lenguaje en redes sociales. Este campo resulta de especial interés puesto que el alumnado utiliza un registro coloquial y directo para comunicarse a través de estas plataformas. El reto en este sentido reside en que los estudiantes aprendan a escribir y a comunicar de forma sintética, clara, concisa, correcta y adecuada al contexto.

El lenguaje comunicativo de las redes sociales es más cercano a su día a día y huye de las formalidades y exigencias del lenguaje académico que encuentran en el aula en muchas ocasiones. Sin embargo, necesitan conocer cómo debe ser el estilo que se emplea en la comunicación y redes sociales, cuestión que no únicamente les ayudará para la realización de la situación de aprendizaje, sino que les servirá en su futuro académico y profesional.

Por último, dado el porcentaje de alumnos con necesidades especiales en cada grupo, resulta necesario plantear el desarrollo de la situación de aprendizaje teniendo en cuenta las medias y apoyos de adicionales. Este hecho ha tenido en cuenta mediante la creación de un dossier de actividades adaptado que dispone de las mismas tareas que el grupo ordinario, pero con las modificaciones correspondientes.

4. Propuesta de intervención: programación de la secuencia

En las siguientes páginas se desarrollará la situación de propuesta didáctica aplicada en el instituto Sòl de Riu de Alcanar.

Infórmate en redes sociales es una situación de aprendizaje llevada a cabo en 3º de la ESO en la materia de Lengua y Literatura Castellana y en la cual se aplica el Decreto 175/2022, del 27 de septiembre de 2022, de ordenación de las enseñanzas de la educación básica.

Esta situación de aprendizaje aborda la cuestión del consumo de información entre los adolescentes a través de las redes sociales. Para ello, se plantean diferentes actividades repartidas a lo largo de tres sesiones (presentadas en el Anexo III), en las que los alumnos, mediante la práctica y la reflexión, obtendrán la base teórica fundamental y adquirirán las nociones correspondientes para crear y seleccionar información veraz, objetiva y de calidad.

El resultado de estas sesiones se demostrará en la realización de un proyecto final que pondrá en aplicación todos los conocimientos y aprendizajes adquiridos. Esta tarea consistirá en la creación individual de una noticia en formato vídeo de un minuto para redes sociales, donde el alumnado deberá ponerse en la piel de un/a periodista y cubrir un suceso determinado.

Esta temática se ha escogido pues, en el contexto actual, donde la información ha traspasado toda las barreras tecnológicas y los géneros periodísticos han visto diluidos sus rasgos principales, las redes sociales han conseguido actuar como principales fuentes de acceso a las noticias para la población en general y para los adolescentes en particular.

Los jóvenes de hoy en día, bautizados como nativos digitales, ya no consumen información en los medios de comunicación tradicionales ni tampoco son capaces de distinguir lo que es veraz y objetivo de aquello que no lo es. La situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* afronta esta problemática y busca que los adolescentes sean capaces de seleccionar y contrastar noticias con sentido crítico, además de consumir y producir información de calidad.

4.1. Competencias

Las competencias trabajadas en el planteamiento de la situación de aprendizaje que motiva el presente TFM son diversas e incluyen diferentes aspectos del currículum catalán.

En primer lugar, se tratan competencias específicas de la materia Lengua y Literatura Castellana, referenciadas en el Decreto 175/2022, del 27 de septiembre de 2022, de ordenación de las enseñanzas de la educación básica.

Las competencias específicas de esta especialidad en la ESO evidencian una progresión respecto a las de la educación primaria, de las cuales se parte para evolucionar desde un acompañamiento guiado a un crecimiento autónomo y al desarrollo de la capacidad de pensamiento abstracto.

Esta progresión supone, entre otros aspectos, una mayor diversidad de las prácticas discursivas, centrar la atención en el uso de la lengua en los ámbitos educativo y social y dar un papel más relevante a la reflexión sobre el funcionamiento de la lengua y sus usos.

Las competencias específicas tratadas en *Infórmate en redes sociales* son la CE3, la CE5 y la CE9. Las dos primeras refieren a la comprensión, producción e interacción oral y escrita, incorporando las formas de comunicación intervenidas por la tecnología y atendiendo a los diferentes ámbitos de comunicación; mientras que la última atiende a la reflexión sobre la lengua y sus usos.

El Currículum (2022) contempla que el desarrollo de la competencia comunicativa del alumnado debe pasar por la atención de los usos orales, que han de servir como vehículo para el aprendizaje y como objeto de conocimiento.

En este sentido, durante las sesiones que dura el proyecto didáctico, se proponen al alumnado diferentes contextos donde puede tomar la palabra, conversar con sus iguales y estimular la construcción de conocimientos que posibiliten la reflexión sobre los usos de la lengua.

Mediante la realización de la situación de aprendizaje, los estudiantes serán capaces de expresarse con fluidez y claridad y con un tono y registro adecuados. La producción oral monologada que se realiza en la actividad de aplicación ofrece margen para la planificación y comparte estrategias con el proceso de escritura.

Competencia específica 3: Producir textos orales y multimodales con coherencia, claridad y registro adecuados, atendiendo las convenciones propias de los diferentes géneros discursivos y participar en interacciones orales variadas, con autonomía, para expresar ideas, sentimientos y conceptos, construir conocimiento y establecer vínculos personales. (Currículum, 2022, p. 199)⁷

El Currículum (2022) indica que escribir significa saber hacerlo en diferentes formatos y soportes, muchos de ellos de carácter hipertextual y multimodal. La elaboración de

⁷ Traducción propia a la lengua castellana del original en lengua catalana. A partir de este punto, en todos los casos en los que se cite el Currículum, se tratará de traducciones propias al castellano.

un texto es fruto de diferentes fases, entre las que se encuentran la planificación, la textualización, la revisión y la edición del texto final, etapas que se desarrollan en la realización de la situación de aprendizaje.

Competencia específica 5: Producir textos escritos y multimodales con adecuación, coherencia, cohesión, aplicando estrategias elementales de planificación, redacción, revisión, corrección y edición, con regulación de los iguales y autorregulación progresivamente autónoma y atendiendo las convenciones propias del género discursivo elegido, para construir conocimiento y dar respuesta de manera informada, eficaz y creativa a demandas comunicativas concretas. (Currículum, 2022, p. 201)

Por último, la última competencia tratada —competencia específica 9— promueve la capacidad de razonamiento, argumentación y observación del alumnado respecto a la lengua y la vincula a usos reales de los hablantes.

La propuesta *Infórmate en redes sociales* aborda el aprendizaje de la gramática relacionando el conocimiento gramatical explícito y el uso de la lengua a partir de la reflexión, pues parte de la observación del significado y la función que las formas lingüísticas adquieren en el discurso para llegar a la generalización a partir de la experimentación.

En definitiva, pretende estimular la reflexión metalingüística para que los estudiantes piensen y hablen sobre la lengua de modo que este conocimiento revierta en una mejora de las producciones propias y en una mejor comprensión e interpretación crítica de las producciones realizadas por terceros.

Competencia específica 9: Movilizar el conocimiento sobre la estructura de la lengua y sus usos y reflexionar de manera progresivamente autónoma sobre las elecciones lingüísticas y discursivas, con la terminología adecuada, para desarrollar la conciencia lingüística, aumentar el repertorio comunicativo y mejorar las destrezas tanto de producción oral y escrita como de recepción crítica. (Currículum, 2022, p. 205)

Por otra parte, en la situación de aprendizaje se trabajan las competencias transversales, que conectan directamente con las competencias clave establecidas en la Recomendación del Consejo de la Unión Europea del 22 de mayo de 2018, relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente, y también con el desarrollo de las competencias de carácter transversal o global que recoge la Oficina Internacional de Educación de la UNESCO.

La competencia digital ha sido la competencia transversal trabajada en la presente propuesta didáctica. El Currículum (2022) refiere a esta competencia de la siguiente manera:

El aumento de la complejidad exige el dominio de numerosas herramientas y recursos tecnológicos, digitales, culturales y lingüísticos, para acercarse a un mundo más global y

sostenible. La competencia digital implica el uso seguro, saludable, sostenible, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje en el trabajo y para la participación en la sociedad, así como la interacción con las mencionadas tecnologías.

Incluye la alfabetización en información y datos, la comunicación y la colaboración, la alfabetización mediática, la creación de contenidos digitales (incluida la programación), la seguridad (incluido el bienestar digital) y las competencias relacionadas con la ciudadanía digital, la privacidad, la propiedad intelectual, la resolución de problemas y el pensamiento computacional y crítico.

Incluye también la cooperación, hábitos, civismo e identidad digital. Consiste en el desarrollo de hábitos de uso seguro, saludable, sostenible, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje y la comunicación tomando en consideración la seguridad (incluido el bienestar digital), la privacidad y la propiedad intelectual. (Currículum, 2022, p. 455)

En este contexto en concreto, la competencia digital se ha tratado en la propuesta didáctica de manera que el alumnado:

- CD2. Gestiona y utiliza su propio entorno personal digital de aprendizaje permanente para construir nuevo conocimiento y crear contenidos digitales, mediante estrategias de tratamiento de la información y el uso de diferentes herramientas digitales, seleccionando y configurando la más adecuada en función de la tarea y de sus necesidades en cada ocasión.
- CD3. Participa, colabora e interactúa mediante herramientas y/o plataformas virtuales para comunicarse, trabajar colaborativamente y compartir contenidos, datos e información, gestionando de manera responsable sus acciones, presencia y visibilidad en la red y ejerciendo una ciudadanía digital activa, cívica y reflexiva.
- CD5. Desarrolla aplicaciones informáticas sencillas y soluciones tecnológicas creativas y sostenibles para resolver problemas concretos o responder a retos propuestos, y muestra interés y curiosidad por la evolución de las tecnologías digitales y por su desarrollo sostenible y uso ético. (Currículum 2022, p.39-40)

4.2. Objetivos de aprendizaje y criterios de evaluación

La situación *Infórmate en redes sociales* plantea una serie de objetivos, relacionados directamente con las competencias específicas, que definen de forma concreta qué aprendizajes se adquirirán con la realización de la propuesta didáctica.

Cabe destacar que, para cada objetivo de aprendizaje, se plantean unos criterios de evaluación particulares. A continuación, se detallan estos objetivos y criterios de cada competencia específica.

En relación con la CE3, el objetivo de aprendizaje consiste en “Construir discursos orales con coherencia, claridad y un registro adaptado al grado de formalidad de la

situación, mediante el uso de rasgos discursivos y lingüísticos propios de la oralidad formal, para la creación de noticias en medios de comunicación y redes sociales”.

El criterio de evaluación correspondiente a esta competencia corresponde, según el Currículum (2022) al siguiente indicador:

3.1. Realizar exposiciones y argumentaciones orales de cierta extensión y complejidad con diferentes grados de planificación sobre temas de interés personal, social, educativo y profesional ajustándose a las convenciones propias de los varios géneros discursivos, con fluidez, coherencia y el registro adecuado en diferentes apoyos, utilizando de manera eficaz recursos verbales y no verbales. (p. 199)

Por lo que respecta a la CE5, el objetivo es el de “Producir y planificar textos escritos con coherencia, claridad y un registro adaptado al grado de formalidad de la situación y con previa revisión lingüística, ortográfica y gramatical del discurso para la creación de noticias en medios de comunicación y redes sociales”.

Para este supuesto, resulta necesario establecer dos criterios de evaluación:

5.1. Planificar la redacción de escritos y multimodales, de cierta extensión y complejidad, atendida la situación comunicativa, destinatario, propósito y canal; redactar borradores y revisarlos con ayuda del diálogo entre iguales e instrumentos de consulta, y presentar un texto final coherente, cohesionado y con el registro adecuado.

5.2 Incorporar procedimientos para enriquecer los textos teniendo en cuenta aspectos discursivos, lingüísticos y de estilo, con precisión léxica y corrección ortográfica y gramatical. (Currículum 2022, p.201)

Por último, en referencia a la CE9, el objetivo definido se basa en “Elaborar y ejecutar una noticia con un vocabulario rico, variado y acorde a una situación comunicativa concreta y conformado según la estructura de la noticia y las características propias de los géneros periodísticos de información con el objetivo de compartirla en redes sociales”.

En este sentido, el criterio de evaluación correspondiente es:

9.2 Explicar y argumentar la interrelación entre el propósito comunicativo y las elecciones lingüísticas del emisor, así como sus efectos en el receptor, utilizando el conocimiento explícito de la lengua y el metalenguaje específico. (Currículum 2022, p.205)

4.3. Saberes

Uno de los aspectos más destacados del nuevo currículum es la incorporación de saberes. Estos elementos, entendidos como el “conjunto de conocimientos, habilidades, valores y actitudes, se formulan con relación a contextos en los que se puede desarrollar su aprendizaje competencial” (Currículum 2022, p. 207).

A continuación, se detallan los saberes trabajados en la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* orientados a los alumnos de tercero de la ESO en la materia de Lengua y Literatura Castellana.

En referencia al apartado de *Comunicación*, se aplican estrategias de producción, comprensión y análisis crítico de textos orales, escritos y multimodales de diferentes ámbitos con atención conjunta a los aspectos siguientes:

- Contexto. Componentes del hecho comunicativo: Análisis de los componentes de hecho comunicativo: grado de formalidad de la situación y carácter público o privado; distancia social entre los interlocutores; propósitos comunicativos e interpretación de intenciones; canal de comunicación y elementos no verbales de la comunicación, en situaciones de los medios de comunicación.
- Los géneros discursivos: Detección, análisis y uso de géneros discursivos del ámbito educativo de carácter expositivo, de acuerdo con las propiedades textuales (adecuación, coherencia, cohesión y corrección), y social, prestando especial atención en las redes sociales y medios de comunicación; respecto al hashtag digital; evaluación de riesgos de desinformación, manipulación y vulneración de la privacidad en la red.
- Procesos: Planificación y búsqueda de información, textualización y revisión en la producción oral formal. Adecuación a la audiencia y al tiempo de exposición. Detección y utilización de elementos no verbales. Análisis y uso de los rasgos discursivos y lingüísticos de la oralidad formal, con especial atención a la deliberación oral argumentada, en el contexto de los medios de comunicación, incluidas las redes.
- Procesos: Planificación, redacción, revisión y edición en diferentes apoyos de textos escritos. Usos de la escritura para la organización del pensamiento en el contexto de los medios de comunicación, incluidas las redes.
- Reconocimiento y uso discursivo de los elementos lingüísticos: Reconocimiento, análisis y uso discursivo, en el contexto y de los medios de comunicación, incluidas las redes, de los elementos lingüísticos con especial atención a los recursos lingüísticos para adecuar el registro a la situación de comunicación; mecanismos de cohesión: conectores textuales distributivos, de orden, contraste, explicación, causa, consecuencia, condición e hipótesis; coherencia de las formas verbales en los textos; correlación temporal en la coordinación y subordinación de oraciones, y en el discurso relatado.
- Reconocimiento y uso discursivo de los elementos lingüísticos: Corrección lingüística y revisión ortográfica y gramatical de los textos. Uso de diccionarios,

manuales de consulta y de correctores ortográficos en apoyo analógico o digital para la corrección y mejora de los textos.

- Reconocimiento y uso discursivo de los elementos lingüísticos: Uso de los signos de puntuación como mecanismo organizador del texto escrito, su relación con el significado.

Por otra parte, en relación con el apartado de *Reflexión sobre la lengua*, se trata lo siguiente: Observación, contraste y análisis de las diferencias relevantes e intersecciones entre lengua oral y lengua escrita atendiendo a aspectos sintácticos, léxicos y pragmáticos, para la mejora en la comprensión y producción de los textos orales, escritos y multimodales en situaciones diversas.

4.4. Desarrollo de la situación de aprendizaje

Las principales estrategias metodológicas utilizadas en el desarrollo de la propuesta *Infórmate en redes sociales* se corresponden con un sistema de trabajo que pone al alumno como principal protagonista de su propio proceso de aprendizaje.

Las sesiones en las que se lleva a cabo esta situación de aprendizaje se focalizan en analizar, en primer lugar, el contenido propuesto, para pasar después a producir la información. De este modo se consigue que el alumnado sea capaz de inferir su propio conocimiento y trasladar la teoría a la práctica.

El alumno, por tanto, logra, a través de la realización de actividades que siguen un mismo hilo conductor, ser lo suficientemente autónomo para realizar el producto final.

El tipo de agrupación depende en cada caso de la actividad que se desarrolla en cada momento, por lo que este va desde gran grupo a pequeño grupo, dinámica 1-2-4, trabajo por parejas y trabajo individual.

Cabe destacar que la situación de aprendizaje plantea escenarios en los que el alumnado debate y participa de forma conjunta, pero la realización de la mayoría de las tareas debe ser individual y autónoma, puesto que se estas son generalmente de carácter escrito y valoran el aprendizaje adquirido por cada alumno, con lo cual se deben realizar y evaluar de forma particular.

También conviene enfatizar que no se han usado las redes sociales de los alumnos como herramienta de trabajo, pues se partía de la indicación del centro de que estos no podían utilizar los teléfonos móviles en el aula, ni tampoco se les podía pedir que creasen perfiles en redes sociales al no tener algunos la edad mínima legal para ello.

Ahora bien, es necesario indicar que para el análisis en profundidad el contenido de las actividades se debe acudir al Anexo III donde se encuentran adjuntos el dossier ordinario y el normativo. No obstante, a continuación se resume brevemente la explicación de cada tarea.

La actividad inicial (0) consiste en un debate en formato gran grupo con aportaciones particulares de los alumnos que quieran participar en la conversación; mientras que las actividades 1 y 2 se realizan de forma individual, aunque se pone en común oralmente con el resto del grupo.

La actividad número 3 se divide en cuatro subapartados distintos y cada uno de ellos corresponde con un tipo de agrupación particular. En primer lugar, la tarea 3a pone en práctica la técnica 1-2-4, donde cada alumno piensa la respuesta que considera correcta, posteriormente la comenta con su pareja y, en último lugar, la pone en común con un pequeño grupo. Por su parte, el ejercicio 3b se lleva a cabo oralmente en formato gran grupo; mientras que el apartado 3c se realiza de forma individual y la última parte de esta actividad (3d) se plantea por parejas.

En referencia a la actividad 4, al ser de expresión escrita, también se realiza de forma individual y se puede exponer delante del grupo si el alumno en cuestión lo considera oportuno.

Por último, tanto la tarea de ampliación (actividad 5) como el proyecto final (actividad 6), también se deben realizar de modo personal, ya que son ejercicios calificables y que miden el grado de aprendizaje adquirido en las sesiones donde se desarrolla la situación de aprendizaje.

Ahora bien, en cuanto a los materiales y recursos utilizados a lo largo de las sesiones, estos se dividen en diferentes documentos:

- Presentación realizada con *Genial.ly* (véase Anexo I) que mezcla el contenido teórico con ejemplos de informaciones extraídas de Instagram y TikTok. En este documento se expone la información explicada en el aula y se presenta una infinidad de recursos (piezas periodísticas) extraídos de redes sociales y con temáticas cercanas a los intereses del alumnado. Además, se presentan todos los detalles de la situación de aprendizaje, así como los criterios de evaluación, pautas y consejos para el correcto desarrollo de las tareas, etc.
- Documento PDF realizado con *Canva* y llamado *Infórmate en redes sociales* (véase Anexo II) con todos los conceptos teóricos y las pautas necesarias para seguir las sesiones, realizar las actividades iniciales, de desarrollo y estructuración y la actividad de aplicación.

La información se presenta en un formato atractivo y se proporciona al alumnado de manera que pueda consultar el contenido teórico las veces que le resulte necesario.

- Dossier de actividades, tanto el ordinario como el adaptado (véase Anexo III). Aquí se encuentran todas actividades debidamente explicadas y cuentan con espacio para redactar las respuestas.

Es conveniente señalar que todos estos documentos se encuentran disponibles con copia para cada alumno en el *Classroom* de cada grupo. Además, en el aula se cuenta con un proyector para compartir la presentación al alumnado y este utiliza su propio ordenador para la realización de las actividades.

Respecto a la última actividad, el alumnado deberá utilizar su propio teléfono móvil para la grabación de la noticia, así como utilizar la herramienta o editor de vídeo que considere oportuno.

Por lo que respecta a la evaluación, esta se detallará en líneas posteriores (4.7. Método de evaluación), aunque resulta necesario destacar que se divide en tres bloques, con diferente peso respecto al porcentaje total (100 %).

Igualmente, el alumnado deberá realizar una autoevaluación respecto a la actividad de aplicación, y así ser consciente de su nivel de implicación y exigencia en la misma.

4.5. Vectores

El currículum, como instrumento de modelo educativo, se fundamenta en seis vectores clave que establecen un marco que da identidad a la acción educativa (aprendizaje competencial, perspectiva de género, universalidad del currículum, calidad para la educación en lenguas, ciudadanía democrática y consciencia global y bienestar emocional). En la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* se han trabajado cinco de ellos.

- Aprendizaje competencial: la situación de aprendizaje parte de una realidad propia de los jóvenes a quienes se dirige y plantea un reto asumible para el cual se tienen que capacitar e incorporar los saberes adecuados. Así, los aprendizajes desarrollados se aplicarán para ejecutarlos a través de la creación de noticias para redes sociales.
- Perspectiva de género: mediante el debate en el aula acerca de titulares machistas y sensacionalistas en noticias extraídas redes sociales, se plantea al alumnado la necesidad de abordar y construir la información desde una

perspectiva crítica y moral, en la que no tienen cabida prácticas poco éticas ni que vulneren los derechos humanos.

- Universalidad del currículum: la universalidad está presente en esta situación de aprendizaje porque parte de una realidad próxima del alumnado buscando su motivación y su compromiso. A su vez, proporciona un entorno flexible en el que todo el mundo puede tener cabida proporcionando información a través de diversidad de fuentes y con actividades no limitadoras. El hecho de poder trabajar, en algunas actividades, con otros compañeros y compañeras llevando a cabo la misma tarea (y, por lo tanto, tener su apoyo) se orienta al hecho que todo el mundo pueda aprender en esta situación.
- Calidad de la educación en lenguas: la calidad de la educación en lenguas se centra en el trabajo de la comprensión oral y de la producción escrita. A partir de la lengua, el alumnado adquiere los aprendizajes que le permiten desarrollar las tareas propuestas. El dossier de actividades proporcionado cuenta con actividades de explotación centradas en la producción de textos con el fin de poner en práctica lo aprendido en el aula. Además, la situación de aprendizaje fomenta la propia conciencia del alumnado respecto al uso del lenguaje en los medios de comunicación.
- Ciudadanía democrática y conciencia local: en cuanto a la ciudadanía democrática y conciencia global, la situación de aprendizaje incide en el hecho de aprender a verificar y producir información veraz y objetiva. El desarrollo de esta propuesta alienta el debate en el aula de temas de actualidad como las noticias falsas, el sensacionalismo en la información y las prácticas poco éticas en el periodismo. Asimismo, las actividades del dossier proponen situaciones reales y fomentan la participación, la toma de decisiones y el planteamiento de propuestas por parte del alumnado.

4.6. Medidas y apoyos

4.6.1. Medidas y apoyos de carácter universal

La situación de aprendizaje desarrollada en este TFM incluye un conjunto de apoyos universales para facilitar el aprendizaje de todo el alumnado.

Este tipo de medidas se basan en acciones y prácticas, de carácter educativo, preventivo y proactivo, que permiten flexibilizar y facilitar el acceso al aprendizaje y también garantizan un aprendizaje significativo.

En primer lugar, cabe destacar que *Infórmate en redes sociales* es una situación diseñada según el Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA), que favorece la igualdad de oportunidades, pues propone atender a la diversidad del alumnado y crear diseños flexibles para todos los estudiantes, además de reducir las barreras, proporcionar apoyos, adaptaciones y mantener altas expectativas para todos.

En segundo, descentraliza la gestión del aula y facilita la personalización favoreciendo la toma de decisiones del alumnado con relación a los contenidos del tema en que se hará experto en primera instancia. En las distintas actividades (iniciales, de desarrollo, de estructuración y de aplicación) el alumnado cuenta con libertad creativa para su ejecución.

Por otra parte, presenta la información en diferentes formatos: presentación digital, textos, imágenes y vídeos. Además, facilita la colaboración entre alumnos tanto en la fase de desarrollo como en la de estructuración, de forma que estos siempre disponen de la posibilidad de apoyo entre iguales, además de la acción del docente y también permite varios niveles de profundización en la comprensión y producción de los textos.

Como hecho destacable, la situación de aprendizaje incluye una actividad de ampliación —detallada en el epígrafe 5. Actividades— que puede desarrollar cada alumno de forma voluntaria. Esta actividad se propone tanto para el grupo ordinario, como para el alumnado con medidas adicionales.

Por último, la actividad de aplicación propone una autoevaluación por parte del alumnado. La autoevaluación es un instrumento de evaluación formadora que identifica los indicadores o criterios de resultados necesarios para la correcta realización de una actividad o tarea. De este modo, sirve al aprendiz para revisar y mejorar su proyecto final de manera individual.

4.6.2. Medidas y apoyos de carácter adicional

Las medidas y apoyos adicionales son actuaciones educativas que permiten ajustar la respuesta pedagógica de forma flexible y temporal, focalizando la intervención educativa en aquellos aspectos del proceso de aprendizaje y desarrollo personal que pueden comprometer el adelanto personal y escolar.

No se planifican por todo el alumnado, sino por aquellos que lo necesitan. En este sentido, puesto que en cada grupo hay diferentes alumnos con necesidades especiales, la situación de aprendizaje contempla las siguientes medidas:

- Dossier de actividades adaptado en *Classroom*. Este dossier se puede consultar en el Anexo III y contiene las mismas actividades que el grupo ordinario, pero

adaptadas a las necesidades del grupo: cuenta con un lenguaje menos técnico para hacerlo más comprensible y con la adecuación de cada actividad al nivel correspondiente.

- Impresión individual del PDF con información teórica —presentado en el Anexo II— para consultarlo en el aula.
- Apoyo constante de la profesora responsable de la asignatura, de la profesora de prácticas y del profesor/a de orientación educativa.

El total de alumnado con medidas adicionales es de 21, distribuidos de la siguiente forma en los cuatro grupos de terceros de la ESO:

- 3º A: cinco alumnos SIEI y dos con PI.
- 3º B: un alumno SIEI; dos con PI y cuatro en aula de acogida.
- 3º C: cuatro alumnos con PI.
- 3º D: tres alumnos con PI.

4.7. Método de evaluación

La evaluación de esta situación de aprendizaje se divide en tres grandes bloques: el desarrollo de las actividades iniciales, de desarrollo y estructuración; la realización del proyecto final y la opción de realizar una tarea voluntaria de ampliación.

En cuanto al primer bloque, este tiene un peso del 40 % sobre el total (100 %) y el tipo de actividades a realizar son de tipo evaluable, pero no calificable; es decir, se deben completar para aprobar este apartado, pero al ser de práctica, no tienen una nota final.

Por lo que refiere al segundo bloque, la actividad de aplicación, esta tiene un peso del 60 % de la nota final, que se corresponde con el cumplimiento de una serie de pautas que se relatan en la tabla inferior.

El alumnado dispone de una autoevaluación —que se puede consultar en cada dossier del Anexo III— donde debe responder si ha realizado o no la premisa correspondiente y extrae su nota en función del resultado obtenido aquí y de las penalizaciones por incumplimiento de algún ítem o faltas de ortografía. Dichas penalizaciones suponen el descuento de 0,5 puntos por cada apartado de la autoevaluación que no ha tenido en cuenta y de 0,2 puntos por error ortográfico.

Por último, puede conseguir hasta un 10 % adicional con la realización voluntaria de una actividad de profundización.

Seguidamente, se presenta la tabla con la que se evalúa al alumnado y de la cual se obtiene la nota final de la situación de aprendizaje:

Tabla 1

Evaluación de la situación de aprendizaje

EVALUACIÓN SITUACIÓN DE APRENDIZAJE 'INFÓRMATE' 3º ESO (A, B, C, D)	SÍ	NO
ACTIVIDADES 1 - 4		
Realización 'Actividad 1' (cuestionario V/F).		
Realización 'Actividad 2' (comprensión).		
Realización 'Actividad 3' (expresión escrita y reflexión).		
Realización 'Actividad 4' (expresión escrita).		
ACTIVIDAD 5 (EXTRA)		
Realización 'Actividad 5' (tarea de reflexión y profundización)		
ACTIVIDAD 6 (PROYECTO FINAL)		
El vídeo se ha entregado en el formato y duración indicados.		
El vídeo se ha entregado en la fecha correcta.		
Se identifica la estructura de la noticia en la grabación.		
La noticia responde a las 5W del periodismo.		
El discurso sigue un orden lógico de pirámide invertida.		
La noticia trata el suceso propuesto en el enunciado.		
El vídeo contempla los aspectos que se piden en el enunciado (información relevante y de interés para entender la noticia).		
El vídeo presenta subtítulos o, en su defecto, se adjunta la noticia escrita en el espacio del dossier destinado a la actividad 6.		
El alumno/a cuida la presencia ante la cámara y no se limita a leer.		
El alumno/a ha mostrado interés en la realización de la actividad y este se manifiesta en la calidad del producto final.		
PUNTUACIÓN TOTAL		
PUNTUACIÓN FINAL CON PENALIZACIONES		

Nota: Elaboración propia para la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*.

Conviene destacar que este sistema de puntuación sirve para poner la nota final del presente proyecto de innovación en *Classroom*, puesto que la plataforma exige cualificaciones numéricas. Sin embargo, la profesora a cargo de la asignatura será la encargada de trasladar el porcentaje correspondiente de esta situación de aprendizaje, en términos de *nivell d'assoliment (NE)*, a las calificaciones trimestrales en la acta de cada estudiante.

4.8. Cronograma y temporización

En este apartado se expone el cronograma en el que han tenido lugar las sesiones relativas a la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*. Este proyecto tenía una duración prevista de tres sesiones para cada grupo, por lo que se desarrolló a lo largo de una misma semana en todas las líneas de tercero de la ESO (A, B, C y D).

Seguidamente, se presenta una tabla a modo resumen con la información sobre cómo se temporizó finalmente la situación de aprendizaje.

Tabla 2

Temporización por actividad de la situación de aprendizaje

Tipo y número de actividad	Tiempo de cada tarea	Número de sesión
Actividad inicial 0	20 minutos	Sesión 1
Actividad inicial 1	10 minutos	Sesión 1
Actividad de desarrollo 2	Tiempo necesario	Casa
Actividad de desarrollo 3a	20 minutos	Sesión 2
Actividad de desarrollo 3b	20 minutos	Sesión 2
Actividad de estructuración 3c	10 minutos	Sesión 2
Actividad de estructuración 3d	10 minutos	Sesión 2
Actividad de estructuración 4	20 minutos	Sesión 3
Actividad de ampliación 5	Tiempo necesario	Casa
Actividad de aplicación 6	15 minutos - Tiempo necesario	Sesión 3 - Casa

Nota: Elaboración propia en base a las actividades de la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*

Por último, cabe destacar que el planteamiento de las sesiones llevó a planificar una duración aproximada para la realización de cada actividad en el aula; no obstante, durante la ejecución de la situación de aprendizaje estos tiempos cambiaron y se fueron modificando según el ritmo y las necesidades de cada grupo.

4.9. Resultados

En este subepígrafe se relatan los resultados académicos obtenidos tras la realización de la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*. Tanto las reflexiones sobre la evaluación, como la valoración personal y las propuestas de mejora se detallarán en la sección 6. Conclusiones.

Puesto que la propuesta innovadora se ha aplicado en las cuatro líneas de tercero de la ESO, seguidamente se definirán los resultados diferenciados por clase, antes de realizar una breve reflexión general.

El grupo A cuenta con el mayor número de entregas de la tarea; de 19 alumnos con dossier ordinario, 18 lo entregaron junto con el trabajo final (94,7 %), mientras que, de 7 alumnos con dossier adaptado, solo 4 entregaron el documento relleno (57 %), pero no la actividad de aplicación.

La media general de calificaciones obtenidas por lo que respecta al grupo ordinario en 3º A es de 7,8, siendo 6,5 la nota más baja y 9,2 la más elevada. Por su parte, la media de las calificaciones obtenidas por los alumnos con necesidades adicionales es de 5,4, ya que tres alumnos no entregaron el vídeo, pero, aun así, obtuvieron un 5.

En cuanto a 3º B, solamente entregaron las actividades 13 alumnos del grupo ordinario (61,9 %); sin embargo, la media de notas alcanzó el 7,9. Este hecho se debe a que los estudiantes que realizaron todo el proyecto didáctico fueron los más aplicados de la clase, un grupo que se caracteriza por estar integrado por un gran número de alumnado que no presta interés en la asignatura.

Siguiendo esta misma línea, en 3º C solo 14 estudiantes (60,8 %) hicieron las entregas correspondientes y, de los alumnos con dossier adaptado, estas las llevó a cabo un único estudiante (25 %). En general, la media de calificaciones obtenidas en este nivel fue de 7 puntos, puntuación que se asemeja al resto de notas que suelen lograr en la asignatura.

Por último, la clase de 3º D obtuvo, tal y como se esperaba, unos resultados satisfactorios. Con una tasa de entregas ordinarias del 90,9 % y una media de 8,5, resultó ser el grupo con mejores resultados y calificaciones; además de contar con el

único 10 de todo el nivel. No obstante, ningún alumno con dossier adaptado hizo las entregas correspondientes, por lo que este porcentaje de estudiantes obtuvo un 0.

En cuanto a consideraciones generales observadas en todo 3º de la ESO, resulta necesario señalar que, en los niveles con un nivel de participación más alto y mejores calificaciones, la mayoría del alumnado realizó la actividad voluntaria de ampliación.

Si bien es cierto que esta fue llevada a cabo por muchos alumnos, pocos de ellos obtuvieron el punto entero, ya que se limitaron a responder las preguntas de forma muy genérica y sin profundizar, únicamente con el objetivo de tener una mejor puntuación. Este hecho concluyó en que la mayoría de las notas obtenidas fuese de 0,5 puntos.

Otra apreciación notoria fue la gran diferencia entre las habilidades de edición del alumnado. No se puede determinar si esto ocurrió por más o menos pericia en la competencia digital o por la muestra de un mayor o menor nivel de interés en la tarea final, pero lo cierto es que hubo diferencias considerables por lo que respecta a los efectos gráficos y sonoros de los vídeos entregados.

Mientras un elevado grupo de alumnos aparecía simplemente hablando delante de la cámara, otro porcentaje de ellos recurrió a escenificaciones más creativas y también incorporó recursos de lo más variado. De este modo, las diferencias entre las piezas entregadas en la actividad de aplicación fueron muy significativas.

Por otra parte, las penalizaciones más señaladas fueron las relativas a la no realización de la autoevaluación y al retraso en la entrega. Las faltas de ortografía fueron un error menos frecuente de lo esperado, sobre todo en aquellos alumnos que entregaron la noticia escrita. Los que redactaron el texto como subtítulos en el vídeo final sí que contaron con más errores, principalmente de acentuación y signos de puntuación.

Con todo, es necesario indicar que las calificaciones obtenidas con la realización de la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* han sido muy acordes a lo esperado, puesto que los resultados se asemejan con las características de cada línea. A grandes rasgos y teniendo en cuenta las particularidades de cada grupo, la respuesta y participación ha sido muy positiva, por lo que la valoración en este aspecto resulta extremadamente gratificante.

5. Actividades

La situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* propone diversas tareas agrupadas en diferentes categorías: iniciales, de desarrollo, de estructuración y, por último, la actividad de aplicación o proyecto final. Asimismo, esta propuesta innovadora cuenta también con un ejercicio de ampliación.

Para consultar en profundidad el enunciado y el contenido de cada actividad, se debe acudir al Anexo III donde se adjunta tanto el dossier ordinario, como el adaptado.

5.1. Actividades propuestas

Esta propuesta comienza con una actividad inicial que introduce el tema; para ello los alumnos tienen que buscar información y compartir experiencias personales mediante el planteamiento de preguntas sobre información y redes sociales.

Seguidamente, se realiza una primera actividad de repaso de los conocimientos adquiridos en clase, donde el alumnado debe demostrar lo aprendido acerca de los géneros periodísticos y de cómo se construye la información.

Después de este bloque introductorio, se plantean actividades de desarrollo que servirán de práctica de cara a la realización del proyecto final. La primera actividad de esta tipología se basa en la lectura y comprensión de un reportaje redactado de forma compleja, donde los alumnos no solo se limitan a responder a las preguntas sobre el contenido, sino que también deben buscar información en Internet.

A continuación, se presenta una actividad que profundiza en la noticia y se subdivide en cuatro apartados (dos correspondientes a actividades de desarrollo y dos a actividades de estructuración). Los alumnos deben responder a las 5W del periodismo acerca de una noticia visualizada en el aula para pasar después a trabajar los titulares. Seguidamente, se realiza una actividad oral en grupo, en la que se presentan diferentes titulares con errores ortográficos, de ambigüedad... y se debaten en el aula.

Además, se muestran más ejemplos de cómo no redactar titulares, bajo un punto de vista ético, y se dan las claves para hacerlo de forma correcta, con lo que los alumnos pueden realizar la siguiente tarea: creación de un titular para un suceso determinado.

Por último, se presentan ejemplos de cómo compartir noticias positivas en Instagram y de las claves de redacción correspondientes, y se pide al alumnado que redacte una noticia positiva de libre elección.

Una vez realizados estos ejercicios de desarrollo, se procede a plantear las tareas de estructuración, en las que el alumnado pone en práctica aquello aprendido. La

siguiente cuestión para tratar es la relativa a la información y a las *fake news*. Se proponen en el aula diferentes ejemplos de noticias falsas y se ofrecen las claves para distinguir entre informaciones verdaderas de las que no lo son, así cómo se concientiza sobre los peligros del lenguaje en la difusión de información.

Por otra parte, se trabajan las noticias falsas en clave humor, con lo que los alumnos deben elegir uno de los supuestos que desarrolla el enunciado de la actividad, con el fin de crear una noticia falsa en clave humor.

Por último, el alumnado debe realizar la actividad correspondiente al proyecto final de la presente situación de aprendizaje. La tarea en cuestión es la creación de una noticia en un minuto sobre un hecho concreto y que debe seguir unas pautas marcadas.

Esta actividad plantea a los alumnos la siguiente situación: son estudiantes y un medio de comunicación contacta con ellos para que cubran un incendio que ha tenido lugar cerca de su casa y, como no tienen medios ni recursos suficientes, les proponen cubrir la noticia para compartirla como vídeo en TikTok y en Instagram (*Reels*).

Finalmente, tal y como se ha comentado en líneas anteriores, la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* plantea una actividad de ampliación dirigida tanto al grupo ordinario (se puede consultar en Anexo III – 1. Dossier ordinario) como al alumnado con adaptación (se puede consultar en Anexo III – 2. Dossier adaptado).

5.2. Relato de la experiencia

Para llevar a cabo la situación de aprendizaje se propusieron tres sesiones de una hora en cada grupo. El planteamiento inicial distribuía las explicaciones teóricas, junto con las actividades de práctica, en una temporalización concreta dentro del aula. No obstante, la realidad llevó a seguir un ritmo distinto en cada línea, pues cada grupo respondió de una manera concreta a las tareas y tuvo necesidades diferentes.

En las siguientes líneas se procede a relatar brevemente la experiencia de una forma homogénea, sin entrar en detalles sobre las particularidades de cada grupo, puesto que, teniendo en cuenta las diferencias entre sí, la situación de aprendizaje se ha desarrollado de forma muy similar en todas las clases.

La presentación de la situación fue bien acogida por el alumnado, puesto que el tema y el hecho de trabajar con redes sociales les resultaba interesante y motivador.

La primera sesión fue la más teórica e introductoria y, en un inicio, parecía que los estudiantes comenzaban a perder el interés cuando se expusieron los contenidos

teóricos iniciales. Este hecho cambió en el momento que visualizaron el primer ejemplo, ya que este captó su atención y les motivó para estar más atentos.

El hecho de que la primera actividad se basase en su participación hizo que en todos los grupos la mayoría de los estudiantes se mostraran proactivos para buscar y compartir información y experiencias personales. Al haber estado más atentos porque el contenido les interesaba, también pudieron realizar la primera actividad con rapidez.

Esta primera hora fue la más densa de todas, ya que las siguientes sesiones eran mucho más prácticas y dinámicas. En cuanto a la segunda clase, esta fue la que tuvo mejor acogida, ya que el alumnado pudo trabajar en diferentes modalidades (en gran grupo, en pequeño grupo, por parejas y de forma individual).

Puesto que todas las actividades del dossier necesitaban de la visualización de piezas periodísticas extraídas de redes sociales para su explicación y contextualización, era mucho más fácil mantener al alumnado activo, ya que no debían destinar demasiado tiempo a realizar las tareas individuales, sino que se fomentaba su participación.

Cabe destacar que al finalizar el ejercicio de debatir los errores ortográficos y de ambigüedad en los titulares, se propuso al alumnado buscar en Internet otros ejemplos, lo cual suscitó tal número de intervenciones que llevó a destinar más tiempo del previsto a dicha actividad, con lo que se tuvo que replantear el resto de la sesión y no se pudo terminar la totalidad del ejercicio en clase.

En la última sesión se destinó la mayoría de la hora a tratar las *fake news*. Durante este tiempo se ofrecieron las claves para combatir la desinformación, así como se expusieron noticias falsas y se debatió sobre los peligros de estas prácticas.

Al finalizar la exposición más teórica del tema, se propuso al alumnado trabajar con noticias falsas en clave humor y de ahí se procedió a realizar la actividad correspondiente. Este hecho fomentó la motivación del alumnado, puesto que trabajar con *fake news* puede resultar una cuestión tediosa, así que darle la vuelta a la cuestión y trabajar con situaciones surrealistas ayudó a hacer la actividad escrita más amena.

Asimismo, en esta clase se volvió a profundizar en la descripción del proyecto final — ya explicado en la primera sesión—, en su evaluación y se resolvieron todas las dudas.

Si bien es cierto que en la tercera sesión se dedicó una parte a la resolución de dudas, durante todas las clases se llevó a cabo esa práctica, además de responder por correo electrónico y por *Classroom* a todas las preguntas de los estudiantes.

Por último, al final de la última clase, se recordó al alumnado el plazo de entrega del proyecto final en la plataforma y se les indicó que debían responder a la encuesta valorativa de la situación, cuyo enlace tenían en el dossier.

6. Evaluación de la situación de aprendizaje y propuestas de mejora

En las siguientes líneas se analizará la puesta en práctica de la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*. Para ello, se estudiarán los resultados de una encuesta realizada al alumnado después de desarrollar las actividades (véase Anexo IV), con el fin de medir su grado de satisfacción con el proyecto y desarrollar las correspondientes propuestas de mejora. Por último, y a modo de conclusión, se destinará un apartado a la valoración docente acerca del éxito de la propuesta.

6.1. Reflexiones sobre la puesta en práctica de la situación

Con el fin de analizar las percepciones de los estudiantes con relación al proyecto, al finalizar las actividades, se les pidió que rellenaran una encuesta de *Google Forms* acerca de su satisfacción con la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*. Para profundizar y consultar toda la información relativa a este cuestionario (tabla de dimensiones, encuesta y resultados obtenidos) es imprescindible acudir al Anexo IV.

En primer lugar, es necesario indicar que tan solo el 65,7 % de los alumnos respondió a esta encuesta. Dicho formulario está compuesto por un total de 13 preguntas que van desde selección única, a puntuación en escala del 1 a 10 y respuesta libre.

Cabe destacar que la encuesta se divide en diferentes bloques, pues las primeras preguntas (2 – 5) se centran en medir el nivel de satisfacción y la percepción sobre las actividades realizadas; el siguiente grupo (6 – 9) se basa en las características de la información y en las habilidades del alumnado para crear y consumir información; el tercer nivel (10 – 12) plantea cuestiones acerca del uso de redes sociales en el aula y, por último, la pregunta final (13) pide detallar aspectos a mejorar.

Ahora bien, la cuestión inicial pedía al alumnado seleccionar el grupo al cual pertenecía y, pese a que existe una homogeneidad en la distribución de cada aula, hay diferencias significativas sobre el número de alumnos que respondió la encuesta.

Las tasas de respuesta más elevadas corresponden a las líneas A (32,8 %) y D (31,3 %), mientras que los grupos B (20,9 %) y C (14,9 %) han sido los menos participativos. Asimismo, este era el resultado esperado, pues como ya se ha comentado en apartados anteriores, las aulas de 3º B y 3º C se han mostrado menos involucradas en el proyecto desde la primera sesión.

Observando los resultados de la encuesta se ve claramente que estos han sido muy positivos y han mostrado un porcentaje de satisfacción muy elevado. Del total de

encuestados, el 95 % afirma que le han gustado las actividades realizadas durante la semana, frente a tan solo un 5 % que opina lo contrario.

Además, como se puede comprobar en el gráfico inferior, la puntuación que han recibido las actividades también ha sido muy positiva, con una media de notable alto.

Figura 1

Grado de satisfacción del alumnado con relación a la situación de aprendizaje realizada.



Nota: gráfico generado automáticamente que recoge los resultados de la encuesta de producción propia realizada con *Google Forms*. *Fuente:* elaboración propia.

Siguiendo con las valoraciones del alumnado, en la siguiente cuestión se preguntó si consideraban que había habido suficientes actividades de introducción y desarrollo para practicar antes de realizar la tarea final, a lo cual respondieron en un 95,5 % de los casos que sí; tan solo tres alumnos (4,5 %) opinaron que no.

La última pregunta de este bloque se centraba en el proyecto final de la situación, pues pedía responder si creían que esta tarea resumía bien todo lo aprendido durante las tres sesiones y ofrecía la posibilidad de argumentar la respuesta. Esta fue positiva en la mayoría de los casos (86,6 %), aunque hubo quienes consideraron que la temática de la noticia podría haber sido diferente.

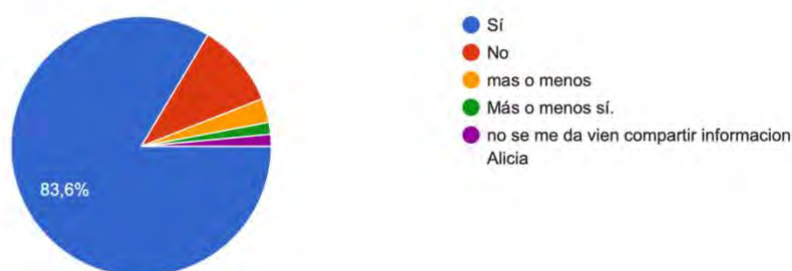
En referencia al segundo bloque temático, las opciones de respuesta eran “Sí”, “No” y una opción para desarrollar. Este conjunto se centraba en conocer las percepciones de los alumnos sobre si habían adquirido los conocimientos teóricos básicos de la información, si sabían crearla y estructurarla correctamente, así como si habían aprendido a contrastar información de Internet. Pues bien, las percepciones del alumnado también han sido muy satisfactorias, ya que el porcentaje de respuestas afirmativas oscila entre el 83,6 % y el 92,5 %.

Es necesario comentar que la pregunta con mayor número de respuestas negativas (10,4 %) ha sido la referente a las habilidades para crear información; un total de siete alumnos creen que no han conseguido adquirirlas y otros cuatro no están seguros.

Figura 2

Consideración personal sobre la adquisición de las habilidades para crear y compartir información.

¿Consideras que has adquirido las habilidades necesarias para crear y compartir información?
67 respuestas



Nota: gráfico generado automáticamente que recoge los resultados de la encuesta de producción propia realizada con *Google Forms*. *Fuente:* elaboración propia.

Todas estas respuestas reflejan el éxito de la situación de aprendizaje en relación con el objetivo de que el alumnado sea capaz de producir, difundir y contrastar información y van en línea con los resultados esperados. Sin embargo, respecto a las cuestiones acerca del uso de redes sociales en el aula, las contestaciones han sido significativamente distintas a aquello previsto.

La primera consulta de este bloque preguntaba acerca de si utilizar las redes sociales como base del trabajo había sido un factor motivante para realizar las actividades; sorprendentemente, casi el 24 % de los alumnos respondieron que no. Es notorio que este sea el mayor porcentaje negativo de todo el cuestionario, pues se suponía que el hecho de trabajar con estas plataformas tan consumidas por los adolescentes iba a ser un condicionante favorecedor para la ejecución del proyecto.

Siguiendo esta misma línea, la siguiente cuestión consultaba a los estudiantes de 3º de la ESO si les gustaría realizar más actividades en el aula en las que se utilizasen las redes sociales. Las conclusiones en este caso también se alejan ligeramente del planteamiento inicial, ya que se esperaba que el porcentaje de respuesta afirmativa fuera casi del 100 %. Sin embargo, un total de nueve alumnos respondió que no y otros dos opinaron que “a veces” o “dependiendo del tema”.

Se podría suponer que estas respuestas se han alejado ligeramente de lo esperado en un inicio porque el alumnado ve las redes sociales como una vía de entretenimiento y escape, y acercarlas al mundo académico puede hacer que las asocien con una parte más aburrida o menos espontánea de su día a día.

Finalmente, en este apartado se van a exponer las conclusiones sobre la penúltima cuestión, de respuesta libre, la cual preguntaba al alumnado si considera que las redes sociales son una plataforma óptima para consumir información de calidad.

En este contexto, la mayoría de los encuestados (65,7 %) cree que estas sí son un espacio propicio para el intercambio de información rigurosa, aunque con matices. La principal apreciación que hacen es que en las redes sociales hay una gran abundancia de noticias falsas, por lo que se debe ir con cuidado y contrastar la información.

Asimismo, los estudiantes están de acuerdo con el enunciado de la pregunta porque sostienen que las redes sociales son las principales plataformas de consumo entre los jóvenes, y, por ende, prácticamente sus únicas vías de acceso a las noticias. Además, destacan que la información en estos espacios se presenta de una forma atractiva e inmediata, dos rasgos que valoran encarecidamente.

Por último, el alumnado considera que las redes son fuentes de información creíbles porque en ellas hay una abundante cantidad de perfiles profesionales, como es el caso de medios de comunicación populares y periodistas con cierta notoriedad.

En el caso de aquellos que creen que las redes no son una plataforma óptima donde consumir información de calidad (16,4 %), el principal argumento vuelve a ser la desinformación. La cantidad de bulos que hay en redes sociales lleva al alumnado a considerar que es imposible creer en las noticias que encuentran en ellas. También apuntan que otros espacios de Internet resultan más adecuados para el consumo de información, pues ven a las redes únicamente como fuente de entretenimiento.

Finalmente, una parte de los estudiantes (16,4 %) no tiene un posicionamiento claro respecto al tema y plantea que las redes pueden llegar a ser plataformas fiables siempre y cuando cumplan unos determinados requisitos o tan solo en algunos casos concretos.

Aquí entra en juego el concepto de desinformación, pues se considera que no todos los perfiles de redes sociales ofrecen información verdadera, sino que existe tal abundancia de contenidos, que resulta muy difícil distinguir lo verdadero de lo falso.

Por otra parte, en cuanto a las *fake news*, los alumnos opinan que la información es más o menos creíble, dependiendo de dónde se publica. Prueba de ello, es que indican que hay algunas plataformas que se enfocan más al consumo de información, y otras que apuntan más al entretenimiento.

En este sentido, en diferentes respuestas se señala a TikTok como una red social con un alto porcentaje de información falsa. El trabajo de la situación de aprendizaje desarrollada a lo largo del presente TFM ofrece las claves para detectar información falsa y consumir contenidos verídicos y rigurosos, por lo que se puede considerar que será de gran ayuda para solventar los problemas que encuentran los adolescentes en redes.

6.2. Propuestas de mejora

Después de haber puesto en práctica la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales* y de haber animado al alumnado a responder la encuesta de satisfacción de *Google Forms*, es necesario detallar los aspectos que se ha visto que se podrían mejorar de cara a la siguiente implementación del proyecto en un futuro.

Por una parte, se expondrán los resultados extraídos de la última pregunta de la encuesta (véase Anexo IV, apartado 3. Resultados completos), mientras que por la otra se realizará una breve reflexión personal sobre aquello que se podría modificar desde el papel docente.

En relación con las respuestas extraídas del cuestionario, es necesario señalar que estas han sido muy positivas y que reflejan la satisfacción del alumnado con la situación de aprendizaje desarrollada en el aula. En primer lugar, existe un porcentaje de casi el 36 % de encuestados que se siente totalmente satisfecho con el proyecto y afirma que no cambiarían nada del mismo.

Sin embargo, hay otros grupos de alumnos con opiniones contrarias y que resulta indispensable relatarlas para la mejora de la propuesta en un futuro.

En este punto es necesario detenerse en las opiniones de los alumnos que sí que han manifestado sus inquietudes al respecto de la cuestión (16,4 %). La amplia mayoría de ellos ha destacado la falta de tiempo como el principal punto débil del proyecto.

Cabe recordar que la situación de aprendizaje desarrollada en este documento se había propuesto para trabajar en más sesiones, pero que, por directrices de la profesora titular de la asignatura, finalmente se llevó a cabo en una semana lectiva; es decir, durante tres sesiones de una hora cada una.

Por este motivo, las clases se sucedieron de una forma muy rápida y sin casi espacio para la reflexión, así como se contó con poco tiempo para planificar, ejecutar y entregar la tarea final. Esto repercutió en dos aspectos; el primero, en generar malestar entre el alumnado, quien disfrutaba de las actividades y ha considerado que hubiesen podido haber más sesiones para consolidar sus conocimientos y practicar.

En segundo lugar, este corto periodo ha generado que los las calificaciones de la tarea final no hayan sido acordes al nivel del alumnado. Este considera que, de contar con más tiempo para realizar la actividad final, los resultados hubiesen sido significativamente mejores.

Siguiendo con esta línea, el número de actividades del proyecto didáctico también ha resultado objeto de debate en las respuestas, pues una parte del alumnado preferiría haber realizado más actividades y haber visto o trabajado más ejemplos en el aula para la mejor asimilación de los contenidos teóricos.

Asimismo, las respuestas destacaban algunos aspectos positivos que podrían reforzarse de cara a la siguiente implementación de la propuesta *Infórmate en redes sociales*. En este sentido, se han señalado como factores de agrado la realización de la tarea de ampliación y de las actividades orales, donde toda la clase podía intervenir.

La participación en clase y los ejemplos de piezas periodísticas extraídas de redes sociales y cercanas a los gustos de los adolescentes han sido, durante toda la semana, los puntos fuertes del proyecto, pues han aportado el dinamismo y la motivación necesarios para captar el interés del alumnado.

Finalmente, la última cuestión que se ha repetido en diversas ocasiones como elemento a mejorar está relacionada directamente con la actividad de aplicación. El alumnado opina que, además de haber necesitado más tiempo para preparar la tarea final, esta se hubiese podido plantear de distinta manera.

Las opciones que estos aportan son la posibilidad de haber grabado la noticia por parejas o en grupos y el haber tenido una mayor libertad de elección respecto al tema.

Si bien es cierto que el alumnado disponía de gran independencia para desarrollar la noticia con la información que considerasen necesaria –bajo unos parámetros marcados-, este hubiese preferido definir personalmente cada suceso. Además, también se manifiesta en las respuestas de la cuestión la posibilidad de haber reproducido las noticias en el aula, como deseo expreso de los estudiantes.

Todas estas directrices y propuestas son de gran ayuda para ver los aspectos positivos y útiles de la situación y, sobre todo, aquellos que no han funcionado, con el objetivo de mejorar el proyecto para su posterior implementación.

Con todo, resultará necesario replantear el número de actividades y el calendario de realización. Se deberá trabajar la situación de aprendizaje como una programación más extensa y pensar la actividad final bajo un enfoque más dinámico.

Ahora bien, dejando a un lado las propuestas de mejora derivadas de la encuesta, es importante señalar algunas reflexiones que pueden hacerse desde el rol docente.

La experiencia docente de haber programado la secuencia y haberla implementado en las diferentes aulas de 3º de la ESO ha sido muy positiva y satisfactoria. Al ser el primer contacto profesora-alumnado ha sido un proceso de aprendizaje mutuo.

No obstante, existen diversas cuestiones que se podrían mejorar de cara al futuro. La primera de ellas es el método de evaluación; el formato de autoevaluación había sido pensado para que fuese el propio alumno quien reflexionase y participase de su propio aprendizaje.

Sin embargo, lejos de ser un calco real del trabajo realizado, se ha observado cómo el alumnado se calificaba mejor o indicaba que había cumplido algunas pautas que en realidad no había logrado. Por este motivo, la tarea de evaluación finalmente fue doble, puesto que se tuvieron que revisar las autoevaluaciones, ya que no eran fieles a la realidad.

Por tanto, como propuesta de mejora se establece el pensar otro sistema evaluativo que pueda responsabilizar al alumnado de su propio trabajo, pero cuyos resultados sean objetivos. Se podría plantear también aquí la posibilidad de realizar co-evaluación entre los alumnos, siempre supervisada posteriormente por la profesora.

Además, las calificaciones finales del alumnado se habían planteado como notas del 1-10, puesto que la plataforma *Classroom* así lo requería. No obstante, la profesora titular de la asignatura de *Lengua y Literatura Castellana* debía trasladar estas notas al formato *nivell d'assoliment (NE)*.

Como propuesta de mejora se plantea una reestructuración del sistema de calificación, para que este vaya desde el *nivell de no assoliment (NA)* hasta el *assoliment excel·lent (AE)* y cumpla así con los criterios establecidos en el Currículum.

Por último, se considera necesario señalar en este apartado que existen algunas cuestiones para profundizar y mejorar la situación de aprendizaje. Se ha señalado en diversas ocasiones la falta de tiempo como un elemento negativo en el desarrollo del proyecto, por lo que es indispensable la ampliación del mismo.

Por una parte, se planteará la situación como una unidad más extensa y que se desarrolle en más de tres sesiones, con lo cual se podrán explicar mejor los contenidos y prestar más atención a las dudas y demandas del alumnado.

Con esta ampliación se conseguirá, además, proponer un mayor número de actividades que cuenten con ejemplos de piezas periodísticas actuales y de interés. Igualmente, existirá la posibilidad de tratar más contenidos teóricos, a través de la práctica, con el objetivo de profundizar en las competencias a alcanzar.

7. Conclusiones

Con la realización del presente trabajo se ha podido dar respuesta a los objetivos planteados inicialmente y se ha logrado corroborar las premisas planteadas al comienzo del documento. En primer lugar, se ha comprobado cómo los géneros periodísticos han ido evolucionando de la mano de Internet para convertirse en lo que son hoy en día.

En este sentido, se ha observado el papel fundamental que juegan las redes sociales en referencia con la información y cómo esta se produce, consume y distribuye en la red, así como todos los peligros que este hecho implica.

Además, se ha confirmado que las redes sociales son la fuente de información por excelencia de los adolescentes y que estos no distinguen entre los principales géneros periodísticos, ni tampoco disponen de criterios y herramientas suficientes para comprobar la veracidad de todo el contenido que tienen a su alcance.

Posteriormente, se ha desarrollado una propuesta de innovación aplicada en cuatro aulas de 3º de la ESO, la cual ha puesto al alumnado como agente protagonista de su propio proceso de aprendizaje y le ha retado para ser capaz de crear y contrastar información en las redes sociales.

El resultado de este proyecto ha sido totalmente satisfactorio y ha mostrado a un alumnado motivado, participativo e involucrado, que ha conseguido alcanzar con éxito los objetivos de aprendizaje propuestos y superar las competencias marcadas.

Este hecho ha ayudado a la percepción de las plataformas digitales, por parte del profesorado, no como un enemigo, sino como un aliado para trabajar con ellas en el aula y conseguir que los estudiantes hagan un uso más responsable y consciente de las mismas.

Resulta indispensable señalar que ha habido algunas limitaciones en la realización de la situación de aprendizaje que han imposibilitado llevar a cabo el proyecto como se quería plantear en un inicio. Como se ha comentado en reiteradas ocasiones, ha existido una limitación temporal que ha reducido el número de actividades y de sesiones.

De haber contado con más tiempo para la preparación y el desarrollo de la propuesta innovadora, se hubiese podido profundizar más en la búsqueda de experiencias publicadas referentes al uso de las redes sociales e educación, las cuales hubiesen podido servir de inspiración para ampliar esta iniciativa.

Además, también se hubiese podido contar con más tareas de desarrollo y estructuración, que sirviesen de práctica y refuerzo para la adquisición de los nuevos conocimientos por parte del alumnado.

Asimismo, hubiese sido interesante encontrar un mayor volumen de literatura publicada al respecto de la cuestión para realizar un análisis más exhaustivo de todas las posibilidades comunicativas que ofrecen Instagram y TikTok, con el fin de extraer todo su potencial educativo para trabajar la información en el aula.

Finalmente, con referencia a la posible continuación de este proyecto, se podrían desarrollar diferentes líneas como, por ejemplo, su adaptación a otros cursos escolares. Los géneros periodísticos son una temática recurrente en cada nivel de la ESO, por lo que da pie a trabajarlos desde diferentes perspectivas —como puede ser su adaptación en las redes sociales, tal como se ha realizado en esta propuesta—.

Por otra parte, también se podría dar seguimiento al presente trabajo con el estudio de otras redes sociales que son fuente de información para los adolescentes en la actualidad, como podría ser el caso de Twitch.

En este sentido, resulta indispensable analizar con exhaustividad y conocer el funcionamiento de este tipo de plataformas, para explorar las posibilidades educativas que ofrecen y así fomentar un manejo consciente de las tecnologías en el aula que pueda extrapolarse a la vida cotidiana con el fin de que los estudiantes hagan un uso responsable y crítico.

Si estas plataformas digitales son hoy en día prácticamente el único canal que conecta a los adolescentes con el mundo, resulta necesario investigarlas en profundidad y trabajar con ellas para exprimir todos sus beneficios y concienciar sobre todos los peligros que las rodean.

El papel docente, por tanto, no puede evitar dar la mano a la tecnología y debe trabajar juntamente con ella, adaptándose a un entorno que es cada vez más cambiante. Lo cierto es que no hay certeza alguna sobre cuál será la función de las redes sociales en la educación del futuro; sin embargo, hoy en día, resulta todo un universo de posibilidades por explotar.

Bibliografía

- Alcántara, M.D. (2009). Importancia de las TIC para la educación. *Revista Innovación y Experiencias Educativas*, (15), 1-20. https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_15/MARIA%20DOLORES_ALCANTARA_1.pdf
- Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (45), 29-52. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Álvarez, G. y Márquez, A. (2018). Multimedialidad, hipertextualidad, flexibilidad e interactividad en blogs de lengua y literatura. *Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 12(2), 141-151. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/eduweb/v12n2/art01.pdf>
- Blogge@ando Seminario. (12 de enero de 2016). Redes sociales y enseñanza de las lenguas ¿un binomio posible? Blogge@ando. <https://irmadel.wordpress.com/2016/01/12/redes-sociales-y-ensenanza-de-las-lenguas-un-binomio-posible/>
- Calvarro, E., Galán, D. y Andújar, O. (2019). Los riesgos del uso inadecuado de Internet y las redes sociales. Conocimiento y percepción de riesgos en jóvenes a través de la historia de vida. UTE. *Revista de Ciències de l'Educació*, (1), 33-47. <https://revistes.urv.cat/index.php/ute/article/view/2626/2616>
- Casado, C. y Ciudadreal, G. (2021). Educación en redes sociales: Instagram. *Cuadernos de pedagogía*, (516), 129-134. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7727053>
- Casado-Riera, C. y Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Aloma. Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 36(2), 23-31. <https://doi.org/10.51698/aloma.2018.36.2.23-31>
- Dans, I., Fuentes, E. J. y González, M. (2021) El reto de los profesores de secundaria ante las redes sociales. *Educar*, 57(1), 207-222. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7763403>
- De la Hera, C. (2 de junio de 2022). Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución. *Marketing 4 e-commerce*. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Decret 175/2022, de 27 de setembre de 2022, d'ordenació dels ensenyaments de l'educació bàsica, Generalitat de Catalunya (2022). <https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=938401>
- Expósito, A. y Gobierno, N. (2021). *Periodismo en TikTok: estudio de casos de los medios de comunicación españoles* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. RIULL. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24905>
- Farnés, J. D. (2011). Las redes sociales en la educación. *Revista Mexicana de Comunicación*, 24(127), 29-33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5495201>
- Fernández, A., González, I. y Pérez, M. (2015) Redes sociales y enseñanza de las lenguas, ¿un binomio posible? *Textos de didáctica de la lengua y la literatura*, (70), 9-15.

- Fernández Parratt, S. (2001). El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación*. 6(11). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=802445>
- Fernández Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Ediciones Ciespal.
- Fontcuberta, M. (1993) *La noticia: pistas para percibir el mundo*. Paidós Ibérica.
- García, V. y Gutiérrez, L. (2012). *Manual de géneros periodísticos*. Ecoe Ediciones.
- García Estévez, N. (2013). *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social* [Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla]. idUS. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/15976/P_T.D_PROV26.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García-Ruiz, R., Tirado, R., y Hernando, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula abierta*, 47(3), 291-298. <https://reunido.uniovi.es/index.php/AA/article/view/12686/11795>
- Justel Vázquez, S. (2012). Transformación en la audiencia, transformación en los medios: un marco para el estudio de los retos y estrategias de las empresas periodísticas. *AdComunica*, 21-38. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.3>
- Lado, S. (8 de febrero de 2021). Importancia de las redes sociales en el periodismo. *Blog de la Universidad Isabel I*. <https://www.ui1.es/blog-ui1/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo>
- López Fernández, M.C. (2014). TIC y redes sociales en educación secundaria. Análisis de sobre identidad digital y riesgos en la red. *Etic@net*, 14(2), 162-165. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4942221>
- Marta-Lazo, C. (Coord.) (2021). *Retos del periodismo en la era postdigital*. Egrejus.
- Martín Vivaldi G. (1987). *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo*. Paraninfo.
- Martínez Albertos, J.L. (1984) *Curso general de redacción periodística: periodismo en prensa, radio, televisión y cine, lenguaje, estilos y géneros periodísticos*. Mitre.
- Medina, D. (24 de noviembre de 2022). ¿Está TikTok convirtiéndose en una fuente de información? *El Periódico de España*. <https://www.epe.es/es/ocio/20221124/tiktok-convirtiendose-fuente-informacion-jovenes-76969914>
- Moreno Espinosa, P. (2010) *Escribir periodismo*. Fragua.
- Moreno Espinosa, P. (2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1299-1317. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58046>
- Navarro Zamora, L. (2013). La interactividad en los géneros periodísticos de los cybermedios. *Razón y Palabra*, (84). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199528904026.pdf>
- Paredes-Otero, G. (2022). Aproximación a los géneros periodísticos en las redes sociales: formatos del periodismo especializado en videojuegos en YouTube. En G. Paredes Otero, I. López-

- Redondo (Ed.), *Cultura audiovisual, periodismo y política: nuevos discursos y narrativas en la sociedad digital* (pp. 318-347). Dykinson.
- Pauner, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*, (41), 297-318. <http://hdl.handle.net/10234/175099>
- Representación en España. (28 de febrero de 2022). Cómo combatir las fake news. *Web oficial de la Unión Europea*. https://spain.representation.ec.europa.eu/noticias-eventos/noticias-0/como-combatir-las-fake-news-2022-02-28_es
- Revista Ámbitos (2022) Call for papers Monográfico "La red social TikTok y los vídeos cortos como espacio de comunicación e innovación narrativa". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/announcement/view/264>
- Salaverría, R. (2008) *Redacción periodística en internet*. Eunsa.
- Salaverría, R. (2010). *Estructura de la convergencia*. Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Salaverría, R. y Sancho, F. (2007) Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet. En: Larrondo, A.; Serrano, A. (eds.). *Diseño periodístico en internet* (pp. 207-239). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Sánchez, A. (2016). *Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. idUS. <https://idus.us.es/handle/11441/48501>
- Santamaría Suárez L. (1994). Estado actual de la investigación sobre la teoría de los géneros periodísticos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (1), 37-56. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9494110037A>
- Sidorenko, P., Herranz De La Casa, J. M., y Molina, M. (2020). Evolución del periodismo inmersivo en España, desde su inicio hasta la pandemia por COVID-19. *Revista Estudos em Comunicação*. (31), 69-94. <https://doi.org/10.25768/20.04.03.31.04>
- UNIR Revista. (3 de agosto de 2020). El uso de las redes sociales en Educación: consideraciones para sacarle el máximo partido. UNIR. <https://www.unir.net/educacion/revista/redes-sociales-educacion/>
- We are Social y Hootsuite. (s.f.). *Informe Global sobre el Entorno Digital 2022*. Hootsuite. <https://www.hootsuite.com/es/recursos/digital-trends-q3-update>
- Yanes Mesa, R. (2016). La entrevista como género de la comunicación política. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, (96), 52-55. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009610.pdf>

Anexo I. Situación de aprendizaje: presentación del tema

Para acceder al enlace, [haga clic aquí](#) o escanee el siguiente código QR:



Anexo II. Documento de apoyo para la situación de aprendizaje

Para acceder al enlace, [haga clic aquí](#) o escanee el siguiente código QR:



Anexo III. Situación de aprendizaje: dossier de actividades

1. Dossier ordinario

3º ESO – Lengua y Literatura Castellana
DOSIER DE ACTIVIDADES – INFÓRMATE EN REDES SOCIALES

Actividad 1:

Responde si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones:

Los géneros periodísticos se dividen en informativos, de opinión y mixtos.	V	F
La entrevista es la pieza periodística por excelencia.	V	F
El/la cronista dota a este tipo de textos de un estilo propio.	V	F
El mínimo de fuentes que deben aparecer en un reportaje es de dos.	V	F
El periodista solo debe contrastar la información si esta es de carácter político.	V	F
El reportaje trata únicamente temas de actualidad.	V	F
La entrevista puede ser de perfil o de declaraciones.	V	F
La crónica combina hechos de actualidad con la opinión del/la periodista.	V	F
El reportaje responde a las preguntas qué, cuándo, dónde, quién y por qué.	V	F
La estructura de la noticia es la siguiente: titular, entradilla, cuerpo y cierre.	V	F

Actividad 2 - Comprensión:

Lee atentamente la siguiente información extraída de Instagram y responde a las siguientes preguntas:

“Terremoto en Turquía y Siria causa más de 2.300 muertos y derriba más de 3.200 edificios en ambos países

Un terremoto de magnitud 7,8 en la escala de Richter ha sacudido en la madrugada de este lunes el sureste de Turquía y el norte de Siria y ha dejado más de 2.300 muertos y miles de heridos y desaparecidos.

En Turquía hay al menos 1.498 fallecidos y 5.383 heridos, según las autoridades, que han afirmado que hay también 2.834 edificios derrumbados.

En Siria se han registrado más de 430 muertos y al menos 1.089 heridos en zonas controladas por el Gobierno, y 380 víctimas mortales y más de 1.000 heridos en la zona del noroeste controlada por los rebeldes.

En la zona rebelde han colapsado más de 405 edificios, según la Defensa Civil Siria, conocidos también como los Cascos Blancos. Varias horas después del primer terremoto, otro seísmo de 7,5 grados —según el Centro Sismológico Europeo del Mediterráneo— ha sacudido el centro de Turquía, un país que está situado en una de las zonas sísmicas más activas del mundo.”

- ¿Dónde han sucedido los hechos?
- ¿Cuántos terremotos ha habido?
- ¿De qué magnitud ha sido el seísmo principal?
- ¿Qué es la escala Richter?
- ¿Cuántos edificios, en total, han sido dañados?
- ¿Qué fuentes informativas cita el texto?

Actividad 3 - Expresión escrita y reflexión:

a) Identifica las 5W de la siguiente [noticia extraída de TikTok](#).

- ¿Qué?
- ¿Quién?
- ¿Cuándo?
- ¿Dónde?
- ¿Por qué?
- Si fueses un periodista y quisieses profundizar en este hecho, ¿de qué manera investigarías este suceso para ampliar la información? ¿Cómo irías más allá?

b) Actividad oral en grupo. Detecta los errores y las ambigüedades de los siguientes titulares reales:



c) Redacta un titular llamativo para el siguiente suceso: detención de menores en un botellón. Para ello, recuerda aquello que hemos aprendido sobre cómo se deben (y no se deben) redactar los titulares.

- d) **Actividad por parejas.** Vamos a crear nuestra propia sección de ‘Noticias positivas’ según los [ejemplos que hemos visto en Instagram](#). Redacta brevemente el suceso que te gustaría que apareciese en este apartado.

Actividad 4 – Expresión escrita

Selecciona una de las siguientes opciones y crea tu propia noticia falsa al estilo *El Mundo Today*.

Esta debe contener un titular y un breve cuerpo de la información donde se cite, al menos, a una fuente, ya sea de forma directa o indirecta.

- El dinero del Monopoly se convierte en dinero real.
- Ikea lanza una colección de sillas para toda la ropa que te dejas tirada en la habitación.
- Un hombre finge ser ciego durante años para no saludar a sus vecinos.

Actividad 5 (Extra) – Reflexión:

Imagina que eres un periodista y tienes la oportunidad de entrevistar a una persona famosa o relevante en la actualidad.

- ¿A quién entrevistarías?
- ¿Por qué has seleccionado a esa persona? ¿Qué relevancia social tiene?
- ¿Qué tareas tendrías que realizar previamente al encuentro con la persona entrevistada?
- ¿Qué tipo de entrevista le harías: objetiva o de perfil? ¿Por qué?
- ¿Qué preguntas le harías?
- ¿En qué espacio haríais la entrevista?
- ¿En qué red social publicarías la entrevista y por qué? Puedes escoger entre hacer un directo en Instagram o colgar el vídeo de la entrevista como Reels o TikTok o publicarla como publicación en el muro de Instagram del medio en el que trabajas.

Actividad 6 – Proyecto Final:

Eres un estudiante y un medio de comunicación te pide colaboración y ayuda para difundir una noticia que ha pasado en tu localidad. Así que debes convertirte en periodista por un día, salir a la calle y crear el contenido para publicarlo en las redes sociales de la empresa.

Tienes que preparar la noticia en formato vídeo de un minuto para compartirla en TikTok e Instagram (*Reels*).

- Ha habido un incendio en tu calle y los bomberos han entrado a rescatar a tus vecinos.

En la noticia tienes que explicar qué, quién, dónde, cuándo, por qué y cómo ha ocurrido el suceso, cuáles han sido las consecuencias, si ha habido víctimas... En definitiva, toda aquella información que sea relevante y de interés general para entender la noticia.

El vídeo, no debe exceder los 60 segundos ni ser inferior a 50, debe estar grabado obligatoriamente en formato vertical y debe incluir subtítulos. Se descontarán las faltas de ortografía.

AUTOAVALUACIÓN

ACTIVIDAD 6 (PROYECTO FINAL)	SÍ	NO
He entregado el vídeo en el formato y duración indicados.		
He entregado el vídeo en la fecha correcta.		
He seguido la estructura de la noticia y esta se identifica en la grabación.		
La noticia responde a las 5W del periodismo.		
He utilizado la estructura de pirámide invertida para establecer el orden lógico del discurso.		
La noticia trata el suceso propuesto en el enunciado.		
El vídeo contempla todos los aspectos que se piden en el enunciado (información relevante y de interés para entender la noticia).		
El vídeo presenta subtítulos o, en su defecto, se adjunta la noticia escrita en el espacio del dossier destinado a la actividad 6.		
Cuido la presencia ante la cámara y no me limito a leer el papel.		
He mostrado interés en la realización de la actividad y este se manifiesta en la calidad del producto final.		

VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Haz clic [en el siguiente enlace](#) y responde las preguntas del cuestionario sobre las actividades que acabas de realizar.

2. Dossier adaptado

3º ESO – Lengua y Literatura Castellana DOSIER DE ACTIVIDADES – INFÓRMATE EN REDES SOCIALES

Actividad 1:

Responde si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones, teniendo en cuenta los contenidos tratados en el dossier:

Los géneros periodísticos se dividen en tres tipos: informativos, de opinión y mixtos.	V	F
La entrevista es la pieza periodística más importante.	V	F
En la crónica se muestra el estilo de redacción del autor.	V	F
Se distingue entre reportaje informativo e interpretativo.	V	F
El periodista no debe contrastar nunca la información.	V	F
El reportaje trata temas breves y de actualidad.	V	F
Hay dos tipos de entrevista.	V	F
La crónica combina hechos de actualidad con la opinión del/la periodista.	V	F
El reportaje responde a las preguntas qué, cuándo, dónde, quién y por qué.	V	F
La estructura de la noticia es la siguiente: titular, entradilla y cuerpo.	V	F

Actividad 2 - Comprensión:

Lee atentamente la siguiente información extraída de Instagram y responde a las siguientes preguntas:

“La tierra ha temblado de madrugada en Turquía y Siria con una violencia apenas vista en el último siglo. Según el Servicio Geológico de Estados Unidos, el terremoto ha alcanzado una magnitud 7,8 en la escala de Richter, causando más de 2.700 muertos y reduciendo miles de edificios a escombros. Un segundo terremoto, que golpeó este lunes el sureste turco, registró una magnitud de 7,5, también según el organismo estadounidense.”

- ¿Dónde han sucedido los hechos?
- ¿Cuántos terremotos ha habido?
- ¿Qué es la escala Richter?
- ¿De qué magnitud en la escala de Richter ha sido el primer terremoto? ¿Y el segundo?
- ¿Qué fuente oficial cita el texto?

Actividad 3 - Expresión escrita y reflexión:

a) Identifica las 5W de la siguiente noticia extraída de TikTok.

- ¿Qué ha ocurrido?
- ¿Quién (o quienes) son los protagonistas de la noticia?
- ¿Cuándo ha ocurrido el suceso?
- ¿Dónde han ocurrido los hechos?
- ¿Por qué se ha tomado la medida que dice la noticia?
- Si fueses un periodista y quisieses profundizar en este hecho, ¿de qué manera investigarías este suceso para ampliar la información? ¿Cómo irías más allá?

b) Actividad oral en grupo. Detecta los errores y las ambigüedades de los siguientes titulares reales:





c) Redacta un titular llamativo para el siguiente suceso: detención de menores en un botellón. Para ello, recuerda todo aquello que hemos aprendido sobre cómo se deben (y no se deben) redactar los titulares.

Ejemplo de titular: El sector del ocio nocturno pide un protocolo contra la violencia sexual

- Fíjate en los tipos de sintagma que hay en la oración y en el tiempo verbal de la misma.

d) Actividad por parejas. Vamos a crear nuestra propia sección de 'Noticias positivas' según los [ejemplos que hemos visto en Instagram](#). Redacta brevemente el suceso que te gustaría que apareciese en este apartado.

El titular y la entradilla son obligatorios, el cuerpo de la información es opcional.

Titular (información esencial):

Entradilla (explicación de las claves del suceso):

Cuerpo de la información (información complementaria):

Actividad 4 – Expresión escrita:

Crea tu propia noticia falsa al estilo *El Mundo Today*.

Esta debe contener un titular y un breve cuerpo de la información donde se cite a una fuente.

- Un hombre finge ser ciego durante años para no saludar a sus vecinos.

Ejemplo:

Titular: “Llama a su ex un día después de romper para hacerle una encuesta de satisfacción”

Cuerpo de la información: “¿Cómo valorarías del 1 al 10 el trato recibido?”, preguntó Ignacio con la esperanza de aprender para futuras relaciones. “¿Has sentido que tu expareja estaba realmente interesada en tus problemas o has percibido que simplemente trataba de quitárselos de encima lo antes posible?”, ha continuado. “¿Volverías a tener una relación con tu expareja?”, ha insistido visiblemente interesado. “¿Qué puntuación general le darías a la relación?”, ha finalizado después del cuarto de hora al teléfono.

Actividad 5 (Extra) – Reflexión:

Imagina que eres un periodista y tienes la oportunidad de entrevistar a una persona famosa o relevante en la actualidad.

- ¿A quién entrevistarías?
- ¿Por qué es importante esta persona?
- ¿Qué preguntas le harías?
- ¿En qué red social publicarías la entrevista? Puedes escoger entre hacer un directo en Instagram o colgar el vídeo de la entrevista como Reels o TikTok o publicarla como publicación en el muro de Instagram del medio en el que trabajas.

Actividad 6 – Proyecto Final:

Eres un estudiante y un medio de comunicación te pide colaboración y ayuda para difundir una noticia que ha pasado en tu localidad. Así que debes convertirte en periodista por un día, salir a la calle y crear el contenido para publicarlo en las redes sociales de la empresa.

Tienes que preparar la noticia en formato vídeo de un minuto para compartirla en TikTok e Instagram (*Reels*).

- Ha habido un incendio en tu calle y los bomberos han entrado a rescatar a tus vecinos.

En la noticia tienes que explicar qué, quién, dónde, cuándo, por qué y cómo ha ocurrido el suceso, cuáles han sido las consecuencias, si ha habido víctimas... En definitiva, toda aquella información que sea relevante y de interés general para entender la noticia.

El vídeo, no debe exceder los 60 segundos ni ser inferior a 50 y debe estar grabado obligatoriamente en formato vertical. Además, tienes que escribir la noticia en el espacio de la tarea 6 y se descontarán las faltas de ortografía.

AUTOAVALUACIÓN

ACTIVIDAD 6 (PROYECTO FINAL)	SÍ	NO
He entregado el vídeo en el formato y duración indicados.		
He entregado el vídeo en la fecha correcta.		
He seguido la estructura de la noticia y esta se identifica en la grabación.		
La noticia responde a las 5W del periodismo.		
He utilizado la estructura de pirámide invertida para establecer el orden lógico del discurso.		
La noticia trata el suceso propuesto en el enunciado.		
El vídeo contempla todos los aspectos que se piden en el enunciado (información relevante y de interés para entender la noticia).		
El vídeo presenta subtítulos o, en su defecto, se adjunta la noticia escrita en el espacio del dossier destinado a la actividad 6.		
Cuido la presencia ante la cámara y no me limito a leer el papel.		
He mostrado interés en la realización de la actividad y este se manifiesta en la calidad del producto final.		

VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Haz clic [en el siguiente enlace](#) y responde las preguntas del cuestionario sobre las actividades que acabas de realizar.

Anexo IV. Encuesta de satisfacción de *Google Forms* sobre la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*

1. Tabla de dimensiones

A continuación, se presenta la tabla de dimensiones de la encuesta realizada al alumnado tras realizar las actividades propuestas en la situación de aprendizaje *Infórmate en redes sociales*. El objetivo de esta era medir el grado de satisfacción de los estudiantes con el proyecto y extraer las conclusiones al respecto.

Dimensiones	Descripción	Preguntas
Datos de identificación	Distinguir al alumnado de cada línea	1. En primer lugar, selecciona a qué grupo perteneces.
Valoración de las actividades (actividades de introducción, desarrollo, estructuración y aplicación)	Valorar el nivel de satisfacción de los alumnos con las actividades y su percepción sobre la utilidad de estas en el proyecto	2. ¿Te han gustado las actividades que hemos realizado esta semana? 3. En una escala del 1 al 10, valora tu grado de satisfacción con las actividades. 4. ¿Consideras que ha habido suficientes actividades de introducción y desarrollo para practicar antes de realizar el proyecto final? 5. ¿Crees que la actividad final ha resumido bien todo lo que has aprendido esta semana y lo has podido poner en práctica?
Conocimientos	Medir el grado de aprendizaje de los alumnos en relación con los contenidos teóricos (características de los géneros periodísticos)	6. ¿Consideras que has aprendido a distinguir las características de los distintos géneros periodísticos y de las piezas principales (noticia, reportaje, crónica y entrevista)?

	y de la información en general) y sus habilidades para crear, consumir y contrastar información en la red	<p>7. ¿Crees que has aprendido a estructurar la información correctamente?</p> <p>8. ¿Consideras que has adquirido las habilidades necesarias para crear y compartir información?</p> <p>9. ¿Consideras que has aprendido a seleccionar y contrastar la información que encuentras en Internet?</p>
Escuela y digitalización	Valorar el grado de satisfacción del alumnado en relación con el uso de las redes sociales TikTok e Instagram en el aula	<p>10. ¿El hecho de utilizar las redes sociales como base del trabajo te ha motivado más para realizar las actividades?</p> <p>11. ¿Te gustaría hacer más actividades en clase donde se empleen o se trabaje con las redes sociales?</p>
Comunicación y redes sociales	Conocer las opiniones de los alumnos sobre el uso de las redes sociales como fuente de información	12. ¿Crees que las redes sociales son una plataforma óptima para consumir información de calidad? Contesta sí o no y por qué.
Propuestas de mejora	Conocer las percepciones del alumnado sobre los aspectos que no han funcionado en el proyecto y/o cuestiones a mejorar	13. Por último, escribe algún comentario de aquello que has echado en falta esta semana o que se pudiese mejorar.

2. Encuesta

En esta sección se presenta en formato captura de pantalla la encuesta llevada a cabo para la realización del presente TFM. Asimismo, seguidamente se encuentra el enlace para poder acceder a ella en formato web:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd8QIO_L2uJd6So3du-k2fJE9N-6FTZdUdepPtPLxtV-HUM7w/viewform

Encuesta de satisfacción - ¡INFÓRMATE!

A continuación, deberás responder una serie de preguntas sobre las actividades que acabas de realizar.

aamelagarcia@gmail.com (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)

***Obligatorio**

En primer lugar, selecciona a qué grupo perteneces. *

3º A

3º B

3º C

3º D

Otro: _____

¿Te han gustado las actividades que hemos realizado esta semana? *

Sí

No

En una escala del 1 al 10, valora tu grado de satisfacción con las actividades. *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No me han gustado nada. Me han gustado muchísimo.

¿Consideras que ha habido suficientes actividades de introducción y desarrollo para practicar antes de realizar el proyecto final? *

- Sí
- No

¿Crees que la actividad final ha resumido bien todo lo que has aprendido esta semana y lo has podido poner en práctica? *

- Sí
- No

¿Consideras que has aprendido a distinguir las características de los distintos géneros periodísticos y de las piezas principales (noticia, reportaje, crónica y entrevista)? *

- Sí
- No

¿Crees que has aprendido a estructurar la información correctamente? *

- Sí
- No

¿Consideras que has adquirido las habilidades necesarias para crear y compartir información? *

- Sí
- No
- Otro: _____

¿Consideras que has aprendido a seleccionar y contrastar la información que encuentras en Internet? *

Sí

No

Otro: _____

¿El hecho de utilizar las redes sociales como base del trabajo te ha motivado más para realizar las actividades? *

Sí

No

Otro: _____

¿Te gustaría hacer más actividades en clase donde se empleen o se trabaje con las redes sociales? *

Sí

No

Otro: _____

¿Crees que las redes sociales son una plataforma óptima para consumir información de calidad? Contesta sí o no y por qué. *

Tu respuesta _____

¿Crees que las redes sociales son una plataforma óptima para consumir información de calidad? Contesta sí o no y por qué. *

Tu respuesta _____

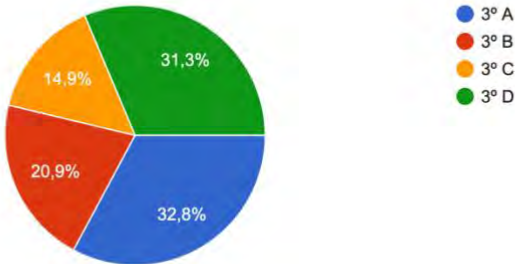
Por último, escribe algún comentario de aquello que has echado en falta esta semana o que se pudiese mejorar. *

Tu respuesta _____

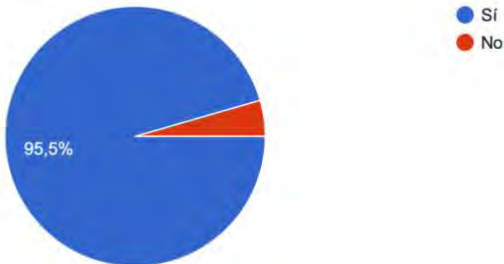
3. Resultados completos

Seguidamente se presentan en formato gráfico los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción llevada a cabo en la realización de este trabajo.

En primer lugar, selecciona a qué grupo perteneces.
67 respuestas

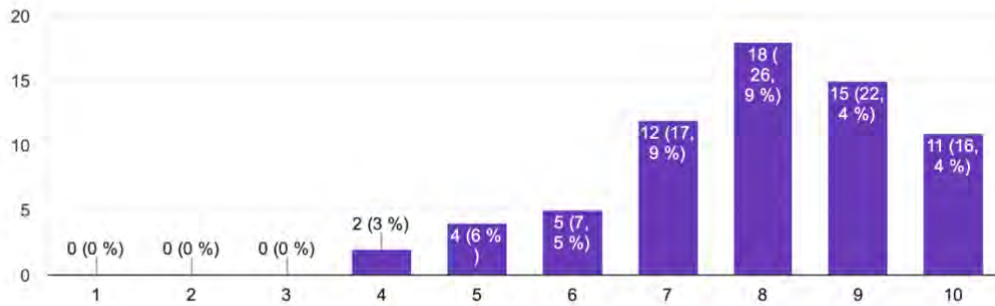


¿Te han gustado las actividades que hemos realizado esta semana?
67 respuestas



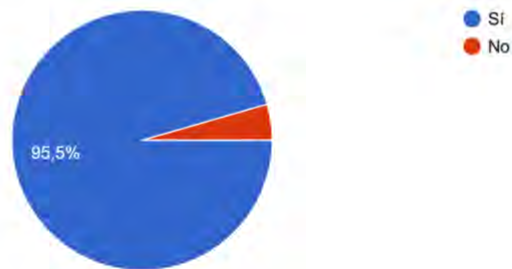
En una escala del 1 al 10, valora tu grado de satisfacción con las actividades.

67 respuestas



¿Consideras que ha habido suficientes actividades de introducción y desarrollo para practicar antes de realizar el proyecto final?

67 respuestas



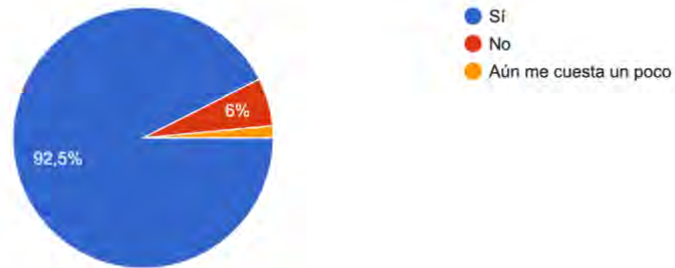
¿Crees que la actividad final ha resumido bien todo lo que has aprendido esta semana y lo has podido poner en práctica?

67 respuestas



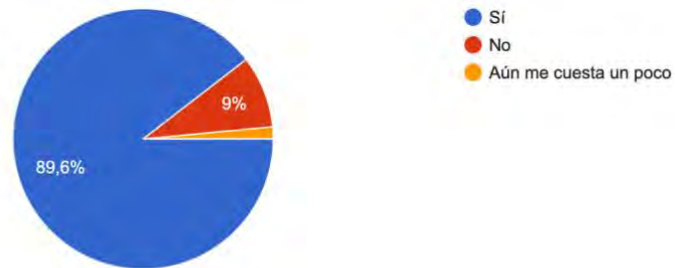
¿Consideras que has aprendido a distinguir las características de los distintos géneros periodísticos y de las piezas principales (noticia, reportaje, crónica y entrevista)?

67 respuestas



¿Crees que has aprendido a estructurar la información correctamente?

67 respuestas



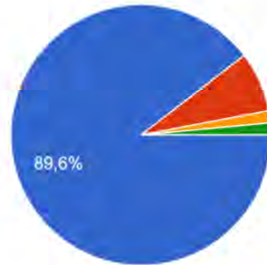
¿Consideras que has adquirido las habilidades necesarias para crear y compartir información?

67 respuestas



¿Consideras que has aprendido a seleccionar y contrastar la información que encuentras en Internet?

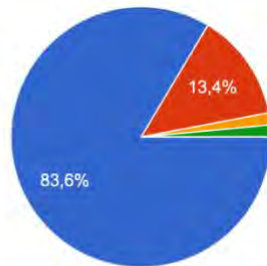
67 respuestas



- Sí
- No
- mas o menos
- Sí, pero no estoy segura al 100% que lo haré bien.

¿Te gustaría hacer más actividades en clase donde se empleen o se trabaje con las redes sociales?

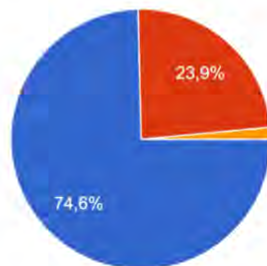
67 respuestas



- Sí
- No
- Depende del tema o de que, exactamente.
- Aveses

¿El hecho de utilizar las redes sociales como base del trabajo te ha motivado más para realizar las actividades?

67 respuestas



- Sí
- No
- Depende que cosa

12. ¿Crees que las redes sociales son una plataforma óptima para consumir información de calidad? Contesta sí o no y por qué.

si
Sí

Si, pero con cuidado.
Si, porque como mucha gente está enganchada a las redes se pueden enterar mejor.
si
si, porque se pueden publicar las noticias en fotos/historias etc.
Sí y no ya que pueden ser reales o falsas.
Sí, porque hay muchas cuentas que nos pueden explicar muchas cosas verdaderas.
no, porque no es una red social especializada en consumir información
Si la noticia es verdadera sí, ya que es más atractivo.
Sí, porque se enteran de lo que pasa gente más joven
Sí, pero diferenciando, mucho las noticias de humor con las serias.
Si, pero se tendrían que vigilar más las fake news.
no siempre
En gran parte sí porqué a la mínima que ocurre algo ya todo el mundo lo sabe. Pero cada vez siento que perdemos más la esencia de leer una noticia.
sí, porque la gente ve antes las redes sociales antes que las noticias, o al menos gente de nuestra edad.
Sí y no a la vez ya que depende mucho de la fuente que informa, si es alguien que te lo explica bien y contrasta la información o si es una persona que se limita a leer una noticia
Sí, además hasta podemos aprender.
Sí. Pero dentro de las redes sociales hay mucha información negativa y engañosa que tienes que ir con precaución.
Si
Si porque hay paginas oficiales como EL MUNDO
.
Si, pero si sabes distinguir bien las verdaderas noticias de la fake news.

Si, hay cuentas que suben contenido real, el problema es que muchas cuentas suben contenido falso para atraer gente.
No, ya que en las redes sociales hay información de todo tipo
Depende a través de que medio y persona lo consumes, si es de fuentes oficiales si, pero no pueden siempre dar toda la información por lo tanto creo que no y es más fácil ir a las webs oficiales.
dependo cual
Sí, porque es una fuente que consumimos diariamente.
Puede ser que sí, ya que, hoy en día, la mayoría de personas consumen mucho contenido en estas plataformas y pueden informar a muchas personas con solo publicar una foto o incluso una historia.
Si, ya que puedes enterarte de las cosas instantáneamente.
Dependiendo de la red social y la fuente o cuenta
Se, hay muchas cosas guay y otras no tanto.
Sí, porque puede ayudar a encontrar información.
Pues ni si no, no. En las redes sociales hay muchísima información falsa, hay más falsa que verdadera.
No, porque hay muchas fake news
Si
Sí, porque la mayoría de gente se enteraría
Si, porque hay muchos diarios con mucha experiencia en internet.
No.
si porque hay fuentes que son fiables i pues puedes informarte bien
si porque hay fuentes que son fiables i te puedes informar bien.
Si por que en el día de hoy esto en los móviles
Sí, porque es una fuente que los jóvenes de hoy en día utilizamos mucho en nuestro tiempo libre y si además de mirar cosas divertidas i de otros influencias encontramos información importante mejor.
No, ya que internet es mucho más accesibles.

No porque en la plataforma puede haber hackers
No. Óptimo no. Porque aquí abunda mucho la "fake new", el copyright, etc. Casi nada se puede tomar en serio, y si hablamos de óptimo las paginas de noticias de internet son mejores y, probablemente más fiables.
Depende de la información y quien té la de
Si, siempre y cuando la información sea verídica
No, porque es el medio en que más noticias falsas hay y donde hay más gente fácil de caer a estas.
Si pero no siempre son verdad.
Sí buscas en fuentes de información que te den noticias que no sean falsas sí.
Si, pero en el caso de consumir la información por las redes sociales te puedes encontrar unas muy falsas, pero otras que están bastante bien
Si, ya que hoy en día todos utilizamos las redes sociales y las plataformas harían que todo el mundo se entere de esa información
Sí, pero también nos podemos encontrar con información falsa.
No lo sé por ejemplo YouTube sí, pero TikTok para nada es una red social con muy poca información
sí i no depende que plataforma por ejemplo en TikTok hay mucha desinformación
Si, pero hay veces que la información no es del todo cierta.
sí poque te da información buena, pero por la otra no porque te hace mirar otros videos que son una chorada
No porque también te puedes encontrar con noticias falsas
Sí, porque lo puedes compartir con gente.
No, porque no siempre es información de calidad, hay veces que es información falsa. Y no solo es para consumir información, sino que también sirve para entretenerse.
Si, porque son un método que hoy en día utiliza mucha gente
Si porque aprendimos mucho de ellas
Sí
si

Sí
Si, pero con cuidado.

13. Por último, escribe algún comentario de aquello que has echado en falta esta semana o que se pudiese mejorar.

nada
.
-
Nada
...
La profesora habla muy rápido, pero aparte todo genial.
Más tiempo.
nada, me ha gustado todo, y más la forma en la que lo explica.
Más videos.
No se
Me han gustado mucho las clases.
Nada, me ha gustado mucho.
Que no hagamos hecho actividades extra hasta ahora, porque las he encontrado muy interesantes, didácticas, motivadoras y divertidas.
Nada, es perfecto.
nada, me ha parecido perfecto
Más tiempo y práctica para trabajar este nuevo ámbito que para mi es muy interesante.
He echado en falta que durase tan poco
Si hubiéramos tenido un poco más de tiempo hubiera estado mucho mejor, pero aun así me ha gustado muchísimo.
Explicar más diferentes aplicaciones, sitios web y maneras de hacer el proyecto final para así tener un contenido más creativo.

La verdad, me gustaron las clases y me gustó también el dossier ya que tenía pocas actividades y era muy sencillo
NADA
si
A mí me ha gustado mucho, lo único que cambiaría es que hubiese durado un poco más el trabajo, como 2 clases más.
Me ha gustado todo.
Cambiar la actividad final
Todo ha sido muy entretenido, de forma más lúdica y poniendo ejemplos de nuestra vida diaria por lo tanto era más fácil entenderlo.
Habla mucho
Me ha gustado mucho.
Me ha gustado mucho, ya que, esta semana hemos hecho actividades muy prácticas y dinámicas con la participación de toda la clase, además han sido muy divertidas
Para mí estas actividades ha durado muy poco.
Me ha encantado la entrevista, y creo que ha estado de 10
Nada.
No mandar deberes.
En aprenderme los géneros periodísticos
Creo que todo ha estado bien.
NO LO SE
No me ha gustado la actividad del vídeo, por el resto ha estado bien
No lo sé.
No sé
No
Hubiese sido divertido interpretar la noticia en clase o poner alguno de los videos entregados en la pantalla.

Subir el documento en Google docs y no en Word porque lo hice tres veces y se me borro.
Ha estado muy bien todo
Que el ejercicio opcional fuese el último.
Creo que hemos tenido muy poco tiempo
Nada a mejorar, me ha encantado que no haya trabajos en grupo y que cada uno trabaje individualmente.
A mí me gustaría hacer más dossieres de estos pero algún día también hacer actividades orales en clase ya sea de verbos de lo que sea
Alguna actividad más.
Un poco más de actividades más prácticas como la que íbamos diciendo titulares falsos porque esas captan mucho la atención, pero por lo otro a estado todo perfecto y muy agradable
Nada, me ha gustado todo.
que sea más largo
Para mi ha estado todo perfecto. La manera y las ganas con las que ha explicado todo, son ideales para que la clase se interesa por la actividad.
Hubiese molado un proyecto más grande en grupo donde pudiésemos haber hecho un video más currado
hubiese molado que hubiese sido en grupos y con más tiempo hubiese hecho un video guapo
más tiempo
La teoría de la Cristina
No me quiero grabar porque me siento muy incómodo.
he faltado dos días y me he retrasado un poco.
Un poco más de tiempo.
nada
.
-

Nada
...
La profesora habla muy rápido, pero aparte todo genial.
Más tiempo.
nada, me ha gustado todo, y más la forma en la que lo explica.