



FORMACIÓN CERTIFICADA Y GRATUITA

Aprendizaje y entretenimiento digital: teléfonos, tablets y videojuegos.

Cómo fomentar el pensamiento crítico.

28 de septiembre de 2024

Hora: de 12:00 pm a 2:00 pm EST

Formación en línea, certificada y gratuita



Miguel Ángel Rodríguez Felipe

Director de Programas
Fundación Fad Juventud

fad
Juventud



Propósito

Mejorar el bienestar y la calidad de vida de la juventud como protagonista del presente y artífice del futuro



Misión

Analizar, actuar e influir en todo lo que afecta al desarrollo de la juventud



Temáticas

Salud y Bienestar; empleo y emancipación; educación y ciudadanía digital; género y valores



Principios

En el marco de los **ODS** y los **DDHH** creemos en la justicia, la solidaridad, la sostenibilidad, la ética, la equidad y la inclusión



Actividad

Fad ANALIZA

- Monitoriza e investiga la realidad juvenil
- Detecta riesgos y oportunidades
- Anticipa tendencias

Fad ACTÚA

- Proyectos educativos y programas de formación en España y Latinoamérica
- Campañas de sensibilización
- Servicios de información y orientación

Fad INFLUYE

- Juventud
- Escuela, familias y comunidad
- Opinión pública y políticas públicas

Índice

Aprendizaje y entretenimiento digital: teléfonos, tablets y videojuegos

1

¿Cómo son, qué piensan, adolescentes y jóvenes sobre sus prácticas digitales?

2

¿En qué tenemos que educarlos?

3

Algunos recursos educativos para utilizar en el aula





OCIO DIGITAL PLENAMENTE INTEGRADO EN LA VIDA COTIDIANA



Ocio digital a **diario** en
4 de cada 5 jóvenes.



3 de cada 4 jóvenes tienen
suscripciones de pago a
contenido audiovisual.

ACTIVIDADES MÁS FRECUENTES



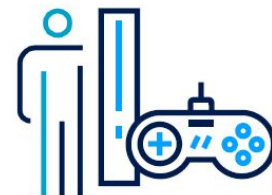
música



contenido
audiovisual



redes
sociales



videojuegos

Actividades Ocio Digital

1



% que realiza todos los días

GLOBAL

MUJERES

HOMBRES

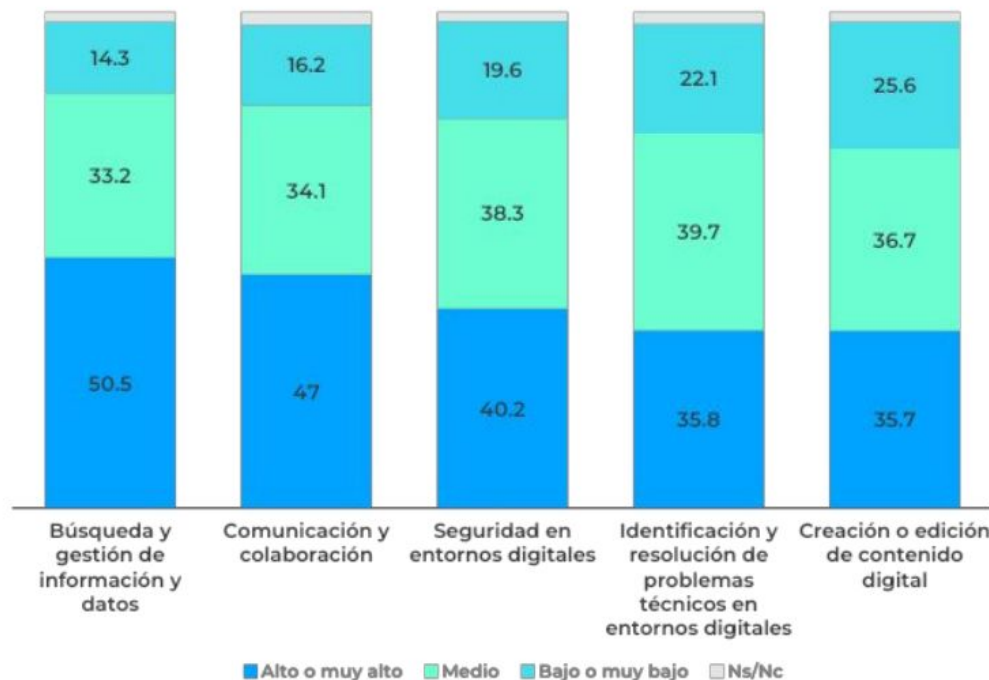
Veo contenido en redes sociales	82,8	86,7	78,9
Escucho música (online y/o descargada)	75,6	76,2	74,9
Veo películas/series en plataformas y/o descargadas	60,6	62,4	58,8
Veo vídeos y/o directos en plataformas online	60,4	52,6	68,4
Veo la televisión	54,5	55,4	53,6
Veo contenido online relacionado con videojuegos	37,9	19,7	56,5
Juego a videojuegos	37,4	20,2	55,0
Escucho la radio y/o podcasts online	34,8	33,4	36,2
Leo prensa digital y noticias	34,2	29,0	39,6
Sigo blogs, webs y/o foros	32,9	30,4	35,4
Accedo a contenido adulto o pornografía	17,3	11,1	23,5
Uso páginas y/o aplicaciones para encontrar pareja	13,5	11,1	16,0
Uso servicios de apuestas y casino online	12,4	9,0	15,7



Los y las jóvenes se **autoperciben con una destreza digital alta**. La consideración más alta es para la **búsqueda y gestión de información y datos** y para la **comunicación y colaboración a través de tecnologías digitales** (50,5% y 47% con nivel alto o muy alto, respectivamente).

Hay algunas diferencias por perfiles: las chicas tienden a autoperibirse menos competentes digitalmente, así como quienes tienen menos formación y quienes tienen peores condiciones socioeconómicas.

Nivel de competencias digitales (autopercebido) (%)



Generación de sensaciones

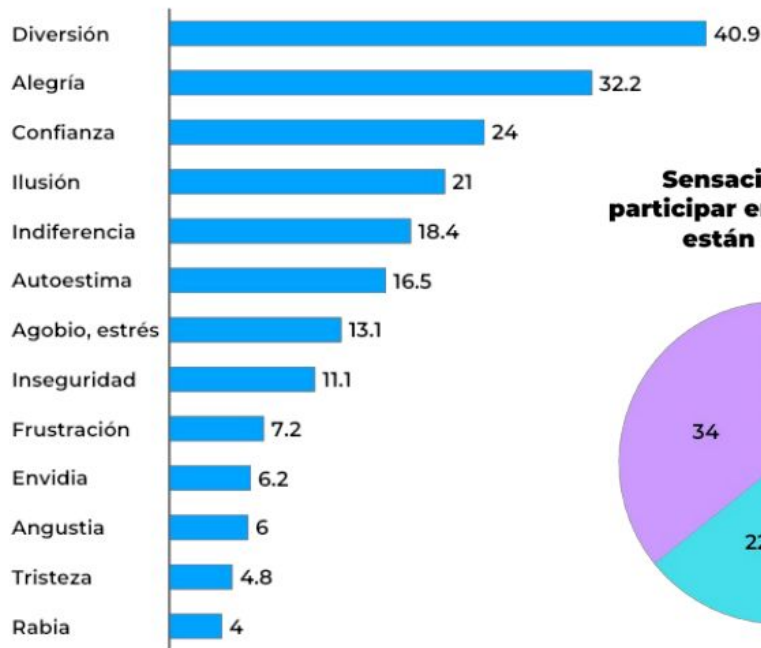
1



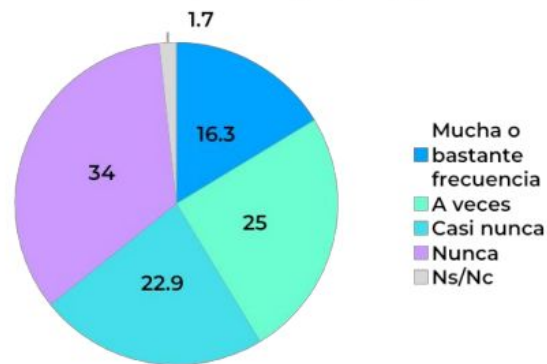
El uso de redes sociales genera principalmente **sensaciones positivas** en los y las jóvenes: **diversión (40,9%)**, **alegría (32,2%)**, **confianza (24%)** o **ilusión (21%)**. Declaran algunas sensaciones **negativas**, aunque minoritarias: **agobio o estrés (13,1%)**, **inseguridad (11,1%)** o **frustración (7,2%)**.

1 de cada 4 reconoce que a llegado a **sentirse** (a veces) **mal por no participar en redes sociales** en las que interactúa su círculo de amistad; **16,3%** dice que ha tenido esa sensación con bastante o mucha frecuencia.

Sensaciones que genera usar, gestionar y mantener las redes sociales (%)



Sensación de malestar por no participar en las redes sociales donde están los/as amigos/as (%)





Gestión

Privacidad e intimidad

- Gestionar adecuadamente su privacidad e intimidad, puede suponer estar en mejor disposición para evitar riesgos asociados al uso de redes sociales e Internet.

- **42,5%** de jóvenes tiene sus perfiles en redes sociales privados (restringidos).
- **18,6%**, totalmente públicos (los puede ver cualquiera) y **36,4%** parcialmente públicos.



Género / Edad

Ellas más cautelosas

- Las mujeres son más cautelosas: el 48,5% tiene sus perfiles privados (13 puntos por encima de los hombres).
- Aumenta la proporción de personas que tienen sus perfiles públicos a medida que crece la edad.

- Entre los 15-19 años, el **14,9%** de los menores tiene los perfiles totalmente públicos y el 33,6% parcialmente.



Retocar fotos

Valoran la imagen

- Retocar las fotos que se suben a redes sociales puede ser indicativo de la importancia que le conceden a la imagen y a la manera en que gestionan su presencia online.



- Algo más de la mitad dice que nunca o casi nunca retoca las fotos (53,2%).
- Una cantidad muy cercana reconoce que sí lo hace, el 24,3% a veces y el 20,2% con bastante o mucha frecuencia.



Contenido

Qué comparten

- Quién tiene sus perfiles públicos, retocan con mayor frecuencia sus fotos.
- El 28,2% con perfiles totalmente públicos y el 24,6% de quienes los tienen parcialmente públicos, retocan sus fotos con bastante o mucha frecuencia.



- Importancia de la imagen: las fotos propias es el contenido que se comparte con mayor frecuencia (58%), seguido a bastante distancia de cosas que gustan (música, libros, películas...) (44,8%) y de comentar o interactuar con publicaciones de otras personas (37,2%).



Muchos y muchas jóvenes no son conscientes del tiempo que pasan en RR. SS. (43,1% está bastante o muy de acuerdo con esta afirmación, y el 27,7% algo de acuerdo).

Es bastante frecuente encontrar jóvenes que declaran que sienten la **necesidad de ver las redes sociales en todo momento** (31,9% está muy o bastante de acuerdo), que le preocupan las **reacciones negativas** (29,9%) o que los **“me gusta”** son importantes para su **autoestima** (29,8%).

Opiniones sobre redes sociales y su uso (%)

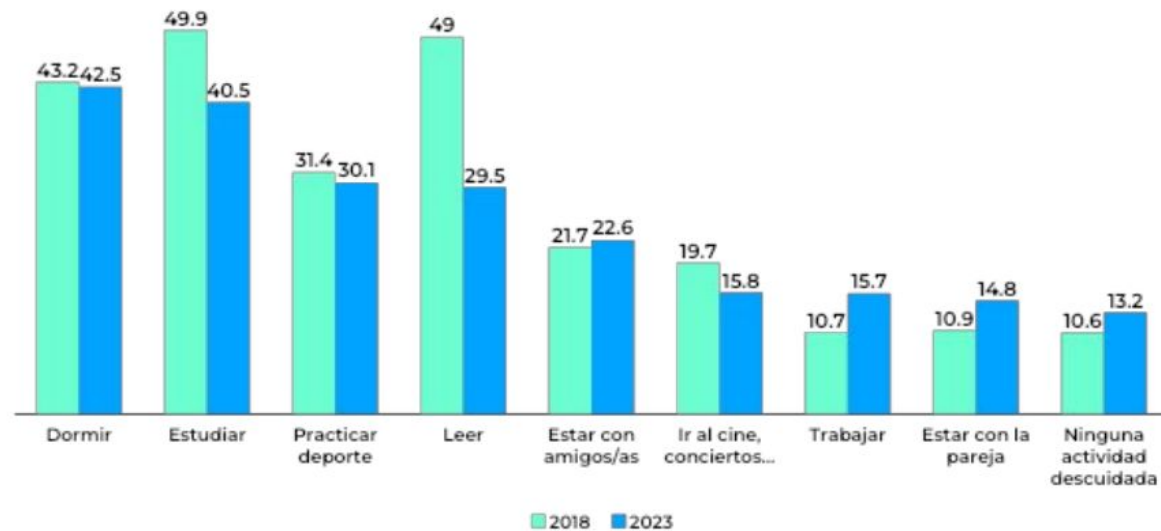




Las dos actividades importantes que más se descuidan por pasar tiempo online son **dormir** (42,5%) y **estudiar** (40,5%).

Respecto a 2018, **descienden quienes reconocen restar tiempo a leer** (pasa de 49% a 29,5%) o estudiar (baja nueve puntos). Y aumenta ligeramente la proporción de jóvenes que afirman que no descuidaron ninguna actividad.

Actividades descuidadas por usar internet y redes sociales (%)

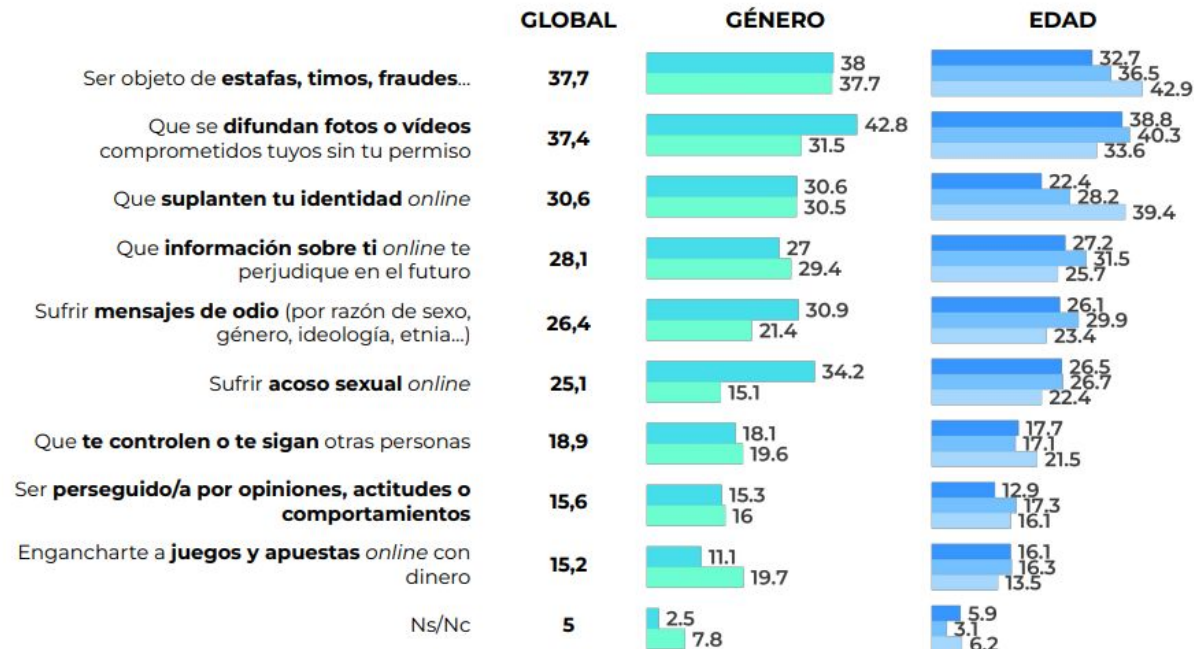




Situaciones problemáticas de los entornos digitales que más preocupan a la juventud son: ser **objeto de estafas o fraudes online** (39,7%) y **sufrir la difusión de fotos o vídeos propios sin consentimiento** (39,4%); en menor medida la **suplantación de identidad, reputación online, discursos de odio o acoso sexual online**.

En general, las **mujeres perciben más riesgos**, destacando comparativamente por su preocupación por la difusión de imágenes sin consentimiento, el discurso de odio o el acoso sexual.

Riesgos de las tecnologías digitales que más preocupan (%)



Experiencias problemáticas *online* más frecuentes

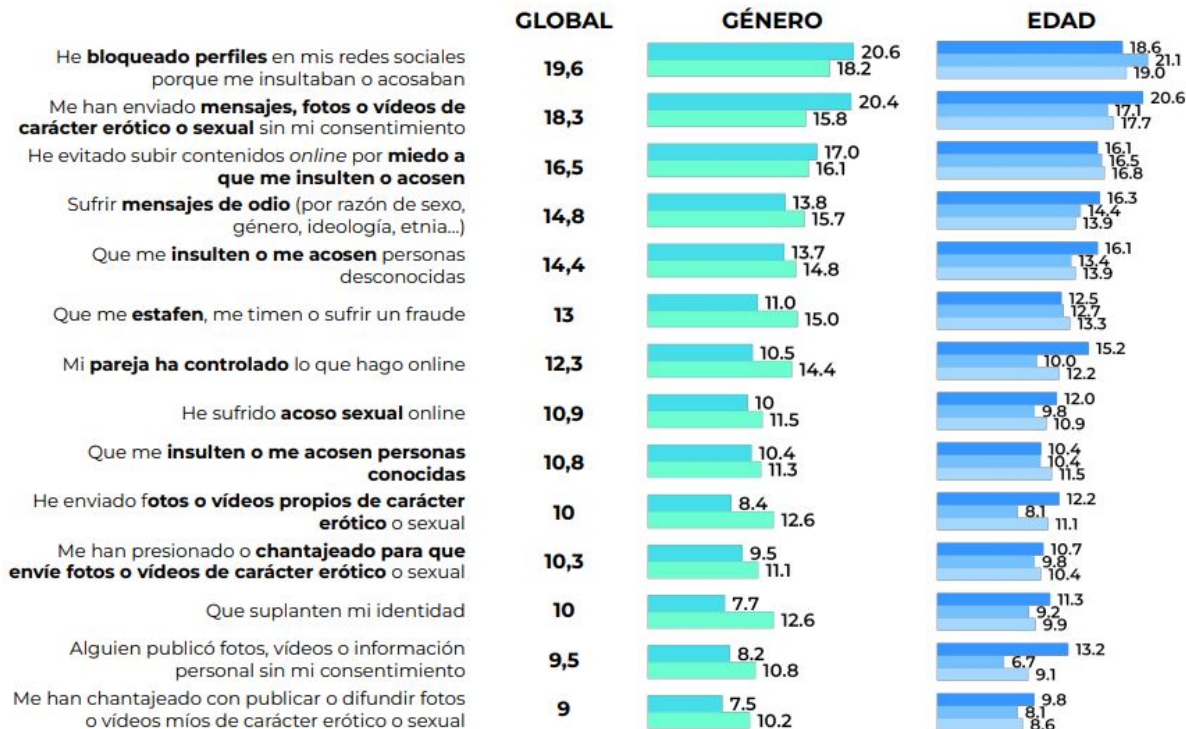
1



Las **vivencias online** son muy diferentes por género si tenemos en cuenta los riesgos. Al comparar, vemos que las **chicas** bloquean más en redes sociales y reciben más contenidos inapropiados sin quererlo. Los **chicos** sufren más estafas, les suplantán más su identidad, reciben más control por parte de su pareja y envían más contenidos sexuales propios.

Por **edad** también hay diferencias: **más jóvenes** reciben más contenido inapropiado, sufren más discurso de odio, más insultos, más control por parte de sus parejas y han publicado contenidos suyos sin consentimiento en mayor medida.

Situaciones experimentadas con frecuencia (último año) (%)



Experiencias problemáticas con el uso de las TRICO

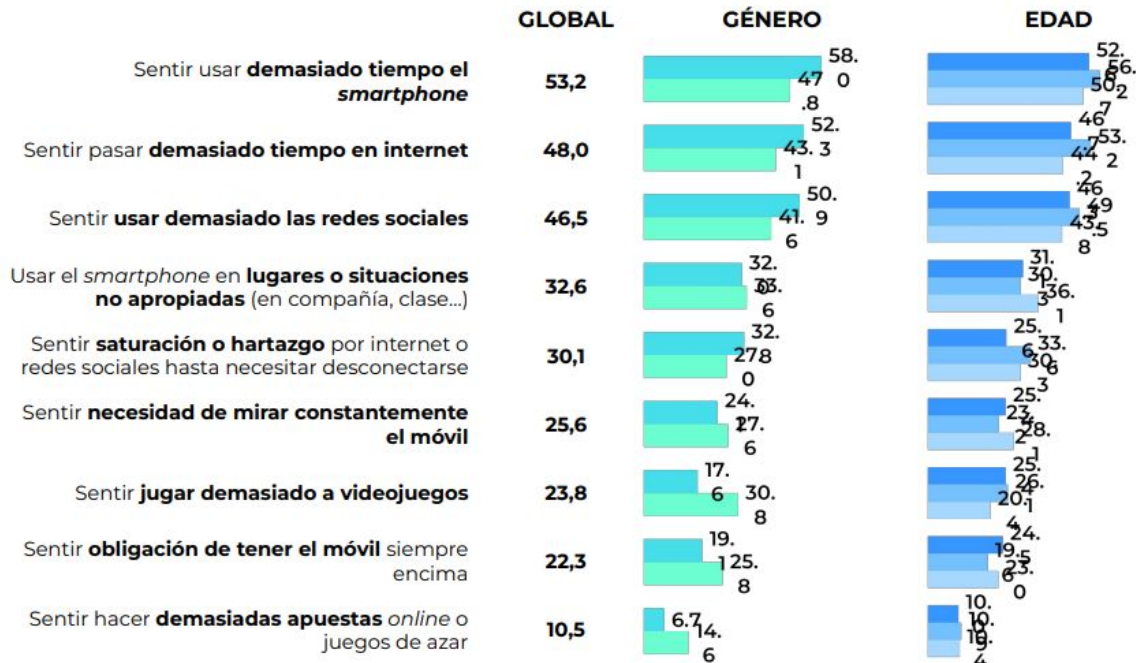
1



Las **chicas** declaran en mayor medida que sienten que **usan demasiado el smartphone, internet y las redes sociales**; así como también sienten mayor hartazgo por su uso, lo que les lleva a necesitar desconectarse.

Los **chicos** señalan más que ellas la saturación frente a los **videojuegos y apuestas**. También, ellos tienden más a sentir la necesidad de tener el móvil siempre encima y mirarlo constantemente.

Prácticas y sensaciones experimentadas con las TRICO con (mucho o bastante) frecuencia (%)



— Global — Mujeres — Hombres — 16-19 años — 20-24 años — 25-29 años



59%



Acude al centro escolar con él (71% entre 14-16 años)

58%



Lo tiene en su habitación durante la noche

22%



Se conecta con amigos/as a partir de medianoche todos/casi todos los días



Uso compulsivo de internet (CIUS $\geq$ 28)



Prevalencia uso compulsivo de internet (CIUS $\geq$ 28)

entre todos los estudiantes de 14-18 años



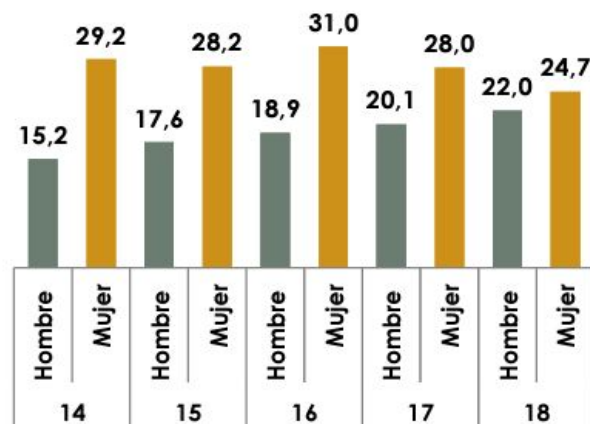
14-18 años

■ Hombre ■ Mujer



SEXO

EDAD Y SEXO



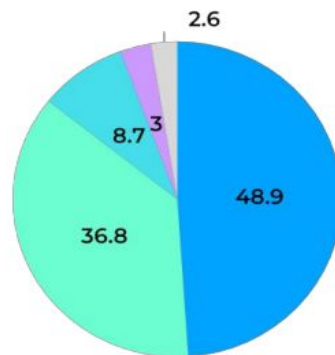


Casi la **mitad (48,9%)** se **encuentra con contenidos en Internet que considera falsos** o dudosos con bastante o mucha frecuencia. Solo 1 de cada 10 cree no verlos nunca (3%) o casi nunca (8,7%).

Solo un **42,3% contrasta con bastante o mucha frecuencia** los contenidos que ve y considera falsos o dudosos, por un 35,5% que lo hace a veces.

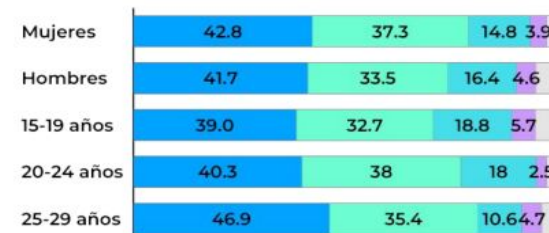
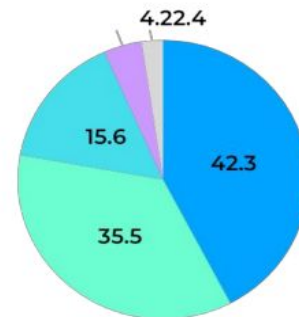
Aproximadamente, **2 de cada 10 no lo hacen nunca (4,2%) o casi nunca (15,6%)**.

Frecuencia con la que se ven contenidos falsos o dudosos online (%)



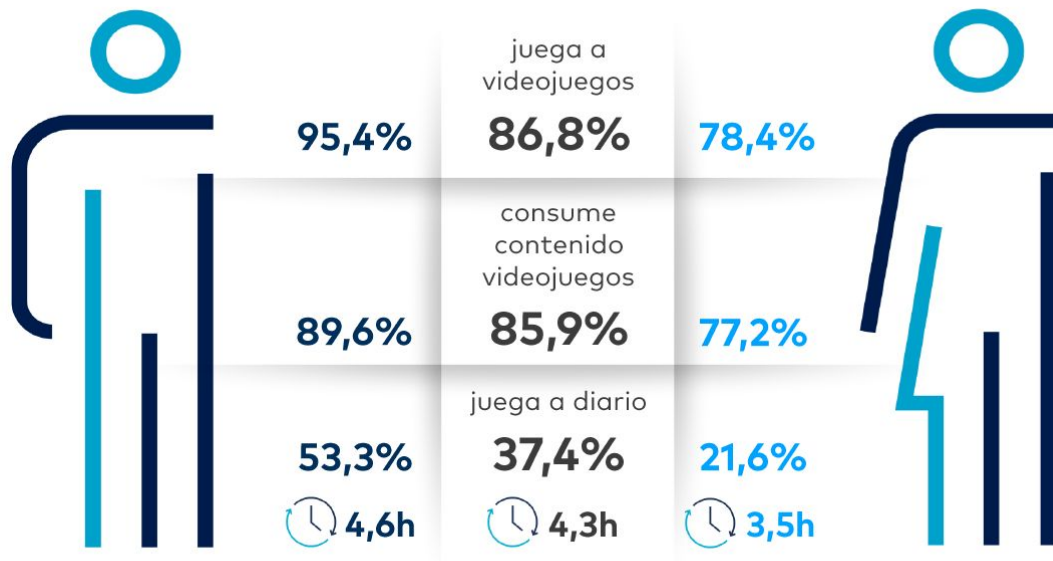
■ Mucha o bastante frecuencia
■ A veces
■ Casi nunca
■ Nunca
■ Ns/Nc

Frecuencia con la que se contrasta la veracidad de los contenidos falsos o dudosos online (%)





VIDEOJUEGOS EN EL CENTRO DEL OCIO





VIDEOJUEGOS AMBIVALENTES



52%

afirma que jugar a videojuegos ayuda a desarrollar competencias personales y profesionales y a aprender cosas.



41,3%

piensa que los videojuegos deberían usarse en las aulas, como herramienta de aprendizaje.

Visión más
POSITIVA

Reivindican los **beneficios**
(socialización, comunidades
virtuales, diversión, desconexión...).



Visión más
NEGATIVA

Advierten de los **riesgos** de
los videojuegos (violencia,
aislamiento, sexismo...)

Diálogo y mediación alrededor de las TRICO

1

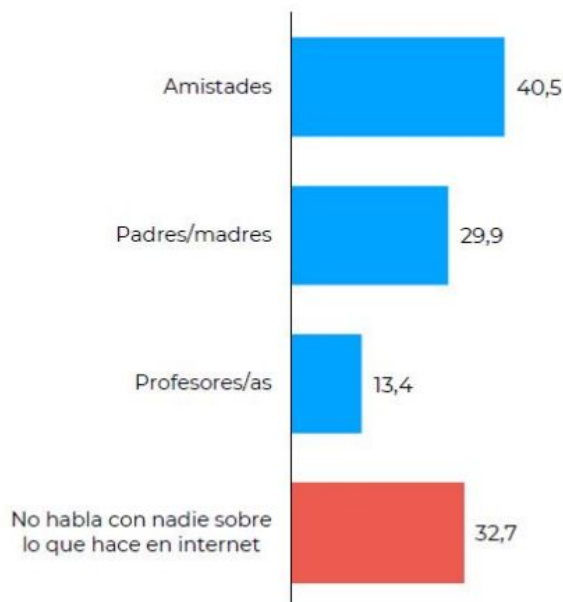


Las **amistades** son el principal núcleo a la hora de hablar sobre las **tecnologías digitales**: 40,5% de jóvenes dice que sus amistades se interesan por lo que hacen en internet y el 30,7% dice que hablan con amigos o amigas sobre ciberseguridad o comportamiento en entornos online.

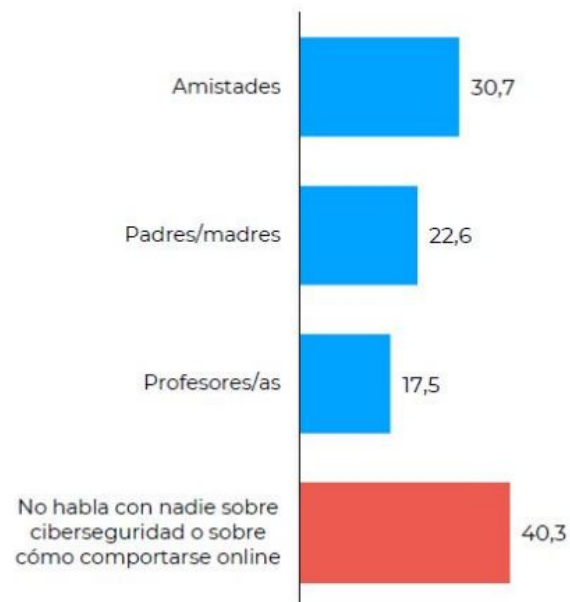
Sólo **3 de cada 10 jóvenes** afirman que sus **padres/madres se interesan por lo que hacen online** y sólo **2 de cada 10** hablan sobre seguridad y comportamiento **online**.

3 de cada 10 no hablan con nadie sobre lo que hacen en internet y **4 de cada 10** no hablan con nadie sobre ciberseguridad o sobre cómo comportarse **online**.

Personas que muestran interés o hablan sobre lo que hacen los/as jóvenes en internet (último año) (%)



Personas con las que se habla sobre ciberseguridad o sobre cómo comportarse online (último año)(%)



A quién acuden para adquirir conocimientos

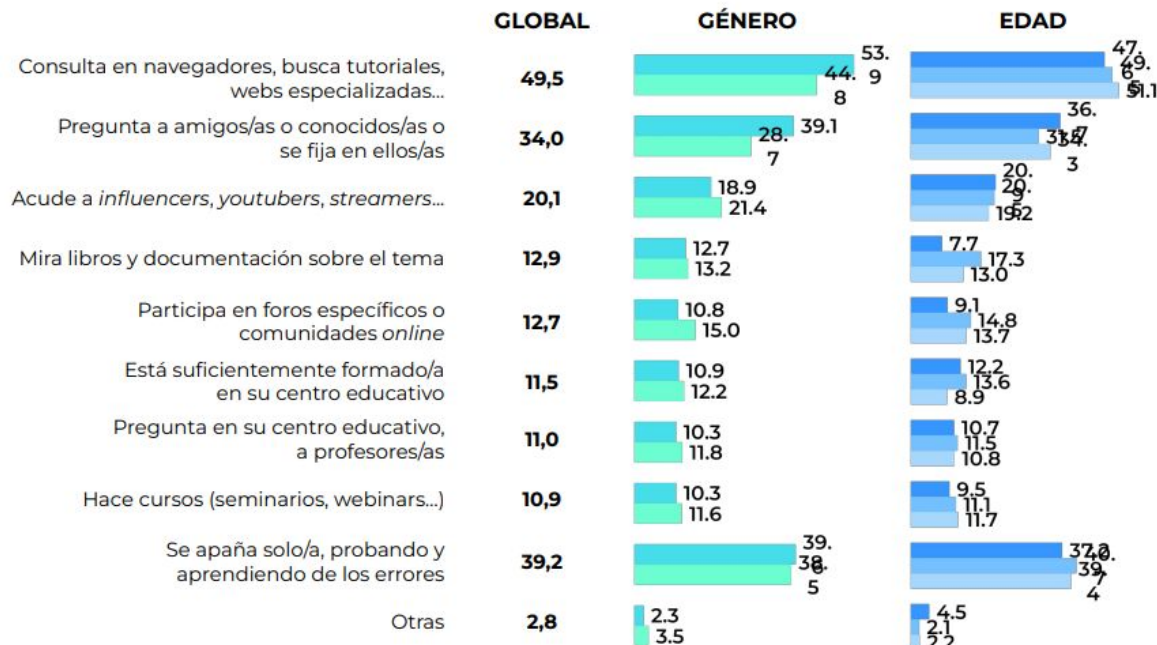
1



Para adquirir conocimientos sobre cuestiones tecnológicas, **4 de cada 10 jóvenes afirman que se apaña solos o solas**, mientras la mitad acude a navegadores (más mujeres que hombres). Las amistades también son una fuente habitual (34%, más ellas que ellos).

El **34% se fija o acude a amigos/as o conocidos/as** (también más mujeres que hombres), y el 20,1% busca fuentes online, en forma de youtubers o influencers.

Principales fuentes para adquirir conocimientos e información sobre cuestiones tecnológicas (%)



— Global — Mujeres — Hombres — 16-19 años — 20-24 años — 25-29 años

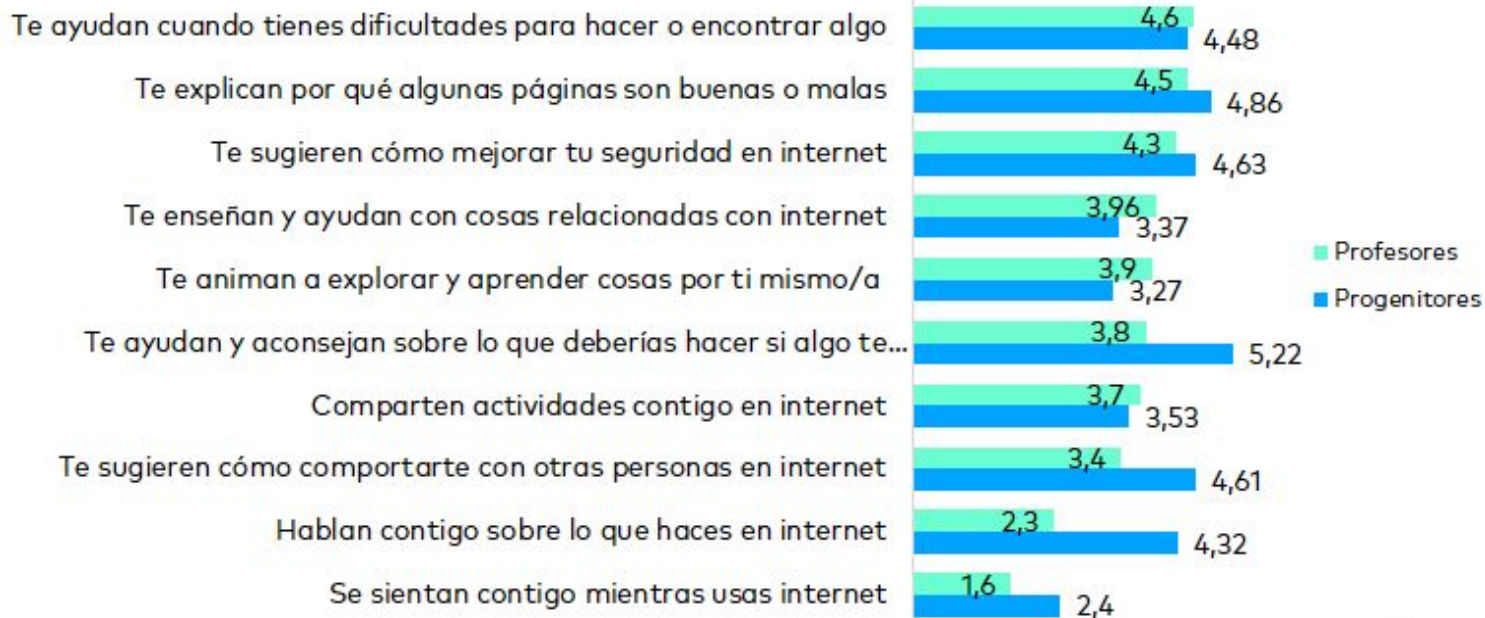
Mediaciones en el aprendizaje TIC

1



Comparativa de acompañamiento recibido por docentes y progenitores en actividades en Internet

Medias en una escala del 0 (nada) a 10 (totalmente)



Las y los adolescentes **perciben un escaso apoyo por parte de sus docentes y progenitores en general en sus actividades en Internet.** Aunque perciben un mayor grado de asistencia por parte de madres y padres que de sus profesores



Mediaciones en el aprendizaje TIC

Formas de aprender habilidades digitales

Esas diferencias entre lo que reciben en la escuela y las habilidades que declaran poseer, así como la escasa percepción de mediación “digital” tanto de progenitores como de docentes, puede encontrar como una de las explicaciones el **auto-aprendizaje y la facilidad de lograr estos recursos en internet**. Así se desprende de la importancia del uso de **motores de búsqueda, tutoriales o enciclopedias** en línea, con mucha más importancia que otros como amistades, familiares o sus docentes





¿Crees que tu alumnado o los
adolescentes de tu comunidad se parecen
los adolescentes y jóvenes españoles?

Aprendizaje y entretenimiento digital:
teléfonos, tablets y videojuegos

Índice

Aprendizaje y entretenimiento digital: teléfonos, tablets y videojuegos

1

¿Cómo son, qué piensan, adolescentes
y jóvenes sobre sus prácticas digitales?

2

¿En qué tenemos que educarlos?

3

Algunos recursos educativos para
utilizar en el aula





Debate_

- **¿Prohibición de smartphone y acceso a internet hasta los 16 años?**



Argumentos_

- **Fisiológicos:** La exposición temprana y continua a pantallas produce deterioro en la capacidad cognitiva.
- **Adicción:** Existe riesgo de uso compulsivo de pantallas en general (adicción comportamental)
- **Riesgos contenidos:** Acceden a contenidos inadecuados (pornografía, promoción conductas alimentarias extremas, etc) y se enfrentan a riesgos importantes (grooming, ciberacoso, etc).
- **Responsabilidad:** Las familias y los docentes no pueden cargar con toda la responsabilidad, se ven impotentes.

No prohibir, educar en buen uso

Es un problema complejo, pero la prohibición no lo soluciona. Apostamos por una **educación / acompañamiento sin obviar nuestra responsabilidad:** Autonomía gradual acorde a la edad, en ningún caso hay que abandonar frente a una pantalla.

Existen riesgos y debemos hacerles frente desde la **prevención y la responsabilidad compartida** (control contenidos, legislación, marketing controlado, etc)

No podemos obviar las ventajas que un buen uso de las TRICO proporciona al desarrollo educativo



Usar las TRICO ya no es **opcional** ni para jóvenes ni para adultos. Cuanto más retrasemos su contacto, menos posibilidad de realizar una buena labor de alfabetización digital tendremos

Responsabilidad compartida entre familias, docentes, plataformas tecnológicas, creadores de contenido y los propios jóvenes.

Riesgos: áreas potencialmente problemáticas

Sobreexposición

Publicar en exceso información íntima y personal en las redes sociales

Publicar sin reflexión previa

Participar en conductas o desafíos extremos.

Acceso a contenidos peligrosos, nocivos

Participar en acciones de ciberacoso

Sobreidentificación

Preocupación excesiva por imagen proyectada en redes

Búsqueda de reconocimiento mediante likes, seguidores, etc

Actuar según modas instauradas por influencers en internet

Dar por ciertas noticias falsas y colaborar en su difusión acríticamente

Usos evasivos

Emplear tiempo excesivo en juegos y actividad online con afectación real

Propensión a juegos on-line y apuestas por internet

Desconexión del entorno (sobre todo familiar) por exceso de tiempo online

Aislamiento

Perder oportunidades sociales y culturales por no estar en las redes

Tener menos oportunidades sociales por falta de recursos para tecnología

Otras

Control (de la pareja)

Áreas sobre las que educar



USO DIGITAL



**IDENTIDAD
DIGITAL**



**PREVENCIÓN
DIGITAL**



**ALFABETIZACIÓN
DIGITAL**

Tiempo de uso	Ciudadanía digital
• RRSS, lógica de la atención • Fácil perder noción del tiempo • Dejar de hacer otras cosas, crítico en infancia y adolescencia • Tiempo necesario de descanso	• Discursos de odio - discriminación, facilitados por: ■ anonimato ■ capacidad de difusión ■ falta de consecuencias • Educar en la empatía y el pensamiento crítico

- Toda la información existente sobre alguien en internet:
- Es voluntaria, muestra imagen que se quiere proyectar.
- Bienestar digital - emocional propio y de los demás.
 - Autoestima: comparación con demás, FOMO
 - Desajustes de imagen: presión por mantener cierta imagen real - digital
 - Distorsión de la realidad, preferible la apariencia digital
- Cuidar nuestra imagen depende de lo que publiquemos y de lo que publiquen

- Toda la información que se crea automáticamente mientras una persona navega o interactúa en contextos digitales
- No está voluntariamente creada por la persona, es la realidad de la presencia online.
- Hacer consciente al alumnado de su existencia y de la posibilidad de reducirla o eliminarla:
 - Pensar antes de publicar
 - Configurar privacidad (quién dejamos que vea qué)
 - Precaución antes de compartir según qué información

- Configuración segura para evitar fraudes, suplantación, robo de datos
- Conexiones seguras
- Saber navegar por sitios confiables
- Pensar y comprobar enlaces antes de clicar
- Perfiles conocidos o comprobados
- Preservar información

¿Qué **elementos** lo definen?

- **Información**, evaluar, analizar y distinguir su veracidad y su utilidad, evitando sesgos, separar información de emoción.
- **Creatividad, la lógica o la intuición**, permite resolver problemas, innovar estrategias y vías, entender y respetar diferentes puntos de vista. Fomentar la curiosidad intelectual y la exploración independiente.
- **Autoconocimiento y la capacidad de autocontrol**, mayor conciencia de las acciones, mayor apertura mental y adaptabilidad.

En RRSS nuestra atención, nuestro tiempo y nuestros datos tienen valor

Podemos utilizarlas muy positivamente, pero ellas piensan en sus anunciantes

RRSS y entornos digitales (y analógicos) organizados para:

- Captar: especialización, accesibilidad, clickbaits...
- Mantener: algoritmo, patrones oscuros...

Entornos caracterizados por:

- Presión para mostrar una posición parcial, subjetiva, favorable... con la que se nos comparará
- Presión por mostrar un acuerdo, una posición clara, sencilla (simple)
- Algoritmo: burbuja de pensamiento - sesgos cognitivos



Pensar requiere:

Intención, voluntad, de buscar la verdad, de escuchar, de analizar

Tiempo para hacerlo

Concentración

Tiempo y concentración están muy comprometidos por la **DISTRACCIÓN**, en RRSS e internet son

Interrupciones

Clickbaits y Call to Actions

Algoritmos para la permanencia (y la homogeneidad)

Inmediatez necesaria para estar en la conversación y no perder el hilo

Complejidad de cualquier asunto

Entornos digitales favorecen pensamiento, pero:

- De sistema 1, no de sistema 2. Respuesta cómoda, intuitiva, rápida, impulsiva
- ⊕ Emocional

Pero el (buen) pensamiento (crítico) debe ser:

Valiente, asertivo, deseoso de encontrar la verdad, esforzado, aunque no inteligente per se

Empático, humilde, no débil

Decidido, curioso

“Dicen que la curiosidad mató al gato, pero no dicen si lo que descubrió valió la pena”.

José Saramago

Mucha
información



Reducción capacidad
pensamiento crítico

Delego

... si lo hace mi **amigo/a o influencer**, lo creo
... si lo dice este **medio**, me lo creo
... si lo dice un **algoritmo**, seguro que es confiable

El algoritmo
decide:

qué info voy a encontrar cuando busco,
qué voy a comprar,
qué me puede interesar,
qué me conviene,
qué me va a divertir,
con quién me voy a relacionar...

Quién crea el algoritmo? Quién tiene los datos para decidir?

Digitalización es positiva pero la tecnología es física, no es inocua. Nuestra forma de vida y consumo:

- Genera huella de carbono mediante los servidores que archivan los datos
- Los recursos que emplea suponen luchas y explotación de personas.
- Los residuos electrónicos se generan en el Norte y contaminan sobre todo el Sur
- Los procesos de digitalización empresarial generan condiciones de trabajo precarias, individualización de trabajadores/as
- Las compras online destruyen tejido local, dando recursos a empresas lejanas.



¿Qué temas de educación digital te parecen más importantes o necesarios para tu alumnado?

Índice

Aprendizaje y entretenimiento digital: teléfonos, tablets y videojuegos

1

¿Cómo son, qué piensan, adolescentes y jóvenes sobre sus prácticas digitales?

2

¿En qué tenemos que educarlos?

3

Algunos recursos educativos para utilizar en el aula



Sé genial en Internet.

Ayudamos a los niños a
explorar internet con
seguridad y confianza

[Ver vídeo](#)

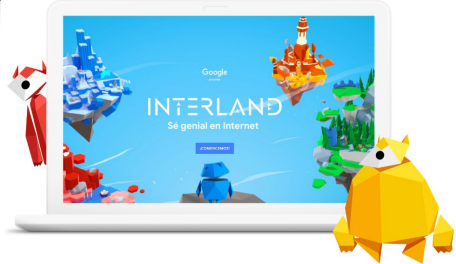


Juega para ser genial en Internet.

[EXPLORA INTERLAND](#) ➔

Acerca del Programa...

- Una **iniciativa global** para la seguridad en línea y el bienestar digital.
- Se basa en el juego **Interland** y una serie de recursos para [educadores/as](#) y [familias](#).
- Interland cuenta con **4 reinos**:



Interland: https://beinternetawesome.withgoogle.com/es-419_all





Guía para educadores Sé Genial en Internet

https://beinternetawesome.withgoogle.com/es-419_all/educadores

Guía para educadores

Recurso 1: **Plantilla de correo electrónico/carta de presentación para los padres**

Recurso 2: **Preguntas frecuentes**

Lección 01: Comparte con cuidado

Actividad 1: **Cuándo no compartir**

Actividad 2: **¿De quién es este perfil?**

Actividad 3: **¿Cómo nos ven los demás?**

Actividad 4: **Cómo mantener la privacidad**

Actividad 5: **Eso no es lo que quise decir (Nueva)**

Actividad 6: **¿Qué es el marco? (Nueva)**

Actividad 7: **Interland: Montaña Sensata**

Lección 02: No caigas en trampas

Actividad 1: **¡No muerdas el anzuelo!**

Actividad 2: **¿Quién eres?**

Actividad 3: **Acerca de los bots**

Actividad 4: **Eso es cierto? (Nueva)**

Actividad 5: **Cómo detectar información falsa en línea (Nueva)**

Actividad 6: **Interland: Río de la Realidad**

Lección 03: Protege tus secretos

Actividad 1: **Cómo crear la mejor contraseña**

Actividad 2: **No se lo digas a nadie**

Actividad 3: **Interland: Torre del Tesoro**

Lección 04: Ser amable es genial

Actividad 1: **De espectadores a defensores**

Actividad 2: **Alternativas para los defensores**

Actividad 3: **Dilo, ¡pero amablemente!**

Actividad 4: **Cuida el tono**

Actividad 5: **Da el ejemplo**

Actividad 6: **Cómo las palabras pueden cambiar una imagen (Nueva)**

Actividad 7: **Interland: Reino Amable**

Lección 05: Si tienes dudas, pregunta

Actividad 1: **Cuándo pedir ayuda**

Actividad 2: **Denuncia también en línea**

Actividad 3: **¿Qué significa ser valiente? (Nueva)**

Hate trackers

Hate trackers pretende sensibilizar

y desarrollar habilidades de pensamiento crítico en jóvenes de 14 a 24 años para que reconozcan y sepan cómo enfrentarse al discurso de odio en entornos digitales.

IR A LA WEB

Descubre los juegos para detectar y combatir los discursos de odio

<https://www.campusfad.org/hate-trackers/>



Juega y descubre cómo puedes reaccionar ante situaciones de discursos de odio en la entrada de un instituto

Dirigido a jóvenes de 14 a 18 años



Juega y conoce cómo actuar ante situaciones de discursos de odio en un festival de música

Para jóvenes de 19 a 24 años



Miketest

Añade la descripción de tu equipo editando tu perfil



Total
133800 / 293000



100 %
Completo



PUNTUACIÓN



RANGO



RANKING



Módulo 1

49500 / 68000



Módulo 2

7000 / 70000



Módulo 3

10000 / 70000



Módulo 4

67300 / 85000



Proceso de participación en ERASER

Alta
como
EQUIPO



Video
tutorial



Encuesta
previa,
anónima



Encuestas
post y
valoración,
anónimas

ERASER, registro alumnado



[← Volver atrás](#)



Aventura gamificada para aprender a detectar y acabar con la desinformación, bulos y fake news, desarrollando el pensamiento crítico.

Si tienes alguna duda, problema o consulta, escríbenos a informate@fad.es

¿Eres docente y quieres empezar a trabajar con tu grupo? [Regístrate aquí](#)



Registro individual

Si quieres iniciar tu aventura de forma individual, ¡elige esta opción!



Registro equipos

Si queréis jugar en equipo y tenéis código de profesor, ¡esta es vuestra opción!

Eraser: registro profesorado

1

The screenshot shows the '¡Regístrate!' (Register!) page on the Eraser website. The header includes the Eraser logo and navigation links for '¡Infórmate', 'Google', and 'fad'. The main heading is '¡Regístrate!' followed by the text: '¿Formas parte del colectivo docente y te interesa esta iniciativa? ¡Crea tu usuario y registra tus aulas! Si ya te diste de alta en Eraser, accede aquí!'. Below this is an 'Accede' button. The registration form consists of several fields: 'Nombre' (Name) and 'Apellidos' (Surnames), 'Correo electrónico' (Email), 'Nombre de usuario' (Username), 'Contraseña' (Password) with a '¿Quiero saber si es segura?' link, 'Provincia' (Province) with a dropdown menu, 'Localidad' (Location), 'Centro de estudios' (Study center), and 'Teléfono' (Phone). There are also checkboxes for 'Masculino' (Male) and 'Femenino' (Female). At the bottom, there is a small disclaimer about data protection.

<https://eraserdocentes.campusfad.org/>

Profe da de alta aula/s

- Número ilimitado, pero no puede cambiar a posteriori
- Recibe una clave para cada aula

2

The screenshot shows the 'Acceder al juego' (Access the game) page on the Eraser website. The header includes the Eraser logo and a 'Registrar equipo' (Register team) button. The main heading is 'Acceder al juego'. Below this are two input fields: 'Nombre de usuario' (Username) and 'Contraseña' (Password). There is a 'Masculino' label next to the password field. Below the fields is an 'Entrar' (Enter) button. Below the button is a link: '¿Olvidaste tu nombre de usuario o contraseña?'. At the bottom, there is a section titled '¿Que aún no has jugado a Eraser? ¡Registra tu equipo!' with a 'Registrar equipo' button. A small disclaimer is at the very bottom.

<https://eraser.campusfad.org/>

Equipos se dan de alta

- Se asocian con un aula al introducir clave de aula
- Equipos de 1 a 4 alumnos

Surfear la Red

**SURFEAR
LA RED**

fad Con el apoyo de **Google.org**

Surfear la Red es un programa educativo que ofrece **recursos y actividades** totalmente **gratuitos** para **educar a niños, niñas, adolescentes y jóvenes** en un **uso adecuado, seguro y positivo de internet**, centrado en potenciar su **pensamiento crítico**. Ofrece recursos para **docentes, familias y población general**:

Educar a **niños, niñas, adolescentes y jóvenes** en el **uso responsable de Internet**, enseñar a manejar las herramientas digitales de forma segura y potenciar su **pensamiento crítico** para evitar la **desinformación en entornos digitales** son retos que **docentes, educadores, educadoras y familias** trabajan día a día.



Recursos para docentes



<https://www.campusfad.org/surfear-la-red/>



fad
Juventud

GRACIAS

marodriguez@fad.es

fad.es

campusfad.org

ANEXO:

Desinformación (Programa ERASER)

Miguel Ángel Rodríguez Felipe

Director de Programas
Fundación Fad Juventud

FORMACIÓN CERTIFICADA Y GRATUITA



**Aprendizaje y
entretenimiento digital:
teléfonos, tablets y
videojuegos.**

Cómo fomentar el pensamiento crítico.

28 de septiembre de 2024

Hora: de 12:00 pm a 2:00 pm EST

Formación en línea, certificada y gratuita

fad
Juventud


SÁTIRA O PARODIA

No pretende causar daño por posiblemente engañe


CONTENIDO ENGAÑOSO

Uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo


CONTENIDO IMPOSTOR

Cuando se suplanta fuentes genuinas


CONTENIDO FABRICADO

Contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado para engañar y perjudicar


CONEXIÓN FALSA

Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido


CONTEXTO FALSO

Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa


CONTENIDO MANIPULADO

Cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar



三梅堂

@san_saido_ES



En esta foto, tomada en Fukushima, la flor de la derecha creció y se dividió en 2, convirtiéndose en 2 flores distintas conectadas. La de la izquierda se dividió en 4. La alta radiación atmosférica de la zona es de 0,5 microsiervets por hora ($\mu\text{Sv/h}$) a 1 metro sobre el suelo.

[View translation](#)



RETWEETS

662

FAVORITES

290





CONTEXTO FALSO

Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa



CONTENIDO MANIPULADO

Cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar



EMBAJADORES E INFLUENCERS

Estamos buscando a 100 personas que tengan presencia en redes sociales. Recibirán cada mes un paquete de ropa y accesorios exclusivos de Adidas® totalmente GRATIS.

REQUISITOS

- Tener un mínimo de 200 seguidores.
- Seguir al **@adidas.comembajadores**
- Comparte esta imagen en tu historia y etiquétanos.

BENEFICIOS

- Paquetes mensuales de ropa y accesorios de Adidas®
- Tarjetas de regalo Adidas®
- Promoción de tus redes sociales a través de @Adidas



Te mueres por ser **#influencer**, que tus **#followers** se multipliquen, subir un **#selfie** con la ropita que te regalan y poder decir que es **#picoftoday** ¡Todo muy **#trendy**! Pero ⚠ CUIDADO: **#Adidas** no está buscando embajadores... **#NoPiques**



CONTENIDO IMPOSTOR

Cuando se suplanta
fuentes genuinas

 YouTube ^{ES}

Buscar



ÚLTIMA HORA

CENAR SOLO UN YOGUR, PRINCIPAL CAUSA DE MORTALIDAD ENTRE LOS ESPAÑOLES

EL MUNDO TODAY 24h



Cenar solo un yogur, principal causa de mortalidad entre los españoles | El Mundo Today 24H

43.725 visualizaciones • 22 mar. 2019

 440  35  COMPARTIR  GUARDAR ...



SÁTIRA O PARODIA

No pretende causar
daño por posiblemente
engaño



Paul Golding
@GoldingBF

Follow

Mirad! Este grupo de musulmanes "moderados" celebra en Londres el terror provocado por el atentado en París.



RETWEETS
438

LIKES
296



9:40 AM - 21 Apr 2017

732

438

296



CONTENIDO ENGAÑOSO

Uso engañoso de
información para
incriminar a alguien o algo



WeAreChange NYC

@WeAreChangeNYC

Seguir



In Brazil if your a corrupt politician you get tied up to a flag pole

Traducir Tweet



15:42 - 29 abr. 2014

88 Retweets 34 Me gusta



12

88

34



CONTEXTO FALSO

Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa



Make+love+not+war



CONTEXTO FALSO

Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa





<https://www.youtube.com/watch?v=Rb312alqIEc>

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



CONTENIDO FABRICADO

Contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado para engañar y perjudicar



Salud Noticias Ciencia Medicina Medicina Natural

Tras el caso de Gabriel, el Gobierno propone “Niños siempre localizados con un chip”.

Dispositivos en pulseras, prendas o injertados pueden evitar casos como el de Gabriel, Yeremi o Madeleine – 18.000 familias españolas conocen el lugar exacto en el que está su hijo gracias a un sistema en el móvil.



CONTEXTO FALSO

Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa



CONEXIÓN FALSA

Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido

¿Por qué se produce manipulación?

1. Intereses de un medio por dar una información
2. Intereses partidistas o ideológicos
3. Marketing comercial o social
4. Simple troleo o gamberrismo
5. Sembrar confusión

...



Factores que favorecen la manipulación

1. El poder de la imagen para convencer
2. Que lo diga un medio de comunicación “serio”
3. Que lo envíe un influencer
4. Que sea trendic-topic
5. Que sea factible
6. Factores emocionales
- ...



EMBAJADORES E INFLUENCERS

Estamos buscando a 100 personas que tengan presencia en redes sociales. Recibirán cada mes un paquete de ropa y accesorios exclusivos de Adidas® totalmente GRATIS.

REQUISITOS

- Tener un mínimo de 200 seguidores.
- Seguir a [@adidas.comembajadores](https://www.instagram.com/adidas.comembajadores)
- Comparte esta imagen en tu historia y etiquétanos.

BENEFICIOS

- Paquetes mensuales de ropa y accesorios de Adidas®
- Tarjetas de regalo Adidas®
- Promoción de tus redes sociales a través de @Adidas



Cómo ordeñan los inmigrantes el sistema.
Una encuesta sobre crimen revela que los ilegales y criminales llegan a Reino Unido para cobrar del gobierno.

MailOnline

Welcome to soft touch UK: Outrage as immigrants illegally entering UK get free hotel rooms, cooked meals and £35 cash a week within days of arrival



Migrants reportedly received three hot meals a day including sandwiches, chips and pasta bake

Bienvenidos al Reino Unido más incauto:
Indignante ver cómo inmigrantes que entran ilegalmente en Reino Unido obtienen habitaciones de hotel gratis, comida caliente y 35 libras en efectivo a la semana, a los pocos días de llegar.



A typical Daily Express anti-immigration feature story

¿En qué debemos educar?



Sold out! Flights and buses full as Romanians and Bulgarians head for the UK

- One airline has even doubled number of flights to meet demand
- Some one-way tickets are selling for up to £3,000 each
- Buses leaving Bulgarian capital of Sofia until January 9 are fully booked

By ARTHUR MARTIN and JOHN STEVENS
PUBLISHED: 09:05, 31 December 2013 | UPDATED: 09:08, 31 December 2013

¡Todo vendido! Vuelos y autobuses llenos para traer a rumanos y búlgaros a Reino Unido

Una aerolínea ha doblado el número de vuelos para hacer frente a la demanda

Los billetes de sólo ida llegan a costar 2.000 libras

Los autobuses que salen de Sofía, la capital de Bulgaria, están completos hasta el 9 de enero

Estrategias ante manipulaciones (1/3):

Pensar, buscar datos incoherentes o poco probables, razones para poder hacerlo (si es lógico o no)



Estrategias ante manipulaciones (2/3):

Cuestionar el origen Perfiles de RRSS...¿En qué fijarnos?



Estrategias ante manipulaciones (3/3):

Buscar la fuente, búsqueda inversa

Herramientas de búsqueda

- <http://images.google.com>
- <http://buscador.maldita.es>
- en móvil: <http://reverse.photos>



Anthony Bourdain
@Bourdain

Seguir

Tertiary syphilis is no joke people! Get tested today!

Traducir Tweet



6:48 - 9 feb. 2017

3.562 Retweets 11.187 Me gusta

