

Marzo | 2024



CENTRO DE FORMACIÓN
E RECURSOS EDUCATIVOS
DE FERROL

Identidad vs Reputación



Fakes & news

Actividad 1:

Nos presentamos en parejas. Es una forma de introducir los conceptos tan importantes en redes y, sobre todo, para los menores y adolescentes, de "identidad y reputación". Cuando yo me presento y hablo de mí, eso es identidad. Cuando alguien habla de mí, eso es reputación.



Identidad: lo que yo digo que soy

Reputación: lo que los demás piensan de mí. Es una construcción social que no depende 100% de nosotros.

Al definir nuestra identidad digital estamos ayudando a construir la reputación online

Identidad

Identidad híbrida: real + digital.

El conjunto de características que nos identifican en la red y se configura con el rastro (huella) que, **consciente** o **inconscientemente**, deja nuestro paso en la red.

Identidad: lo que yo digo que soy

La identidad digital se forma con:

- Datos formales: conscientes como cuando hacemos un perfil de linkedin
- Datos informales: son inconscientes (fotos)
- Datos reales: ciertos y objetivos como los que damos en un blog
- Datos imaginarios: la interpretación de los demás viendo nuestras fotos.

En la red hay lo que yo comarto y lo que los demás comparten de mí. En mi opinión es mejor que me etiqueten.

Reputación

Lo que los demás piensan de mí.

Pasamos del "boca a boca" al "móvil a móvil"

Contenido de interés, interacción y diálogo.



Al definir nuestra identidad digital estamos ayudando a construir la reputación online. Antes la reputación se generaba "boca a boca" ahora lo hacemos "móvil a móvil" y a una velocidad increíble.

La Info de las Redes: Luis y María ahora son amigos, felicita a Cristina por su cumpleaños, felicita a Manuel por llevar tanto tiempo en...es decir que gestionamos nuestra identidad en relación con otras personas

Identidad
digital

Imagen

Reputación
online

Feedback

Equilibrio entre lo que somos y lo que necesitan quienes nos leen
En la generación de contenidos hay que tener en cuenta que ya no somos espectadores, sino creadores.



Además, existen datos como la ubicación activada en nuestros móviles, lo que buscamos en Internet, las cámaras de la ciudad donde vivimos.... No somos conscientes de ellos, pero dan mucha información sobre nosotros. Es lo que se llama el BIG DATA, el petróleo del siglo XXI.

Hoy en día hay un gran debate sobre los beneficios y los derechos.

Contenido

- 1 *Identidad vs Reputación*
- 2 *Una Situación Real*
- 3 *Fake, false, bulos...*
- 4 *Tipos de Contenido Falso*
- 5 *Detectar y defendernos*
- 6 *Desinformación e Infoxicación*

Contenido del curso

Una Situación Real

Diego Martinez

Fakes & news

Actividad 2

Vemos el vídeo de una persona de 15 años con la que podemos identificar, por un lado, qué conoce sobre las fakes y, por otro, qué similitudes tiene con nuestro alumnado.
Trabajamos en workbook entregado.

Fake, false, bulos...

Conceptos

Fakes & news

Vamos a hablar de conceptos ☺

"Es un mensaje FALSO (o no verificado) que circula o se difunde, principalmente, por las redes sociales. Son de contenido emocional por eso circulan tan rápido."

Fakes & news

Definición de noticias falsas

FAKE - FALSE NEWS & BULOS

Fake news

Tiene el objetivo de
hacer daño,
desacreditar o engañar.
+ Político
Descontextualizadas.
Tergiversan.
Es una MENTIRA

False news

Información no verificada.
Las originamos por nuestros
propios sesgos. Evidencia
falsa pero coherente con
nuestros valores y creencias.
Es ERRÓNEA

Hoax o Bulo

Noticias falsas creadas sobre
temas de interés o
actualidad para generar una
alarma social o atraer la
atención.
Enlaces /Correos/Whats

Vemos la diferencia entre conceptos.

EJEMPLOS

01

Fake news

Save Time
Avoid The Line
Vote from home.
Text "Hillary" to 59925
and we'll make Hillary together
This November 8th.

- Las personas que contrajeron el virus de forma natural no necesitan la vacuna.
Una persona contagiada con covid-19 desarrolla una inmunidad natural, sin embargo, aún no hay datos suficientes para concluir con exactitud cuánto tiempo dura y su nivel de protección. Lo recomendado por la OMS es consultar con su médico para que le indique cuándo puede vacunarse.

- Las vacunas pueden traer chips incorporados.

Este aviso es falso. Las vacunas contra la covid-19 están libres de estos dispositivos y nunca se han utilizado en vacunas.

02

False news

03

Hoax o Bulo

POLÉMICA CAMPAÑA
'Letizia maltratada': un encargo del Ministerio de Irene Montero para su campaña contra la violencia de género

BULO

Dos años. ¿Irene Montero ha encargado un fotomontaje de la reina Letizia maltratada para usarlo en su campaña?

Si, si puede ser.

TIENEN EN COMÚN...

INFORMACIÓN FALSA INFORMACIÓN INCOMPLETA INFORMACIÓN DESCONTEXTUALIZADA

Que alguien difunde de manera intencionada para manipular la opinión o simplemente para obtener algún tipo de beneficio.

Fakes & news

INTERESANTE...

MENTIRA PRESENTE EN
TODA LA NOTICA O SOLO
EN UNA PARTE.

UNA COSA ES EL HECHO
DEMOSTRABLE Y OTRA
EL PUNTO DE VISTA

TAMBIÉN PODEMOS
GANAR \$ CUANDO
COMPARTIMOS EN
PÁGINAS CON PUBLI.

LAS FAKES SURGEN, SOBRE TODO, EN TIEMPOS DE GUERRA O
CRISIS POLÍTICAS PARA DESCALIFICAR O MERMAR LA MORAL.

CUANTA +
POLARIZACIÓN +
FAKE NEWS

EN LA PANDEMIA NO
CRECIERON, CRECIÓ LA
VIRALIDAD Y LAS FALSE NEWS
POR LA NECESIDAD QUE
TENÍAMOS DE INFO.

LOS MENORES NO
BUSCAN, LAS RECIBEN.
NO SOLO LAS CREEN,
SINO QUE LAS
COMPARTEN

Tipos de Contenido Falso

Fakes & news

TIPOS DE CONTENIDO FALSO

Fabricado

Son informaciones falsas totalmente construidas, diseñadas para engañar, hacer daño o sacar provecho económico.

Impostor

Son sitios de web falsos que imitan a las organizaciones de noticias creíbles y se hacen pasar por ellas publicando noticias falsas.

ClickBait

Son informaciones con titulares sensacionalistas o que despiertan curiosidad para que hagas clic. No suelen cumplir con lo prometido en el titular.

Fakes & news

TIPOS DE CONTENIDO FALSO

Manipulado

Son informaciones reales que se modifican para cambiar el mensaje original por uno falso.

Contexto Falso

Cuando una imagen o video se utiliza para otra historia con un título e información que no le corresponde.

Citas Falsas

Son frases junto a la foto de alguien reconocido que nunca dijo eso. Bromas, por eso se hacen virales.

Fakes & news

Actividad 3:

con un WorkBook con imágenes, identificamos cada uno de los contenidos falsos, según las definiciones.

Detectar y defendernos

Fakes & news

¿CÓMO DEFENDERNOS?

No está en nuestras manos sino en los **MEDIOS DE COMUNICACIÓN** y en la **GESTIÓN PÚBLICA**



EL PAÍS



NO DIFUNDIR NI COMPARTIR (MOMO CHALLENGE)

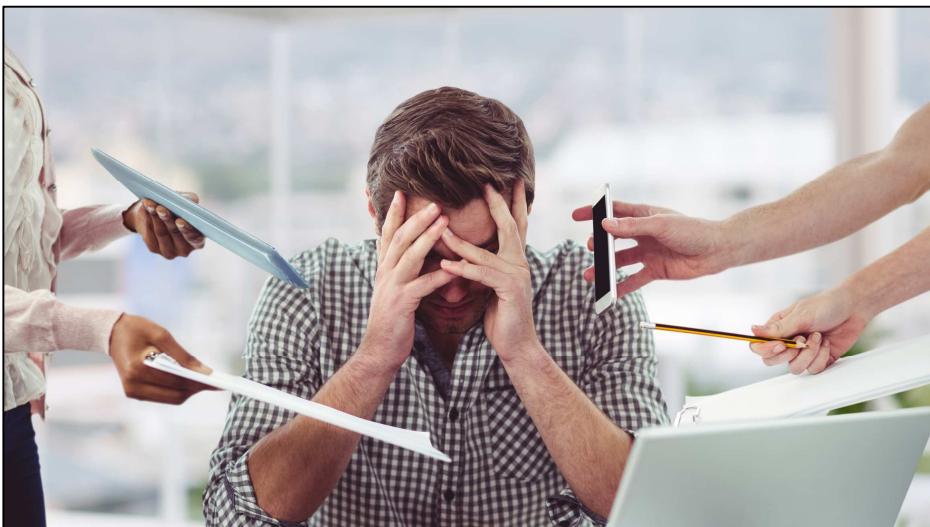
Maldita.es
Stop-bulos.es
<https://elpais.com/noticias/bulos-internet/>
<https://www.snopes.com/>

Detectar Bulos

- 1 TITULAR ALARMANTE O MORBOSO PARA HACER CLIC.
 - 2 IMÁGENES DE POCA CALIDAD.
 - 3 HECHOS INVEROSÍMILES, SIN FECHA, DATOS NO CONCRETOS
 - 4 AUSENCIA DE FUENTES
 - 5 SOLICITUD DE REENVÍO
- Fakes & news*

Desinformación e Infoxicación

Fakes & news



Cuando “googleamos” tenemos toda la info en un clic, pero, ¿es toda cierta, relevante? Google no es una fuente, es una herramienta para llegar a ellas.

No hay que saberlo todo porque podemos sufrir:

- síndrome de la página en blanco.
- bloqueo o sobresaturación.
- ansiedad por manejar datos.

Para recibir solo la información de medios, editoriales o profesionales que nos interesan, existen varias herramientas como las que vemos a continuación. También un #, las fuentes que consultan las personas que yo sigo y las sugerencias que aparecen de otras personas cuando visito sus perfiles son una buena fuente de información.

Desinformación e infoxicación

- 1 ESTUDIA LA FUENTE. ¿DE DÓNDE VIENE LA INFO? ¿IDEOLOGÍA?
- 2 LEER MÁS ALLÁ DEL TÍTULO.
- 3 ¿QUIÉN ES EL AUTOR/A? VERIFICA EXPERIENCIA Y TÍTULOS.
- 4 FUENTES ADICIONALES. ¿EN QUÉ OTROS MEDIOS APARECE?
- 5 FECHA DE PUBLICACIÓN.
- 6 ¿ES UNA PARODIA, BROMA, EXAGERACIÓN...?
- 7 TU SESGO (Sesgo de confirmación), ¿CÓMO INFLUYE?
- 8 CONSULTA EXPERTOS (SANIDAD, MALDITA...)

Actividad 4

Podemos llevar esto al aula, haciéndoles buscar una información y contenido y cubrir una rúbrica con estos ítems.

Sesgo de Confirmación

No vemos las cosas como son, las vemos como somos.

NO
DESARROLLAMOS
UN CRITERIO
PROPIO

BUSCAMOS
INFORMACIÓN QUE
CONFIRME
NUESTRAS IDEAS

NOS FORMAMOS
OPINIONES
ERRÓNEAS DE LOS
DEMÁS

AUMENTAMOS
NUESTROS
PREJUICIOS

NO
DESARROLLAMOS
EL PENSAMIENTO
CRÍTICO

NO NOS
INFORMAMOS
REALMENTE

¿Quién decide lo que veo en Internet?

Fakes & news

Burbujas Filtro



No os perdáis esta charla sobre fake news y burbujas de información de Eli Pariser
<https://www.youtube.com/watch?v=D6QMd9UbW2Q>

DeepFakes



Cómo se hizo el 'Deepfake' de Cruzcampo con Lola Flores.

Un **deepfake** es un video, una imagen o un audio generado que imita la apariencia y el sonido de una persona. Su base es la inteligencia artificial. En el video vemos cómo se hizo el anuncio de Cruzcampo con Lola Flores:
<https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/20210203/mentiras-profundas-dudas-razonables-11491510>

Alfabetización Mediática

Fakes & news

Cuando ocurre un hecho trascendente en la sociedad, es probable que nos enteremos antes por un mensaje en un grupo de WhatsApp o una publicación en Twitter, que por otros medios.

Si hablamos de adolescentes, reciben principalmente la información a través de las redes sociales, mensajes virales que les envían sus contactos o búsquedas rápidas en Internet.

La alfabetización mediática se refiere a este aprendizaje, que desarrolla la capacidad necesaria para saber cómo acceder a la información, analizarla y también crearla en cualquier medio. Estas habilidades se consideran esenciales para que, como ciudadanos, sean capaces de comprender y tomar decisiones fundadas.

Internet es una herramienta informativa sin precedentes, y debemos fomentar que los menores hagan uso de ella. Siempre que la usen con el conocimiento y las habilidades adecuadas, les permitirá formarse, crecer y aprender de forma crítica, además de posibilitar que puedan difundir y crear contenidos propios. Las posibilidades son infinitas, y es posible aprovechar todas sus ventajas si sabemos cómo.

Alfabetización Mediática e Informacional

"La alfabetización mediática desarrolla la capacidad necesaria para saber cómo acceder a la información, analizarla y también crearla en cualquier medio de forma ética"

Fakes & news

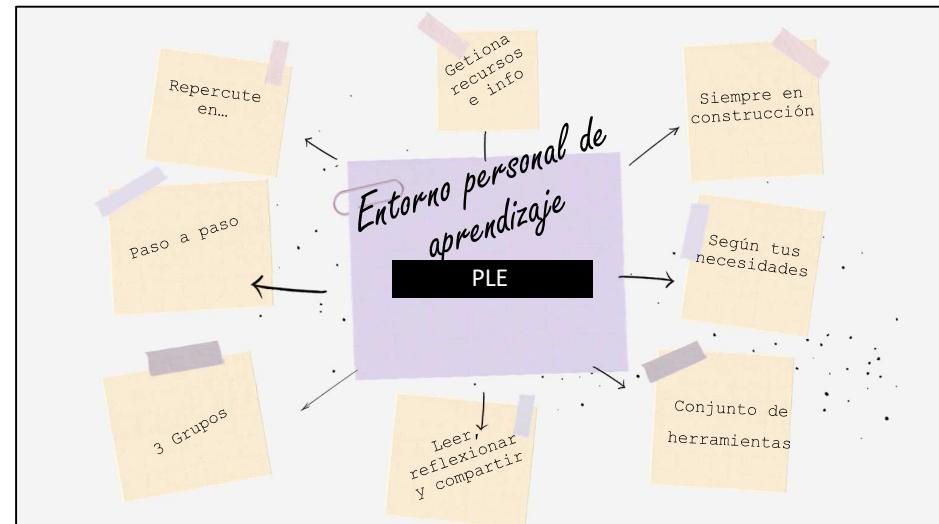
Es la era del "prosumidor" somos consumidores de contenido, pero también creadores.
Productor + consumidor

Hablamos de Netiquetas: normas sociales para convivir en la red, respeto y responsabilidad.

Según la Unesco no se adquiere de golpe, es un proceso vivo y una experiencia dinámica.

Entorno Personal de Aprendizaje

PLE surge al otro lado de las LMS (Learning Management System o entornos virtuales de aprendizaje) en los que nos vienen los contenidos y la información dados.



- El PLE pone como protagonista a la persona (no al contenido ni a la tecnología) en el proceso educativo dentro de un entorno social y tecnológico.
- Nos organizamos para ser lo más eficientes posible.
- Según Adell y Castañeda, un PLE es un conjunto de herramientas, fuentes de información, conexiones y actividad que cada persona utilizamos para aprender.
- Según Atwell sigue 3 procesos cognitivos: leer, reflexionar y compartir.

3 grupos:

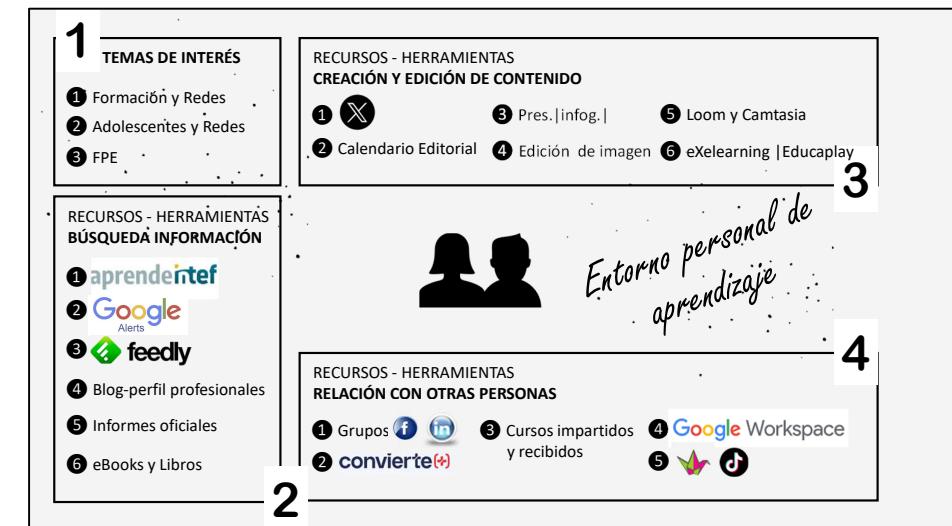
1. De acceso a la información: web, blog, wikis, redes sociales...
2. De creación y edición de información -contenido: programa ofimático, de edición visual, blogs, wikis...
3. De relación con otras personas: cualquier herramienta que nos ayude a estar en contacto con terceros. Red social, videoconferencias, chat

Pasos:

1. Centramos temas y lo que quiero aprender.
2. Busca recursos, herramientas y fuentes de información.
3. Adapta y edita la información.
4. Crea tu propia red de aprendizaje, elige personas referentes: redes sociales. Únelo con tu marca personal utilizando el mismo Nick o nombre en todas las redes.

Repercute en:

1. Papel activo nuestro o de nuestro alumnado
2. Personalización del aprendizaje en función de las necesidades
3. El propio contenido, lo buscamos nosotros o nuestro alumnado
4. Nuestro círculo de aprendizaje con personas afines

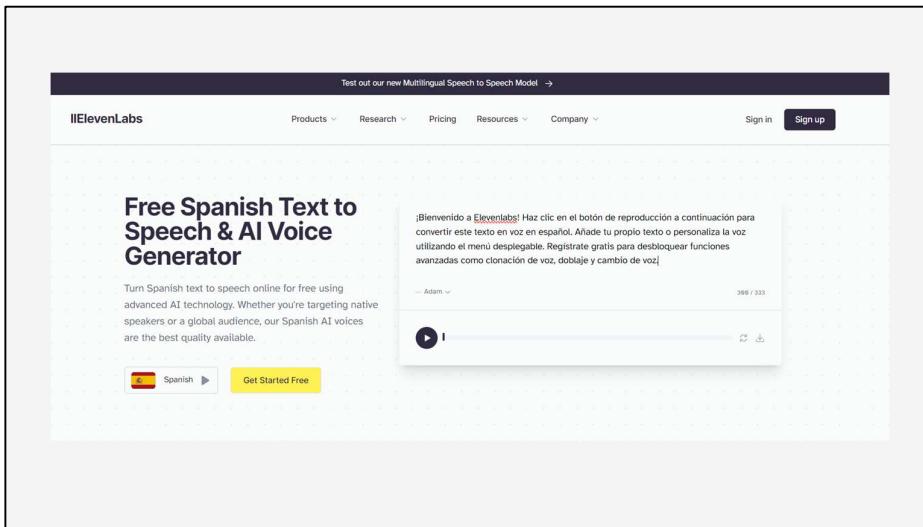


Ejemplo de PLE

Generar Fakes en fakeyou.com

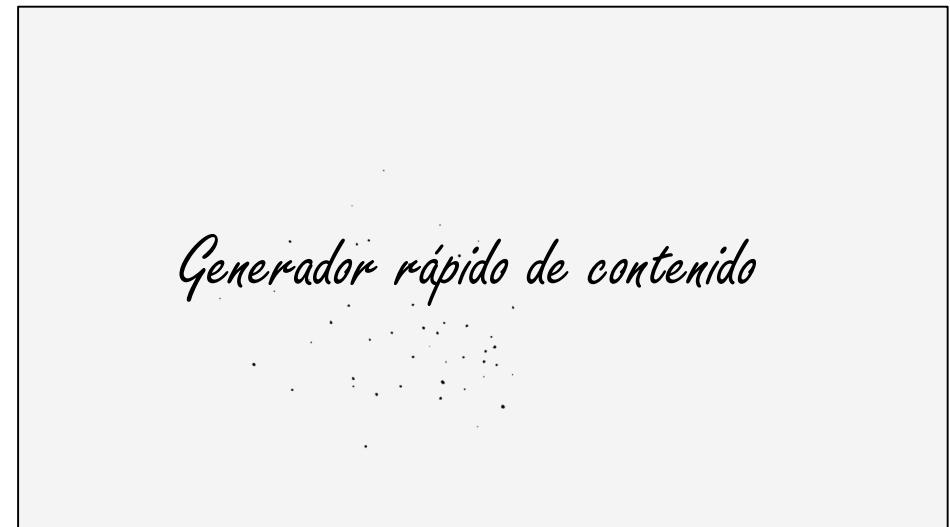
Vemos ahora programas y aplicaciones con los que podemos crear contenido sin saber las fuentes o contenido falso.

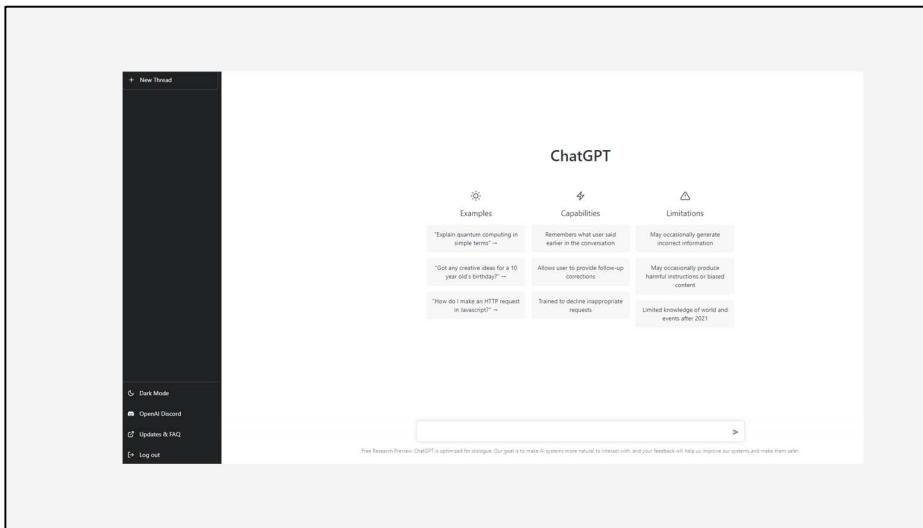




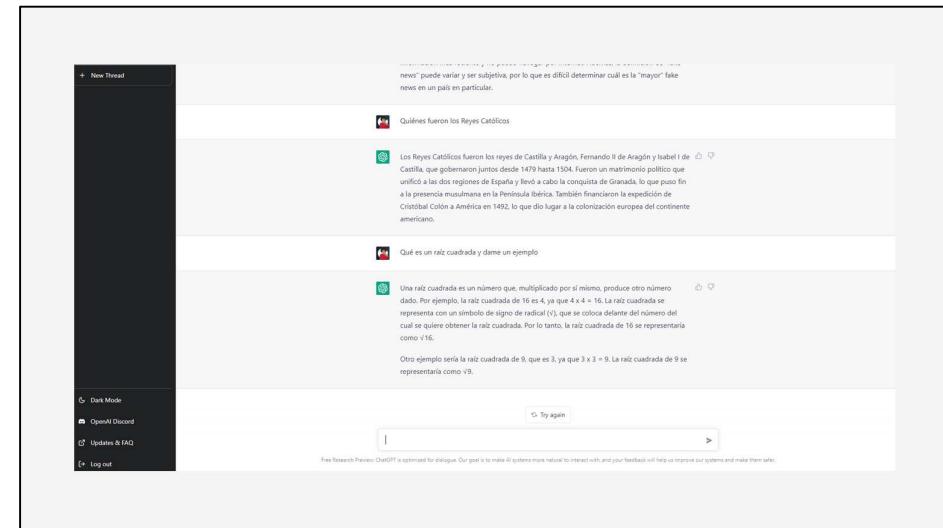
<https://elevenlabs.io/languages/spanish>

La voz de otras personas para nuestras publicaciones o nuestra propia voz con efecto IA o hablando en otro idioma.

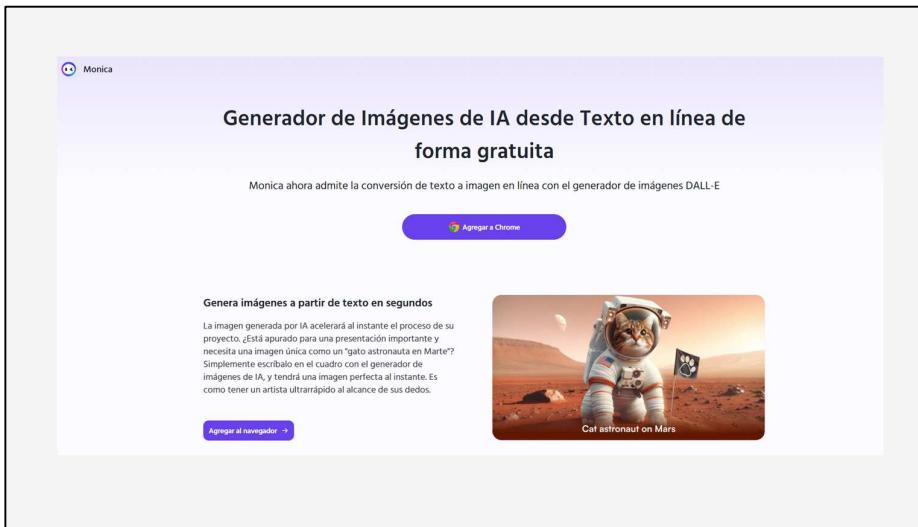




<https://chat.openai.com/chat>



A esta aplicación la llaman Google Killer y genera contenido rápido de lo que quieras.

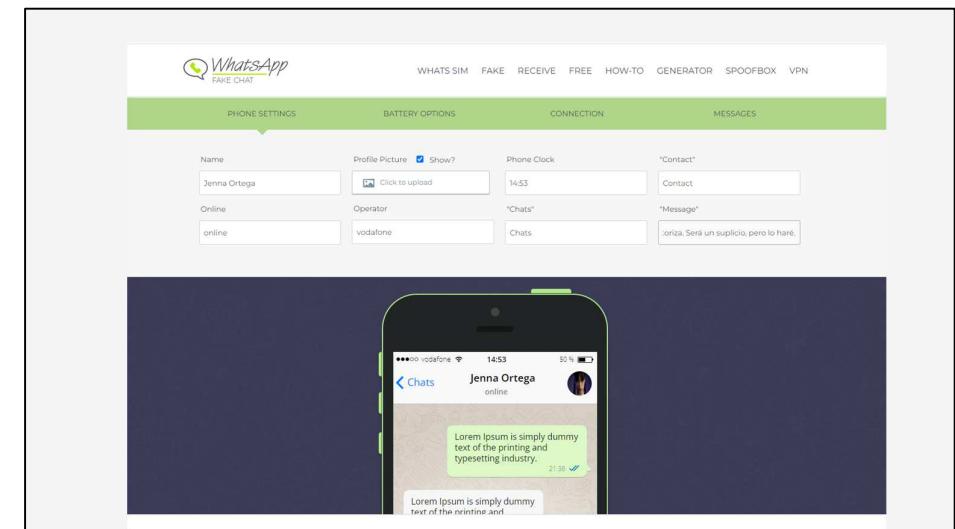


<https://monica.im/>

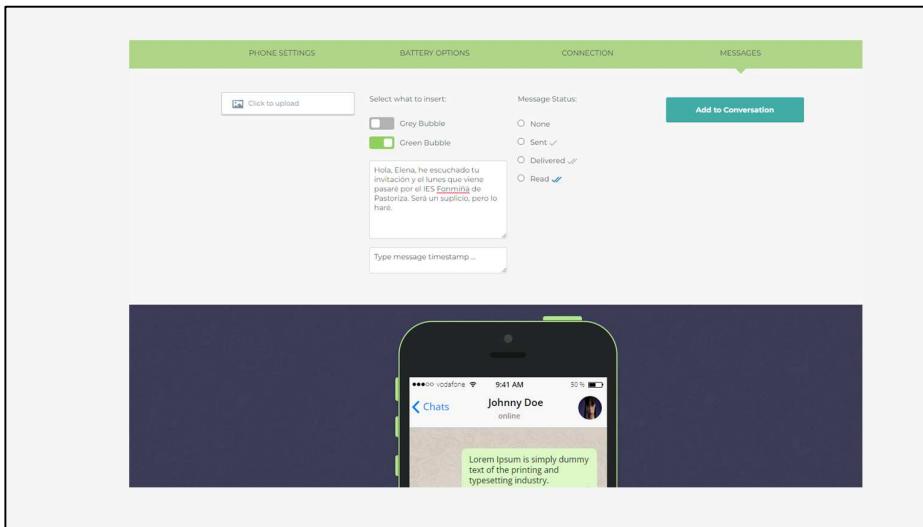




<https://www.fakewhats.com/>
Whatsapp generator



<https://www.fakewhats.com/>
Whatsapp generator

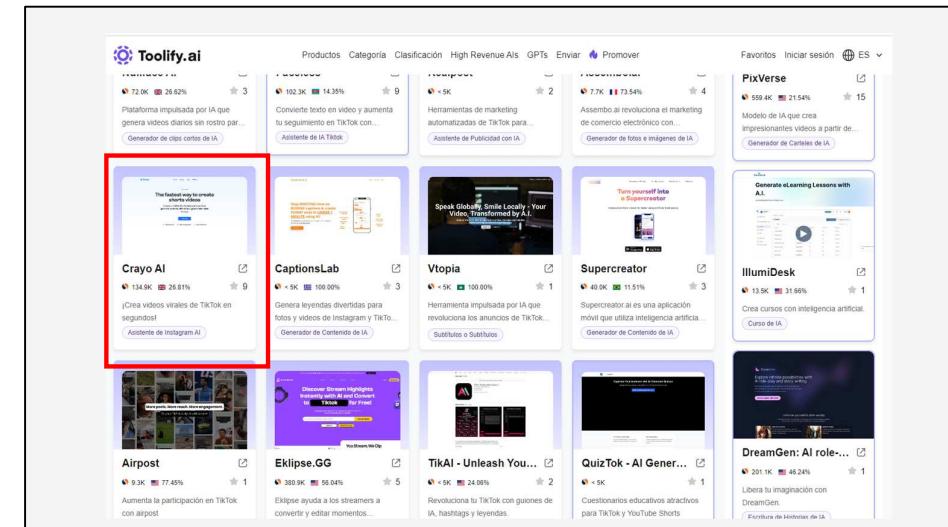


<https://www.fakewhats.com/>
WhatsApp generator



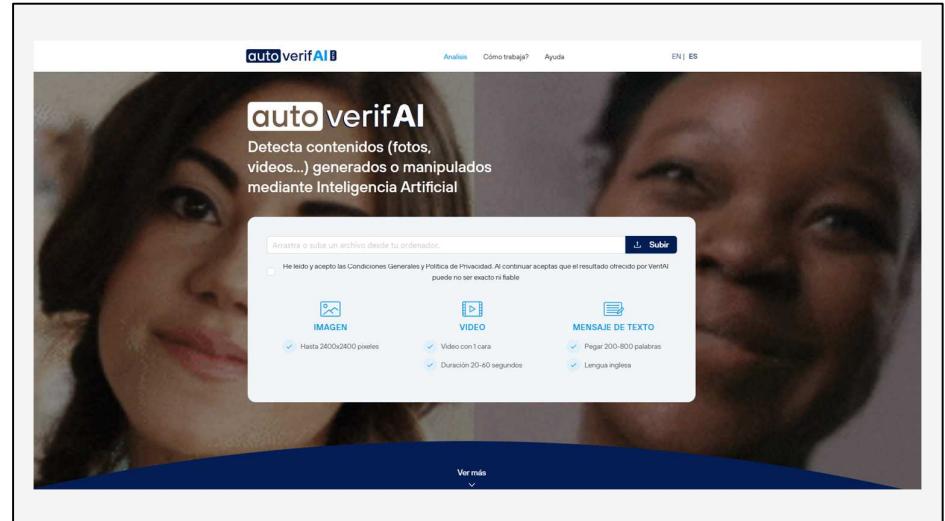
<https://www.fakewhats.com/>
WhatsApp generator

¿Cuántas inteligencias artificiales hay?



<https://www.toolify.ai/>

¿Cómo detectar IA?



GPTZero es una referencia y también autoverifAI (<https://autoverifai.com>), pero ninguna de ellas puede detectar contenido manipulado, deepfakes de voz, textos, vídeos, imágenes, filtros de belleza... Estamos a la espera de la legislación que será la única que pueda protegernos.

Actividades para el Aula

Vemos aquí las actividades y hay plantillas para trabajar.

Construyendo CLICBAITS O CIBERANZUELOS

RETO 1. NIVEL BÁSICO

Duración estimada del ejercicio:

15
minutos



La actividad consiste en comprender lo simple que es crear una fake news con esta técnica. Tan fácil como caer en ella.

1. Recuerda al alumnado en qué consiste un clicbait.
2. Solicita que, a modo individual o por parejas, el grupo proponga los titulares de 3 clicbait.
3. Formula las preguntas para el debate de después de la actividad*

- ¿Qué aprendimos?
- De todos los titulares, en cuál de ellos harías clic rápidamente
- Explica qué te llamó la atención
- ¿Es el titular más loco siempre el más interesante? ¿Por qué?
- ¿Qué diferencias hay entre un título interesante y un clicbait?
- ¿Qué hacen los lectores normalmente ante este tipo de titulares?
- ¿Qué debemos hacer?
- ¿Por qué no debemos compartir?

Construyendo CLICBAITS O CIBERANZUELOS

J5 PERROS SALIERON VOLANDO
POR UN HURACÁN NUNCA ANTES
VISTO EN FINLANDIA!!



RETO 2. NIVEL BÁSICO

Duración estimada del ejercicio:
 10 minutos

La actividad consiste en comprender lo simple que es crear una fake news con esta técnica. Tan fácil como caer en ella.

1. Redacta un titular combinando tres palabras que escribas de diferentes categorías.
2. Animal (plural) – Verbo - País
3. Otros ejemplos: celebridad – verbo –lugar; Nacionalidad – comida –lugar de vacaciones

Construyendo CLICBAITS O CIBERANZUELOS

RETO 3. NIVEL MEDIO

RETO 3 Plantea al grupo completar los siguientes Titulares de noticias con una o dos palabras para convertirlas en Clicbaits o Ciberanzuelos.

Duración estimada del ejercicio:
 10 minutos

“La policía local detiene a un _____ ladrón por quedarse atrapado en _____”.

“Amazon se prepara para lanzar un _____ robotizado”.

De los dos, en cuál de ellos harías clic más rápidamente
Cuál te ha llamado más la atención y por qué
Cuántas veces has caído en ellos, recuerdas alguno en especial

Ejemplos:

“La policía local detiene a un “papa noel” ladrón por quedarse atrapado en una chimenea”.

“Amazon se prepara para lanzar un supermercado robotizado”.

Identifica FAKE NEWS en el SPOT PUBLICITARIO

RETO 4. NIVEL MEDIO



Duración estimada del ejercicio:
 15 minutos

1. Recordar qué es un spot publicitario y su finalidad.
2. Visionar el Spot.
3. Realizar preguntas y reflexionar.

<https://www.youtube.com/watch?v=1gh3UkQerwM>

Quién es el responsable, cuál es el objetivo, qué tipo de fakes hay y justifica la respuesta.

¿DEBO COMPARTIR ESTA INFO?

RETO 5. NIVEL MEDIO



RETO 4. NIVEL BÁSICO
RETO 4. NIVEL MEDIO
• Introducción
• ¿En qué consiste la actividad?
• Tareas
• Preguntas para el debate

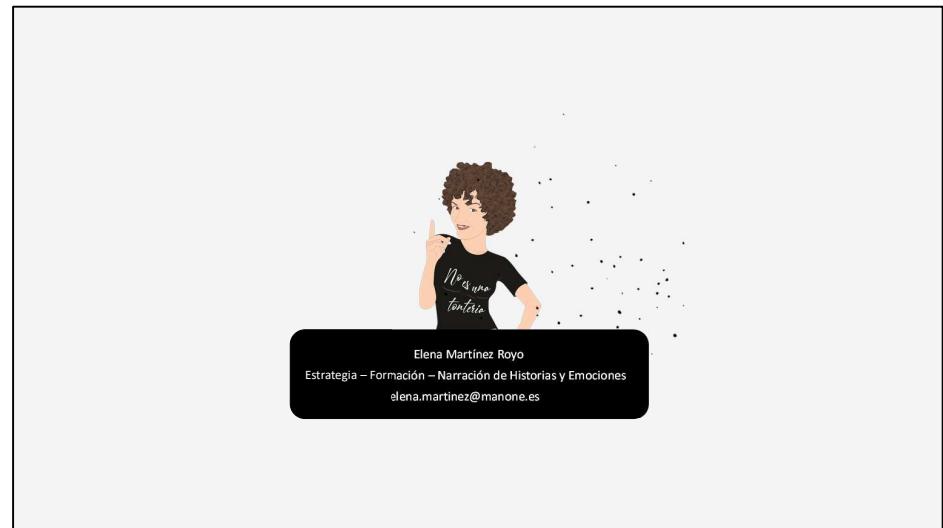
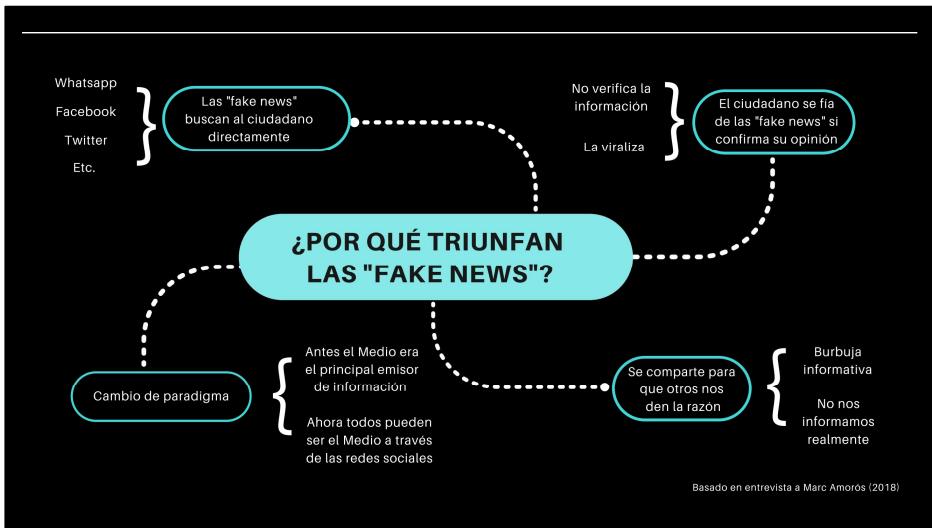
Tiempo estimado: 25 min.

Duración estimada del ejercicio:
 25 minutos

Superemos la primera impresión para evitar las emociones.

1. Selección y comprensión de la lectura propuesta.
2. Entrega de plantilla con preguntas.
3. Puesta en común de las respuestas.

Trabajamos con la plantilla. Proponemos dos noticias para trabajar y decidir si se comparten o no. En el taller hemos trabajado con la de Trump y con la de la Nasa.



Muchas gracias por todo, estoy a vuestra disposición ☺