

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 19, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-85-3

Narrativas digitales contra la desinformación.

Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información (2023)

María Isabel Míguez-González; Alberto Dafonte-Gómez (coords.)

Separata

Capítulo 15

Título del Capítulo

«Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. Una experiencia desde la Universidad»

Autoría

Alberto Dafonte-Gómez

Cómo citar este Capítulo

Dafonte-Gómez, A. (2023): «Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. Una experiencia desde la Universidad». En Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A. (coords.), *Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-85-3

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c15.emcs.19.p105>



María Isabel Míguez-González
Alberto Dafonte-Gómez
(coordinadores)

NARRATIVAS DIGITALES CONTRA LA DESINFORMACIÓN

Verificación de datos
y alfabetización
en la sociedad digital



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

El libro *Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El fenómeno de la desinformación ya no es un mero fantasma dispuesto a volcar su saco de incertidumbre en momentos puntuales de confusión general, sino una espesa sombra decidida a echar raíces en la sociedad digital actual, amenazando los sistemas políticos democráticos y nublando la credibilidad de los medios de comunicación que los sostienen. Las alarmas han saltado, suscitando la necesidad de emprender una lucha ferviente para mitigar los efectos de este malintencionado patrón comunicativo que puede poner en jaque mate el derecho a la información veraz del que gozan los ciudadanos respecto a hechos de relevancia pública. Las iniciativas periodísticas de *fact-checking* han abordado la pugna desde dos vertientes:

- una labor de verificación de contenidos tanto en los medios de comunicación tradicionales como en redes sociales, y
- una tarea de alfabetización mediática.

Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información presenta los resultados de un estudio que ofrece al lector diferentes análisis del fenómeno de la desinformación, el papel esencial de los *fact-checkers* y las herramientas necesarias para enfrentarse con seguridad al engranaje informativo y de contenidos.

Sumario

Presentación

por María Isabel Míguez-González; Alberto Dafonte-Gómez 11

PRIMERA PARTE

Desinformación y verificación de datos

- 1. Arqueología de la desinformación en el siglo XXI: evolución, lenguajes y perspectivas de futuro**
por Carolina Fernández-Castrillo; Raúl Magallón-Rosa 15
 - Introducción 15*
 - 1. Los desórdenes informativos en la era de la desinformación.. 18*
 - 2. La evolución del ecosistema desinformativo y la adaptación de las distintas disciplinas al estudio del fenómeno 21*
 - 3. Perspectivas de futuro ante la fragmentación desinformativa y conclusiones emergentes..... 23*
 - Referencias 27*

- 2. La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los *fact-checkers***
por María Isabel Míguez González 29
 - Introducción 29*
 - 1. Cuándo, dónde y por qué surgen los fact-checkers..... 30*
 - 2. ¿Son todos los fact-checkers iguales? 33*
 - 3. El proceso del fact-checking 34*
 - 4. Dificultades y retos para los verificadores de datos..... 35*
 - Referencias 37*

3. Técnicas básicas de verificación para la ciudadanía	
<i>por Alberto Dafonte-Gómez</i>	41
Introducción	41
1. Aprender a reconocer la desinformación	42
1.1. Características de la desinformación	42
1.2. Diferentes tipos de desinformación	43
2. Técnicas de verificación	45
2.1. Procedencia	46
2.2. Fuente	47
2.3. Fecha y ubicación	48
2.4. Motivación	49
3. Herramientas de verificación	50
Conclusiones	52
Referencias	54
4. Propuesta para estudiar ecosistemas de <i>fact-checking</i> y medir su institucionalización	
<i>por Enrique Núñez-Mussa</i>	55
Introducción	55
1. Catalogar a los proyectos de <i>fact-checking</i> : definición de parámetros	58
2. Aplicación del ejercicio exploratorio	59
2.1. Muestra	59
2.2. Resultados	60
3. Discusión y conclusión	61
Referencias	64
5. Las audiencias ante los medios: confianza y consumo de noticias	
<i>por Samuel Negrodo; Alfonso Vara-Miguel</i>	67
Introducción	67
1. Consumo de medios informativos en España	70
2. Confianza en las noticias en España	73
Conclusiones	75
Referencias	76

SEGUNDA PARTE

Actividad comunicativa de los verificadores de datos

6. La actividad comunicativa de los <i>fact-checkers</i> iberoamericanos en Internet	
<i>por María Isabel Míguez-González</i>	83
<i>Introducción</i>	83
1. <i>Dinámicas de publicación y comunidades</i>	85
1.1. <i>Twitter</i>	85
1.2. <i>Facebook</i>	86
1.3. <i>YouTube</i>	87
1.4. <i>Instagram</i>	87
1.5. <i>Otras redes y plataformas</i>	89
2. <i>La intencionalidad en la comunicación de los <i>fact-checkers</i></i> .	89
3. <i>Las temáticas</i>	90
<i>Referencias</i>	92
7. Narrativas audiovisuales al servicio del <i>fact-checking</i>	
<i>por Diana Ramahí-García; Oswaldo García-Crespo</i>	95
<i>Introducción</i>	95
1. <i>La transformación del ecosistema mediático y del paradigma del consumo informativo</i>	95
2. <i>La expansión del vídeo en línea</i>	98
3. <i>La evolución de los formatos audiovisuales en la verificación de datos</i>	99
<i>Conclusiones</i>	108
<i>Referencias</i>	108
8. La irrupción de las redes de mensajería en la práctica del <i>fact-checking</i>	
<i>por Emma Torres-Romay; Silvia García-Mirón</i>	111
<i>Introducción</i>	111
1. <i>Diseño y método</i>	112
2. <i>Trabajo de campo y análisis de datos</i>	113
2.1. <i>Análisis de la cuestión</i>	113
2.2. <i>Estudio de campo</i>	114
<i>Conclusiones</i>	117
<i>Referencias</i>	119

TERCERA PARTE

Contextos de la desinformación y la verificación de datos

9. Enfrentando la desinformación en salud: aprendizajes de la pandemia de covid-19 y estrategias para el futuro	
<i>por Javier Abuín-Penas; Francisco Fernández-Medina</i>	125
<i>Introducción</i>	125
1. <i>Desinformación en el ámbito de la salud</i>	126
2. <i>Redes sociales y fact-checking en el ámbito de la salud</i>	128
<i>Conclusiones</i>	130
<i>Referencias</i>	132
10. Combatiendo las <i>fake news</i> en el ámbito local: el caso de la Consellería de Sanidad de la Xunta de Galicia	
<i>por Jesús Pérez-Seoane; Juan Manuel Corbacho-Valencia</i>	135
<i>Introducción</i>	135
1. <i>El papel de las instituciones públicas</i>	137
2. <i>Objetivos</i>	138
3. <i>Metodología</i>	138
4. <i>Resultados</i>	140
4.1 <i>Actividad en Facebook durante el período de pandemia</i>	140
4.2 <i>Actividad en YouTube durante el período de pandemia</i>	143
<i>Conclusiones</i>	145
<i>Referencias</i>	147
11. Desinformación, <i>fact-checking</i> y movimiento feminista	
<i>por Xabier Martínez Rolán; Teresa Piñeiro</i>	149
<i>Introducción</i>	149
1. <i>Reactivo antifeminista</i>	151
2. <i>La arena digital, tóxica para las mujeres</i>	153
3. <i>Desinformación. Ahondando en la brecha de género</i>	155
4. <i>Feminismo y verificación</i>	156
<i>Referencias</i>	158

12. Racismo en redes. El discurso de odio contra la comunidad china durante la pandemia de covid-19	
<i>por Amparo Huertas Bailén; Luiz Peres-Neto</i>	161
<i>Introducción</i>	161
1. <i>Hablemos de sinofobia</i>	162
2. <i>El estudio del discurso del odio, un camino para saber más acerca de cómo circulan las narrativas racistas</i>	164
3. <i>La reacción de la comunidad china ante la sinofobia</i>	166
<i>Referencias</i>	169

CUARTA PARTE

La alfabetización en la lucha contra la desinformación

13. La labor de los verificadores de datos en el ámbito de la alfabetización digital	
<i>por Silvia Sierra Martínez</i>	175
<i>Introducción</i>	175
1. <i>Metodología</i>	177
2. <i>Resultados</i>	179
2.1. <i>Análisis de la información</i>	179
2.2. <i>Análisis de materiales</i>	181
<i>Conclusiones</i>	189
<i>Referencias</i>	190
14. El periodista educomunicador en la era de los desórdenes informativos	
<i>por Francisco Marcos Martín-Martín; Bella Palomo</i>	193
<i>Introducción</i>	193
1. <i>Frente al desorden informativo, educación mediática</i>	194
2. <i>El periodista educador mediático</i>	195
3. <i>Emprendimiento periodístico educomunicativo</i>	198
<i>Conclusiones</i>	201
<i>Referencias</i>	203

15. Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. Una experiencia desde la Universidad	
<i>por Alberto Dafonte-Gómez</i>	205
<i>Introducción</i>	205
<i>1. El aprendizaje-servicio como oportunidad de alfabetización mediática</i>	206
<i>2. Un laboratorio ciudadano para la alfabetización digital y mediática</i>	208
<i>3. Resultados del proyecto y conclusiones</i>	212
<i>Referencias</i>	215

Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. Una experiencia desde la Universidad

Alberto Dafonte-Gómez
Universidade de Vigo

Introducción

La Unesco describe el concepto de alfabetización informacional y mediática (MIL) como un constructo en evolución que surge en un entorno cambiante, y que trata de aglutinar a otros conceptos de alfabetización surgidos desde distintas disciplinas, como la alfabetización mediática, la alfabetización informacional, las tecnologías de la información y de la comunicación o la alfabetización digital (*Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies*, 2013). Asumiendo que el concepto es necesariamente amplio y cambiante, una definición actual y sintética es la aportada por Grizzle, Wilson y Gordon (2021: 382):

MIL son las siglas en inglés de alfabetización mediática e informacional, y se refiere a las competencias esenciales (conocimientos, habilidades y actitudes) que permiten a los ciudadanos relacionarse eficazmente con los proveedores de contenidos y desarrollar un pensamiento crítico y habilidades de aprendizaje permanente para socializar y convertirse en ciudadanos activos.

La alfabetización mediática e informacional (o simplemente alfabetización mediática, particularmente en el ámbito anglosajón) tiene una relación directa con el ejercicio de una ciudadanía activa y el desarrollo de las democracias, y se le otorga un papel crucial en la lucha contra la desinformación. No obstan-

te Sádaba y Salaverría (2023) señalan que, frente a un modelo de alfabetización en el que se incidía especialmente en la responsabilidad de los medios sobre la calidad de sus contenidos y la formación de la ciudadanía, predomina en la actualidad una concepción de la alfabetización que «co-responsabiliza» a la ciudadanía y requiere que se forme en el desarrollo de un razonamiento crítico con respecto a la desinformación.

Conscientes del valor de la alfabetización mediática de la sociedad en la lucha contra la desinformación y del importante papel que la Universidad puede desempeñar al respecto, en el curso 2019/20 se puso en marcha un proyecto de Aprendizaje-Servicio (ApS en adelante) en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo centrado en esta problemática que suma ya su cuarta edición. En este texto presentamos los elementos centrales de su desarrollo y los resultados obtenidos en estos cuatro años de trabajo, pero antes de entrar de lleno en el proyecto es necesario explicar la relación intrínseca entre el ApS y el desarrollo de las competencias informacionales y mediáticas.

1. El aprendizaje-servicio como oportunidad de alfabetización mediática

Según Bringle y Hatcher (1995: 112) el Aprendizaje-Servicio podría definirse como:

[...] una experiencia educativa basada en un curso, con créditos, en la que los estudiantes (a) participan en una actividad de servicio organizada que satisface necesidades identificadas de la comunidad y (b) reflexionan sobre la actividad de servicio de tal manera que obtienen una mayor comprensión del contenido del curso, una apreciación más amplia de la disciplina y un mayor sentido de responsabilidad cívica.

A partir de una línea de pensamiento centrada en el aprendizaje a través de la acción, la conexión con la comunidad y la

reflexión sobre el propio aprendizaje, —que tiene sus raíces en autores como Dewey, Boyer, Putnam y Makarenko (Redondo-Corcobado; Fuentes, 2020)—, el ApS ha ido consolidando sus características estructurales a lo largo del tiempo. En este sentido, podemos afirmar que los elementos fundamentales que definen la práctica del ApS en la actualidad, según Opazo, Aramburuzabala y Mcilrath (2019:15), son: 1) la participación activa del estudiante en el aprendizaje y en la acción solidaria, 2) la intencionalidad para abordar un problema real y 3) la articulación con los contenidos y competencias curriculares.

Este carácter fundacional ha permitido que el ApS se asocie a valores como la solidaridad, la participación ciudadana y la democracia, convirtiéndose en una herramienta estratégica para consolidar una cultura pedagógica basada en los valores democráticos, la solidaridad, la cooperación y la convivencia (Álvarez Castillo; Martínez Usarralde; González González; Buenestado Fernández, 2017). El ApS, por lo tanto, va más allá del aula y busca generar un impacto positivo en la sociedad en la que se inserta el centro educativo, los docentes y el alumnado. Es importante señalar que el objetivo del ApS no se limita a producir un efecto puntual en beneficio de la comunidad, sino que también busca fomentar una mayor implicación social en los participantes (Bringle; Steinberg, 2010), por lo que se presenta como un puente entre el mundo académico y el social, permitiendo abordar la creación de buenos ciudadanos y profesionales con ética y sentido de participación social (Gil-Gómez; Moliner-García; Chiva-Bartoll; García-López, 2016), un valor fundamental de la educación universitaria, sostenido por los conocimientos teóricos y prácticos de las distintas disciplinas, según Altman (1996); este conocimiento socialmente responsable incluiría como objetivos: 1) educar al estudiantado en los problemas de la sociedad, 2) ofrecerles experimentar y comprender de primera mano los problemas sociales en su comunidad y 3) dar al estudiantado las habilidades y experiencia para poder actuar sobre esos problemas sociales. Sobre el valor del ApS en la formación universitaria inciden también Folgueiras, Gezuraga y Aramburuzabala (2019) al definirlo como

«una valiosa herramienta que posibilita el desarrollo de competencias implícitas en la participación ciudadana»; o Bringle, Brown, Hahn y Studer (2019: 29) cuando describen sus principales virtudes en los siguientes términos:

Lo que el aprendizaje servicio hace bien y mejor que cualquier otra pedagogía no es sólo que los alumnos «sirvan para aprender», que es el aprendizaje aplicado, sino también que «aprendan a servir», que es el componente de educación cívica al que se refiere la definición con la frase «valores personales y responsabilidad cívica». Lo que el aprendizaje-servicio debe conseguir es que los alumnos piensen, consideren y analicen cuál es su papel en la sociedad con respecto a los asuntos cívicos, sociales y políticos, ahora y en el futuro.

En síntesis, el uso del ApS en la Universidad contribuye a ampliar la visión sobre el campo profesional en el que se está formando el alumnado, mejora la percepción sobre sus propias capacidades, promueve un mayor compromiso con la sociedad y supone el desarrollo de competencias profesionales, sociales y cívicas y, por último, facilita la ampliación de las redes sociales y profesionales del alumnado (Santos Rego; Lorenzo Moledo, 2018).

2. Un laboratorio ciudadano para la alfabetización digital y mediática

El proyecto *DIXITAIS. Laboratorio ciudadano para la alfabetización digital y mediática* surge a partir de la publicación el 30 de abril de 2019 de la primera convocatoria de proyectos de innovación educativa en Aprendizaje-Servicio de la Universidad de Vigo. La iniciativa, impulsada por el Área de Responsabilidad Social y Cooperación del Vicerrectorado de Responsabilidad Social, Internacionalización y Cooperación, en colaboración con el Área de Formación e Innovación Educativa del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado

buscaba 1) fomentar el uso de la metodología Aprendizaje-Servicio (ApS) en la institución, 2) reconocer las iniciativas de innovación educativa que usen el ApS, 3) potenciar la difusión de buenas prácticas educativas bajo esta metodología, 4) ofrecer asesoramiento en la implantación del ApS, 5) ayudar a institucionalizar la metodología Aprendizaje-Servicio (ApS) en la Universidad de Vigo y 6) fortalecer la cultura participativa de la Universidad de Vigo con los diferentes agentes sociales a través de aprendizaje experiencial, preparando al alumnado para la ciudadanía global y la responsabilidad social del alumnado.

El proyecto *Dixitais*, desarrollado en el marco de la asignatura *Teoría y práctica de la comunicación televisiva* del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo, se basa en la constatación de que la desinformación afecta a la convivencia social y contribuye a generar climas de opinión pública hostiles contra minorías o colectivos vulnerables como las personas migrantes, el movimiento feminista o, también, los sistemas de ciencia y salud pública (Ramahí-García; García-Crespo; Dafonte-Gómez, 2021). Dada la gran proliferación del fenómeno en la actualidad y los peligros que plantea, distintas organizaciones internacionales como la Unesco, la OCDE, la Comisión Europea o el Consejo de Europa han destacado el valor de la alfabetización digital y mediática de la ciudadanía como medida preventiva ante la desinformación (*Final Report of the Commission Expert Group on Tackling Disinformation and Promoting Digital Literacy through Education and Training*, 2022).

Con este diagnóstico preliminar sobre el problema y atendiendo a las competencias propias de la asignatura, se plantearon como resultados de aprendizaje del proyecto los siguientes:

1. Comprender el fenómeno de la desinformación y sus efectos en la sociedad.
2. Identificar recursos narrativos de este tipo de manipulaciones y sus estrategias de distribución.
3. Crear y compartir materiales audiovisuales divulgativos para redes sociales con respecto a la problemática.

Uno de los aspectos clave en la integración de la metodología del ApS en la asignatura fue la gestión de la participación del alumnado. Según Folgueiras, Gezuraga y Aramburuzabala (2019), existen varios factores que pueden afectar a la participación del alumnado en la iniciativa, como la necesidad de ofrecerle formación previa para afrontar el servicio, la previsión de posibles dificultades de sincronización entre los equipos de trabajo y la entidad colaboradora y, de forma muy especial, el carácter obligatorio u optativo del proyecto de ApS y su repercusión en la motivación del alumnado participante.

En los cuatro años de desarrollo del proyecto el alumnado colaboró con dos entidades sociales: en el primer año contamos con un banco de tiempo local —A Redeira— que permitía llegar a muchos colectivos sociales desde un único conector y al que la pandemia de covid-19 dificultó mucho su actividad y desarrollo; la segunda, con la que mantenemos colaboración estable en los últimos 3 años es Ecos do Sur, una ONG coruñesa que trabaja con colectivos en riesgo de exclusión desde 1991 y que, además, desarrolla una intensa actividad formativa sobre la lucha contra el discurso de odio y la desinformación bajo el título de CibeRespect.

El objetivo básico trasladado al alumnado en todas las ediciones es la creación de contenidos audiovisuales divulgativos que ayuden a concienciar a la ciudadanía sobre el problema de la desinformación y les ofrezca estrategias para defenderse. Dentro de esta temática general el alumnado selecciona problemáticas o colectivos especialmente vulnerables a la desinformación según sus intereses y desarrolla un proyecto que se materializa en una serie de vídeos para redes sociales. La vertiente audiovisual del trabajo se complementa con una memoria de ejecución que explica la importancia del tema específico de cada proyecto a través del análisis de datos e indicadores de fuentes fiables sobre la problemática que han decidido abordar, junto con el concepto creativo central de las piezas, guiones, diarios de sesiones y una reflexión sobre los aprendizajes obtenidos.

Desde el comienzo del proyecto se optó por la voluntariedad en la participación —que nunca bajó del 60% del total

del alumnado—, explicando que los equipos que decidiesen participar en la metodología de Aprendizaje-Servicio serían coordinados por la entidad colaboradora y el docente de la materia, mientras que aquellos que no lo hiciesen desarrollarán un trabajo similar, pero sólo en contacto con el profesor.

El proyecto se desarrolla en fases sucesivas en las que se aplica evaluación formativa para contribuir al aprendizaje del alumnado y a la mejora de los proyectos finales:

- **Diagnóstico:** el docente guía una primera fase de diagnóstico propio del alumnado sobre el problema de la desinformación en el entorno digital y sobre sus efectos sobre distintos colectivos; esta reflexión se aborda en una segunda fase con Ecos del Sur, que, a través de su proyecto Ciber-Respect, ofrece formación adicional en horario no lectivo sobre narrativas digitales contra la desinformación y asesoramiento a lo largo de todo el proyecto.
- **Diseño:** se perfila la temática de cada equipo de trabajo, se investiga a fondo el problema que supone, a quién afecta y en qué medida, y se extraen los datos más relevantes que servirán para definir el público objetivo, el eje de campaña y las redes más adecuadas para su difusión.
- **Desarrollo:** el alumnado trabaja, tutorizado por el docente y el personal de Ecos del Sur, en el diseño de piezas audiovisuales de carácter divulgativo sobre alfabetización mediática y digital adaptadas a las necesidades identificadas.
- **Implementación:** el alumnado produce las piezas como prácticas supervisadas por el docente y comparte los resultados con los miembros de Ecos del Sur. Las piezas se distribuyen a través de las redes sociales.
- **Evaluación:** se realiza una evaluación conjunta del proceso y de los resultados a partir de las piezas creadas y de la memoria que cada equipo de trabajo elabora siguiendo el modelo propuesto por Santos Rego y Lorenzo Moledo en su *Guía para la institucionalización del aprendizaje-servicio en la universidad* (2018). Esta reflexión se tiene en cuenta para la evaluación técnica de los trabajos de la asignatura.

3. *Resultados del proyecto y conclusiones*

Los resultados del proyecto podrían medirse usando distintos tipos de indicadores, pero nos centraremos en aquellos que podemos atribuir específicamente al uso del ApS como metodología docente: los aprendizajes obtenidos por el alumnado —expresados a través de sus informes— y el impacto social conseguido por sus acciones.

Los aprendizajes obtenidos abordan las competencias propias de la asignatura y de la titulación y también los aprendizajes y competencias para la vida. Con respecto al primer punto las memorias entregadas por el alumnado valoran positivamente que la experiencia se desarrolle de forma práctica, en un entorno real y que los resultados tengan un efecto en la sociedad, así como la colaboración con una entidad externa como Ecos do Sur. La decisión de permitir al alumnado seleccionar un tema dentro del amplio espectro de la desinformación (públicos vulnerables, inmigración, feminismo, salud, etc.) tuvo una buena acogida y menciones positivas en las reflexiones del estudiantado desde la primera edición: resulta más estimulante y genera mayor interés por profundizar en la temática para comprenderla mejor. Las valoraciones más destacables desde el punto de vista específico del ApS sobre los aprendizajes son aquellas que tienen que ver con los valores cívicos y la implicación social que este tipo de proyectos generan de una forma mucho más intensa que otro tipo de metodologías (Bringle; Brown; Hahn; Studer, 2019); en este sentido las reflexiones del alumnado en estos años no dejan lugar a dudas: se dan cuenta del efecto positivo que su trabajo como comunicadores puede tener en la sociedad y ven los efectos que el esfuerzo realizado para un «trabajo de clase» tiene en su entorno a través de las interacciones que reciben en la redes en las que publican. Es en este apartado en el que encontramos las reflexiones más motivadoras sobre el aprendizaje obtenido, tanto en lo relativo a la desinformación a nivel general como en cada uno de los ámbitos concretos seleccionados por el alumnado.

Dado que el objetivo fundamental es la creación de contenidos audiovisuales divulgativos que conciencien a la ciudadanía sobre el problema de la desinformación y les ofrezcan estrategias de defensa a su alcance, la repercusión social de los trabajos es uno de los fines buscados.

En los dos primeros años de desarrollo del proyecto podemos hablar de dos trabajos que destacan, por sus cifras, por encima del resto. El primero de ellos fue desarrollado en el curso 2019/2020 y abordaba cuestiones de educación sexual orientadas a público adolescente; una de las piezas audiovisuales elaboradas para el proyecto superó muy pronto las 60.000 reproducciones («Un trabajo académico que combate falsos mitos sobre sexo supera as 60.000 reproductions en redes sociais», 2020), aunque en marzo de 2023 tiene 68.200 reproducciones, 11.100 me gusta, 98 comentarios y 357 compartidos (Castro, 2020). El vídeo generó artículos en varios periódicos y entrevistas radiofónicas en Julia en la Onda (Onda Cero) y El Gallo que no Cesa (RNE). La segunda pieza que podríamos destacar por su elevado impacto en redes sociales y medios de comunicación fue realizada en el curso 2020/2021 y alcanzó a los pocos días de su publicación en TikTok las 89.000 visitas («Un trabajo sobre os estereotipos asociados aos trastornos mentais supera as 80.000 reproductions en redes sociais», 2021). El vídeo, que pretende concienciar sobre los estereotipos y falsas creencias a las que se enfrentan las personas con neurodivergencias supera en marzo de 2023, las 95.100 reproducciones, los 27.000 «me gusta», 244 comentarios y fue compartido 273 veces (Newrevtv, 2021). Estos datos generaron noticias en *Faro de Vigo*, *Diario de Pontevedra* y otros medios digitales.

En el tercer año de desarrollo del proyecto se consiguió un cambio interesante con respecto a la repercusión en redes y es que el número de vídeos que alcanzaban cifras elevadas de visionados e interacciones se incrementó notablemente, de modo que no existe una única pieza de esa edición con resultados destacables, sino varias que alcanzan —o incluso superan— las decenas de miles de reproducciones («Os vídeos do alumna-

do de Publicidade e RRPP contra a desinformación espállanse pola rede», 2022). En el momento en el que se redactan estas líneas la cuarta edición está en pleno desarrollo con 59 participantes divididos en 10 grupos de trabajo bajo la coordinación de Ecos do Sur.

Aunque la presencia de los proyectos en los medios de comunicación no era un objetivo en sí mismo, que algunos de ellos se convirtiesen en noticia contribuyó a darle visibilidad a los problemas abordados en los trabajos del alumnado más allá de las redes sociales y posibilitó llegar a nuevos públicos de este modo. Cabe suponer, también, que esta repercusión mediática generó una imagen favorable para la Universidad de Vigo y la Facultad de Comunicación en la que se desarrollaron los proyectos.

Por último, un resultado indirecto del proyecto es el mapa que poco a poco se va construyendo sobre los temas sociales que captan la atención y los esfuerzos del alumnado participante y que constituye un cierto retrato generacional: la preocupación por la salud mental, los trastornos alimenticios y por la influencia que las redes sociales pueden ejercer en ellos, o el respeto por la diversidad cultural, la orientación sexual y la identidad de género, son aspectos en los que se centran un número elevado de proyectos.

Bajo nuestro punto de vista, *Dixitais*, el *Laboratorio ciudadano para la competencia digital y mediática*, aporta beneficios evidentes para el aprendizaje del alumnado de la asignatura tanto a nivel teórico como procedimental, hace que entre en contacto con realidades sociales con las que no está familiarizado y lo capacita para poder realizar una contribución beneficiosa a la comunidad basada en sus competencias profesionales.

Agradecimientos

Este capítulo forma parte del proyecto «Narrativas digitales contra la desinformación. Estudio de redes, temas y formatos en los fact-checkers iberoamericanos», financiado por la

Agencia Estatal de Investigación, de España (Ref. PID2019-108035RB-I00/AEI/ 10.13039/501100011033).

Alberto Dafonte-Gómez es miembro de la Cátedra Unesco «Transformative Education: Science, Communication and Society».

Referencias

- Altman, Irwin (1996): «Higher education and psychology in the millennium». *American Psychologist*, vol. 51, pp. 371-378.
- Álvarez Castillo, J. L.; Martínez Usaralde, M. J.; González González, H.; Buenestado Fernandez, M. (2017): «Service-learning in teacher training in Spanish universities». *Revista Española de Pedagogía*, vol. 75, núm. 267, pp. 199-217. <https://doi.org/10.22550/REP75-2-2017-02>
- Bringle, R.G.; Brown, L.A.; Hahn, T.W.; Studer, M. (2019): «Pedagogies and civic programs to develop competencies for democratic culture and civic learning outcomes». *Bordón. Revista de Pedagogía*, vol. 71, núm. 3, pp. 27-43. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2019.72003>
- Bringle, R. G.; Hatcher, J. A. (1995): «A Service-Learning Curriculum for Faculty». *Michigan Journal of Community Service Learning*, vol. 2, núm. 1, 112-122.
- Bringle, R.; Steinberg, K. S. (2010): «Educating for Informed Community Involvement». *American journal of community psychology*, pp. 428-441. <https://doi.org/10.1007/s10464-010-9340-y>
- Castro, Á. [angie.cn_]. (28/05/2020). #false #fyp #bulo. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@angie.cn_/video/6831664607061462278
- Final report of the Commission expert group on tackling disinformation and promoting digital literacy through education and training: Final report.* (2022). European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. doi: 10.2766/283100
- Folgueiras, P.; Gezuraga, M.; Aramburuzabala, P. (2019): «Los procesos participativos en aprendizaje-servicio». *Bordón. Revista de Pedagogía*, vol. 71, núm. 3, pp. 115-131. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2019.68479>
- Gil-Gómez, J.; Moliner-García, O.; Chiva-Bartoll, Ó.; García-López, R. (2016): «Una experiencia de aprendizaje-servicio en futuros docentes: Desarrollo de la competencia social y ciudadana». *Revista Complutense de Educacion*, vol. 27, núm. 1, pp. 53-73. https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2016.v27.n1.45071
- Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country readiness and competencies.* (2013). UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>
- Grizzle, A.; Wilson, C.; Gordon, D. (Eds.). (2021): *Media and information literate citizens: Think critically, click wisely!* UNESCO.
- Newrevtv [@newrevtv]. (28/05/2021). *Esterotipos en clase: TDAH, dislexia y autismo.* [Video]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@newrevtv>

- www.tiktok.com/@newrevtv/video/6967431597213699333
- Opazo, H.; Aramburuzabala, P.; McIlrath, L. (2019): «Aprendizaje-servicio en la educación superior: Once perspectivas de un movimiento global». *Bordón. Revista de Pedagogía*, vol. 71, núm. 3, pp. 15-23. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2019.03.0001>
- Os vídeos do alumnado de Publicidade e RRPP contra a desinformación espállanse pola rede. (2022, junio 30). *DUVI. Diario da Universidade de Vigo*. <https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/os-videos-alumnado-publicidade-rrpp-desinformacion-espallanse-rede>
- Ramahí-García, D.; García-Crespo, O.; Dafonte-Gómez, A. (2021): «Los formatos audiovisuales en la verificación de datos. Análisis de la actividad de los fact-checkers en YouTube (2009-2020)». *AdComunica*, vol. 22, 73-96. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.6>
- Redondo-Corcobado, P.; Fuentes, J. L. (2020): «La investigación sobre el Aprendizaje-Servicio en la producción científica española: Una revisión sistemática». *Revista Complutense de Educación*, vol. 31, núm. 1, 69-83. <https://doi.org/10.5209/rced.61836>
- Sádaba, C.; Salaverría, R. (2023): «Combatir la desinformación con alfabetización mediática: Análisis de las tendencias en la Unión Europea». *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 81, pp. 1-17. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Santos Rego, M.A.; Lorenzo Moledo, M. (2018): *Guía para la institucionalización del aprendizaje-servicio en la universidad*. Universidade de Santiago de Compostela. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico.
- Un traballo académico que combate falsos mitos sobre sexo supera as 60.000 reproducións en redes sociais. (2020, julio 16). *DUVI. Diario da Universidade de Vigo*. <https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/traballo-academico-que-combate-falsos-mitos-sexo-supera-60000-reproductions-redes-sociais>
- Un traballo sobre os estereotipos asociados aos trastornos mentais supera as 80.000 reproducións en redes sociais. (2021, junio 29). *DUVI. Diario da Universidade de Vigo*. <https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/traballo-os-estereotipos-asociados-aos-trastornos-mentais-supera-80000-reproductions-redes-sociais>