

Módulo 2

Narrativas mediáticas y diálogo transfronterizo

Desarrollado por Outside Media & Knowledge



Este recurso está bajo una licencia CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Nacional de Educación de Finlandia. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención se hacen responsables de ellos

www.includemedia.eu



01

Periodismo y narración transfronterizos: uniendo perspectivas diversas

02

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo



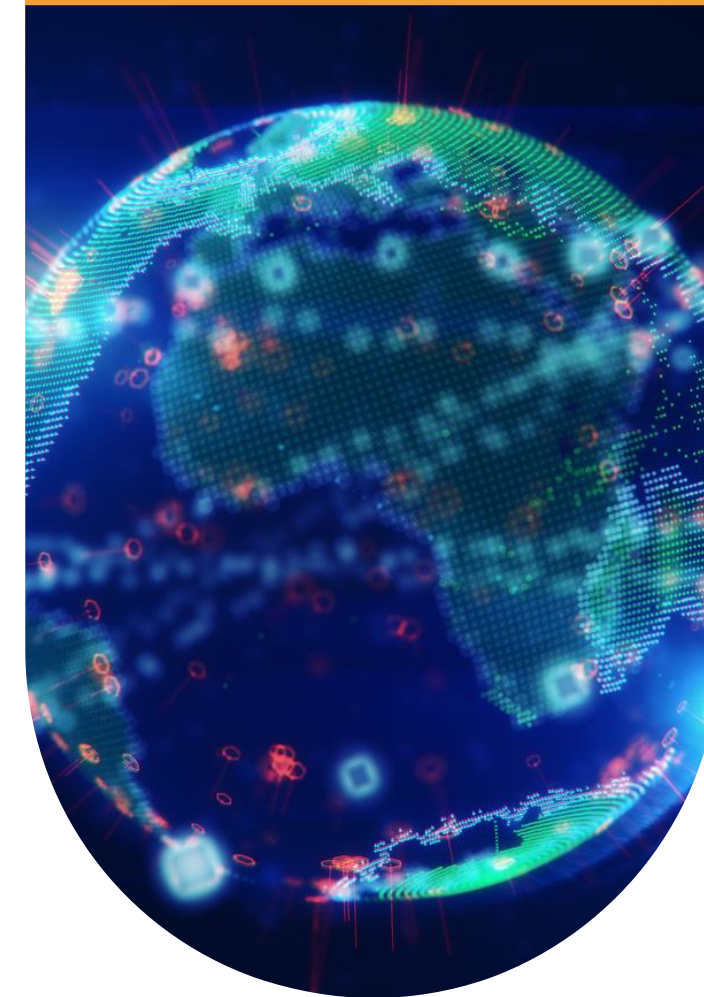
03

La representación mediática de la migración y el multiculturalismo en Europa



04

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea





Descripción general

Narrativas mediáticas y diálogo transfronterizo

Este módulo analiza cómo los medios digitales influyen en las narrativas regionales y el entendimiento intercultural en una Europa interconectada. Investiga cómo los periodistas, los educadores y los actores de la sociedad civil utilizan los medios de comunicación para:

- Tender puentes entre las divisiones nacionales y regionales,
- Contrarrestar la desinformación y las narrativas excluyentes,
- reflejar las realidades multiculturales,
- Contribuir a un espacio digital democrático e inclusivo.

Resultados del aprendizaje

Tema 1: Periodismo y narración transfronterizos: uniendo perspectivas diversas

- Identificar cómo las prácticas de narración colaborativa entre países mejoran el pluralismo mediático y la comprensión cívica.
- Analizar casos prácticos en los que el periodismo transfronterizo ha sacado a la luz la verdad, ha cuestionado estereotipos o ha humanizado cuestiones complejas.

Tema 2: El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

- Examinar cómo la desinformación circula a nivel transnacional y afecta al discurso democrático y a la confianza pública.
- Explorar herramientas digitales, colaboraciones y estrategias que contrarresten la desinformación y fomenten la resiliencia en las comunidades en línea.

Resultados del aprendizaje

Tema 3: La representación mediática de la migración y el multiculturalismo en Europa

- Evaluar de forma crítica cómo se retratan la migración y el multiculturalismo en los medios digitales y las redes sociales en diferentes contextos europeos.
- Desarrollar prácticas y directrices mediáticas inclusivas que promuevan una narrativa matizada y centrada en las personas.

Tema 4: El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

- Evaluar cómo los espacios digitales refuerzan y reconfiguran las identidades regionales, nacionales y europeas.
- Reflexionar sobre las formas en que la narración digital puede tender puentes entre culturas y contribuir a una Europa más integrada.

01

**Periodismo y narración
transfronterizos: uniendo
perspectivas diversas**



¿Qué es el periodismo transfronterizo?

El periodismo transfronterizo hace referencia a las colaboraciones entre medios de comunicación que traspasan las fronteras nacionales. Periodistas de diferentes países se unen para investigar y contar historias que ninguna redacción podría cubrir por sí sola.

Al poner en común conocimientos, datos y puntos de vista, sacan a la luz cuestiones que traspasan las fronteras —desde la corrupción internacional hasta las crisis medioambientales— y ofrecen al público una visión más rica y matizada (sobrief.com).

En un continente tan interconectado y a la vez tan diverso como Europa, estas colaboraciones son esenciales para reflejar múltiples puntos de vista y **unir perspectivas diversas** en la información periodística.

Tema 1

Periodismo
transfronterizo y
narración de historias:
uniendo perspectivas
diversas

¿Por qué es importante la narración transfronteriza en Europa?

Muchos de los retos a los que nos enfrentamos hoy en día son de carácter transnacional: **las redes delictivas, las emergencias de salud pública y el cambio climático** no se detienen en las fronteras. Sin embargo, los medios de comunicación tradicionales suelen centrarse en narrativas nacionales. La narración transfronteriza salva esta brecha al:

- **Conectando a las audiencias:** expone a los lectores a puntos de vista de otros países, rompiendo con las burbujas informativas nacionales.
- **Fomentar la empatía:** escuchar historias contadas conjuntamente por, por ejemplo, un periodista polaco y uno español puede humanizar a las personas más allá de las fronteras, reduciendo los estereotipos.
- **Exigir responsabilidades al poder:** el periodismo colaborativo puede «atar cabos» en escándalos complejos. Por ejemplo, investigar una trama de corrupción que atraviesa varios Estados de la UE requiere una cobertura coordinada.

Tema 1

Periodismo y narración transfronterizas: uniendo perspectivas diversas



Tema 1

Periodismo y narración transfronterizos: uniendo perspectivas diversas

Retos de las narrativas aisladas

Sin una colaboración transfronteriza, las narrativas de los medios corren el riesgo de permanecer fragmentadas. Los medios de cada país podrían informar sobre una noticia de forma aislada, lo que podría dar lugar a malentendidos o a opiniones sesgadas. Por ejemplo, el viaje de un migrante podría ser retratado de forma negativa en la prensa de un país, pero con simpatía en la de otro.

Si estas perspectivas nunca se cruzan, el público se pierde la historia completa. **La desinformación** también puede prosperar cuando falta el diálogo internacional: los rumores en un idioma pueden propagarse sin control en otros lugares.

El periodismo transfronterizo contrarresta esto proporcionando contexto y verificando los hechos más allá de un solo lugar (sobrief.com).

Los medios digitales como facilitadores de la colaboración

Las herramientas digitales han revolucionado el periodismo transfronterizo. Las plataformas de comunicación cifradas y el intercambio de datos en la nube permiten a periodistas de París, Roma y Budapest trabajar **de forma simultánea y segura** en la misma investigación (sobrief.com).

Las herramientas de reuniones virtuales permiten celebrar reuniones editoriales semanales a través de diferentes zonas horarias. El software colaborativo (desde aplicaciones de chat cifradas hasta plataformas de documentos compartidos) permite a los equipos coordinar la investigación, comparar hallazgos y planificar estrategias de publicación en tiempo real, algo mucho más difícil en la era predigital.

Las redes sociales también ayudan a los periodistas a encontrar fuentes e historias más allá de las fronteras, al conectar con comunidades y otros periodistas de todo el mundo.

Tema 1

Periodismo y narración transfronterizos: uniendo perspectivas diversas

Perspectiva de los expertos

La colaboración refuerza la verdad. Comentario de un experto

Los expertos en medios de comunicación señalan que el periodismo transfronterizo no solo amplía la cobertura, sino que también mejora la precisión.

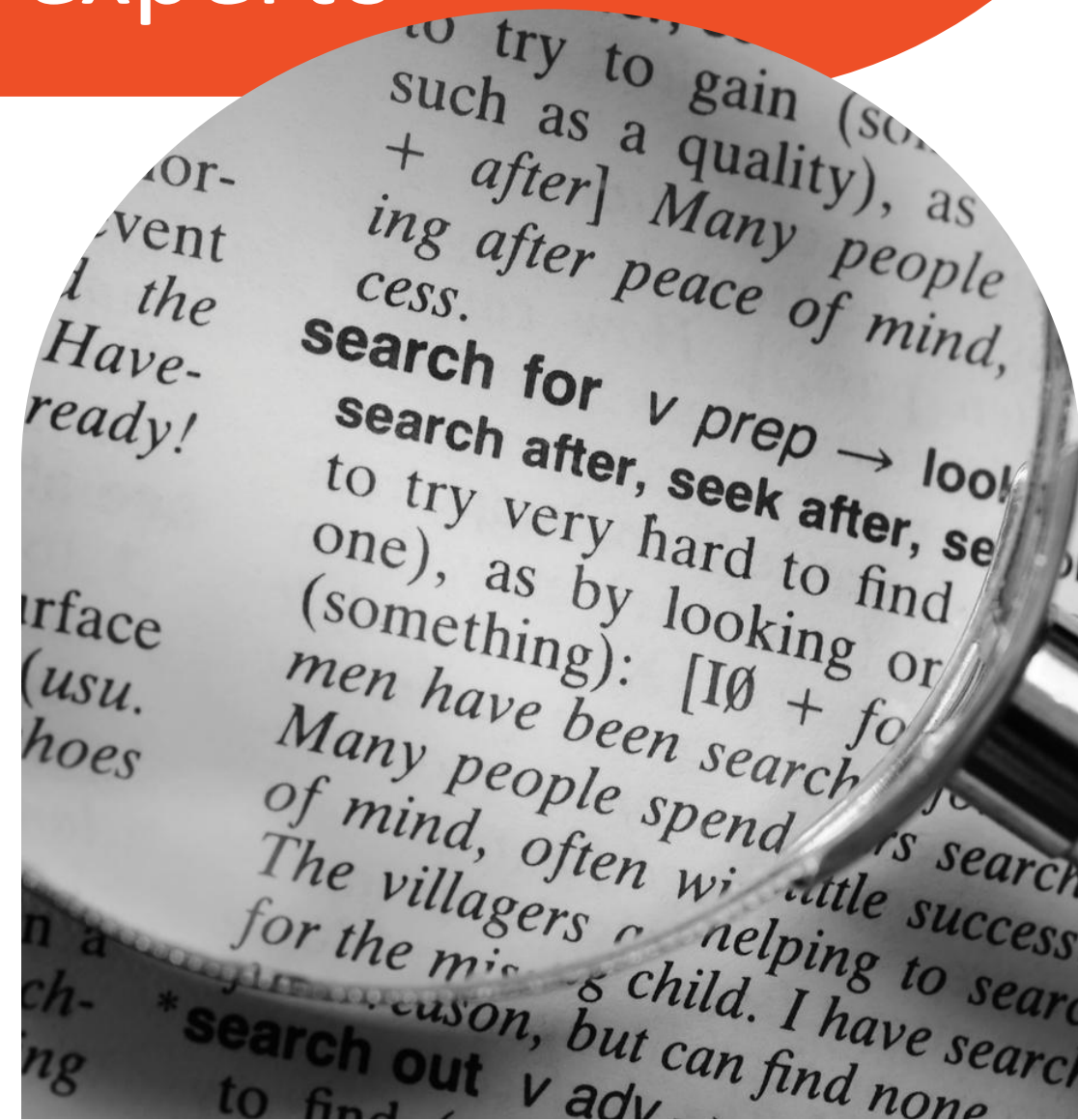
Cuando periodistas de diferentes orígenes verifican mutuamente los datos y aportan conocimientos locales, se detectan los errores y se equilibran los sesgos.

La experta europea en medios de comunicación Brigitte Alfter sostiene que los periodistas deben *«aprender a cooperar sistemáticamente más allá de las fronteras si quieren cubrir adecuadamente las realidades europeas»*.

Al unir a reporteros del este y el oeste, del norte y el sur, los equipos transfronterizos pueden cuestionar las narrativas parciales.

Este enfoque también genera **confianza**: el público tiende a confiar más en una noticia difundida por una coalición de medios internacionales que en una sola publicación, ya que esto indica una verificación exhaustiva y un amplio escrutinio.

(FUENTE: (sobrief.com)).



Iniciativas reales: redes y colaboraciones

En la actualidad existen redes formales que fomentan la narración transfronteriza en Europa:

- **Journalismfund.eu**: ofrece subvenciones a equipos de investigación que incluyan miembros de al menos dos países diferentes, lo que permite llevar a cabo proyectos que los medios por sí solos no podrían permitirse.
- **European Investigative Collaborations (EIC)**: una red de medios de comunicación europeos que publican conjuntamente investigaciones sobre temas como el tráfico de armas o la evasión fiscal de las empresas.
- **Hostwriter**: una plataforma en línea que conecta a más de 5.000 periodistas de todo el mundo, ayudando a los reporteros a encontrar colegas en otros países con los que colaborar o a buscar ayuda sobre el terreno. Estas redes ilustran un enfoque orientado a las soluciones: en lugar de quejarse de la fragmentación de los medios de comunicación, tienden puentes de forma activa entre los narradores.





Caso práctico:

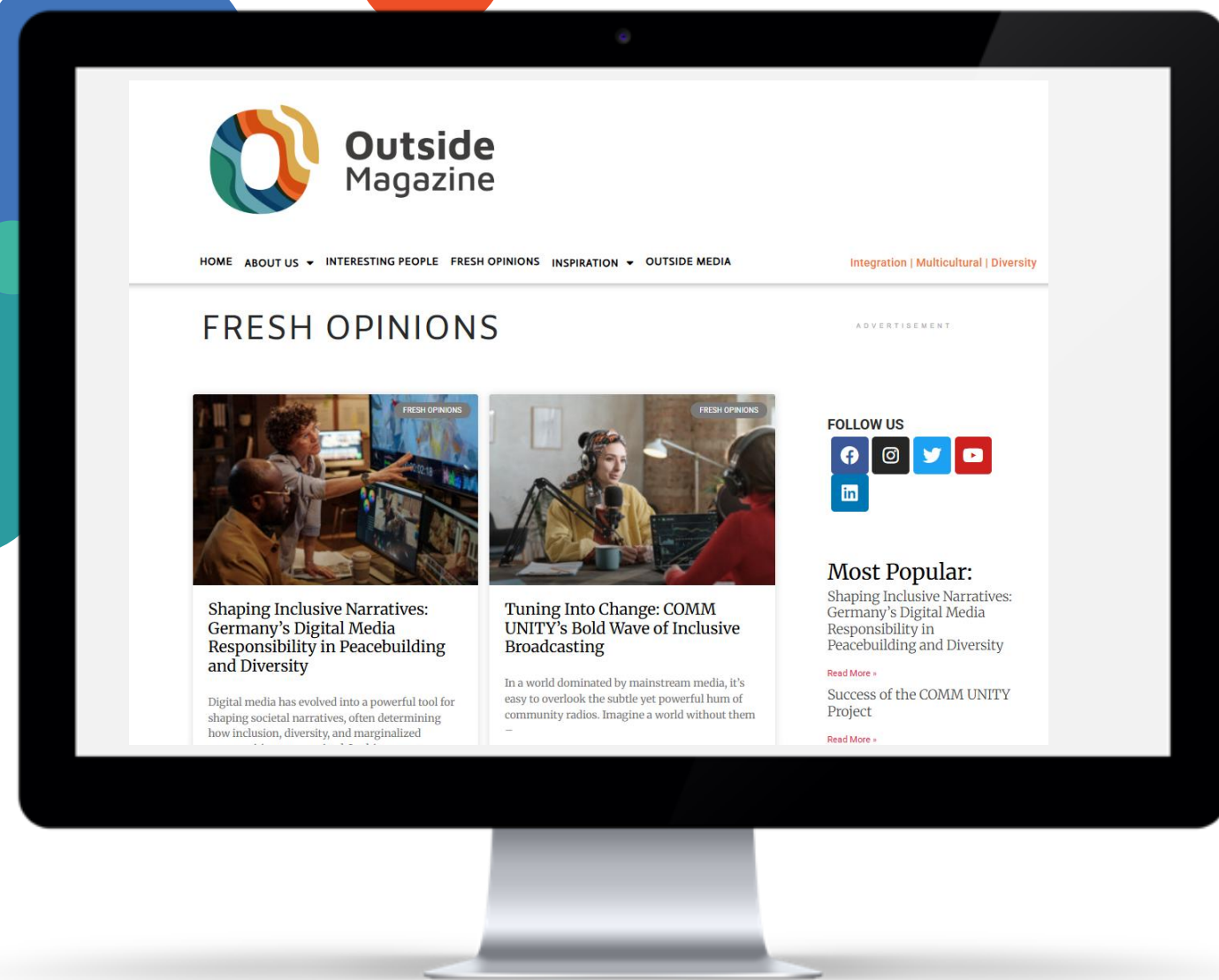
«Forbidden Stories tiene como objetivo garantizar el acceso a la información de interés público, al tiempo que disuade los delitos y la violencia contra los periodistas». (FUENTE: <https://forbiddenstories.org/about-us/mission/our-mission/>)

El Proyecto Daphne

El periodismo transfronterizo también ha sido una fuerza impulsora de la solidaridad y la justicia. Tras el asesinato de la periodista de investigación maltesa Daphne Caruana Galizia en 2017, **45 periodistas de 18 medios de comunicación internacionales** crearon *el Proyecto Daphne* para continuar su labor.

Coordinados por la ONG Forbidden Stories, compartieron las investigaciones inconclusas de Daphne y publicaron informes sobre corrupción que, de otro modo, podrían haber sido silenciados.

Este esfuerzo colaborativo envió un mensaje contundente: silenciar a una periodista no acabaría con la historia. Al unirse más allá de las fronteras, los reporteros garantizaron la rendición de cuentas y mantuvieron informada a la ciudadanía. *El Proyecto Daphne* ejemplifica cómo la narración transfronteriza puede defender la libertad de prensa y **amplificar las voces** que los actores peligrosos intentan silenciar.



Ejemplo de colaboración con los medios de comunicación

Revista Outside Multicultural

«Las historias deben viajar, igual que lo hacen las personas». Esa es la filosofía que subyace a [la revista *Outside Multicultural*](#), un proyecto mediático con sede en la UE que amplifica las voces de migrantes, minorías y narradores multilingües de toda Europa.

El equipo editorial cuenta con colaboradores de Irlanda, Bosnia, Nigeria, Italia, Alemania, Bosnia y Herzegovina y otros países, que trabajan a distancia para crear contenidos bilingües que reflejen experiencias vividas que a menudo quedan fuera de los medios de comunicación convencionales.

«Cuando escribimos historias en colaboración, no solo traducimos el idioma. Traducimos el contexto, los matices y las emociones», afirma un editor colaborador.

«Un artículo sobre el alojamiento de los refugiados no es solo un problema de un país: lo damos forma a partir de los conocimientos compartidos de diferentes regiones».



Actividad

Ejercicio práctico:

Comparación de la cobertura transfronteriza: elige una noticia importante que afecte a más de un país europeo (por ejemplo, una nueva política de la UE, un movimiento de protesta por el clima o una fusión empresarial).

Busca artículos al respecto en medios de comunicación de dos países diferentes.

Compara:

- ¿En qué se diferencian las narrativas o los énfasis? (¿Hay enfoques específicos de cada país?)
- ¿Qué aprendes de una fuente que la otra ha omitido? Reflexiona sobre cómo la lectura de múltiples perspectivas ha cambiado tu comprensión. A continuación, imagina que eres un periodista encargado de escribir una única noticia que tenga sentido para ambos públicos. ¿Qué elementos incluirías para unificar esas perspectivas? Debatid cómo este ejercicio pone de relieve el valor del periodismo transfronterizo a la hora de ofrecer una visión más completa.

02

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo



El reto de la desinformación en Europa

En el contexto digital, la desinformación (información falsa o engañosa) se propaga rápidamente por los espacios en línea de Europa, a menudo adelantándose a la verdad.

Las redes sociales, las aplicaciones de mensajería e incluso los algoritmos de búsqueda pueden amplificar los rumores y las noticias falsas, influyendo en la opinión pública y el discurso político. Las sociedades europeas pueden sentir un impacto negativo que abarca todos los ámbitos de la vida: desde la política y la participación ciudadana hasta las teorías conspirativas sobre la salud y la ciencia.

Según encuestas de la UE, una abrumadora mayoría de los europeos considera que la desinformación en línea es una **amenaza para la democracia** y la cohesión social. La facilidad para compartir contenidos en línea hace que una noticia falsa publicada en un país pueda circular rápidamente en muchos idiomas.

(FUENTES: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2966> ; datajournalism.com).



Tema 2

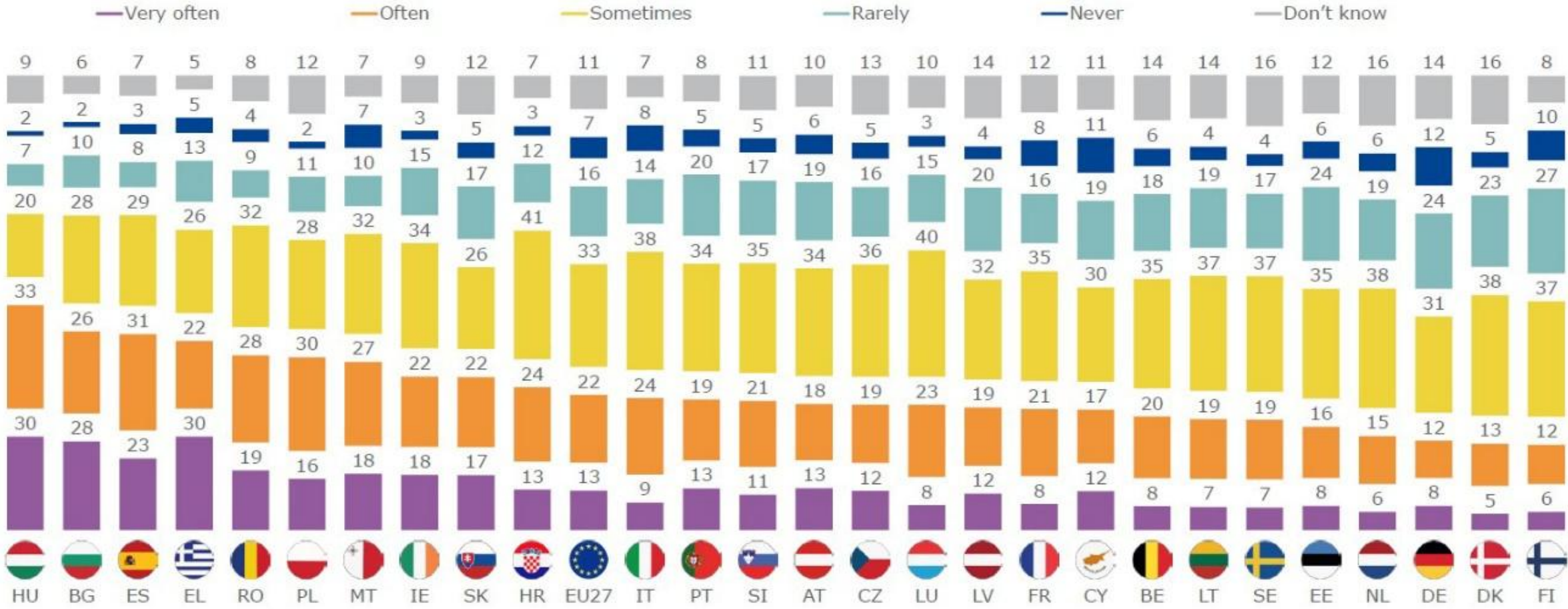
El papel de los medios digitales a la hora de abordar la desinformación en el discurso político europeo

El reto de la desinformación en Europa



Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo



¿Con qué frecuencia cree que ha estado expuesto personalmente a la desinformación y a las noticias falsas en los últimos 7 días?

FUENTE: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2966>

Cómo la desinformación cruza fronteras

Las plataformas de medios digitales son, por naturaleza, globales.

Una noticia falsa sensacionalista o una imagen manipulada no se queda solo donde se originó:

- **Traducción de idiomas:** el contenido engañoso a menudo se traduce (o contiene un texto mínimo), por lo que se propaga entre las comunidades lingüísticas. Por ejemplo, una narrativa falsa sobre la política de la UE podría aparecer en un grupo de Facebook de la diáspora y, poco después, en otros.
- **Bots y redes coordinadas:** Los actores maliciosos utilizan cuentas automatizadas en redes sociales (bots) para difundir los mismos mensajes falsos en varios países simultáneamente.
- **Amplificación algorítmica:** plataformas como YouTube o X pueden promocionar algorítmicamente contenidos atractivos (a menudo provocativos) más allá de su país de origen. Esto significa que una mentira creada en el país A puede convertirse en tendencia en el país B, aunque sea totalmente falsa.

Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

Cómo la desinformación cruza las fronteras

- **Diáspora y comunidades transnacionales:** Las comunidades de migrantes o de la diáspora comparten noticias con sus países de origen y viceversa a través de canales digitales. Lamentablemente, esto puede incluir historias sin verificar, lo que propaga información errónea entre naciones. Ejemplo: durante la pandemia de COVID-19, las teorías conspirativas (como «curas» falsas o mitos sobre las vacunas) que surgieron en sitios web marginales de un país europeo pronto aparecieron en grupos de WhatsApp y Facebook en todo el continente, lo que requirió un esfuerzo transfronterizo concertado para desmentirlas.



Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

El impacto en el discurso político

La desinformación no solo distorsiona los hechos, sino que **polariza a las sociedades**. En la política europea, se han utilizado narrativas falsas o engañosas para:

- **Influir en elecciones y referéndums:** por ejemplo, en el período previo a las elecciones, las historias inventadas sobre candidatos o partidos pueden influir en los votantes.
- **Erosionar la confianza:** las afirmaciones falsas repetidas pueden erosionar la confianza de los ciudadanos en las instituciones y los medios de comunicación convencionales si no se abordan.
- **Alimentar el populismo y el extremismo:** las narrativas que «otredizan» (por ejemplo, historias falsas que culpan a los migrantes de delitos o de complots de la UE contra las naciones) contribuyen a los argumentos extremistas. Simplifican cuestiones complejas en falsedades sensacionalistas, que pueden propagarse más rápido que la verdad matizada.
- **Distraen y dividen:** La desinformación suele apuntar a las emociones. Una mentira impactante puede dominar las conversaciones en línea, desviando la atención de los problemas reales. Por ejemplo, una noticia falsa sobre un delito cometido por un inmigrante podría eclipsar el debate objetivo sobre la política de inmigración. Tales distorsiones obstaculizan el discurso racional y basado en pruebas a nivel europeo.

Tema 2

El papel de los medios digitales a la hora de abordar la desinformación en el discurso político europeo

Los medios digitales: parte del problema y de la solución

Las plataformas de redes sociales (Facebook, Twitter/X, YouTube, TikTok, etc.) han sido **vectores** de desinformación, pero también son fundamentales para combatirla:

- **Rápida difusión:** una noticia falsa puede hacerse viral en Facebook en cuestión de horas. El algoritmo de YouTube puede reproducir automáticamente vídeos engañosos, y las tendencias de Twitter pueden dar relevancia a afirmaciones dudosas. Esto ha obligado a las empresas tecnológicas y a los responsables políticos a reconocer su papel en el problema.
- **Detección y respuesta:** En el lado positivo, esa misma velocidad puede aprovecharse para la corrección. Las redes sociales permiten respuestas de verificación de datos en tiempo real; por ejemplo, cuando un tuit engañoso gana popularidad, los expertos y los verificadores de datos pueden responder rápidamente o marcarlo con la información correcta.

(Fuente: datajournalism.com).

Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

Los medios digitales: parte del problema y de la solución



Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

- **Políticas de las plataformas:** Las plataformas digitales están introduciendo medidas como advertencias sobre el contenido, etiquetas de verificación de datos y ajustes en los algoritmos para **reducir la difusión de información errónea**. Por ejemplo, Twitter (antes de 2023) probó mensajes de aviso («Lee el artículo antes de retuitear») para frenar el reenvío indiscriminado de titulares. Facebook y YouTube han intensificado la eliminación de contenido nocivo y verificablemente falso (como la desinformación sobre la COVID-19), a menudo en colaboración con organizaciones de verificación de datos.
- **Sensibilización pública a través de campañas digitales:** Las redes sociales también se utilizan para llevar a cabo campañas de sensibilización (por parte de ONG o de la UE) que enseñan a los usuarios a detectar noticias falsas. Por ejemplo, las campañas en redes sociales de la Comisión Europea han fomentado el pensamiento crítico y han dado a conocer recursos como los portales de verificación de datos. Así, aunque los medios digitales han propiciado la avalancha de desinformación, también ofrecen herramientas para contenerla cuando se utilizan de forma responsable.



Iniciativas europeas: lucha conjunta contra las noticias falsas

Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

Las instituciones y las iniciativas de colaboración europeas han abordado activamente la desinformación en línea:

- [Código de prácticas de la UE sobre desinformación](#): En 2018, la UE impulsó un código voluntario en el que las principales plataformas tecnológicas (Facebook, Google, Twitter, etc.) acordaron tomar medidas contra la desinformación, por ejemplo, desmonetizando las noticias falsas (eliminando los ingresos publicitarios) y potenciando los contenidos fiables. Este Código se [reforzó en 2022](#) con medidas más vinculantes y requisitos de transparencia vinculados a la nueva Ley de Servicios Digitales.
- [Observatorio Europeo de Medios Digitales \(EDMO\)](#): Creado en 2020, el EDMO es un centro respaldado por la UE que reúne a verificadores de datos, investigadores académicos y organizaciones de medios de comunicación de toda Europa. Apoya una red de centros nacionales y regionales que supervisan y analizan las tendencias de desinformación en sus respectivos idiomas y, a continuación, comparten sus conclusiones. Esta red transfronteriza permite que una narrativa falsa detectada en un país pueda señalarse rápidamente a los demás.



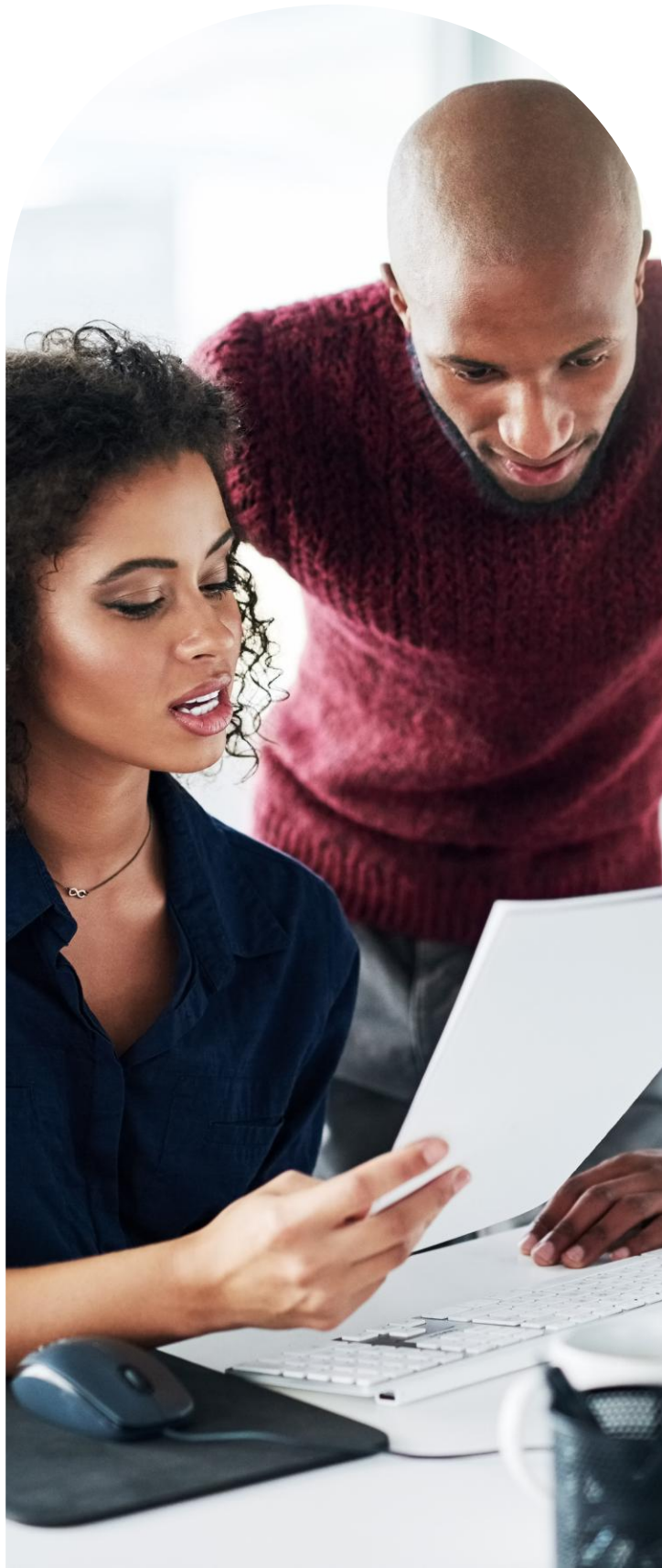
Iniciativas europeas: lucha conjunta contra las noticias falsas

Tema 2

El papel de los medios digitales en la lucha contra la desinformación en el discurso político europeo

- [EU vs Disinfo](https://www.eeas.europa.eu/eeas/euvdisinfo-how-debunk-over-6500-disinformation-cases-four-years_en): Una iniciativa del Servicio Europeo de Acción Exterior, centrada inicialmente en la lucha contra la desinformación pro-Kremlin, que mantiene una base de datos en línea con noticias falsas desmentidas. En 2021, había recopilado miles de casos de desinformación dirigidos al público europeo, poniendo de manifiesto tácticas habituales (por ejemplo, narrativas conspirativas). Publica periódicamente informes de tendencias y artículos que desmontan mitos, actuando de manera efectiva como un recurso transfronterizo de verificación de datos. (FUENTE: https://www.eeas.europa.eu/eeas/euvdisinfo-how-debunk-over-6500-disinformation-cases-four-years_en)
- Sistema de Alerta Rápida https://www.eeas.europa.eu/node/59644_en: La UE creó un Sistema de Alerta Rápida entre las autoridades de los Estados miembros para compartir información en tiempo real sobre campañas de desinformación, especialmente en torno a las elecciones. Si las elecciones de un país sufren una oleada de noticias falsas (por ejemplo, a través de Facebook), se alerta a los demás para que estén atentos a patrones similares.

El papel de los verificadores de datos y las redacciones

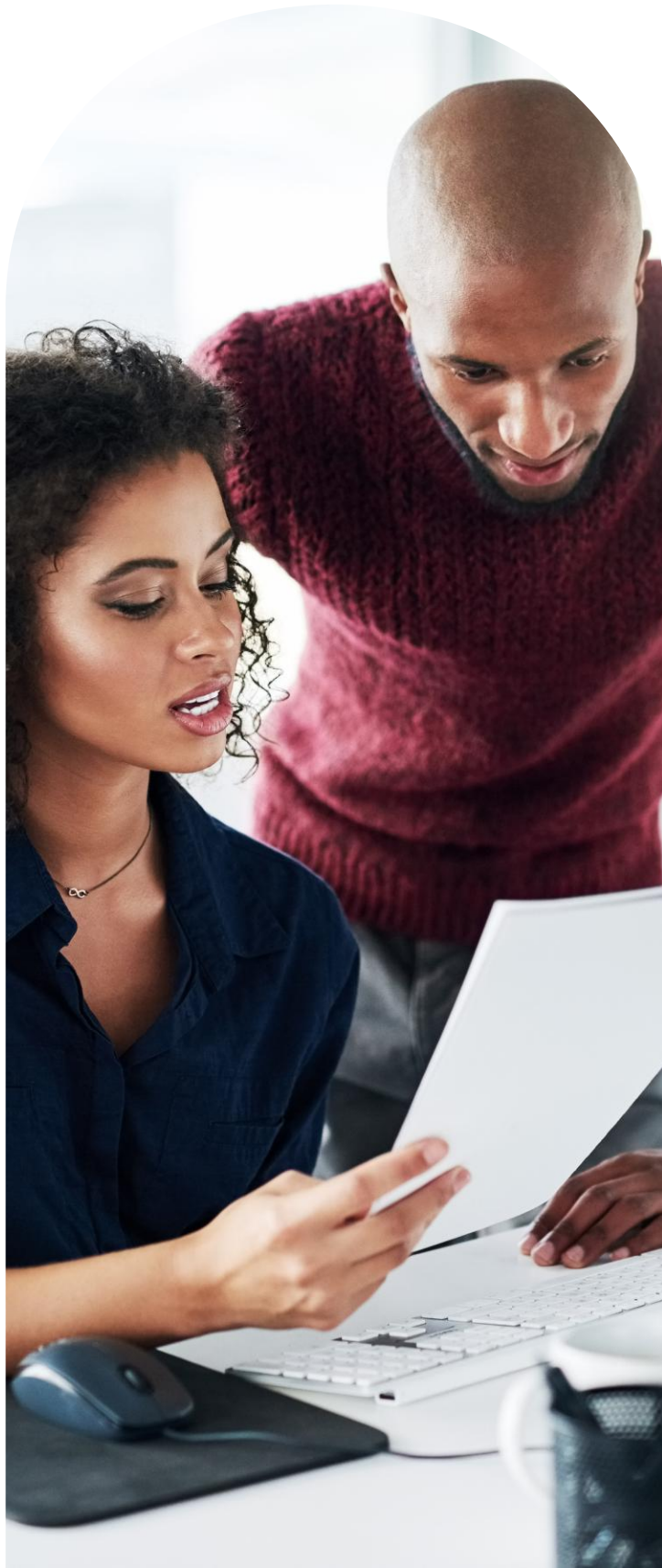


Las organizaciones de verificación de datos se han convertido en la primera línea de defensa contra la desinformación digital en Europa. Grupos como Full Fact (Reino Unido), Correctiv (Alemania), Pagella Politica (Italia) y muchos otros colaboran ahora más allá de las fronteras.

Utilizan los medios digitales para:

- **Desmentir en tiempo real:** publican artículos, tuits y vídeos que investigan afirmaciones virales. Es importante destacar que optimizan este contenido para compartirlo en línea, por ejemplo, con infografías o vídeos explicativos breves que transmiten rápidamente por qué una afirmación que circula es falsa.
- **Colaborar a través de redes:** Muchos forman parte de coaliciones paneuropeas (por ejemplo, la Red Internacional de Verificación de Datos o el centro de verificación de datos financiado por la UE). Si un grupo desmiente una noticia que tiene relevancia en otros lugares, comparte su investigación para que otros puedan traducirla o adaptarla. Un ejemplo es la alianza #CoronaVirusFacts sobre la COVID-19, que reunió a más de 100 verificadores de datos de todo el mundo (incluidos muchos equipos de la UE) para poner en común sus desmentidos y evitar la duplicación.

El papel de los verificadores de datos y las redacciones



- **Impulso a la rendición de cuentas:** Los verificadores de datos suelen colaborar con las empresas de redes sociales, señalando a los difusores habituales de desinformación o solicitando que se eliminen determinadas publicaciones falsas y virulentas, de conformidad con las políticas de las plataformas. En Europa, algunas redacciones han comenzado a incorporar a verificadores de datos «integrados» que participan directamente en las decisiones de la redacción para evitar la difusión involuntaria de información errónea.
- **Divulgación de la alfabetización mediática:** No solo desmienten; también educan. Las organizaciones imparten talleres o crean cuestionarios en línea para enseñar a los ciudadanos a identificar cuentas falsas o imágenes manipuladas. Por ejemplo, la sección «Les Décodeurs» del medio francés Le Monde ofrece tutoriales sobre la verificación de fuentes.

Enfoques orientados a soluciones en los medios digitales

A pesar del enorme desafío que supone, se están aplicando numerosos métodos orientados a la búsqueda de soluciones a través de los medios digitales para contrarrestar la desinformación:

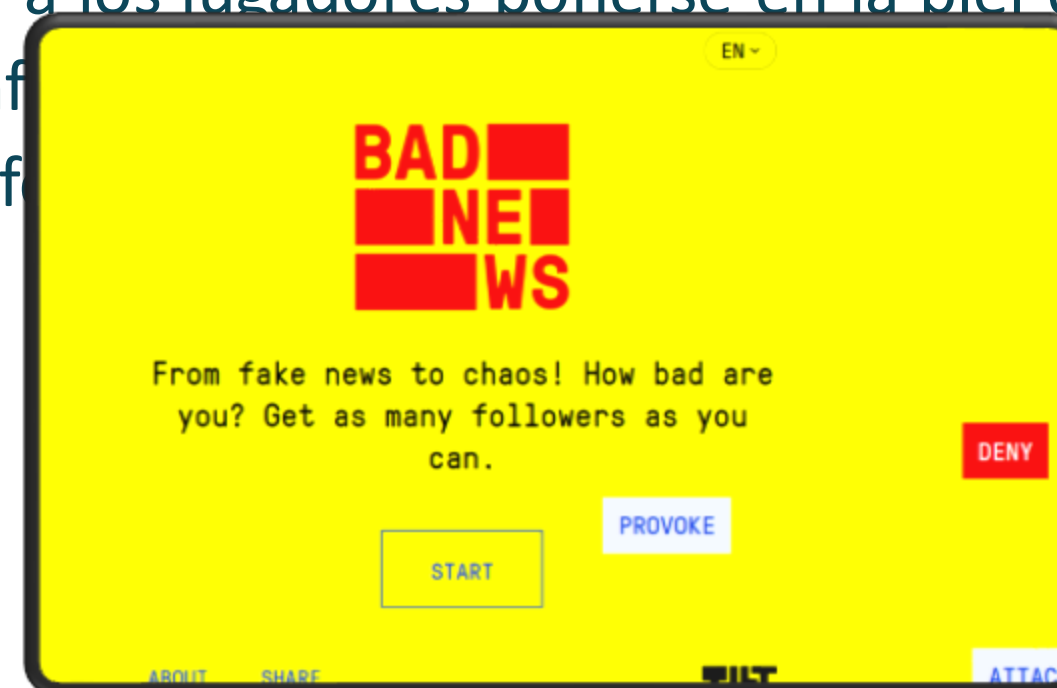
- **Campañas de «prebunking»:** en lugar de limitarse a reaccionar, el «prebunking» consiste en exponer a las personas a una dosis moderada de tácticas de desinformación de antemano, a modo de «vacuna» para la mente. En 2022, investigadores y la unidad Jigsaw de Google llevaron a cabo [campañas publicitarias en YouTube](#) en Europa del Este en las que se mostraban vídeos cortos sobre cómo funcionan la propaganda y la manipulación. Estos vídeos de prebunking hicieron que los espectadores se mostraran más escépticos ante las noticias falsas posteriores. Este uso innovador de los medios digitales ayuda a inmunizar al público.
- **Verificación colaborativa:** Iniciativas como [Truly Media](#) (una plataforma de verificación colaborativa) o [las Notas de la comunidad de Twitter \(antes Birdwatch\)](#) permiten a los propios usuarios ayudar a verificar los hechos y añadir contexto a las publicaciones dudosas. En la UE, un ejemplo fue la campaña «Facts Against Fake». Por ejemplo, lea este artículo: <https://www.dw.com/en/fact-check-how-to-spot-fake-news-ahead-of-eu-elections/a-69046888>.

Enfoques orientados a soluciones en los medios digitales

- **Marcos legislativos:** Aunque no se trate de «medios digitales» propiamente dichos, nuevas leyes como la Ley de Servicios Digitales (DSA) obligan a las plataformas a ser más transparentes y responsables en lo que respecta a los riesgos relacionados con los contenidos, incluida la desinformación. En virtud de la DSA, las plataformas de gran tamaño deben evaluar y mitigar los riesgos sistémicos, lo que ha dado lugar a sistemas más sólidos para detectar y reducir los contenidos falsos y perjudiciales en los feeds de los usuarios de la UE. Estas medidas reguladoras van de la mano de los esfuerzos de los medios digitales por crear un espacio de información más seguro.
- **Juegos y retos de alfabetización mediática:** Las ONG y los educadores utilizan herramientas digitales para involucrar a las personas en el aprendizaje de cómo detectar las noticias falsas. Por ejemplo, [el juego en línea «Bad News»](#) (disponible en varios idiomas europeos) permite a los jugadores ponerse en la piel de un creador de noticias falsas para aprender cómo funciona la desinformación. Este juego es una herramienta interactiva de formar consumidores de medios de comunicación informados.

«Los científicos que colaboraron con nosotros en el desarrollo de este juego descubrieron que jugar a Bad News mejora la capacidad de las personas para detectar técnicas de manipulación en las publicaciones de las redes sociales, aumenta su confianza a la hora de identificarlas y reduce su disposición a compartir contenido manipulado con las personas de su red. Puedes leer más sobre la base científica del juego [AQUÍ](#)».

FUENTE: <https://www.getbadnews.com/en>





Actividad

Reto «Piensa como un verificador de datos».

El objetivo es practicar las habilidades de verificación utilizando herramientas digitales:

- 1. Busca una afirmación:** Ve a una red social o a un sitio web de noticias y busca una afirmación o un titular viral que te parezca dudoso o extremo. (Por ejemplo, «¡La UE prohibirá los vehículos particulares para 2025!» o una estadística alarmista que alguien haya compartido en Twitter).
- 2. Verifica con herramientas digitales:** utiliza al menos dos métodos de verificación:
 - Haz una búsqueda inversa de la imagen si hay una imagen de por medio (por ejemplo, utilizando Google Imágenes o TinEye) para ver si la imagen es antigua o ha sido manipulada.
 - Consulta sitios de verificación de datos (como EUvsDisinfo, Snopes o un verificador local) para ver si la afirmación ha sido investigada.
 - Busca la fuente original de la noticia (¿la publica un medio conocido y fiable, o es solo un blog cualquiera?).
 - Utiliza WHOIS u otros buscadores de dominios si se trata de un sitio web sospechoso para ver quién está detrás.



Actividad

- 1. Documenta tus conclusiones:** Anota lo que has descubierto. ¿La afirmación era cierta, falsa o mixta? ¿Cómo lo has sabido? Si era falsa, ¿qué daño podría haber causado si la gente se la hubiera creído?
- 2. Comparte y reflexiona:** Comenta lo fácil o difícil que te resultó desmentir la afirmación. ¿Cómo te ayudó o te dificultó la verificación el diseño de la plataforma digital (por ejemplo, ¿ofrecía etiquetas de verificación de datos o contexto)? ¿Qué dice esto sobre el papel de las empresas de medios digitales a la hora de difundir o frenar la desinformación?
3. A través de este ejercicio, los alumnos experimentan de primera mano el trabajo de investigación que supone abordar la desinformación en línea.



Recurso multimedia

Manual de verificación

Recurso: «Manual de verificación: sobre desinformación y manipulación mediática» – Centro Europeo de Periodismo. Se trata de un libro electrónico gratuito y descargable (con versiones en varios idiomas) que ofrece una guía paso a paso sobre cómo verificar contenidos en línea e investigar la desinformación. Abarca técnicas como la geolocalización de imágenes, la comprobación de vídeos deepfake y el análisis de cuentas en redes sociales. La última edición se publicó en un momento crítico y «dota a los periodistas de los conocimientos necesarios para investigar cuentas de redes sociales, bots, [...] deepfakes, así como otras formas de desinformación». Los docentes pueden utilizar extractos de este manual en clase para mostrar cómo abordan los profesionales las noticias falsas. Se anima a los alumnos a leer un capítulo y a poner en práctica uno de sus métodos (como el uso de la búsqueda inversa de imágenes o una herramienta de metadatos) en un contenido que encuentren en línea.

FUENTE: datajournalism.com.



Recursos multimedia

Portal de la UE para desmontar mitos

Recurso: [Portal en línea EUvsDisinfo](#) – Se trata de un sitio web interactivo gestionado por el grupo de trabajo contra la desinformación de la UE. Contiene una base de datos consultable con miles de noticias falsas desmentidas que han circulado en Europa. Los usuarios pueden realizar búsquedas por palabra clave (por ejemplo, «OTAN», «vacunas», «inmigración») para ver ejemplos reales de desinformación y leer el análisis de verificación de datos que hay detrás de ellos. El portal también presenta informes semanales sobre las tendencias de la desinformación, en los que se explica cómo se propagan las narrativas falsas por los distintos países. Por ejemplo, se puede ver cómo una noticia falsa concreta sobre «el 5G como causante de la COVID» apareció en diferentes idiomas. Al explorar este portal, los alumnos adquieren una comprensión práctica de los temas habituales de desinformación y del trabajo que conlleva contrarrestarlos. (Si es posible, muestre una infografía del sitio que ilustre una red de desinformación, o pida a los alumnos que busquen un mito de su elección).

Fomentar la resiliencia: alfabetización mediática y pensamiento crítico

En última instancia, la solución más sostenible a la desinformación es un público informado y crítico. Las iniciativas en materia de medios digitales en Europa hacen hincapié en el empoderamiento de los usuarios:

- **Alfabetización mediática en la educación:** Muchos países europeos han incorporado la alfabetización digital en los planes de estudios escolares, enseñando a los alumnos a reconocer la información sesgada o falsa en Internet. Por ejemplo, a menudo se cita a Finlandia por su enfoque integral para enseñar a los escolares a detectar noticias falsas como parte de la educación cívica.
- **Campañas de sensibilización pública:** Las organizaciones lanzan retos en las redes sociales como #ThinkBeforeSharing, animando a la gente a detenerse y verificar antes de reenviar contenido. Los sitios web de la Comisión Europea ofrecen cuestionarios como «¿Podrías detectar las noticias falsas?» para involucrar a los ciudadanos de forma interactiva.
- **La verificación de datos como hábito:** Algunos medios de comunicación incluyen ahora regularmente secciones de verificación de datos en su programación o boletines informativos (por ejemplo, Reality Check de la BBC o Les Observateurs de France24). Al hacer visible la verificación de datos en el consumo diario de medios, el público se acostumbra a que se analicen minuciosamente las afirmaciones



- **Iniciativas comunitarias:** Las bibliotecas locales y los centros comunitarios organizan talleres (presenciales o a través de seminarios web) sobre competencias digitales dirigidos a personas mayores u otros colectivos, conscientes de que la desinformación suele aprovecharse de quienes tienen menos conocimientos tecnológicos. En estos talleres se suele enseñar a verificar las fuentes y a no fiarse de todo lo que aparece en Facebook o WhatsApp.
- **Fomento del periodismo de calidad:** El apoyo al periodismo independiente y de calidad (a través de suscripciones, donaciones o financiación pública) es un componente más amplio pero crucial: si las personas tienen acceso a fuentes de noticias fiables en las que confían, es menos probable que caigan en la desinformación de sitios web aleatorios. La UE ha reconocido esto financiando proyectos que potencian los medios de comunicación locales y el periodismo de investigación (lo que se vincula con los esfuerzos transfronterizos del Tema 1). Al combinar estos esfuerzos, Europa está construyendo gradualmente una ciudadanía digital resiliente, capaz de navegar por el aluvión de información en línea con espíritu crítico.



03

Representación mediática
de la migración y el
multiculturalismo en
Europa





Tema 3

Representación
mediática de la
migración y el
multiculturalismo en
Europa

Por qué es importante la representación en los medios

La forma en que los medios de comunicación retratan la migración y el multiculturalismo tiene un profundo impacto en la percepción pública y la cohesión social. En Europa, un continente moldeado por los flujos migratorios y la diversidad cultural, los relatos mediáticos pueden fomentar la comprensión y la inclusión o alimentar los prejuicios y la división. Este tema analiza cómo los medios digitales informan sobre los migrantes, los refugiados y las culturas minoritarias, y por qué es importante.

Reflexiona: ¿Las noticias dan voz a los propios migrantes o simplemente hablan de ellos? ¿Se retrata a las sociedades multiculturales como mosaicos prósperos o como fuentes de conflicto? La representación importa porque da forma a las historias que una sociedad cuenta sobre quiénes «somos». Influye en las políticas y en el grado de acogida (o hostilidad) que sienten las comunidades.

En esta sección se destacarán las tendencias actuales, los retos en la representación mediática y las iniciativas positivas que promueven una narrativa más inclusiva.

Narrativas habituales de los medios de comunicación sobre la migración

La cobertura mediática europea sobre la migración suele ceñirse a unos pocos argumentos generales:

- **Narrativa de crisis/amenaza:** suele alcanzar su punto álgido durante acontecimientos como la afluencia de refugiados de 2015. Se describe a los migrantes con términos como «olas» o «avalanchas», metáforas que sugieren una masa amenazante e incontrolada. Los titulares pueden centrarse en la seguridad fronteriza, los temores al cambio cultural o incidentes aislados de delincuencia, enmarcando la migración como una crisis de seguridad. Esta narrativa era habitual en la prensa sensacionalista y en parte del discurso político, y presentaba a los refugiados y migrantes como «los otros» y un peligro potencial.
- **Narrativa humanitaria/de víctimas:** En otras ocasiones, especialmente en los medios más liberales, se muestra a los migrantes (en particular a los refugiados) como víctimas que merecen compasión, que huyen de la guerra, la persecución o la pobreza. Las historias se centran en crisis humanitarias, viajes trágicos (como las muertes en el mar) y llamamientos a la ayuda. La icónica imagen de 2015 de Alan Kurdi (el niño sirio que se ahogó) hizo que muchos medios adoptaran este enfoque empático, al menos temporalmente.

Tema 3

Representación
mediática de la
migración y el
multiculturalismo en
Europa

Narrativas mediáticas habituales sobre la migración

- **Narrativa económica/funcional:** A veces se habla de los migrantes en términos de cifras e impacto económico —como trabajadores que cubren la escasez de mano de obra o, por el contrario, como una supuesta competencia por los puestos de trabajo y las prestaciones sociales—. Esto puede reducir a las personas a meras estadísticas (por ejemplo, «X mil solicitudes de asilo» o «los migrantes cuestan/generan Y euros»), pasando por alto las historias individuales.
- **Narrativa de éxito/enriquecimiento:** Menos común pero importante, algunos medios destacan historias positivas de integración: migrantes que triunfan en los negocios, las artes o el deporte, o que enriquecen culturalmente a la sociedad de acogida (gastronomía, música, festivales). El multiculturalismo en esta narrativa es un activo: por ejemplo, artículos sobre un próspero barrio de inmigrantes que aporta nueva vida a una ciudad. Cada narrativa tiene su propio tono. El reto es que los marcos negativos o sensacionalistas (amenaza, crisis) suelen predominar, porque producen reacciones fuertes y clics, mientras que las historias matizadas o positivas pueden recibir menos atención.



Tema 3

Representación
mediática de la
migración y el
multiculturalismo en
Europa

Estereotipos y sesgos en la representación

Las representaciones en los medios de comunicación pueden reforzar, de forma involuntaria (o deliberada), los estereotipos:

- **Generalización:** Las acciones de un solo migrante o miembro de una minoría pueden interpretarse como representativas de todo el grupo (por ejemplo, si un migrante comete un delito, algunos medios destacan su origen en el titular, dando a entender una tendencia más amplia).
- **Ausencia de voces:** A menudo se habla de los migrantes y las minorías, en lugar de escucharlos. Estudios realizados en varios países europeos han revelado que, en las noticias sobre inmigración, solo se citaba a los migrantes en una pequeña parte de los reportajes, mientras que los políticos y los funcionarios dominaban la narrativa. Esto puede silenciar a los migrantes y convertirlos en meros objetos.
- **Imágenes:** La elección de las imágenes suele marcar el tono; por ejemplo, la repetición de imágenes de multitudes de jóvenes refugiados varones cruzando una frontera puede infundir miedo a una «invasión», mientras que mostrar a una familia diversa siendo acogida transmite una imagen de integración. Lamentablemente, los medios suelen reutilizar imágenes de archivo de barcos abarrotados o vallas, perpetuando una imagen de los migrantes como masas anónimas a las puertas de Europa.

Tema 3

Representación mediática de la migración y el multiculturalismo en Europa

Estereotipos y sesgos en la representación

- **Terminología:** Las palabras importan. Términos como «inmigrante ilegal» frente a «migrante indocumentado», «refugiado» frente a «migrante económico» o «terrorista islámico» frente a «terrorista» pueden sesgar la percepción del público. Algunos medios han adoptado un lenguaje más neutral, pero otros siguen utilizando términos que conllevan un estigma. Por ejemplo, calificar a alguien de «ilegal» criminaliza su existencia en lugar de describir su situación.
- **Representaciones del multiculturalismo:** En la cobertura de sociedades multiculturales (por ejemplo, las comunidades de inmigrantes de segunda generación en Europa), el sesgo puede colarse al destacar únicamente los problemas (guetización, radicalización) y rara vez las historias de éxito. Si las noticias de un barrio con una gran población inmigrante solo se publican cuando hay violencia, se distorsiona la percepción pública de esa comunidad.



Tema 3

Representación
mediática de la
migración y el
multiculturalismo en
Europa

Herramientas y directrices para un periodismo inclusivo

Existen recursos prácticos y marcos de referencia para ayudar a los periodistas a mejorar la representación de los migrantes y las cuestiones multiculturales:

- **Glosarios y guías de estilo:** Organizaciones como el ACNUR y la Red de Periodismo Ético (EJN) han publicado directrices sobre la terminología de la migración. Por ejemplo, el ACNUR recomienda utilizar el término «refugiado» solo para quienes cumplen la definición, «solicitante de asilo» para quienes lo solicitan, y evitar términos que criminalicen. Las «Directrices para la cobertura informativa sobre migración» de la EJN insisten en el contexto (informar de las cifras de manera proporcional, evitar adjetivos impactantes como «afluencia masiva» sin datos).
- **Lista de verificación sobre la diversidad en las fuentes:** Algunas redacciones aplican una lista de verificación para periodistas y editores: ¿Hemos incluido en esta noticia la voz de un migrante o de un representante de la comunidad? ¿Hemos equilibrado las declaraciones oficiales con las perspectivas personales? Este tipo de autoevaluación puede formar parte del proceso editorial.



- **Cambios en el enfoque de las noticias:** La formación periodística anima a ir más allá de los enfoques previsibles. Por ejemplo, en lugar de otro reportaje más sobre las cifras de migrantes (que pueden resultar abstractas), céntrese en historias que describan procesos (¿cómo es el proceso de asilo para una persona?) o en historias sobre el impacto en la comunidad (cómo una nueva comunidad de inmigrantes ha revitalizado una localidad, o cómo interactúan los residentes locales y los recién llegados en una escuela).
- **Directrices visuales:** Se recomienda a los editores de fotografía que elijan imágenes que humanicen. En lugar de mostrar siempre multitudes desde la distancia, se deben incluir retratos de personas o familias, imágenes de interacción entre la población local y los migrantes, etc., con el consentimiento de los interesados y una representación respetuosa. Existen iniciativas que comparten series de fotografías que muestran a los refugiados en su vida cotidiana (trabajando, aprendiendo, riendo) para romper la monotonía visual de las imágenes de crisis.
- **Técnicas narrativas inclusivas:** Esto podría implicar la creación conjunta de contenidos con las comunidades. Por ejemplo, un periodista podría organizar un taller en el que los refugiados describan qué historias quieren que se cuenten sobre ellos. Los artículos resultantes incorporan esas perspectivas, lo que da lugar a narrativas más ricas. Otro método es utilizar formatos en primera persona: dejar que los migrantes escriban artículos de opinión o graben videodiaris en los principales sitios web de noticias, integrando esas voces directamente en la cobertura general.

Ejercicio práctico: análisis de contenidos mediáticos

Auditoría de la representación en los medios de comunicación.

Divida a los alumnos en pequeños grupos y pida a cada grupo que seleccione:

- Un artículo de prensa sobre migración (de cualquier medio de comunicación de un país europeo; si es necesario, tradúzcalo).
- Un contenido de redes sociales (puede ser un tuit, una publicación de Facebook o un vídeo corto) relacionado con el multiculturalismo o la migración que tenga un gran alcance (muchos compartidos o «me gusta»). Cada grupo deberá:
 1. Analizar el contenido: identificar el encuadre y el lenguaje. ¿La cobertura es negativa, positiva o neutral? ¿Utiliza lenguaje o imágenes emotivas? ¿A quién se cita o se presenta (migrantes, funcionarios, residentes locales, expertos)? ¿En qué categoría narrativa encaja (de la diapositiva 2: crisis, humanitaria, etc.)?
 2. Debatir el impacto: ¿Cómo puede este contenido influir en la opinión del público sobre los migrantes o las comunidades multiculturales? ¿Refuerza algún estereotipo o lo cuestiona?

04

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea



Identidades en una Europa digital

En Europa, las personas suelen tener identidades superpuestas: local o regional (por ejemplo, catalana, bávara, siciliana), nacional (por ejemplo, española, alemana, italiana) y una identidad europea más amplia.

Los medios digitales —desde las redes sociales hasta las noticias en línea— influyen en cómo se expresan y evolucionan estas identidades. Este tema explora cómo el hecho de estar en línea afecta al sentido de pertenencia de una persona a una región o nación y a Europa en su conjunto.

¿Aúna Internet a los europeos en una esfera pública compartida o amplifica las lealtades regionales y los separatismos? ¿Cómo encuentran su voz las culturas regionales en Internet? Y, lo que es más importante, ¿pueden los medios digitales ayudar a conciliar el orgullo regional con la unidad europea? El objetivo es comprender la interacción entre el panorama digital y las narrativas identitarias en las distintas regiones de Europa, y cómo ello repercute en el proyecto de integración europea en curso.

Tema 4

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

Las identidades regionales se pasan a Internet

Las numerosas regiones de Europa —definidas por su cultura, su lengua o su historia— han adoptado los medios digitales para promover su identidad:

- **Revitalización y preservación de las lenguas:** Los hablantes de lenguas regionales o minoritarias (como el euskera, el galés o el sami) utilizan las redes sociales, YouTube y los blogs para crear contenidos en su lengua materna. Esto ha supuesto un gran impulso para lenguas que antes se limitaban al ámbito privado. Por ejemplo, hay youtubers populares que producen contenido cómico en dialecto escocés o influencers que tuitean en corso. Esta presencia en línea preserva y normaliza estas identidades para las generaciones más jóvenes.
- **Mostrar la cultura:** Las regiones utilizan las plataformas digitales para compartir el patrimonio local con el mundo. Las visitas virtuales a museos regionales, las páginas de Facebook de festivales folclóricos y las cuentas de Instagram dedicadas a la gastronomía o los paisajes locales conectan a personas de todo el mundo con el orgullo de una región. Una persona en Brasil interesada en la música celta puede seguir la retransmisión en directo de un festival bretón, fomentando una comunidad global de nicho en torno a una cultura regional.

Tema 4

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

Las identidades regionales se trasladan a Internet

Tema 4

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

- **Conexiones de la diáspora:** Para las personas que se han alejado de su región de origen, los medios digitales les permiten mantenerse conectadas. Un sardo que vive en Berlín puede unirse a grupos de Facebook de sardos en el extranjero, seguir las noticias locales de Cerdeña en línea e incluso participar en las decisiones de su ciudad natal a través de consultas electrónicas, si están disponibles. Esto permite mantener un sentido de identidad regional independientemente de la ubicación física.
 - Dentro de ciertos países, las personas de culturas minoritarias comunes —una diáspora— suelen crear grupos en Facebook o incluso en la red profesional LinkedIn para intercambiar información, socializar y cultivar sus vínculos culturales.

Integración europea: ¿un espacio común en línea?

Por otro lado, está la idea de una identidad europea común: un sentimiento de unidad entre los distintos países. Los medios digitales han abierto nuevas posibilidades para forjarla:

- **Medios y discurso paneuropeos:** A diferencia del fragmentado panorama televisivo y de la prensa escrita nacional, los medios en línea han dado lugar a medios paneuropeos (por ejemplo, Euronews en YouTube, Politico Europe en línea) y foros donde europeos de diferentes países debaten sobre diversos temas (foros de Reddit sobre política de la UE, grupos paneuropeos en Facebook). Personas desde Lisboa hasta Riga pueden comentar bajo el mismo artículo de Euronews en Facebook, interactuando directamente.
- **Comunidades transnacionales:** Las comunidades basadas en intereses suelen traspasar las fronteras en Internet. Piensa en un foro para aficionados a la historia europea o en un grupo de Facebook de antiguos alumnos de Erasmus financiado por la UE. Los miembros comparten una perspectiva europea que complementa su identidad nacional. Campañas como #EUandMe o #ThisTimeImVoting (antes de las elecciones de la UE) intentaron movilizar especialmente a los jóvenes europeos en las redes sociales en torno a una causa común: participar en la democracia europea.

Tema 4

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

Integración europea: ¿un espacio en línea compartido?



Tema 4

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

- **El surgimiento de una esfera pública europea:** Los académicos llevan mucho tiempo reclamando una «esfera pública» europea, un espacio en el que los europeos debatan como europeos, y no solo como ciudadanos de un Estado miembro. Las redes sociales y los eventos en línea (como los chats en Twitter con comisarios de la UE o la plataforma digital de la Conferencia sobre el Futuro de Europa, donde cualquier ciudadano podía proponer ideas) son pasos en esa dirección. [La plataforma de la Conferencia sobre el Futuro de Europa en 2021-22](#), por ejemplo, contó con la participación de decenas de miles de europeos que aportaron ideas y votaron propuestas en línea, con la traducción automática salvando las barreras lingüísticas. Fue un experimento novedoso de democracia deliberativa digital en toda la Unión.

Integración europea: ¿un espacio online compartido?



Tema 4

El impacto de los medios digitales en las identidades regionales y la integración europea

- **Solidaridad en la era digital:** cuando surgen las crisis, los medios digitales pueden unir a los europeos en un espíritu de solidaridad. Durante la pandemia, circularon hashtags como #StrongerTogether mientras personas de distintos países se mostraban su apoyo mutuo. Tras atentados terroristas o catástrofes naturales, los europeos suelen cambiar sus fotos de perfil o difundir lemas de unidad más allá de las fronteras (por ejemplo, tras el incendio de Notre-Dame en París, llovieron mensajes de toda Europa). Esa solidaridad digital espontánea refuerza el sentimiento de unidad europea.



¡Gracias y enhorabuena por haber completado el MÓDULO 2!



www.includemedia.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

* Nota para la gestión de residuos: por favor, imprima este documento en escala de grises o en blanco y negro en lugar de a color. Imprima a doble cara (duplex) y, si es posible, imprima varias diapositivas o páginas en una sola hoja.