

LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA **ESO**

DE LA UNIVERSIDAD AL INSTITUTO

**Proyecto Aprendizaje
y Servicio**

LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA ESO

DE LA UNIVERSIDAD AL
INSTITUTO

Los géneros

Géneros informativos. Objetividad, neutralidad, fuentes. Ni juicios de valor ni adjetivos. Ej. Noticia, entrevista

Géneros interpretativos. Pluralidad de fuentes, piezas más extensas, amplio contexto e interpretación de acontecimientos a partir de datos. Ej. Reportaje

Géneros opinión. Opinión fundamentada de un periodista o medio de comunicación. Línea editorial o pensamiento del medio de comunicación. Ej. El editorial

Las fuentes

Las fuentes de información, todos los contenidos que no tengan fuentes no son noticia. Una noticia se diferencia de un chisme por las fuentes.

Tipos de atribución:

Atribución directa (on the record): El periódico identifica a la fuente y cita la información que ella le ha proporcionado. Ej. Según el politólogo y profesor de la UC3M Pablo Simón.

Atribución con reservas: La fuente suministra datos a condición de que no se le identifique en el texto que se va a publicar. El periodista enmascara la identidad de las fuentes con atribuciones como fuentes cercanas a, fuentes gubernamentales...

Atribución con reserva obligada: La fuente que ha utilizado, no la identifica en modo alguno y publica la información en nombre propio, como si fuese él su propia fuente, para darle credibilidad.

Atribución con reserva total (off the record): El periódico no publica ni la fuente ni la información recibida. Es material que no se puede difundir, es para uso exclusivo del periodista.

El anonimato de la fuente sin motivo justificado puede ser muy negativo porque debilita la confianza del lector que puede pensar que el periodista no ha contrastado la información o se la ha inventado.

Las fake news

Son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de engañar para obtener un fin político o financiero.

¿Cómo las identificamos?

1. El lenguaje es sensacionalista u ofensivo y despierta el enfado o el rechazo lo que lleva a compartirlas rápidamente.
2. Las evidencias son muy escasas.
3. Ausencia de fuentes.
4. Titulares llamativos e imágenes falsas.
5. Buscar si ese contenido está en medios de referencia: El País, El Mundo, El diario, ABC, Agencia EFE...
6. ¡La emoción es más rápida que la razón. Por eso compartimos solo por el titular!

RECUERDA:

¡ANTES DE COMPARTIR UN CONTENIDO
QUE TE LLEGA POR WHASTAPP
COMPRUEBA QUE ES REAL!

Más información y recursos:

<https://www.uc3m.es/investigacion/alfamedeso>