

MÓDULO 1

Mentes libres

Una guía para combatir la desinformación,
romper estereotipos y frenar los discursos de odio.

Autora: Flora Galera Moreno,
en colaboración con La Unió de
Periodistes Valencians.



Índice

01. Introducción	3
02. Sesión 1: Piensa libre, respeta siempre	6
Marco teórico para el profesorado	7
Pero ¿qué son los derechos humanos y qué quiere decir que son fundamentales?	
¿Y qué supone esto en nuestro día a día?	
Algunos límites de estos derechos	
Cuando contar lo que pasa te puede costar la vida	
El caso de El Salvador	
Actividades para el aula	14
03. Sesión 2: Despierta tu mente, frena la mentira	18
Contenidos teóricos de la sesión	19
La mentira no es un invento de Internet	
La intención de engañar marca la diferencia	
¿Qué se oculta tras los bulos y las noticias falsas?	
Mentes saturadas, personas vulnerables	
Cuando la realidad y la verdad pierden su valor	
¿Cómo detectar y frenar las noticias falsas?	
Actividades para el aula	27
04. Sesión 3: Juventud crítica, miradas abiertas	32
Contenidos teóricos de la sesión	33
Todas las personas nacemos iguales	
Estereotipos, sesgos y prejuicios, caminos hacia la discriminación	
¿Con qué ojos vemos el mundo?	
Los discursos de odio cruzan la red	
Igualdad de género y medios de comunicación	
Actividades para el aula	41
05. Referencias bibliográficas	46

Introducción

Ser una persona alfabetizada en el siglo XXI va mucho más allá de saber leer y escribir. Conlleva tener la capacidad de interpretar correctamente un mensaje, independientemente del canal por el que nos llegue. Esto supone un nuevo reto: saber filtrar en el ruido comunicativo y navegar con sentido crítico en la maraña digital.

Vivimos en un momento histórico complejo para los sistemas democráticos y los derechos humanos. A las pandemias, los conflictos bélicos, el cambio climático, el ascenso de movimientos ultra, etc. se suma el uso de la tecnología y los nuevos canales de comunicación al servicio de la desinformación. Derechos universales que creíamos sólidos y garantizados como la libertad de expresión y el acceso a la información veraz están amenazados en la era digital. La desinformación y la posverdad utilizan la libertad de expresión para erosionar el valor de la verdad, convirtiendo estos derechos en armas contra la propia democracia. Es, como diría Galeano: “la escuela del mundo al revés”.

El módulo *Mentes libres* parte de este contexto y de dos convicciones. Por un lado, en el potencial de la juventud como agente transformador de cambio y defensor de los derechos humanos. Y por otro, que la alfabetización mediática puede ser una herramienta de resistencia democrática que contribuya a la creación de sociedades más inclusivas y justas. Esta guía ha sido elaborada gracias a la beca otorgada por la Unió de Periodistes Valencians, entidad que lleva años impulsando la alfabetización mediática en los centros educativos, en colaboración con Fad Juventud.



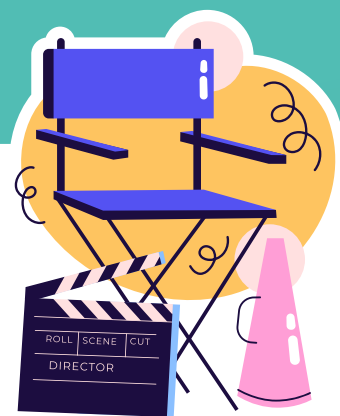
Alfabetización mediática



La alfabetización mediática nació en Francia en la década de 1920 de la mano del pedagogo Célestin Freinet, quien introdujo la imprenta y el periódico como instrumentos educativos para desarrollar el pensamiento crítico del alumnado. Desde entonces, esta corriente ha ido incorporando los medios de comunicación que iban surgiendo: el cine, la radio, la televisión e internet. Desde finales de los años 70, la UNESCO viene reclamando su importancia y actualmente la considera: **“El punto central del desarrollo educativo cultural en el siglo XXI”**. Organismos supranacionales como el Parlamento Europeo o la ONU impulsan la **alfabetización mediática como competencia fundamental para la ciudadanía democrática**.

En España, esta necesidad se ha materializado legislativamente. La **LOMLOE establece la competencia digital como una de las ocho competencias clave del currículo**. Por su parte, la Ley General de Comunicación Audiovisual (**LGCA**) **reconoce explícitamente el derecho a la alfabetización mediática** para que los ciudadanos puedan: **“Acceder y analizar críticamente la información, discernir entre hechos y opiniones, reconocer las noticias falsas y los procesos de desinformación”**.

Objetivos y metodología



El módulo tiene como objetivo ayudar a los y las docentes a fomentar la alfabetización mediática y el pensamiento crítico en el alumnado. Para ello, se han diseñado tres sesiones que combinan la práctica y el debate con los conceptos teóricos clave. A través de las dinámicas de aula se promueve la reflexión sobre la desinformación, los discursos de odio y la discriminación, así como el reconocimiento del papel de los medios de comunicación y las redes sociales. El trabajo colaborativo y el análisis de casos reales permite al alumnado tomar conciencia de las consecuencias sociales y de su impacto en los colectivos más vulnerables. Las actividades propuestas son sencillas en cuanto a materiales y organización, y están basadas en situaciones cotidianas. Sus contenidos pueden adaptarse al contexto y a las necesidades de cada grupo, así como actualizarse con datos recientes. La situación de El Salvador ocupa un lugar destacado en el módulo y permite la comparación con la realidad española y otros contextos internacionales.

En definitiva, el módulo aspira a contribuir en la formación de una juventud que piense libre, tenga criterio propio, la mirada abierta y que actúe en pro de una convivencia más igualitaria y justa.

SESIÓN 1

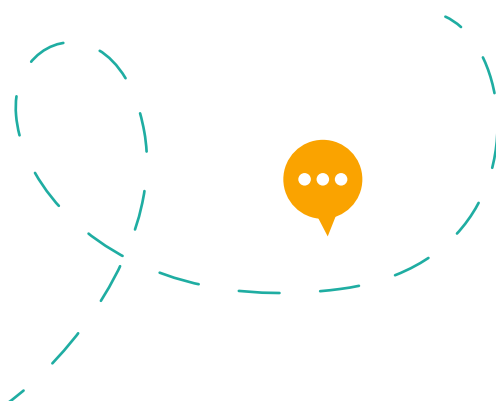
Piensa libre, respeta siempre



"No hay barrera, cerradura ni cerrojo que puedas imponer a la libertad de mi mente"

Virginia Woolf, *Una habitación propia* (1929)

La primera sesión está destinada a sensibilizar al alumnado sobre la libertad de expresión y el derecho a la información veraz como derechos humanos fundamentales de cualquier persona en cualquier lugar del planeta. Desde un enfoque pedagógico de aprendizaje colaborativo, el objetivo es **reflexionar en el aula sobre la importancia de estos derechos para la libertad personal y la democracia**. La situación de El Salvador servirá como ejemplo de la represión individual e informativa actual.



Marco teórico para el profesorado



Mandar un WhatsApp, subir una foto a Instagram, un vídeo a TikTok, buscar en Google o en ChatGPT información para el trabajo de historia, protestar por una situación injusta vivida en clase, escuchar la música que te gusta, ir al cine, comprar un libro, jugar a un videojuego, criticar a los políticos de tu ciudad, ir a una manifestación, denunciar un abuso, leer noticias contrarias al gobierno...Todas estas acciones cotidianas podrían estar “prohibidas” si fuéramos uno de los **960 millones de jóvenes en el mundo que tienen restringida su libertad de expresión y su derecho a la información**.

Según el informe *Freedom in the World 2025: The Uphill Battle to Safeguard Rights*, publicado en febrero de 2025 por Freedom House: “Solo el 20% de la población mundial puede ejercer plenamente su derecho a la libertad de expresión”. Esto supone que en la tierra, con una población cercana a los 8.200 millones, **más de 6.000 millones de personas no pueden ejercer plenamente su derecho a pensar y expresarse libremente y tampoco tienen garantizado que puedan emitir o recibir información veraz**. Según el informe de la ONG estadounidense, el 42% de la población mundial reside en países «parcialmente libres» y el 38% en países “no libres».

Pero ¿qué son los derechos humanos y qué quiere decir que son fundamentales?

Los derechos humanos son derechos y libertades que tenemos todas las personas por el mero hecho de existir. Gracias a estos derechos se crean las condiciones necesarias para que **vivamos dignamente en un entorno de libertad, justicia y paz**.

Los derechos humanos fundamentales no han existido siempre, son conquistas sociales que se han ido ganando con el paso de los siglos. **La Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas**, proclamada en París en 1948 recoge, por primera vez, los derechos humanos fundamentales que deben protegerse mundialmente. El derecho a la vida, a la libertad de expresión, a la libertad de opinión y de conciencia, a la educación, a la vivienda, a la participación política o de acceso a la información son algunos de estos derechos que se consideran fundamentales para todos desde el momento en el que nacemos.


Los organismos internacionales y la Constitución Española otorgan a la libertad de expresión y al derecho a la información un lugar destacado entre los derechos humanos. Veamos qué dicen y por qué se consideran la base de la democracia.

En su **artículo 19 la Declaración Universal de los Derechos Humanos** reconoce:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.”



Por su parte, la **Constitución Española** de 1978, en su **artículo 20** reconoce y protege los derechos:

- 
- a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.**
 - b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.**
 - c) A la libertad de cátedra.**
 - d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.”**

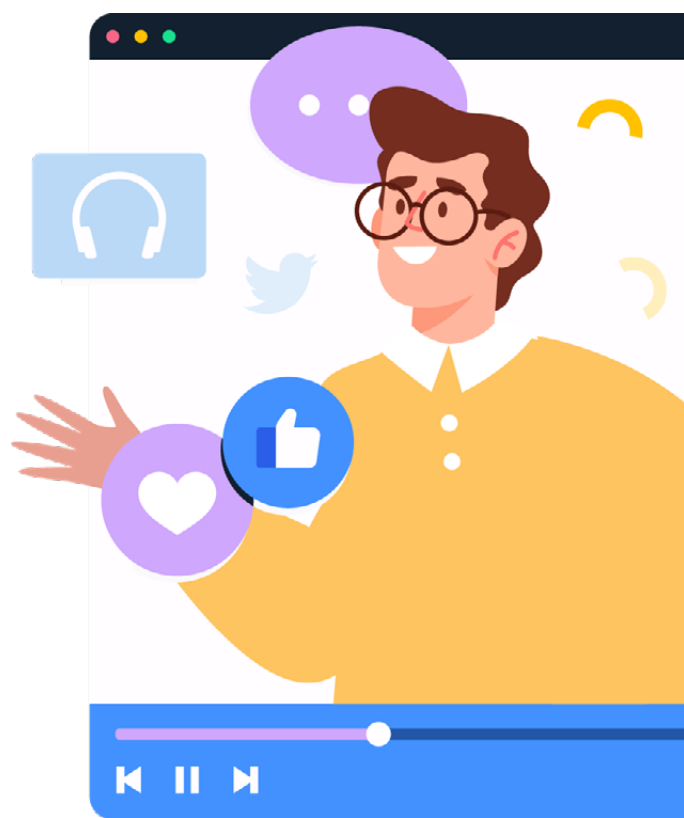


¿Y qué supone esto en nuestro día a día?

De la existencia o no de estos derechos dependerá que tengamos o no libertad para ser y expresarnos realmente como nosotros queremos, sin imposiciones ni prohibiciones. Estos derechos nos permiten que podamos desarrollarnos libremente en dos sentidos:



01. Ser libres como individuos. Que nada ni nadie pueda decirnos qué pensar u opinar. Tampoco podemos ser molestados o castigados por pensar, opinar y expresarnos de forma diferente o contraria a los demás, incluyendo no estar de acuerdo con el gobierno.

02. Ser libres como sociedad. Que podamos emitir y recibir informaciones veraces. Esto garantiza que pueda haber medios de comunicación (radio, televisión, prensa en papel, digital, etc.) de diversas ideologías, que difundan informaciones veraces, desde distintas perspectivas, aunque a algunas personas, empresas o gobiernos no les guste lo que difundan. Además, implica que los gobiernos no pueden revisar antes lo que se va a publicar y que no puede censurar o retirar una información antes de que se difunda.



Y al igual que pasa con la educación, **cuanto más formada e informada esté una sociedad, más preparada estará para elegir de forma crítica y libre a las personas que los gobiernan y mayor capacidad de control tendrán sobre los gobernantes.** Por esta razón, es fácil de entender que a lo largo de la historia ha habido, y sigue habiendo, una relación directa entre el tipo de gobierno y estos derechos. A mayor control de los gobiernos sobre los derechos individuales y colectivos menor libertad de expresión y de información. Y, por el contrario, **cuanto más democrática es una sociedad mayor derecho a la libertad de expresión y al derecho a la información**

Por esta razón, la libertad de expresión y la libertad de información se consideran los **pilares fundamentales sobre los que se construye y mantiene una sociedad democrática basada en los derechos y libertades individuales y colectivos.**




La libertad de expresión y el derecho a la información son, como señala la ONU, una forma de empoderarnos como personas y como sociedad.

Algunos límites de estos derechos

Para entender bien qué supone la libertad de expresión, lo primero que debemos tener claro es que nuestras palabras tienen consecuencias. Cuando hablamos, no solo expresamos lo que sentimos o pensamos, sino que también podemos afectar a otras personas. Imaginemos, por ejemplo, que en clase decimos algo que no nos gusta de un compañero, pero lo hacemos con respeto y sin intención de herir. Puede que esa persona no esté de acuerdo, pero la conversación puede seguir. Sin embargo, si usamos palabras ofensivas o falsas para hacerle daño, estaremos cruzando un límite y eso puede tener consecuencias importantes. Nuestras palabras podrían estropear la relación con esa persona, incluso hacer que se terminara esa relación, podrían expulsarnos de clase o abrirnos un parte en el instituto. Por eso, **la libertad de expresión siempre debe ir acompañada de respeto y responsabilidad.**


Además de esta responsabilidad personal, existen **límites legales que protegen a las personas** de insultos graves, calumnias o discursos que incitan al odio. Por eso, usar la libertad de expresión implica respetar a los demás y ser conscientes de que nuestras palabras pueden construir o destruir relaciones y afectar directamente a los derechos de otras personas. Por esa razón, la **Constitución Española señala como límites de la libertad de expresión y el derecho a la información:**



“El derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.”

Además, la Constitución Española y otros tratados internacionales otorgan una protección especial a la infancia y la juventud ante estos derechos por dos motivos. Para garantizar que también tienen derecho a expresarse libremente y a recibir y emitir información y por el impacto que puede tener en los menores algunas informaciones y situaciones debido a que están en pleno proceso de desarrollo del espíritu crítico.

Sin embargo, en las últimas décadas, el desarrollo vertiginoso de la tecnología, la hiperconectividad permanente, el impacto de Inteligencia Artificial (IA), las redes sociales, la desinformación o los bulos están cuestionando estos derechos y sus límites. La pregunta a la que se enfrentan los gobiernos actuales es: **¿cómo regulamos el entorno digital sin reducir el derecho a la libertad de expresión y a la información?** Sin duda, el desafío está en encontrar el equilibrio entre proteger a las personas de los abusos y garantizar que la red siga siendo un espacio de libertad.



Fomentar el pensamiento crítico de la juventud y su protagonismo es esencial para construir una sociedad más democrática, inclusiva y respetuosa con la diversidad.

Ante este desafío la juventud tiene un papel crucial como agente activo de transformación social. Su participación en debates, proyectos escolares, redes y movimientos sociales demuestra que pueden influir en la opinión pública, denunciar injusticias y defender los derechos humanos.

Cuando contar lo que pasa te puede costar la vida

La ONG Reporteros sin Fronteras (RSF) analiza desde el año 2002 la situación de la libertad de prensa en 180 países de los 195 que existen. En 2024, por primera vez en la historia del ranking: **“La situación de la libertad de prensa se vuelve “difícil” a escala mundial”**. Y añade: “Por primera vez en su historia, las condiciones para el ejercicio del periodismo son difíciles”, o “muy graves”, en la mitad de los países del mundo y “satisfactorias” en menos de uno de cada cuatro.” La ONG señala que en 42 países, que representan más de la mitad de la población mundial, la situación de la prensa se considera “muy grave.” En ellos: “la libertad de prensa es inexistente y el ejercicio del periodismo es especialmente peligroso.” El informe de RSF señala que la situación mundial de los periodistas ha ido empeorando y haciéndose cada vez más peligrosa. Los conflictos armados, los gobiernos autoritarios, las crisis económicas y la precariedad laboral son algunas de las causas analizadas por la ONG.

Entre los peligros que acechan a los periodistas están las amenazas, la persecución, las torturas, el exilio forzoso e incluso el asesinato. En 2023, según la Federación

Internacional de Periodistas (IFJ) **129 periodistas y trabajadores de medios fueron asesinados en todo el mundo**, de los cuales al menos 94 murieron directamente por ejercer su profesión. Más del 70% de estas muertes ocurrieron en el contexto del conflicto en Gaza y Oriente Medio. Además, **427 periodistas permanecieron en-carcelados** en distintos países, como China, Myanmar y Turquía. En 2024, la tendencia se mantuvo alarmante: hasta diciembre, la IFJ contabilizó **122 periodistas asesinados y 516 fueron encarcelados en todo el mundo**.

Según el ranking de RSF 2025, **los tres países con las mayores restricciones y peligros para la libertad de prensa son: Eritrea, que ocupa el último puesto, Siria, en el puesto 179 y Afganistán, en el puesto 178**. Estos países presentan contextos de represión extrema, guerra o control total de los medios por parte del Estado. En contraste, **Noruega, Estonia y Países Bajos, ocupan los tres primeros puestos** y destacan por su fuerte protección legal a la prensa, pluralidad de medios, independencia editorial y altos estándares de seguridad para periodistas.

En este último ranking de RSF **España ocupa el puesto 23 en la clasificación mundial**, situándose entre el 15% de los países del mundo con mejores condiciones para el ejercicio del periodismo. Nuestro país obtiene en 2024 el mejor puesto desde que se realiza el estudio y avanza 7 puestos respecto al año anterior.



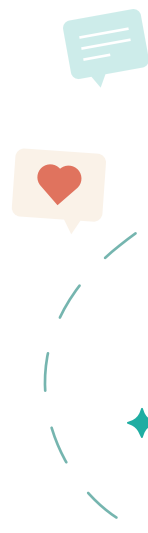
El caso de El Salvador

El Salvador es un buen ejemplo de la pérdida progresiva de estos derechos y sus consecuencias para la democracia. Desde 2019 El Salvador es uno de los países del mundo donde la libertad de expresión y el derecho a la información están más amenazados. Este deterioro se ha intensificado bajo el gobierno de **Nayib Bukele**, presidente desde junio de 2019, líder del partido Nuevas Ideas. Desde su llegada al poder, periodistas y medios independientes han sufrido un aumento notable de agresiones, amenazas, vigilancia, intimidación y restricciones legales. Desde marzo de 2022 el gobierno mantiene un estado de emergencia que ha conllevado, según Amnistía Internacional, a la detención arbitraria de más de 83.000 personas, con denuncias de detenciones masivas, torturas y desapariciones forzadas. En mayo de 2025 el gobierno de Bukele ha impulsado leyes como la Ley de Agentes Extranjeros que permite sancionar y controlar a quienes reciben apoyo internacional. Según la Asociación de Periodistas de El Salvador (APES), **en 2024 se registraron casi 800 agresiones contra periodistas, y en los últimos tres años al menos 40 profesionales se vieron obligados a exiliarse por amenazas o vigilancia**. Según esta asociación, el 70% de estas agresiones provienen de funcionarios públicos o el Estado.

Esta situación también se refleja en la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2025 de Reporteros Sin Fronteras (RSF), donde **El Salvador ocupa el puesto 135 de los 180 analizados**, lo que lo sitúa entre los países con "situación difícil" para el periodismo. En menos de 10 años ha pasado del puesto 66 (2018) al 135 (2025).

"La prensa no solo es el arma más poderosa contra la tiranía y el despotismo, sino el instrumento más eficaz y activo del progreso y de la civilización."

Francisco Zarco, periodista y diputado mexicano (1889)



SESIÓN 1

Actividades para el aula



¿Y si ya no puedo decir lo que pienso?



Objetivo:

La dinámica está pensada para arrancar la clase, sondeando su conocimiento y opiniones. A partir de aquí desarrollamos el marco teórico. El objetivo es provocar la reflexión sobre la importancia de estos derechos. Nos cuesta imaginar que estos derechos puedan desaparecer y no solemos ser conscientes de sus consecuencias.



Materiales:

Folios en blanco; rotuladores o bolígrafos, pizarra o papel continuo.



Organización del espacio:

Grupos de 4-5 estudiantes.



Desarrollo paso a paso:

Explicamos el escenario: "Imaginad que mañana desaparecieran la libertad de expresión y el derecho a la información en España". Cada grupo identifica y ordena tres cosas que ya no podrían hacer (la más grave en primer lugar). Una persona actúa de secretario y recoge las ideas del grupo y un portavoz las presenta. Posteriormente se hace la puesta en común. Anotamos en la pizarra las respuestas y marcamos las coincidencias. Señalamos las cinco más repetidas y enlazamos con la teoría.



El mapa de la libertad de expresión en el mundo



Objetivo:

La dinámica busca reflexionar sobre las amenazas del derecho a la información y los riesgos que corre el periodismo. Además, pretende confrontar la percepción del alumnado con los datos reales de RSF. La dinámica nos permite introducir el caso concreto de El Salvador y compararlo con la situación de España y otros países.



Materiales:

Mapamundis políticos (uno por grupo, tamaño A3 mínimo); rotuladores verde y rojo; celo; ranking actualizado de RSF 2025; proyector.



Organización del espacio:

Grupos de 4-5 estudiantes.



Desarrollo paso a paso:

Dividimos la clase en grupos y se entrega un mapamundi y rotuladores a cada grupo. Si el grupo es numeroso se pueden establecer portavoz, secretario, etc.



Presentación: explicamos a cada grupo la tarea consistente en realizar un ranking sobre la libertad de prensa: cada grupo debe localizar y marcar: en verde los 3 países con más libertad de prensa/expresión (aquellos países con las mejores condiciones para que los periodistas realicen su trabajo). Con rojo: los 3 países del mundo con menos libertad de expresión y más peligrosos para los periodistas. Y por último, deben acordar en ese ranking, sobre 180 países, qué puesto consideran que ocuparía España y El Salvador.

Puesta en común: cada grupo presenta sus elecciones, explicando los criterios de selección, y anota en la pizarra las predicciones sobre España y El Salvador. Para que sea más visual cada grupo puede pegar en la pizarra (o sobre papel continuo) su mapa.

Datos reales: proyectamos el mapa oficial de RSF 2025 y comparamos los mapas de clase. Analizamos las posiciones reales de España (23) y El Salvador (135). Para cerrar la actividad se puede reflexionar sobre los motivos de estos puestos y qué se podría hacer para cambiarlo.

[Aquí puedes consultar el informe completo y el mapa de RSF](#)

Lectura artículo de El País, casos reales

De incógnito, perseguidos o en el exilio: los periodistas resisten en Centroamérica | Internacional | EL PAÍS.

25'

Objetivo:

Analizar situaciones reales de vulneración de la libertad de expresión y las consecuencias. Profundizar sobre la situación de estos derechos en El Salvador.



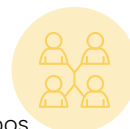
Materiales:

Artículo impreso de El País sobre Centroamérica (si es posible una copia por cada 2 alumnos); folios para tomar notas.



Organización del espacio:

Dividimos la clase en tres grupos de trabajo (El Salvador, Nicaragua, Guatemala).




Desarrollo paso a paso:


Dividimos la clase en 3 grupos y les asignamos un país a cada grupo; entregamos el material y explicamos que cada grupo debe leer la parte correspondiente a su país y tras la lectura debe explicar al resto de compañeros estas preguntas: ¿Qué derechos se vulneran en vuestro país?; ¿Qué consecuencias tiene esto para la sociedad?; ¿Qué papel juegan los periodistas y la ciudadanía?. Posteriormente, cada grupo elige un portavoz para exponer ante la clase las respuestas de su grupo.



Síntesis final: buscaremos los patrones comunes y conectaremos con la situación global y el marco teórico. Además, haremos una comparativa con España y otros países.

Reflexión final: Para cerrar la sesión vamos a dejar en el aire preguntas y reflexiones para que podamos ver que hay cuestiones complejas que abren debates que no tienen una única respuesta.

Debate express:  10' Internet, las redes sociales, la IA y los smartphones abren un nuevo escenario para estos derechos. El mundo entero está inmerso en el debate sobre cómo regular estos nuevos canales. El anonimato, los intereses ocultos, etc. han creado un nuevo escenario en el que, en ocasiones, se vulneran derechos, como la intimidad o el honor, o se cometen delitos. Como usuario de las redes sociales, preguntamos a la juventud: ¿Hay que poner límites a la libertad de expresión en las redes sociales?

Mural colectivo:  5' Para finalizar, recogeremos en un mural colectivo una frase, una palabra o un hashtag con el valor de la libertad de expresión y el periodismo. Por ejemplo el hashtag que usa la Unió de Periodistes Valencians: **#SinPeriodismoNoHayDemocracia**.

SESIÓN 2

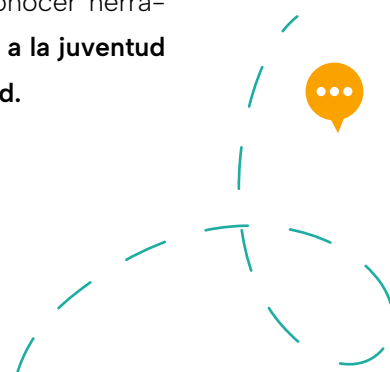
Despierta tu mente, frena la mentira



"La libertad consiste, en primer lugar, en no mentir. Allí donde prolifera la mentira, la tiranía se anuncia o se perpetúa."

Albert Camus, *Le Progrès de Lyon* (1951)

Distinguir las noticias de las fakes news, conocer qué intereses y quién se oculta detrás de los bulos o saber cómo parar su difusión son actualmente cuestiones cruciales para garantizar una sociedad crítica y un estado de convivencia democrático y saludable. En este contexto, la segunda sesión está destinada a promover el espíritu crítico del alumnado en el entorno digital. Los contenidos teóricos y prácticos buscan, sin demonizar Internet ni las redes, concienciar sobre la proliferación de la mentira en la red y sus consecuencias para nuestra libertad personal y colectiva. Las dinámicas de aula permitirían evidenciar los riesgos de la desinformación y conocer herramientas de verificación. En definitiva, el objetivo de la sesión es **dotar a la juventud de estrategias que le permitan moverse en la red con mayor seguridad.**



Marco teórico para el profesorado



¿Si te digo que beber lejía cura el Covid o que el agua deshidrata qué pensarías? ¿Y si esto mismo te llega a tu WhatsApp, lo ves en Tik Tok o lo dice un influencer? Seguro que todos hemos recibido mensajes como estos y otros alertando de los miles de muertos en el parking del Centro Comercial Bonaire tras la DANA de Valencia. También habremos visto imágenes creadas con IA, como las del Papa Francisco con un abrigo blanco de plumas que nunca llevó y otras sacadas de contexto que dicen ser del último terremoto o incendio. Y más de uno hemos escuchado declaraciones del político de turno que en realidad nunca ha dicho. La mayoría de estos contenidos nos han sorprendido, muchos nos los hemos creído, e incluso los hemos compartido. Y así, **sin saber cómo ni por qué, a todos y todas nos han engañado y hemos compartido mentiras.**

Pero, si partimos de la base de que a nadie le gusta ser engañado ni manipulado, **¿cómo se explica que la red esté llena de mentiras y que nos las creamos tan fácilmente?** Pueden ser tan banales como un meme o tan peligrosas como ataques a la reputación, trampas económicas, influencias electorales o mensajes de odio. Pero **¿quién y cómo nos engaña si somos la generación más formada de la historia?** Vamos a ello y te adelanto que la buena noticia es que hay solución, y parte está en nuestras manos.

La mentira no es un invento de Internet

Falsear la realidad, ocultar datos, difundir un rumor o mentir abiertamente para influir y manipular no son inventos de Internet ni de las redes sociales. La mentira existe desde que el ser humano desarrolló el lenguaje y la capacidad de comunicación, y de eso hace entre 50.000 y 100.000 años. A lo largo de la historia se han usado bulos con fines sociales o políticos. En la antigua Grecia, Platón ya alertaba de los peligros de las invenciones escritas, y en 1184 la “Carta de Toledo” alertó falsamente del fin del mundo, provocando pánico. Aunque no es un invento de Internet, la tecnología ha cambiado las formas de comunicarnos y ha transformado un viejo truco en un desafío global.



Nunca mentir fue tan sencillo, barato y masivo como ahora. Y nunca los “villanos” habían tenido a su alcance una maquinaria tan perfecta para crear distracción y manipular.

De hecho, la cantidad de contenidos falsos con la que nos encontramos a diario es tan grande y variada (bulos, deepfakes, fake news...) que la desinformación se ha convertido en uno de los principales problemas de nuestros días, invisibilizando así muchos otros discursos. Según el Informe de Riesgos Globales 2024 elaborado por el Foro Económico Mundial, **uno de los mayores riesgos a corto plazo al que se enfrenta el mundo es: “La difusión de información errónea y la desinformación”**. Según el Digital News Report realizado por la Universidad de Navarra en 2025: el **66% de jóvenes españoles**, de entre 18 y 24 años: **“Dice estar preocupado/a por no saber qué es cierto y qué es falso en Internet.”**

La intención de engañar marca la diferencia

No es lo mismo creer algo que no es cierto o equivocarnos que inventarlo con intención de perjudicar o manipular a una persona, a un colectivo o a toda una sociedad. Y esa intencionalidad marca la gran variedad de contenidos falsos que inundan la red. En la tabla 1, podemos ver las mentiras más habituales en la red y sus consecuencias.

Tabla 1. Los riesgos de las mentiras en internet.

Fenómeno	Definición	Intención	Riesgos individuales	Riesgos sociales/ democracia
Infoxicación	Sobrecarga de contenidos que supera nuestra capacidad de filtrado y reflexión	No siempre	Te sientes saturado y con menos capacidad para filtrar y detectar los contenidos falsos	Dificulta la comprensión colectiva y la alfabetización mediática. Impide hacer un uso libre y crítico de la red.
Misinformation	Información falsa compartida sin querer engañar, se cree verdadera	No	Puedes distribuir errores sin querer y basar opiniones equivocadas	Se propagan creencias falsas que dificultan debates y acuerdos
Bulo	Información falsa creada para engañar o generar alarma	Sí, deliberada	Puedes ser engañado y contribuir a dañar personas o grupos	Manipula opiniones y aumenta la polarización social
Fake News	Información falsa con apariencia de noticia para manipular o desinformar	Sí, deliberada	Genera miedo, enfado o rechazo infundados, dañando tu criterio	Destruye la confianza en medios y fomenta la división social
Deepfake	Videos/audios creados por IA para simular hechos como si fueran reales	Sí, deliberada	Te pueden engañar con imágenes o voces falsas, afectando tu juicio	Influye en elecciones, aumenta la desconfianza sobre pruebas audiovisuales
Desinformación	Información falsa en campañas organizadas para dañar la democracia	Sí, deliberada	Pérdida de la capacidad de elegir y decidir a partir de datos objetivos reales	Ataca la confianza social, debilita instituciones y afecta la democracia
Discurso de Odio	Comunicación que ataca y discrimina fomentando violencia	Sí, deliberada	Puedes ser acosado o sentirte excluido, con impacto emocional y social	Fomenta la violencia, la intolerancia y debilita la convivencia democrática

Fuente: Elaboración propia.

La Comisión Europea define así la desinformación:



“Información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y difunde con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población, y que puede causar un perjuicio público (amenazas a procesos democráticos o bienes públicos como la salud o la seguridad).”


Y según las personas expertas, este fenómeno es más peligroso cuando los contenidos falsos están relacionados con temas especialmente sensibles como la salud pública, la migración o el cambio climático. Las situaciones de desinformación vividas en la DANA de Valencia de 2024 o la pandemia del COVID en 2020 son un ejemplo de cómo **en situaciones de emergencia la población se vuelve especialmente vulnerable ante las falsas noticias** que generan miedo, inseguridad y desconfianza.

Para atajar la desinformación, numerosos países, entre los que se encuentra España, y organismos internacionales están implementando medidas para detectarla, frenarla y castigarla. En paralelo, diversos medios de comunicación y empresas privadas en todo el mundo han puesto en marcha herramientas de verificación de contenidos. El objetivo: aportar veracidad, rigor y transparencia en el ecosistema informativo.

¿Qué se oculta tras los bulos y las noticias falsas?

Las **noticias falsas o fake news y los bulos están por todas partes: son noticias falsas, informaciones que no se han confirmado pero que recorren Internet a la velocidad de la luz**. El último gran fichaje de fútbol, un león que se comió a un turista o una cadena de alimentos que regala la compra. Suelen ser noticias polémicas, nos llaman la atención porque están protagonizadas por instituciones o personajes públicos que han hecho o dicho algo controvertido o bien relatan hechos sorprendentes. Suelen tener titulares llamativos que provocan que pinchemos en ellas, el llamado “clickbait”.

El Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil clasifica las noticias falsas en tres: **bulos para generar alarma social, para ganar dinero o para reafirmar ideales específicos**. Sin duda, los motivos económicos son uno de los factores clave de



su aumento, ya que el modelo de negocio permite que sitios web ganen millones con nuestras visualizaciones. Y junto al dinero, la ideología es el otro gran factor de difusión de bulos y discursos de odio. La mayoría de las veces detrás hay grupos de ideologías extremas, lobbies económicos y redes paramilitares que, a veces de forma coordinada, explotan la polarización para difundir sus mensajes, enaltecendo regímenes autoritarios y despreciando la libertad individual y la convivencia democrática.

Para conseguir el engaño, las fake news utilizan un formato que todos conocemos: la noticia. Y lo hacen precisamente por la credibilidad que estas tienen y para erosionar la credibilidad de los medios serios. Y cuando el periodismo pierde su credibilidad y su función social de informar y de control, todos perdemos. Perdemos nuestro derecho a la libertad de expresión, que conlleva el derecho a recibir información veraz, y la democracia pierde uno de sus pilares fundamentales. Por esa razón, los bulos y los contenidos falsos tienen la misma apariencia que tendría una noticia. Replican los formatos del periodismo, pero sin cumplir con ninguno de los criterios: veracidad, ética, contraste de información, separar información de opinión, contexto... Y por supuesto, carecen de la responsabilidad que sí tienen los periodistas sobre la información. El anonimato que permite Internet, la falta de leyes claras acerca de la responsabilidad, unido a la sofisticación de la IA hacen que los contenidos falsos sean cada vez más frecuentes, difíciles de descubrir y de controlar.

Mentes saturadas, personas vulnerables

Para poder entender por qué la mentira se difunde con tanta facilidad en la red y caemos en sus trampas, primero hay que comprender cómo ha cambiado nuestra forma de comunicarnos. La cantidad de contenidos a los que estamos expuestos ha aumentado enormemente desde la democratización de Internet y de los teléfonos inteligentes.

Vivimos en una sociedad hiperconectada en la que la tecnología es móvil y va con nosotros, en nuestro bolsillo, a todas partes. Pone a nuestro alcance la posibilidad de consumir contenidos los 365 días del año, las 24 horas del día. Y lo que es más increíble: no solo recibimos contenidos, podemos ser creadores y hacerlos llegar a cualquier parte del planeta. Nuestros móviles no tienen límites. **El mundo entero a nuestro alcance para recibir y enviar cualquier contenido.** Esto supone que, según el informe Common Sense Media, la juventud recibe una media de **1.000 impactos diarios en redes sociales y plataformas de vídeo.**

Tenemos acceso en tiempo real a más datos, contenidos e información que nunca. Sin embargo, esto no garantiza que estemos mejor informados o que la información sea veraz. Más bien está ocurriendo todo lo contrario: recibimos a diario tal avalancha de contenidos que están provocando **“infoxicación”**. Alfons Cornella la define como:

“Una sobrecarga de información que supera nuestra capacidad de filtrado y reflexión”

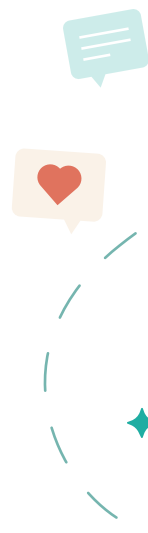


Y como cualquier exceso, este también perjudica. Debilita nuestra capacidad de procesar los contenidos y es ahí por dónde se cuela la mentira. **Cuando estamos infoxicados, nos resulta casi imposible cuestionar cada contenido.** Confiamos en el titular más llamativo, en el vídeo más viral y, sin pensarlo, compartimos. Así, las noticias falsas se propagan con la misma facilidad con que deslizamos el dedo en la pantalla. Aprovechando que nuestra mente está dormida, saturada y ya no elegimos qué ver, simplemente nos dejamos llevar. Y todo ello abre el camino a la desinformación y a una era que muchos expertos denominan ya como **“posverdad”**.

Cuando la realidad y la verdad pierden su valor

La UNESCO considera que se llega a la posverdad: **«Cuando los hechos objetivos tienen menos poder para formar opiniones que apelar a las emociones y creencias personales»**. El término se hizo famoso en 2016, especialmente por el impacto mediático del referéndum del Brexit en el Reino Unido y el escándalo de Cambridge Analytica, empresa que recopiló ilícitamente datos de más de 87 millones de usuarios de Facebook para campañas políticas, como la que llevó a Donald Trump a la Casa Blanca. La vuelta de Trump, y la llegada de otros líderes políticos al poder, ha normalizado el uso sistemático y masivo de información falsa como herramienta de comunicación, convirtiendo la posverdad en una estrategia institucional.

El gobierno de Nayib Bukele en El Salvador es otro ejemplo de posverdad y autoritarismo digital. **Al igual que Trump, Bukele, ha convertido la red social X, en su**



arma política preferida desde la que despide funcionarios, publica órdenes y ataca a la oposición con mentiras. La Asociación de Periodistas de El Salvador (APES) denuncia el aumento de noticias falsas y de falsos medios de comunicación (Fake Media) destinados a engañar y confundir. Algunos medios como El Faro señalan que los canales presidenciales como YouTube o X difunden contenido “engañoso o falso” en el 90% de los casos, tratando de crear una “realidad paralela”.

La posverdad no es, por tanto, otro tipo de mentira más; es el contexto en el que todas las mentiras pueden triunfar. Vivir en un entorno en el que no se valora la verdad hace que vivamos en un ambiente tóxico que divide a la gente en bandos y arruina la confianza en los científicos, gobiernos y medios de comunicación, entre otros.

¿Cómo detectar y frenar las noticias falsas?

Ante este panorama, que parece apocalíptico, hay buenas noticias: al trabajo de los gobiernos, las plataformas y los medios de comunicación contra la desinformación podemos unir nuestra propia capacidad de contrastar, verificar y pensar por nosotros mismos. El uso de la IA dificulta cada vez más poder distinguir las noticias falsas, pero también nos puede ayudar a identificarlas. Tenemos a nuestro alcance trucos y herramientas, y cuánto más practiquemos más despierta estará nuestra mente.



PARA y PIENSA

Lo primero, lo más básico y efectivo que podemos hacer cuando recibimos una información que nos produce desconfianza es parar y pensar. No compartas de inmediato, **dedica 30 segundos a analizar antes de dar «enviar»**. Los bulos crean una sensación de urgencia falsa. Si el mensaje dice «¡¡¡COMPARTE ANTES DE QUE LO BORREN!!!» o «URGENTE», ya es sospechoso.

APLICA EL MÉTODO PANTERA

La metodología de la asociación española Learn to Check es especialmente efectiva.

- ✚ **Procedencia:** ¿De qué fuentes viene la información? ¿Es un medio conocido y fiable? Comprueba la URL y desconfía de dominios raros o que imitan a otros.
- ✚ **Autoría:** ¿Quién publica o difunde? ¿Quién escribió esto? Si no aparece firmado o el autor es «anónimo», desconfía automáticamente. Señales de alarma: «Un médico que no puede dar su nombre dice...», «Mi primo que es policía cuenta...», o simplemente no menciona fuentes.
- ✚ **Novedad:** ¿De cuándo es la información, es actual, está descontextualizada?
- ✚ **Tono:** ¿Es sensacionalista o formal? Los bulos apelan a las emociones: miedo, rabia, sorpresa. Frases típicas: «¡ESTO ES IMPACTANTE!», «Los medios lo ocultan», «Comparte esto». Y ojo a las faltas de ortografía en los bulos.
- ✚ **Evidencias:** ¿Aporta pruebas verificables? ¿Hay datos o enlaces a los estudios que prueban la información?
- ✚ **Réplicas:** ¿Qué dicen otros usuarios? Busca si hay comentarios en la noticia que puedan hacer saltar las alertas o que, directamente, digan que es falsa.
- ✚ **Ampliar:** Busca más información. Si es real, otros medios lo habrán publicado.

EN LAS IMÁGENES, PON EL OJO EN LOS DETALLES

- * Probabilidad de que sea real.
- * Marcas de agua que delatan el uso de IA.
- * Imperfección en los rostros.
- * Errores en las manos, dedos u orejas.
- * Si es un vídeo observa la sincronización entre los labios y el audio.

PARA y PIENSA









NO SEAS CÓMPLICE

- ✓ Si es falso, **NO lo compartas**. Rompe la cadena de desinformación:
- ✗ No lo reenvíes por WhatsApp.
- ✗ No le des «like» en redes.
- ✗ No lo pongas en tus Stories.

USA VERIFICADORES

Aquí te dejamos algunas de las herramientas más conocidas y sencillas de utilizar para verificar contenidos.

Tabla 2. Herramientas gratuitas de verificación

Herramienta	URL	Servicios que ofrece
Maldita.es	https://maldita.es 	Página web y perfiles en redes desde los que reportan noticias falsas y bulos. Se puede colaborar para detectar Fake News a través de etiquetas como #MalditoBulo. Ofrece retos, actividades y herramientas de verificación.
Newtral	https://www.newtral.es/ https://www.newtral.es/whatsapp-servicio-verificacion-bulos/ 	Servicio gratuito de verificación vía WhatsApp (+34 627 280 815): envía textos, enlaces, imágenes o vídeos y recibe respuesta con análisis riguroso.
EFE Verifica	https://verifica.efe.com  WhatsApp +34 648 434 618)	Canal gratuito de la Agencia EFE en WhatsApp: suscríbete para recibir boletín semanal con los desmentidos.
Verifica RTVE	https://www.rtve.es/noticias/verificartve/ 	Sección de RTVE dedicada a identificar y desmentir bulos e informaciones falsas en web, radio y televisión, con ejercicios.
Google Imágenes	https://www.google.com/imghp?hl=ca&ogbl 	Búsqueda inversa de imágenes para verificar
Tineye	https://www.tineye.com 	Búsqueda inversa de imágenes para verificar.
AI or Not	https://www.aiornot.com/ 	Detecta si una imagen está creada con IA
Invid	https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/ 	Verificador de vídeos

Fuente: Elaboración propia.

"El único miedo que me generan las redes sociales es saber qué es real y qué no lo es"

Eloy Moreno. Europa Press, 27-09-2024.

SESIÓN 2

Actividades para el aula



A mí también me la colaron



Objetivo:

Reflexionar sobre por qué hay tantos contenidos falsos y cómo nos afectan.



Materiales:

Papel y bolígrafo para cada grupo; pizarra y tizas o papel continuo.



Organización del espacio:

Dividimos la clase en grupos de entre 3 y 5 personas, en función del grupo.



Desarrollo paso a paso:

El o la docente comienza presentando la sesión sobre los bulos, sus consecuencias y cómo detectarlos. Para empezar, vamos a pedirles que cada grupo anote las tres razones por las que cree que hay tanto contenido falso en la red y las razones por las que nos los creemos. Además, tendrán que poner un ejemplo de una situación vivida por alguien del equipo explicando qué sintieron y las consecuencias. El/la docente puede ser el primero o la primera en aportar su experiencia. Posteriormente, se ponen en común, anotando sus ideas en la pizarra y analizando los puntos de coincidencia. La realidad del aula servirá de punto de partida para introducir los contenidos teóricos.



Cazando bulos


 25'

Objetivo:

Analizar noticias falsas de distinta naturaleza y sus consecuencias. Concienciar de que su proliferación nos hace desconfiar de las noticias verdaderas. Conocer trucos y herramientas de verificación.



Materiales:

Noticias verdaderas curiosas, bulos y noticias falsas. Impresas y proyectadas para poder entregar por grupos. Se pueden ajustar los ejemplos al tipo de grupo y al momento concreto. Algunos ejemplos:



Proyector y audio para visualizar el vídeo de maldita, Manual para que no te la cuelen (4').

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=oM2KXjGLYNQ>

Método Pantera impreso para poder entregar por grupos. Podemos proyectar el vídeo explicativo (2'15"). Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=LbwZAg9DW8Q>

Organización del espacio:

Dividimos la clase en grupos de entre 3 y 5 personas.



Desarrollo paso a paso:

Presentación: la dinámica, se divide en 4 fases: análisis grupal de contenidos; puesta en común y veredicto; trucos para detectar bulos; ¿volveríamos a decidir lo mismo.?

Desarrollo: Se entrega a cada equipo un contenido y se les dice que puede ser verdadero o falso. Durante 5 minutos tendrán que decidir su veredicto y anotar las razones. Se hace la puesta en común de cada grupo y se deja anotado en la pizarra. Visualizamos el vídeo de [maldita.es](https://www.maldita.es) y el método Pantera de Learn to Check, introduciendo los contenidos teóricos. Por último, preguntaremos a cada grupo si con esta información volverían a votar lo mismo sobre la veracidad del contenido.



Paremos la mentira



Objetivo:

Ofrecer consejos sencillos de cómo actuar ante contenido sospechoso.



Materiales:

(Para y piensa; No seas cómplice; En las imágenes pon el ojo en los detalles; Tabla de verificadores); papel y bolígrafo por grupos; pizarra y tizas.



Organización del espacio:

Se puede realizar como complemento y cierre de *Cazando bulos* o hacerla de forma independiente. Dividir la clase en grupos de entre 3 y 5 personas.



Desarrollo paso a paso:

Se pide a cada grupo que durante unos minutos debata y anote tres cosas que podemos hacer para frenar la difusión de las mentiras en la red. Cada grupo expone sus ideas y las anota en la pizarra para ver las coincidencias y reflexionar sobre ellas. Compartimos con el aula algunos de los verificadores más usados para detectar imágenes, vídeos y noticias falsas. Si el tiempo lo permite se puede realizar una prueba de los verificadores en tiempo real con alguna información actual.



Situaciones de emergencia: cuando el bulo nos hace más frágiles



Objetivo:

Concienciar sobre la vulnerabilidad de la sociedad en situaciones de emergencia y el impacto que en estos casos pueden tener la desinformación.



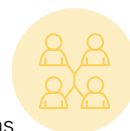
Materiales:

Noticias, vídeos e imágenes falsas distribuidas durante la DANA de Valencia de 2024 y otros distribuidos durante el Covid-19 en El Salvador.



Organización del espacio:

Grupos de entre 3 y 5 personas. Esta dinámica se puede realizar de forma independiente y también se puede incorporar en la de *Cazando bulos*.



Desarrollo paso a paso:

Entregamos a cada uno de los grupos distintos contenidos y vamos a pedirles que reflexionen sobre qué emociones provocan estas informaciones falsas (miedo, ansiedad, desconfianza...) y cómo afectan a las decisiones individuales y colectivas. Cada grupo compartirá con el resto de la clase su contenido y valoración.



Reflexión final:

Debate express, ¿ha perdido la verdad su valor? Para cerrar vamos a provocar la reflexión con la película: No mires arriba, de Adam McKay, como hilo argumental. Plantearemos si creen que en España reaccionaríamos de la misma forma y por qué. Otras preguntas: ¿quién tiene más responsabilidad en la desinformación: políticos, medios de comunicación, redes, ciudadanos? ¿Quién debe pararla? Para acabar: si se fuera a acabar el mundo realmente en seis meses ¿la ciudadanía tendría derecho a saberlo?



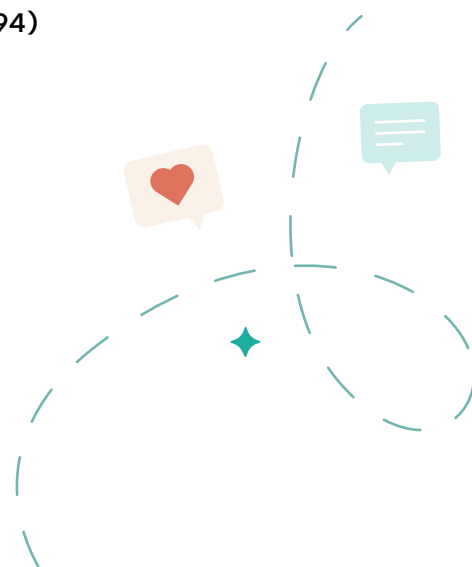
SESIÓN 3

Juventud crítica, miradas abiertas



"Nadie nace odiando a otra persona por el color de su piel, su origen o su religión. La gente aprende a odiar, y si puede aprender a odiar, se le puede enseñar a amar..."

Nelson Mandela, *Long Walk to Freedom: The Autobiography of Nelson Mandela* (1994)



La tercera de las sesiones se centra en cómo los medios de comunicación, la publicidad, las redes sociales, Google, la Inteligencia Artificial... tienen un enorme poder para influir en nuestra forma de ver el mundo. Y esa influencia es doble. Por un lado, pueden difundir sesgos, estereotipos y prejuicios que discriminan e invisibilizan a buena parte de la sociedad. Pero, por otro lado, también pueden mostrar la diversidad y abrir paso a narrativas más inclusivas y justas. Asimismo, la sesión aborda los graves riesgos de la discriminación y de los discursos de odio, especialmente hacia las mujeres y las personas migrantes. El objetivo es que el alumnado adquiera herramientas que le permitan **desarrollar una mirada crítica y libre hacia el mundo, capaz de identificar y desmontar narrativas opresivas para construir una sociedad más igualitaria.**

Marco teórico para el profesorado

Si nos preguntan si somos machistas, racistas o si discriminamos a alguien, casi todos responderemos que no, sin más. Pero... ¿nunca has pensado que las chicas conducen peor o que los chicos juegan mejor al fútbol?; ¿cuántas científicas, compositoras de música clásica y filósofas conoces?; ¿crees que las personas migrantes cometen más delitos que las personas nacidas en España?; ¿alguien de tu clase tiene un mote tipo: “gordo”, “panchito” o “retrasada”?; ¿te has sentido discriminado en algún momento? Si alguna vez se te ha escapado un “no, pero” ... ¡Bienvenido al mundo de los **estereotipos y los prejuicios!**.

Están por todas partes, nos llegan a diario desde múltiples canales, algunos parecen graciosos o se han dicho “toda la vida”, la mayoría hieren a quien los recibe y los hay que provocan rechazo y odio. Todos tienen en común dos cosas: que **limitan nuestra forma de ver a los demás y que podemos cambiarlos.** Vamos a ver qué son los estereotipos, cómo se construyen y cómo podemos modificarlos.

Todas las personas nacemos iguales

El principio de igualdad entre los seres humanos es una máxima universal reconocida y avalada en los tratados y legislaciones tanto internacionales como nacionales. Desde la **Declaración de los Derechos Humanos de la ONU**, pasando por numerosas directivas de la **Unión Europea** o la propia **Constitución Española**. Todas reconocen la



obligación de los estados de garantizar la igualdad y de erradicar cualquier forma de discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo, raza, religión, procedencia, etc.



“Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros”.

Artículo 1 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (ONU, 1948)

Sin embargo, los datos nos muestran que la igualdad entre los seres humanos dista mucho de ser realidad y que este derecho está condicionado por múltiples factores. Es cierto que no podemos elegir **dónde nacemos ni en qué familia ni con qué recursos**. Estas circunstancias, sobre las que no podemos decidir, son **determinantes estructurales que provocan graves desigualdades sociales**. A estos factores estructurales **se suman otros que sí podemos cambiar: los sesgos, estereotipos y prejuicios**. Estos son la base de nuestras creencias, de nuestras opiniones, marcan nuestra actitud y, en ocasiones, nos llevan a discriminar a otra persona, o a un colectivo entero, de manera consciente o inconsciente. Para la ONU, la **discriminación** es un ataque directo al derecho fundamental de la igualdad.



Discriminación: “Toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que tenga como objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales.”

ONU (1965)



Estereotipos, sesgos y prejuicios, caminos hacia la discriminación



En la base de la discriminación se encuentran distintas formas de simplificar el mundo y encasillar a las personas, sin atender a la individualidad ni la diversidad y apelando a los sentimientos frente a la razón y la objetividad. Estereotipos, sesgos y prejuicios interactúan entre sí de múltiples formas haciendo que nuestra mirada sea cada vez más corta (como cuando los burros llevan orejeras que les impiden mirar hacia los lados).

Así, los **estereotipos son una imagen generalizada y simplificada que tenemos de un grupo o colectivo**: «los gamers son antisociales», «los gitanos roban» o «los jóvenes pasan de todo». Estos estereotipos crean en nuestro cerebro **atajos mentales automáticos, los llamados sesgos cognitivos**. Estos atajos pueden ser muy útiles, si tenemos en cuenta que nuestro cerebro procesa conscientemente sólo una ínfima parte de la información que recibe, pero también pueden hacernos procesarla de forma inexacta y errónea. Por ejemplo, si tienes el estereotipo de que «los adolescentes son irresponsables», tu cerebro desarrollará un sesgo que te hará fijarte más en los comportamientos irresponsables de los jóvenes e ignorar los comportamientos responsables. Y un **prejuicio incluye juicios y emociones negativas hacia una persona antes de conocerla, basándonos en los estereotipos del grupo al que pertenece**. La **discriminación** ocurre cuando estos estereotipos, sesgos y prejuicios se convierten en **acciones concretas** que tratan de forma desigual a las personas.

Según los datos del Alto Comisionado de la ONU, de junio de 2025, los colectivos más discriminados son: **mujeres** (que sufren el doble de discriminación que los hombres); **personas con discapacidad**; **afrodescendientes**; **minorías étnicas**, especialmente las personas **migrantes y refugiadas** y las **personas LGBTQ+**. El organismo internacional señala que:

“Una de cada cinco personas en el mundo declara haber sufrido discriminación en el último año”.



¿Con qué ojos vemos el mundo?

Los seres humanos **no nacemos con estereotipos**, tampoco surgen por sí solos y cambian según el lugar y el momento histórico. Son condicionantes sociales que vamos aprendiendo desde pequeños. Se forman y transmiten principalmente a través de nuestra cultura, familia, escuela, grupos de amigos y, de manera muy especial, de los medios de comunicación. Respecto al poder de influencia de los medios, la UNESCO señala que: **«Los medios de comunicación tienen un impacto significativo en la configuración de nuestros pensamientos y acciones, reflejando e influyendo en las normas, los roles y los estereotipos»**. M.^ª Pilar Rodríguez, M.^ª J. Pando-Canteli y Miren Berasategi, de la Universidad de Deusto destacan que los medios tienen: «La capacidad para producir, perpetuar o modificar pautas de conducta social e imaginarios colectivos». Y esta capacidad de influencia es especialmente intensa en el caso de los adolescentes. Como señala Julio Vera, de la Universidad de Málaga: **«Los medios son capaces de complementar, potenciar o anular la influencia de otros agentes de socialización juvenil tan importantes como la familia o la escuela»**.

Al poder de influencia de los medios (televisión, prensa, radio) desde hace unas décadas se han sumado los canales de comunicación derivados de la tecnología. **Las redes sociales, los grandes buscadores como Google, las plataformas, la mensajería instantánea o la Inteligencia Artificial nos han abierto nuevas ventanas por las que también se cuelan formas concretas de ver a los demás y de comportarnos**. Influencers y Youtubers son los gurús del S.XXI, con más seguidores y poder de influencia de lo que jamás han soñado siquiera los medios de comunicación.

Y al igual que ocurre con los medios tradicionales, los nuevos canales de comunicación tampoco son neutrales. En este sentido, expertos y organismos internacionales alertan sobre los riesgos de los algoritmos y los sesgos raciales, históricos y de género que pueden reproducir, sistematizar y magnificar. Todo ello puede llevar a consolidar las discriminaciones existentes, creando los llamados **«bucles de discriminación»** donde los estereotipos se refuerzan continuamente. Esto quiere decir que cuando el algoritmo detecta que te gusta un contenido te muestra sistemáticamente ese mismo tipo de contenido, haciéndote pensar que a todo el mundo le gusta lo mismo que a ti.

Los medios de comunicación ya no tienen la exclusiva de ser las “ventanas al mundo”.

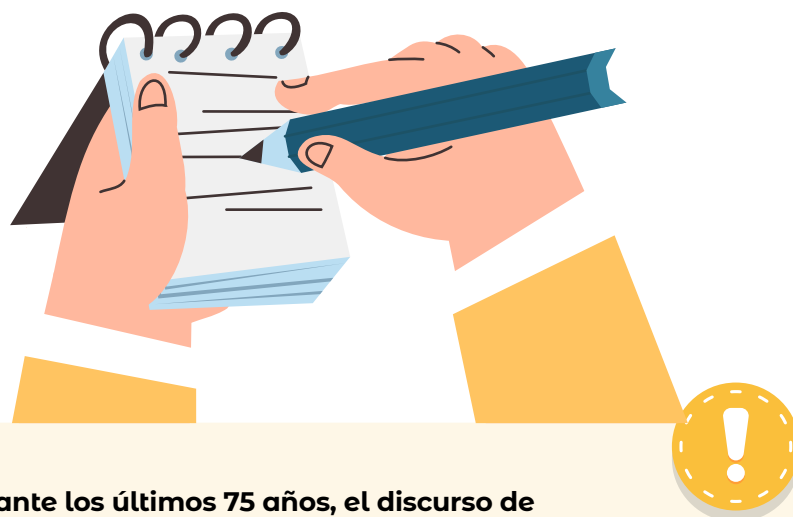


De todo esto se desprende tanto la **responsabilidad crucial de los medios como nuestra responsabilidad individual**. Los medios de comunicación, las redes y plataformas tienen en su mano seguir difundiendo o parar los estereotipos de género, que algunos colectivos como la juventud o las personas migrantes aparezcan generalmente solo en noticias negativas o que otros queden totalmente invisibilizados. Por nuestra parte, todos tenemos la capacidad de cuestionar los estereotipos y sesgos que hemos interiorizado y ayudar a eliminar la discriminación.



Los discursos de odio cruzan la red

La Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas sobre el Discurso de Odio lo define como: «Cualquier forma de comunicación de palabra, por escrito o a través del comportamiento, que sea un ataque o utilice lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con una persona o un grupo sobre la base de quiénes son o, en otras palabras, en razón de su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor de identidad». **Desde 2021 la UNESCO lleva alertando de que el discurso de odio «No solo provoca daños a nivel personal y puede incitar a la violencia, sino que constituye un ataque a la inclusión, la diversidad y los derechos humanos».** Y añade que el discurso de odio: **«Socava la cohesión social y erosiona los valores comunes, retrasando la paz, la estabilidad, el desarrollo sostenible y el cumplimiento de los derechos humanos».** Ya en junio de 2019 el secretario general de Naciones Unidas, António Guterres, afirmaba que:



“Durante los últimos 75 años, el discurso de odio ha sido precursor de crímenes atroces, incluyendo el genocidio, como en Rwanda, y llegando a Bosnia o Camboya”.

Al contrario de lo que muchos piensan, los discursos de odio no son una lacra que se queda en las redes. Estas narrativas impulsadas desde las redes sociales, generalmente por grupos ultra perfectamente organizados, buscan llevar el odio a la calle y desestabilizar a los sistemas democráticos. Según datos oficiales del Ministerio del Interior español, en 2024 se notificaron cerca de **3.000 contenidos de discurso de odio racista, xenófobo y antisemita**. Según el propio Ministerio, las plataformas digitales solo retiran el 4% de los mensajes en las primeras 24 horas tras su denuncia. La ONG internacional ILGA Europa confirmaba que 2022 fue: «El año más violento para las personas LGTBI+ de la última década». Según el último barómetro de Fad Juventud, en **España más de la mitad de los jóvenes (50,1%) ha sufrido discursos de odio en el último año, y el 61,1% ha tenido que bloquear perfiles por recibir insultos o mensajes de odio**.

Un ejemplo de cómo las redes sociales pueden amplificar los discursos de odio y afectar negativamente la convivencia es el caso de **Torre Pacheco, Murcia, en julio de 2025**. Los altercados, que ya habían comenzado, se recrudecen tras la agresión a un vecino de 68 años por parte de tres jóvenes de origen magrebí el 9 de julio. En este contexto, el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (Oberaxe) detectó **más de 138.000 mensajes de odio** entre



los días 6 y 22 de julio, la mayoría dirigidos contra personas del norte de África. Los bulos, la desinformación y las convocatorias violentas se extendieron principalmente a través de Telegram. El 12 de julio, coincidiendo con la convocatoria de manifestación en la localidad, se registró el pico más alto con 33.046 mensajes. Como explica este informe, **«El discurso de odio racista y xenófobo inundó las redes sociales»** y fue amplificado por influencers que viralizaron un vídeo falso. Según maldita.es, dicho vídeo fue difundido por la red de propaganda y desinformación rusa Pravda. Así, desde las redes se convocó una llamada a **“cazar al magrebí”**, con palabras clave como: **“paliza”, “mierda”, “machete” y “delincuente”**.

También en **El Salvador** encontramos ejemplos en los que el discurso de odio se ha institucionalizado, en su caso desde el propio poder. Desde 2019, por ejemplo, personas transexuales y colectivos de la **comunidad LGTBI+ vienen denunciando «constantemente ataques» a sus derechos, la «falta de garantías» y el «aumento de un discurso de odio» por parte del Estado del país**. Los activistas han denunciado que la discriminación que sufre su comunidad obliga a las personas LGTBI+ a: **“Huir del país centroamericano para no morir** a causa de la violencia social, de los cuerpos de seguridad, así como de un Estado «cómplice» de los asesinatos y la impunidad.”

Igualdad de género y medios de comunicación

En 2001 la ONU definió la igualdad de género como: **«La igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños»**. La igualdad no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que se nace. Desde finales de los años 70 el organismo internacional impulsa diferentes líneas de acción encaminadas a eliminar las desigualdades por cuestión de género. Aunque se ha avanzado en muchos aspectos, las mujeres siguen siendo el colectivo con mayor discriminación del planeta. Por eso, el objetivo número 5 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 sigue recogiendo esta necesidad: **«Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas»**.

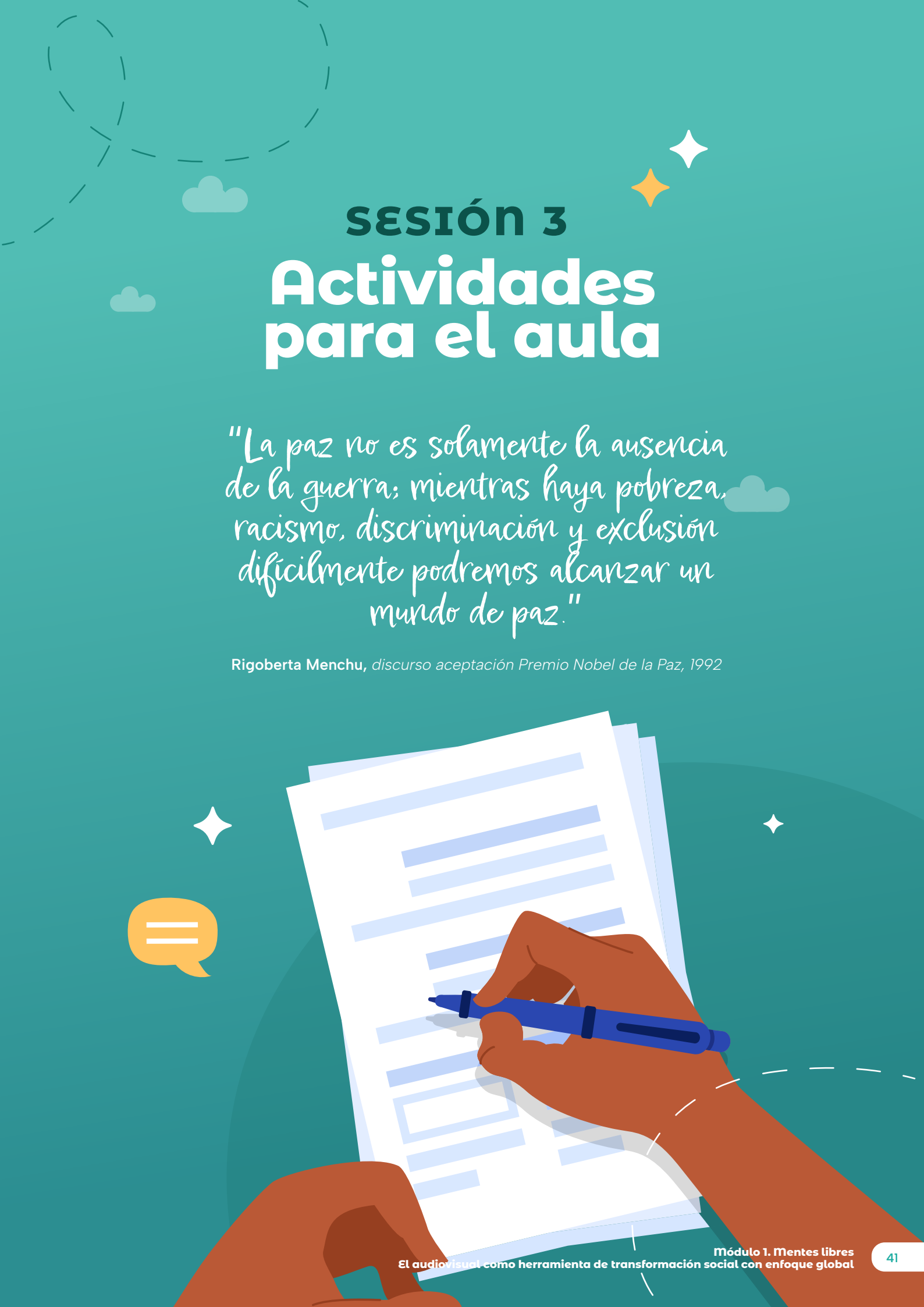
En 1995, los 189 Estados Miembros de las Naciones Unidas reconocieron el **papel crucial de los medios de comunicación en el cambio de los estereotipos de género e instaron a los medios de todo el mundo a intensificar su apoyo a la promoción de las mujeres**. Los medios tienen múltiples elementos para representar a las mujeres:



el tipo de noticias, los titulares, el espacio que ocupa, las imágenes y el lenguaje utilizado. A través de todos ellos se puede apostar por la igualdad de género o seguir manteniendo estereotipos discriminatorios. En este sentido, es especialmente relevante el papel de la publicidad. Como señala María Luisa Balaguer, de la Universidad de Málaga: **«La publicidad reproduce la sociedad patriarcal de apariencia neutra y hasta igualitaria, y transmite contenidos regresivos para permitir la perpetuación del modelo económico»**. Y aunque ha habido cambios, la publicidad sigue transmitiendo estereotipos de género que nos alejan de la igualdad. Para superar este modelo, Balaguer considera necesario: «Construir nuevos modelos activos de mujer, que consigan centralidad y protagonismo».

Por su parte, García Beaudoux remarca que algunos de los cambios que se han producido en la publicidad ridiculizan al hombre cuando se le presenta en rol de “torpe” limpiador o cuidador o lo convierten en objeto sexual de las mujeres. Algo que tampoco ayuda en el camino hacia la igualdad es la presentación de la mujer como **superwoman**. Lo que según García: **“genera una imagen de mujer moderna que no es real”** y la somete nuevamente a unas exigencias inalcanzables. Por el contrario, un ejemplo positivo de estos cambios es el Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes, aprobado en España en 2022, que establece que: **«No se presentarán los juguetes con la indicación expresa o tácita de que son para uno u otro sexo ni se harán asociaciones de colores como el rosa para las niñas, y el azul, para los niños»**. El código añade que: «Los anuncios tratarán de utilizar el lenguaje inclusivo y presentar modelos positivos a seguir».





SESIÓN 3

Actividades para el aula

"La paz no es solamente la ausencia de la guerra; mientras haya pobreza, racismo, discriminación y exclusión difícilmente podremos alcanzar un mundo de paz."

Rigoberta Menchu, discurso aceptación Premio Nobel de la Paz, 1992



¿Cómo somos?



Objetivo:

Actividad para reflexionar sobre los estereotipos y sesgos que todos tenemos de forma inconsciente. La dinámica permitirá introducir el marco teórico.



Materiales:

Pos-its/papel y bolígrafo para el alumnado; pizarra y tizas.

Anuncio de la campaña Like a Girl, subtítulo en castellano (3'19").

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=xH-9nWaqpws> 



Organización del espacio:

La habitual de la clase.



Desarrollo paso a paso:

Para arrancar la sesión vamos a partir de los estereotipos que todos y todas tenemos en nuestra "mochila" personal. Nuestra base cultural y creencias que nos llevan a ver a los demás de una determinada forma, casi siempre sin ser conscientes. Para ello vamos a repartir dos post-it, o dos papeles diferentes, por persona y vamos a pedirles que en uno anoten tres características de las chicas y en el otro tres de los chicos. Haremos una puesta en común y anotaremos las principales coincidencias. Posteriormente, comprobamos si se pueden intercambiar las características anotadas. Por último, reflexionaremos sobre la procedencia de estas creencias: familia, amigos, medios de comunicación, redes... y para finalizar vamos a proyectar el vídeo *Like a Girl*.



Cambiamos las reglas de la publicidad



30'

Objetivo:

Tomar conciencia de los estereotipos de género que transmite la publicidad y reflexionar sobre cómo podrían cambiar.



Materiales:

Ejemplos de anuncios para analizar; recopilatorio de anuncios sexistas; enlaces:

- El retrovisor, anuncios machistas (3'22''): <https://www.youtube.com/watch?v=IhMaUov-nTM> 
- Anuncio coñac Soberano (1'17''): <https://www.youtube.com/watch?v=F49If5qxKC4> 



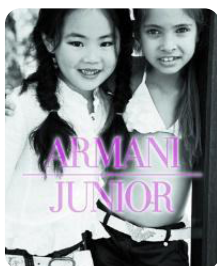
Organización del espacio:

Dividimos a la clase en grupos de 4/5 personas.



Desarrollo paso a paso:

Primero visualizamos anuncios antiguos para explicar cómo ha evolucionado la publicidad. A pesar de los avances todavía queda mucho por hacer. Para reflexionar sobre el punto en el que nos encontramos repartiremos un anuncio por grupo con diferentes estereotipos y les pediremos que lo analicen y señalen qué cuestiones trasladan estereotipos o prejuicios, etc. A continuación, deben hacer una propuesta de cómo se podría publicitar el producto o la marca sin ese sesgo.



¿Broma, crítica o discurso de odio?



Objetivo:

Aprender a diferenciar entre una crítica legítima, una broma inapropiada y un discurso de odio. Reflexionar y fortalecer la empatía hacia las víctimas.



Materiales:

Tarjetas o proyector con ejemplos (preferiblemente reales) de comentarios en redes: unos claramente de odio, otros de crítica dura y alguno dudoso o de "humor"; tres carteles o zonas señalizadas: odio/crítica/broma.



Organización del espacio:

Dividir la clase por grupos de 4/5 personas.



Desarrollo paso a paso:

Cada grupo tendrá varios ejemplos y tendrá que clasificarlos en la zona correspondiente y argumentar los motivos. Tras la puesta en común reflexionaremos sobre ¿cómo cambia la cosa si ese comentario lo hacen 50 personas a la vez? ¿Y si lo hace un "influencer"? Para finalizar, hablaremos del efecto bola de nieve en las redes y de casos reales como el de Torre Pacheco, entre otros.



¿Qué dicen de nosotros los medios de comunicación?



Objetivo:

Reflexionar sobre cómo los medios hablan de unos colectivos concretos.



Materiales:

Informaciones reales sobre determinados colectivos (jóvenes, personas migrantes, mujeres, personas con discapacidad); papel y bolígrafo por grupos.



Organización del espacio:

Dividir la clase por grupos de 4/5 personas.



Desarrollo paso a paso:

Entregamos a cada grupo una noticia real relativa a uno de los colectivos más vulnerables. Los equipos tendrán que analizar qué estereotipos trasladan y a partir de qué elementos. Se hará una puesta en común sobre si la información contribuye a la igualdad y cómo se podría cambiar esa información para que fuera más inclusiva.

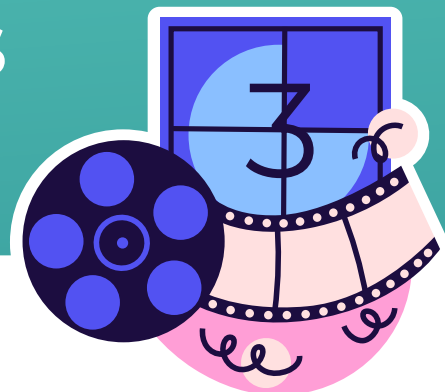


Reflexión final:

Debate express. Para finalizar abrimos un debate con algunas cuestiones de difícil respuesta: ¿por qué hay grupos interesados en que nos odiamos y en invisibilizar a parte de la ciudadanía?; ¿cómo sería mi vida si fuera un migrante menor no acompañado? Cerramos el debate pidiendo al alumnado que escriban una frase, un hashtag o una palabra que les gustaría ver reflejada en los medios de comunicación sobre la juventud.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Leyes y normativas oficiales:

España. (1978). *Constitución Española*. BOE-A-1978-31229. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-31229>

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*, BOE-A-2022-11311. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>

Organización de las Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria. *Boletín Oficial del Estado*, BOE-A-2022-3296. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-3296>


Artículos de revistas académicas:

Balaguer, M. L. (2008). Género y regulación de la publicidad en el ordenamiento jurídico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 382-391. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1237>


García Beaudoux, V. (2014). Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social. *Papel Político*, 19(2), 47-68.

Informes y documentos oficiales:

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2025, 18 de junio). UN data shows surge in civilian deaths in conflict globally, highlights pervasive discrimination. OHCHR. <https://www.ohchr.org/en/press-releases/2025/06/un-data-shows-surge-civilian-deaths-conflict-globally-highlights-pervasive>


Asociación de Periodistas de El Salvador. (2025). *Informe sobre la Libertad de Prensa en El Salvador 2024*. https://apes.org.sv/wp-content/uploads/2025/05/Informe_LPES_2024_1.pdf 


Common Sense Media. (2024). *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens 2024*. <https://www.common Sense Media.org/research> 


Federación Internacional de Periodistas. (2024). *Informe anual sobre periodistas asesinados 2024*. <https://www.ifj.org/es/sala-de-prensa/noticias/detalle/article/122-periodistas-trabajadorxs-medios-asesinadxs-2024-segun-fip> 


Foro Económico Mundial. (2024). *The Global Risks Report 2024 (19th ed.)*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/> 


Freedom House. (2025). *Freedom in the World 2025: The Uphill Battle to Safeguard Rights*. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2025/uphill-battle-to-safeguard-rights> 


Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia. (2025, 24 de julio). *Boletín extraordinario de monitorización del discurso de odio en redes sociales: suceso Torre Pacheco (Murcia)*. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. https://www.inclusion.gob.es/documents/20121/0/Boletín+Suceso+Torre-Pacheco_24-07-25.pdf/6a26dad-16dd-e918-9e18-9f1db77f9b3c 

Organización de las Naciones Unidas. (2019). *Estrategia y Plan de Acción sobre el Discurso de Odio*. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_ES.pdf 

Reporteros Sin Fronteras. (2025). *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2025*. <https://rsf-es.org/clasificacion-rsf-2025-espana-escala-siete-puestos-y-se-situa-en-vigesimo-tercera-posicion-el-mejor-resultado-en-la-historia-de-la-clasificacion-mundial-de-la-libertad-de-prensa-de-rsf/> 


Sierra Iso, A., Labiano-Juangarcía, R., Novoa-Jaso, M. F., & Vara Miguel, A. (2025). *Digital News Report España 2025: Periodismo y democracia: confianza, comunidad y narrativas innovadoras* [Informe]. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. <https://doi.org/10.15581/019.2025> 

UNESCO. (2023). *Alfabetización mediática e informacional*. <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy> 


UNESCO. (2024). *Medios de comunicación e igualdad de género*. <https://www.unesco.org/es/gender-equality/media-gender-equality> 

Artículos de prensa y sitios WEB


El País. (2023, 28 de mayo). *De incógnito, perseguidos o en el exilio: los periodistas resisten en Centroamérica*. <https://elpais.com/internacional/2023-05-28/de-incognito-perseguidos-o-en-el-exilio-los-periodistas-resisten-en-centroamerica.html> 

Fernández Soriano, E., & Torres López, J. (2021, 1 de marzo). La mentira como industria y estrategia en la era digital. *CTXT*. <https://ctxt.es/es/20210301/Firmas/35154/Emelina-Fernandez-Juan-Torres-fake-news-mentiras-internet-propaganda-destruccion-social.htm> 


La Moncloa. (2025, 18 de junio). ¿Qué son los discursos de odio y cómo podemos combatirlos? <https://www.lamoncloa.gob.es/paginas/informacion/que-son-los-discursos-de-odio.aspx> 

Naciones Unidas. (2025, 16 de junio). La trayectoria actual de desprecio de los derechos humanos es «profundamente alarmante». *UN News*. <https://news.un.org/es/story/2025/06/1539531> 


Material audiovisual:

Always. (s.f.). Like a Girl [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=xH-9nWaqpw> 

Anuncio Coñac Soberano. (s.f.). [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=-F49lf5qxKC4> 

El Retrovisor. (s.f.). Anuncios machistas [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=IhMaUov-nTM> 


Learn to Check. (s.f.). El mètode PANTERA de Learn to Check per verificar informació. <https://learntocheck.org/ca/item/el-metode-pantera-de-learn-to-check-per-verificar-informacio/> 

Maldita.es. (s.f.). Manual para que no te la cuelen [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=oM2KXjGLYNQ> 

McKay, A. (director). (2021). *No mires arriba* [Película]. Netflix.

Otros recursos para el profesorado:

García-Ruiz, R. (Ed.). (2023). La alfabetización mediática y digital en el currículum. Propuestas didácticas transformadoras [Ebook]. Editorial Dykinson. ISBN 978-84-1170-679-7

Herrero Curiel, E., & La Rosa Barrolleta, L. (2021, octubre). Guía docente para la alfabetización mediática e informacional [Guía docente]. Proyecto ALFAMEDESO, Universidad Carlos III de Madrid. https://www.uc3m.es/uc3m/media/uc3m/doc/archivo/doc_guia-docente-2guia-docente-para-el-profesorado-de-educacion-secundaria.pdf 

Orlowski, J. (director). (2020). *The Social Dilemma* [Documental]. Netflix.

Thorne, J., & Graham, S. (Guionistas), & Barantini, P. (director). (2025). *Adolescencia* [Serie de televisión]. It's All Made Up Productions; Plan B Entertainment; Warp Films; Netflix.

Créditos

Esta guía y sus contenidos han sido realizados con el apoyo financiero de la Vicepresidencia Primera y Consellería de Servicios Sociales, Igualdad y Vivienda. El contenido de los mismos es responsabilidad exclusiva de «Fad Juventud» y no refleja necesariamente la opinión de la Generalitat Valenciana.

AUTORÍA DE LOS TEXTOS:

Flora Galera Moreno, en colaboración con La Unió de Periodistes Valencians.

COORDINACIÓN:

Mar Herranz Mateos – Fad Juventud.
Esther Pérez Palao – Fad Juventud.

TRADUCCIÓN AL VALENCIANO:

Manuel Gil Fernández.

CORRECCIÓN DE TEXTOS:

Susanna Ligeró Tormo.

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Dynamium.

FINANCIADO POR:



Un proyecto de la Fundación
Fad Juventud, 2025.

