

TRABALLO 2º AVALIACIÓN. MANIPULACIÓN MEDIÁTICA.



Imos traballar o tema da **manipulación mediática** e como pode influír na opinión pública a través das *fake news*, dos bulos, da publicidade política dirixida e do uso de algoritmos nas redes sociais.



- As actividades son as que aparecen marcadas con este **cadradiño** e **subliñadas**. Deben ser realizadas seguindo as indicacións. **Responde nos ocios correspondentes** e, se precisas máis espazo, indícao e continúa na última cara da ficha.
- Traballaredes **por parellas** para buscar a información e expoñela cando corresponda, pero **cada un debe cubrir a súa ficha de maneira individual**.
- Olo ás faltas de ortografía e expresión escrita.
- Adicaremos 4 sesións a facelo, de non rematalo na clase terás que facelo na casa. **Día de entrega: martes 10 de marzo de 2026. Non se recollerán fora de prazo sen causa xustificada.**
- Tomate en serio o traballo e esfórzate. Suporá o **20% da cualificación final** da avaliación.
 - Será avaliada a expresión escrita e oral e a corrección ortográfica.

ESCRIBE EN GALEGO, AGÁS NA ACTIVIDADE 4.

DEMOCRACIA... REAL?

Hoxe, os sistemas democráticos están moi extendidos no mundo, aínda que non todos teñen a mesma calidade democrática.

Ademais, as democracias enfróntanse a un dos seus maiores perigos: a manipulación da opinión pública a través da información. A aparición das *fake news* e dos bulos nas redes sociais fai que moitas persoas reciban mensaxes falsas ou enganosas que se espallan con enorme rapidez. Moitas veces estes contidos están deseñados para provocar medo, enfado ou confusión, e así influír no que a xente pensa ou decide. Ademais, a publicidade política emprega algoritmos capaces de analizar os gustos, medos e hábitos das persoas para enviar mensaxes moi dirixidas, ás veces sen que o público saiba quen está detrás nin con que intención. Todo isto crea un escenario no que é máis doado manipular ás persoas e máis difícil tomar decisións informadas, poñendo en risco o funcionamento libre e transparente das democracias.

ESCOLLE UN CONTIDO

Escolle un contido (artigo, noticia, vídeo en redes...) que viches esta semana e que che xerou un impacto ou influíu na túa opinión sobre un tema concreto. Explica que información ofrecía e a través de que medio.

¿Pensas que esa información é verídica? ¿Contrastáchela?

A responsabilidade e o espírito crítico son capacidades esenciais que debes desenvolver. Hoxe vivides na era da información, pero tamén da desinformación. Por iso é importante que desenvovades a capacidade para detectar mensaxes falsas ou enganosas, recoñecer as noticias falsas (fake news) ou bulos, e contrastar a información que recibides.

- **As Supernenas e as noticias falsas (3'20")**
- **Que facemos con tanta noticia falsa en Internet? (3'21")**

ACTIVIDADE 1: Un anel de poder para dominalos a todos: a desinformación e a manipulación mediática.

Internet facilitou compartir información, pero tamén a desinformación. Calquera pode crear contidos, non sempre con boas intencións.

1. Como nos manipula o algoritmo?

Un algoritmo é un conxunto de instrucións que segue unha máquina para decidir:

- Que vídeos ves.
- Que publicacións aparecen primeiro.
- Que anuncios se che mostran.

Como saben os algoritmos o que che gusta?

As plataformas recollen datos sobre ti todo o tempo: que contidos miras (páxinas web, videos, aplicacións...), en que fas click, que segues, que comentas, que buscas. Con esa información, o algoritmo fai unha especie de perfil teu: " a esta persoa gústalle isto, enfádase con isto outro, está preocupada por..., compra este tipo de cousas...". E a partir de aí, amósache contido pensado para:

- Mostrarche anuncios moi personalizados e acabes mercando algo. Crear necesidades que antes non tiñas (e merques).
- Influír na túa opinión, por exemplo, política.

• **Reflexión. Responde ás seguintes cuestións:**

2. Se unha máquina decide o que ves... canto hai de elección libre?

3. Pensas que compras cousas porque as necesitas ou porque cho mostran?

4. Quen cres que controla realmente a información: os gobernos, as persoas ou as empresas?

2. A manipulación mediática

Vense tempo sinalando como a través dos algoritmos e os contidos das redes sociais inflúese e incluso manipúlase a opinión e posicionamiento político da xente. Esta dimensión é clave xa que afecta á calidade democrática. O primeiro que debemos ter en conta é:

A nosa opinión non nace da nada: constrúese co que vemos, lemos e escoitamos. Inflúen a familia, a escola, as amizades, os medios de comunicación, e agora sobre todo: as redes sociais.

Quen controla a información, inflúe na opinión.

Como se empregan os algoritmos e as redes para manipular a opinión pública?

Os algoritmos por si mesmos non teñen unha vontade de manipulación, aínda que os seu funcionamento a favorece: analizan datos e mostran aquilo que chama máis a atención, ou xera reaccións rápidas, o que pode incluír *fake news*, bulos, información enganosa...

- Busca información: qué é unha burbulla informativa e que implica?

Porén, os algoritmos sí poden ser empregados con intención manipuladora: actores políticos, económicos ou grupos organizados poden usar:

- publicidade hipersegmentada
- mensaxes dirixidas a persoas moi concretas
- campañas de desinformación
- bots e contas falsas

Aproveitase o funcionamento dos algoritmos para influír na opinión pública sen que a xente sexa plenamente consciente.

- Busca información. Como se empregan os algoritmos e as redes para manipular a opinión pública?

- Busca que é o *Clickbait* e como funciona.

ACTIVIDADE 2: Democracia... Real?

A democracia pode verse ameazada non só por formas tradicionais de manipulación electoral, senón tamén por tácticas dixitais modernas: uso de datos persoais, segmentación de mensaxes, viralización de rumores e desinformación. Antes, a

manipulación facíase desde a televisión ou a prensa. Agora, faise de forma individual, personalizada e invisible.

1. Manipulación da opinión pública con fins electorais:

Imos ver dous casos:

- A. No primeiro, a opinión dos cidadáns manipulouse empregando os algoritmos e a análise de datos e perfilado psicolóxico.
- B. No segundo, mediante a difusión masiva dunha fake new que xerou a mobilización do voto conservador.

A. Caso Cambridge Analytica e a manipulación política a través de Facebook (2016).

Durante as eleccións presidenciais dos Estados Unidos de 2016, a empresa británica Cambridge Analytica accedeu a datos persoais de usuarios de Facebook a través dun test que empregaron para amosar contido político personalizado, vinculado coa campaña de Donald Trump nesas eleccións.

• Indaga e realiza un pequeno informe. Preguntas guía:

1. Que era Cambridge Analytica? Que tipo de empresa era.
2. Como conseguiron os datos e que fixeron con eles?
Investigade o test de Facebook e por que permitía acceder a tanta información. Buscade como crearon perfís psicolóxicos e que tipo de mensaxes personalizadas enviaban.
3. Que papel xogou Facebook? Que consecuencias tivo o caso?

Informe:

O caso Cambridge Analytica a favor do Brexit en RU.

O caso do Brexit no Reino Unido estivo relacionado coa mesma empresa e seguiu un patrón moi parecido para enviar mensaxes diferentes a cada persoa, segundo medos, inseguridades e ideoloxía. Por exemplo: a persoas con medo á inmigración chegáballe contido alarmista; a persoas con desconfianza política, teorías contra a UE. Millóns de persoas recibiron propaganda política personalizada sen saber que era propaganda.

Estes exemplos amosan algo moi perigoso: como se poñen en práctica estratexias de manipulación política moi sutís, personalizadas e emocionais.

B. O caso Trump e o rumor das "mascotas comidas" (EE.UU.2024): manipulación política nas redes sociais

En setembro de 2024, durante un debate presidencial ocorreu o seguinte: <https://youtu.be/6S6yWtIdGFs>

- Indaga e realiza un pequeno informe no que expliques que ocorreu e que consecuencias tivo.

Informe:

- Reflexiona: que nos ensina este caso?

Cal é a estratexia que se emprega no caso B?

1. Un líder político lanza unha afirmación emocional (medo, indignación, odio...)
2. Os algoritmos das redes priorizan ese contido porque xera moitas reaccións, e por tanto espállase máis rápido ca información veraz.
3. Os usuarios tenden a crer e compartir aquilo que encaixa coas súas ideas previas (sesgo de confirmación).
4. A mentira permanece: aínda desmentida, deixa un impacto emocional e político duradeiro

Artigo: "Tres noticias falsas que propiciaron guerras y conflictos alrededor del mundo": [3 noticias falsas que propiciaron guerras y conflictos alrededor del mundo](#)

- A manipulación mediática pode valer unha guerra. Indaga sobre a falsa testemuña dunha nena que inclinou a balanza da opinión pública estadounidense a favor da guerra de Irak: que ocorreu? que consecuencias tivo? que revelaron as investigacións posteriores? entrou EEUU en guerra con Irak?

2. La niña de Kuwait y la invasión de Irak

Otro ejemplo de desinformación que dio la vuelta al mundo tiene como protagonista a otra menor de edad: **Nayirah**, una niña kuwaití de 15 años que denunciaba las atrocidades cometidas por los invasores iraquíes en su país.

Ocurrió en 1990, unos meses después de que el entonces presidente de Irak, Saddam Hussein, invadiera de Kuwait. En Estados Unidos, el presidente George Bush había fijado un plazo límite para que el ejército de Irak se retirara.



2. Manipulación con fins económicos:

Detras da manipulación mediática sempre hai un interese. Pode ser político, pero tamén económico ou social:

- Económico: para danar a competencia, crear pánico, modificar comportamentos de consumo. Por exemplo: quen se vería beneficiado se a xente comeza a ter medo da ocupación das súas casas ou a delincuencia?
- Social: inmigración, vacinas, educación, feminismo, cambio climático...

O seguinte caso exemplifica como as grandes empresas poden manipular a opinión pública para conseguir que se limiten ou aproben medidas/leis segundo o seu interese:

A. O caso de Meta (Facebook/Instagram) e a lei europea de protección de datos (GDPR):

A UE aprobou unha das leis máis duras do mundo sobre datos persoais: o **Regulamento Xeral de Protección de Datos (GDPR)**. Isto limitaba directamente a publicidade personalizada, negocio principal de Meta.

Que fixeron Meta e outras tecnolóxicas?:

- campañas nas súa plataformas: "sen datos, a rede empeora"
- presión constante en redes e medios dixitais presentando a regulación como algo negativo para os usuarios.
- mensaxes simplificadas: "Bruxelas quere controlar internet".

Resultado: a lei aprobouse, pero con excepcións e marxes legais moi amplas para as empresas. É un exemplo claro de manipulación da opinión pública en beneficio dunha empresa privada. Meta non cambiou a lei directamente: cambiou primeiro o que a xente pensaba da lei.

• DEBATE:

- Existe unha opinión pública real?
- Pode haber democracia se a nosa opinión é tan manipulable?
- Cres que debería existir un maior control sobre estas prácticas?

Normas básicas para participar nun debate:

1. Respecta o turno de palabra. Fala só cando o indique o moderador/a.
2. escoita sen interromper.
3. Respecta todas as opinións.
4. Argumenta o que dis, non só opines.
5. Fala claro e breve. Non acapares a palabra.
6. Mantén un ton educado e construtivo.

ACTIVIDADE 3. Fake news e bulos amplificados por redes: unha "amenaza desinformativa".

Atende aos seguintes datos:

- O *Digital News Report España 2025* amosa que máis da metade dos españois considera que os políticos son unha das principais fontes de desinformación (documenta casos nos que declaracións políticas falsas ou manipuladas foron amplificadas polas redes e polos medios, xerando polarización e debate público)

- Investigacións académicas recentes amosan que partidos de extrema dereita en España utilizan sistematicamente *fake news*, contidos manipulados e estratexias de "clickbait político".
- Un estudo académico (*SmartVote*) identificou a Vox como o partido que máis bulos difunde nas redes sociais. Entre os contidos analizados había enquisas manipuladas, datos descontextualizados e acusacións falsas que circularon amplamente polas redes e por algúns medios afíns. O estudo sinala que estas tácticas forman parte de estratexias de fraude electoral e mobilización política.

CASO: O BULO DE Torre Pacheco

En xullo de 2025 produciuse en **Torre Pacheco (Murcia)** unha agresión a un veciño de 68 anos. As imaxes do seu rostro lesionado circularon nas redes sociais, o que levou á proliferación de **información falsa que alimentou odio e xenofobia** nas plataformas dixitais.

[Cómo los bulos convirtieron a Torre-Pacheco en el corazón de la desinformación - laSexta Noticias](#)

[DANA: Los BULOS y la DESINFORMACIÓN se PROPAGAN RÁPIDAMENTE en REDES SOCIALES | RTVE Noticias](#)

Non todos os bulos nacen en redes sociais. Ás veces, **os propios medios de comunicación tradicionais** —xornais, cadeas de televisión ou radio— tamén poden difundir información incorrecta ou enganosa. Non sempre ocorre de maneira intencionada: ás veces é por falta de verificación. Pero noutros casos, certos medios poden **seleccionar ou presentar a información dun modo que favoreza determinados intereses políticos ou económicos**, o que tamén pode contribuir á manipulación da opinión pública.

- Indaga sobre un bulo que tivera repercusión en España ou outro país e explica aos teus compañeiros que ocorreu.

Información recollida:

elDiario.es
 Política Internacional Economía Opinión Cultura Clima Desalambre Igualdad Verteles Juegos

El Supremo condena a Inda y OkDiario a pagar 18.000 euros a Pablo Iglesias por difundir el bulo de su falsa cuenta en Granadinas

La Sala de lo Civil del tribunal entiende que el director del digital manipuló la noticia original del redactor hasta publicar una información que "no fue veraz" y no estaba basada en "fuentes objetivas y fiables"

— El ex 'número dos' de Interior con el PP, sobre la cuenta en Granadinas de Pablo Iglesias: "Sabíamos que era mentira"

infoLibre
 SUSCRIBETE | INICIAR SESIÓN | Transparencia total >

Lo más leído

- Del Ayuntamiento a Génova: el PP se lava las manos ante...
- Perelló pasa a la oposición sin complejos y crítica que...
- Edificales, ejueces y caros bufetes: el ejército legal de...
- Ruido en el Congreso y llanto militar
- Por qué algunas personas protegen y otras denuncian

Política Opinión Economía Cultura Igualdad Medio ambiente Mediapart TintaLibre Club infoLibre

'OkDiario' acumula dos sentencias en el TS por noticias falsas además del bulo de Granadinas

- La condena señala a su director, Eduardo Inda, como el principal impulsor de la desinformación contra el exlíder de Unidas Podemos
- El Alto Tribunal también lo ha sancionado por difundir patrañas contra una denunciante de 'Gürtel' y los titiriteros encarcelados por la Audiencia Nacional

ACTIVIDAD 4. Qué hace que una democracia sea auténtica? La manipulación mediática supone un problema democrático?

- Vamos a aprovechar los contenidos trabajados para desarrollar nuestra capacidad crítica y argumentativa al mismo tiempo que trabajamos los contenidos estudiados en Lengua castellana: elabora un **TEXTO ARGUMENTATIVO** que dé respuesta a la pregunta planteada. Consulta las características del texto argumentativo en los apuntes de Lengua castellana (ficha tipos de texto).

Extensión: mínimo media carilla- máximo una carilla.

Ojo a las faltas de ortografía. Redacta un texto serio y formal, con coherencia y cohesión. **Supondrá 1,5 puntos de la calificación de este trabajo.**