

Área de Ciencias Sociales y del
Comportamiento Humano

Carrera de Comunicación

La presente obra capitular es el resultado de las investigaciones sobre las aplicaciones de la gamificación en contextos múltiples, emergentes provenientes de las comunicaciones presentadas en el Simposio 06 del III Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento (Sevilla, España), así como de aquellas presentadas por los miembros del Gamelab UPS, del Proyecto I+D+i Coordinado “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): Prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples” (EDU2015-64015-C3-1-R) (MINECO/FEDER), de la “Red de Educación Mediática” del Programa Estatal de Investigación Científica-Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento (EDU2016-81772-REDT), financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España.

En este sentido se busca construir, desde una mirada dual desde Europa y América Latina el primer libro iberoamericano de gamificación, avalado por el Gamelab de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador), el Proyecto I+D+i EDU2015-64015-C3-1-R, la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía (Alfamed), el Laboratorio de Estudios en Comunicación (Ladecom) y el Grupo de Investigación Ágora (PAI-HUM-648) de la Universidad de Huelva (España) y el Grupo de Investigación Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación GREHCCO.



I+D:EDU2015-64015-C3-1-R



Gamificación en Iberoamérica

Ángel Torres-Toukourmidis / Luis M. Romero-Rodríguez

Ángel Torres-Toukourmidis / Luis M. Romero-Rodríguez
Editores

Gamificación en Iberoamérica

Experiencias desde la Comunicación
y la Educación



Universidad Politécnica Salesiana

Gamificación en Iberoamérica

Experiencias desde la comunicación y la educación

Ángel Torres-Toukoumidis
Luis M. Romero-Rodríguez
(Editores)

Gamificación en Iberoamérica

Experiencias desde la comunicación y la educación



ABYA | UNIVERSIDAD
YALA | POLITÉCNICA
SALESIANA

2018

GAMIFICACIÓN EN IBEROAMÉRICA

Experiencias desde la comunicación y la educación

© *Ángel Torres-Toukoumidis y Luis M. Romero-Rodríguez (Editores)*

Ira edición: Universidad Politécnica Salesiana
Av. Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja
Cuenca-Ecuador
Casilla: 2074
P.B.X. (+593 7) 2050000
Fax: (+593 7) 4 088958
e-mail: rpublicas@ups.edu.ec
www.ups.edu.ec

Área de Ciencias Sociales y del Comportamiento Humano
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Derechos de autor: 054691

ISBN: 978-9978-10-323-4

Edición, diseño,
diagramación
e impresión Editorial Universitaria Abya-Yala
Quito-Ecuador

Tiraje: 300 ejemplares

Impreso en Quito-Ecuador, octubre de 2018

Publicación arbitrada de la Universidad Politécnica Salesiana

| | |
|--|-----|
| Prólogo | 9 |
| Introducción | |
| <i>Ángel Torres-Toukourmidis y Luis M. Romero Rodríguez</i> | 11 |
| Los <i>newsgames</i> : análisis de su contenido gamificado por formatos periodísticos inmersivos | |
| <i>Luis Mañas-Viniegra</i> | 19 |
| Con la información sí se juega: Los <i>newsgames</i> como narrativas inmersivas transmedias | |
| <i>Luis M. Romero-Rodríguez y Ángel Torres-Toukourmidis</i> | 35 |
| Videojuegos y aprendizaje ¿Por qué la gamificación y los juegos educativos no son suficientes? | |
| <i>Jorge Oceja y Natalia González Fernández</i> | 55 |
| Gamificación en la Escuela 2.0: una alianza educativa entre juego y aprendizaje | |
| <i>Rosa García-Ruiz, Mónica Bonilla-del-Río y José Manuel Diego-Mantecón</i> | 71 |
| El valor de la gamificación como herramienta educativa | |
| <i>Ana María Beltrán Flandoli, Diana Elizabeth Rivera Rogel y Juan Carlos Maldonado Vivanco</i> | 97 |
| La dimensión virtual del espacio educativo gamificado y sus potencialidades | |
| <i>Iván Sánchez-López y M. Amor Pérez-Rodríguez</i> | 113 |
| La gamificación como estrategia de motivación en el aula | |
| <i>Teresa Amezcua Aguilar y Patricia Amezcua Aguilar</i> | 137 |
| Enseñando a jugar. Experiencias de aprendizaje y desarrollo de competencias mediáticas del profesorado | |
| <i>Cristina Villalonga Gómez y Marçal Mora Cantallops</i> | 147 |
| Juego educativo para la enseñanza-aprendizaje de la Estructura de la Información en la educomunicación: diseño, adaptación y aplicación | |
| <i>Gema Alcolea-Díaz, Ramón Reig y Rosalba Mancinas-Chávez</i> | 167 |
| El uso de la gamificación como metodología educomunicativa en el contexto universitario | |
| <i>Sheila Peñalva, Ignacio Aguaded y Patricia de-Casas-Moreno</i> | 191 |

| | |
|---|-----|
| Gamificación en los docentes de educación superior del Ecuador <i>Ángel Torres-Toukoumidis, Luis M. Romero-Rodríguez y Ana Luisa Valle Razo</i> | 211 |
| La gamificación en la educación superior mexicana: un estudio exploratorio <i>Sonia Esther González-Moreno y Jorge Abelardo Cortés Montalvo</i> | 221 |
| Un modelo de formación universitaria del siglo XXI: aprendizaje de competencias profesionales en entornos virtuales <i>Inmaculada Berlanga, Adoración Merino y Lucía Pérez</i> | 241 |
| Desarrollo de habilidades de lecto-escritura desde una propuesta gamificada <i>Augusto David Beltrán Poot y William Reyes Cabrera</i> | 259 |
| La gamificación como metodología para la inclusión del alumnado con diversidad funcional auditiva <i>Patricia Amezcua Aguilar y Teresa Amezcua Aguilar</i> | 279 |
| Los <i>serious games</i> como herramientas educo-informativas para el diseño de la conciencia social <i>Guillermo Paredes-Otero</i> | 303 |
| Diseño de un <i>Escape Room</i> o <i>Break Out</i> Educativo en Educación Física mediante Realidad Aumentada <i>Sebastián López Serrano, Samuel Manzano Carrasco, Sara Suárez Manzano y Alberto Ruiz-Ariza</i> | 331 |
| Roma. Un juego de rol para vivenciar la vida en la República y el Imperio Romano <i>Víctor Sánchez Domínguez</i> | 349 |
| App Pokémon GO y su aplicación educativa <i>Alberto Ruiz-Ariza, Samuel Manzano Carrasco, Sebastián López Serrano y Emilio J. Martínez López</i> | 377 |
| Ghymkana mediante códigos QR: ¡Sácale provecho a tu Smartphone! <i>Sara Suárez Manzano, Manuel J. De la Torre Cruz, Alberto Ruiz Ariza y Emilio J. Martínez López</i> | 393 |
| Activa tu clase. Descansos lúdicos mediante <i>Exergames</i> <i>Samuel Manzano Carrasco, Sara Suárez Manzano, Sebastián López Serrano y Manuel de la Torre Cruz</i> | 409 |
| El kahoot como medio educativo para el aprendizaje de destrezas sociales y gestión emocional en el alumnado de Educación Superior <i>Lydia Muñoz Manzano, Rafaela M^a Herrero Martínez y Carmen García de Viguera</i> | 425 |

| | |
|---|-----|
| Beelinguapp: la aplicación de idiomas mejor valorada en el almacén de Google Play <i>Ana María Aguilar López</i> | 439 |
| Gamificación y transmedia: del videojuego al libro. El caso de <i>Assassin's Creed</i> <i>Arantxa Vizcaíno-Verdú, Aloma Contreras-Pulido</i> y <i>María Dolores Guzmán-Franco</i> | 463 |
| Autores | 479 |

Juego educativo para la enseñanza-aprendizaje de la Estructura de la Información en la educomunicación: diseño, adaptación y aplicación

Gema Alcolea-Díaz
Universidad Rey Juan Carlos, España

Ramón Reig
Universidad de Sevilla, España

Rosalba Mancinas-Chávez
Universidad de Sevilla, España

Introducción

Conocer la Estructura de la Información es clave en la Educación en Comunicación. Así lo ponen de manifiesto autores de referencia que entienden la propiedad y el control, y otros factores económicos y empresariales, como determinantes de los contenidos de los medios y esenciales para la educación mediática (Masterman, 1993; Buckingham, 2005). No obstante, este conocimiento presenta dificultades derivadas, fundamentalmente, del cambiante ecosistema mediático y de sus múltiples entornos, lo que puede dificultar la labor del profesorado a la hora de planificar y dotar de contenido el proceso de enseñanza-aprendizaje. A ello se añade lo abstracto y altamente demandante que puede resultar este contenido curricular cuando se trabaja en etapas educativas medias.

En este trabajo se transfiere un recurso pedagógico que ha pretendido salvar dichas barreras. Se trata de un juego educativo, específicamente diseñado para la enseñanza de la Estructura de la Información, que parte de lo específico para alcanzar un conocimiento de lo general, es decir: la telaraña de intereses que se encuentran tras el periodismo y la correlación con sus mensajes (Reig, 2017, p. 25). Resulta casi una necesidad imperiosa que los y las estudiantes se pregunten quién y qué hay detrás de la información, que se planteen quién les está hablando en cada momento.

Con este recurso, que se ha llamado *Telaraña de influencias*, se ha pretendido trascender el dato concreto, como puede ser el conocimiento de qué grupos empresariales tienen qué medios –lo cual es algo cambiante y que, habitualmente, supone no un cambio estructural sino coyuntural–, para profundizar en cuestiones de fondo como los efectos que tienen en la información la propiedad, las relaciones que se establecen con otras industrias, el nivel de dependencia que mantienen con el entorno financiero, su papel como soporte publicitario, o la relación con las audiencias. Y se hace no solo llamando la atención sobre las influencias estructurales en la información, sino de una manera enfocada en las “conexiones directas y concretas entre dichas influencias y los documentos de los medios” (Masterman, 1993, p. 90).

La finalidad del juego es que, una vez llevado al aula, los alumnos y alumnas participantes, sean conscientes de la existencia de una red de intereses variada y cómo esta afecta a la información. A la vez, cultiva el espíritu crítico, mediante la contraposición de dos lógicas diferenciadas: la del periodismo –con sus principios y criterios de selección en función del interés informativo (Muñoz-Torres, 2002)– y la de la empresa, que finalmente es la que sustenta los productos informativos.

La enseñanza de la Estructura de la Información en el marco de la Educomunicación

El marco general del trabajo es la Educación en Comunicación, entendida como el conjunto de estrategias que intentan formar en un uso crítico, activo y participativo en relación con los medios (Pérez-Tornero, 2000), siendo su función básica “la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas y creativas en el alumnado” (Aguaded, 2001, p. 25). Con el recurso didáctico se busca desarrollar, por tanto, las habilidades para el análisis crítico en este entorno de conocimiento, que incluye, entre otras, la habilidad de ser consciente de los objetivos comerciales, políticos e ideológicos de los medios (Tuominen, 2012, p. 22), dentro del segundo nivel de contextualización, es decir, el de “los aspectos vinculados a la industria/ámbito en la que el texto se produce” (Alvarado, 2012, p. 107). Se trata de “favorecer el desarrollo de la capacidad de pensar y de hacerlo de manera crítica [...] puesto que, si bien el conocimiento es esencial en el desarrollo del pensamiento, éste solo no lo garantiza” (Aguaded, 1999, p. 221). En definitiva, se trata de “problematizar el contenido de los medios, para alejar la concepción ‘naturalizada’ que presentan de sí mismos [...] y evidenciar la articulación de los medios con el entramado comercial, empresarial, financiero y político” (González-Yuste, 2000, p. 198).

La UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization), en tanto que organismo internacional comprometido de forma activa con la Educación en Comunicación, ha contribuido a la publicación de diversos documentos en los que se proponen, de una forma más o menos desarrollada, métodos de trabajo, así como ejercicios concretos para implementarlos en el aula. Los recursos didácticos que se encuentran en los mismos y que están relacionados con el enfoque estructural de la información, ponen más el acento en el conocimiento de la propiedad (la determinación de los dueños, la identificación de participaciones en otros negocios y los procesos concentradores), y en los efectos de la concentración en la información. Sin embargo, al plantear dichas consecuencias, estas se derivan de la búsqueda prioritaria del beneficio económico (Tuominen, 2012, p. 71), mientras que se diluyen, e incluso minimizan, otros factores determinantes de los contenidos. Asimismo, en muchos recursos propuestos, se presupone la facilidad de conocer la propiedad de los medios y sus referencias cruzadas, cuando esta es una labor que puede llevar un amplio y profundo trabajo de investigación e, incluso, no llegar a desvelarse completamente tras el mismo. A pesar de que la UNESCO facilita fuentes de datos para abordar la propiedad (UNESCO, 2008, p. 24), su conocimiento a fondo, sus redes y relaciones con el mundo empresarial y financiero y otras fuentes de poder, no es algo tan simple y evidente.

En cuanto a los enfoques pedagógicos para abordar la alfabetización mediática, la UNESCO propone: la enseñanza reflexiva, el aprendizaje basado en problemas, la indagación científica, el estudio de caso, el aprendizaje cooperativo, el análisis de textos, el análisis contextual, las traducciones, las simulaciones y las producciones (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, & Cheung, 2011). Por otro lado, autores de referencia se decantan por el planteamiento lúdico de la educación mediática, entendiendo que debería impartirse “de manera activa, participativa, lúdica” (Ferrés, & Piscitelli, 2012, p. 78), más allá de “las modalidades tradicional, racionalista y académica” (Das, 2009, p. 60).

Además, se aboga por que los profesores y profesoras “potencien su capacidad de generar sus propios recursos didácticos” (Aguaded, 2005, p. 55), por lo que, en este caso, se ha pretendido colaborar en dicho proceso estratégico al aportar no solo el material para el juego sino, fundamentalmente, la explicación para su posible adaptación a múltiples contextos temporales y entornos geográficos y socioculturales. Y se recomienda que sea en abierto, ya que el profesorado necesita “acceso a los recursos que sean pertinentes y los derechos de autor autorizados para uso en el aula” (Wilson, 2012, p. 23).

Este juego sitúa al alumnado en el lado de la producción y, al ponerle en primera persona en este ámbito, busca favorecer la aprehensión del conocimiento

y el recuerdo sin necesidad de memorización. Se trata, por un lado, de un juego de simulación (Gredler, 1996; Aldrich, 2009; Crookall, 2010), que es considerada como especialmente útil para abordar cuestiones sobre el aspecto de producción (Frau-Meigs, 2006, p. 39). Entre otros beneficios, la simulación permite el acceso a conocimientos globalizados, de forma significativa, estimula el pensamiento crítico e incrementa la memoria (Grande de Prado, & Abellá, 2010; Chamizo-Sánchez & Fernández-Torres, 2013; Domínguez & Yot-Domínguez y Martínez, 2013; Ortiz-Castells, 1997). Pero, por otro lado, el recurso aúna la simulación con un juego de reglas, a modo de concurso. Es simulación en la medida que el alumnado toma el punto de vista de editores y directores de informativos de un canal de televisión, pero sin interpretación, puesto que, si no, estaríamos ante un juego de roles, y toman “las decisiones que consideran adecuadas para resolver lo mejor posible la situación en la que se encuentran, tal y como lo harían en la vida real” (Andreu-Andrés, García-Casas & Mollar-García, 2005, p.1). Lo que tiene de juego, es que no pueden tomar decisiones abiertas, sino que van, en parte, dirigidas. De esta manera, quisimos que los alumnos y alumnas se tuvieran que enfrentar con la realidad de una reunión de escaleta, con una serie de condicionantes que afectan a la selección de noticias, de la manera más simplificada posible, que no simple, dada la complejidad del tema.

Diseño del recurso educativo

El proceso de creación del recurso didáctico se inició tras finalizar una fase previa de verificación del peso que el conocimiento de la Estructura de la Información tiene en la Educación Mediática. Esta se realizó a través del análisis de contenido aplicado a las competencias mediáticas de Ferrés & Piscitelli (2012) y a las competencias y unidades de enseñanza del curriculum para la Alfabetización Mediática e Informativa para profesores de la UNESCO (Wilson *et al.*, 2011). Una vez comprobada la fuerte presencia de este conocimiento en la Educomunicación y su estrecha relación con la misma, se procedió a la revisión de una serie de recursos didácticos aportados por la UNESCO (Wilson *et al.*, 2011; Tuominen, 2012; Frau-Meigs, 2006), para la alfabetización mediática, en general, y los conocimientos más relacionados con la Estructura de la Información, en particular, valorando sus contenidos, así como las metodologías empleadas y recomendadas. Por todo lo anterior, se ha confirmado la conveniencia de diseñar un recurso didáctico para su aplicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Estructura de la Información en el marco de la educación mediática, destinado a una etapa educativa media y con un enfoque metodológico lúdico.

Así, el juego se orienta, por su temática y dinámica, a edades de 12 a 16 años –los recursos analizados se dirigen a estudiantes de 11 a 14 años–, período que en España comprende la etapa de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), conformada por cuatro niveles, de 1º a 4º. Entre las finalidades de esta etapa educativa, se encuentran la adquisición de los elementos básicos de la cultura y la formación a los alumnos y alumnas para el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos y ciudadanas (Ley Orgánica 2/2006, de Educación, artículo 22), contando, además, entre sus principales objetivos, con desarrollar el sentido crítico del alumnado (artículo 23), entroncando con el propósito del contenido didáctico propuesto.

Está enfocado para su aplicación en aulas con hasta treinta alumnos y alumnas pudiéndose incluso, si fuera necesario, rebasar este número, conscientes de la necesidad de que todo el alumnado presente en el aula participe en el mismo a la vez. La ratio de alumnos y alumnas por aula en secundaria es de un máximo de 30 (artículo 16, Real Decreto 132/2010 y Ley Orgánica 2/2006, de Educación, al margen de normas autonómicas y sin tener en cuenta la tasa de reposición). En cualquier caso, el número de personas en el juego, es fácilmente adaptable en la dinámica, puesto que se trata de establecer cinco equipos cuya cantidad de componentes puede variar en función de las necesidades, sin interferir en el mismo.

La configuración del juego fue cambiando durante un periodo de tres meses de diseño. Se plantearon distintas opciones lúdicas –se partió de una propuesta de juego de mesa con una dinámica de pistas– teniendo en cuenta criterios de contenido, socio académicos y psicopedagógicos. Dichas opciones se fueron excluyendo a medida que se ahondaba en su diseño y se planteaban los pros y contras de las mismas, teniendo además en cuenta, en un momento más avanzado, las orientaciones aportadas por un grupo de profesores y profesoras de secundaria y parte del equipo directivo del Colegio Madre del Divino Pastor, de Andújar, Jaén (España), cuya colaboración ha sido crucial en todo el proceso.

De esta manera, se terminó optando por un juego de simulación combinado con uno de reglas a modo de concurso, usando como herramienta una adaptación del tablero del programa televisivo *Jeopardy*. Esta unión de ambos tipos de juego hace que el presente recurso se diferencia de otros que podrían resultar cercanos, como el que propone que los participantes actúen como un equipo de producción formado por editores, productores y presentadores que, enfrentados a un flujo de noticias de entrada, lleven a cabo un proceso de selección, edición y secuenciación de las mismas en un informativo (Frau-Meigs, 2006, p. 40). A diferencia de esta simulación, en nuestro recurso los alumnos y alumnas se enfrentan

con esta situación, pero jugando en equipos y afectados en sus decisiones por una serie de condicionantes a la información –en cinco ámbitos distintos que, además, van en una escala de 1 a 5 de presión sobre el editor, dispuestos en un panel de concurso–, que les limitan en la selección de noticias, su jerarquización y les ponen en una tesitura complicada para dar forma a una escaleta de emisión de 10 minutos para un informativo de televisión. Dicha escaleta se configura teniendo además en cuenta dos variables jerárquicas de la información en televisión como son el tiempo de duración de la noticia y la posición dentro del informativo. Cabe indicar que, en un primer momento, se incluyó otro elemento de codificación, que fue el tratamiento, positivo, negativo o neutro, de la noticia, pero con la experiencia de juego se comprobó la dificultad de cruzar esta tercera variable para el alumnado.

Una vez definido el tipo de recurso lúdico y diseñadas sus reglas y herramientas, se procedió a la prueba del mismo en tres sesiones de juego, que se llevaron a cabo con grupos de clase de secundaria del colegio antes indicado. En primer lugar, tras una sesión con un grupo de 3º de ESO se procedió a adaptar el contenido y el lenguaje. Posteriormente, con su utilización con un grupo de 2º, se terminaron de tomar decisiones de adaptación en cuanto a la dinámica de juego y de sus herramientas y, con uno de 1º, se procedió al ajuste de los tiempos. De esta manera, se ha conseguido alcanzar una reglas equilibradas y sencillas, a pesar de la dificultad de diseño del mismo, y una fácil implementación y adaptación por parte del profesor o profesora y su desarrollo en el aula.

Por otro lado, cabe señalar que el recurso se ubica en el entorno del medio televisivo puesto que, aunque podría haberse aplicado a otros, dada la dinámica del juego que precisa de la elaboración de una hoja de codificación de noticias, era necesario decantarse por uno en concreto. Así, seleccionamos la televisión que, además, en España, aún sigue siendo el medio masivo y preferido para informarse (DigitalNewsReport, 2018).

Este recurso solo precisa como personal implicado en su elaboración y puesta en práctica al profesor o profesora. Se ha dispuesto un acceso (Alcolea-Díaz, 2018) a un documento en el que se desglosan de forma detallada los materiales precisos, la duración del juego, así como las instrucciones al o la docente para su aplicación en el aula. Asimismo, en dicho sitio se accede a la herramienta digital del recurso (panel de juego) y al material imprimible necesario, incluidas las instrucciones de juego que se leerán a los alumnos y alumnas.

Juego educativo *Telaraña de influencias*: elementos fundamentales y adaptación

Teniendo en cuenta, como acabamos de indicar, que se encuentra a disposición del profesorado en un acceso permanente en la red la documentación con las instrucciones de aplicación del juego en el aula, lo que desarrollamos a continuación es una explicación somera de los elementos fundamentales de la dinámica de juego a la que se une, y es lo que consideramos fundamental, el detalle de la posible adaptación por parte del o la docente a su contexto temporal, geográfico y sociocultural. Así, aunque siempre se podrá jugar con la partida totalmente preparada que se ofrece a modo de ejemplo en el material imprimible y en el panel de juego, es posible llevarlo a otras situaciones contextuales siempre que se desee o se considere necesario.

El alumnado, dispuesto en cinco grupos de juego, simula respectivamente la reunión de escaleta de un canal de televisión, a la que asisten el director o directora de informativos, así como el editor y editora y responsables de las distintas secciones en las que esté organizada la redacción de noticias. Una reunión de escaleta es previa a los informativos y es en la que, aplicando criterios de valor, se toman decisiones sobre los temas que se incluirán y su jerarquización, lo que determinará cuestiones como los tiempos, el orden y el tratamiento –géneros periodísticos, la existencia de directos o las fuentes que se usarán, aportando así la visión de la noticia–, generando la denominada escaleta (García de Castro, 2014).

En el caso del juego, cada grupo va a confeccionar su escaleta sometido a una serie de pautas que le van a condicionar las posibilidades de aparecer, o no, cada una de las noticias, así como el tiempo y orden de las mismas, contando en este caso con un margen de maniobra dentro de una horquilla (tienen la posibilidad de tomar algunas decisiones, aunque afectados por la estructura), como veremos más adelante. Las instrucciones de juego que se leen al inicio comienzan diciendo:

Hoy, cada equipo, trabajáis en un importante canal de televisión. Sois directores y directoras, editores y editoras de informativos. Y estáis en una reunión para decidir las noticias que aparecerán en el informativo del mediodía. Os han llegado diez noticias. ¿Cuáles seleccionáis? ¿Cómo las vais a organizar y a tratar? Pues va a depender de una serie de condicionantes que pueden influir, o no, en vuestras decisiones. ¡Vamos a generar la escaleta del informativo!

En estas simuladas reuniones de escaleta, llegan por tanto diez posibles noticias, las mismas a todos los grupos. Las noticias que se ofrecen en el juego al

alumnado han tenido que ser seleccionadas previamente por el o la docente. De la certera selección y presentación de las mismas, va a depender en gran parte la eficacia del juego. El principal criterio para seleccionar dichas noticias debe ser que estén relacionadas, o puedan hipotéticamente estarlo, con alguno de los cinco condicionantes elegidos para el recurso didáctico, y que han sido: la propiedad, la financiación, la publicidad, los públicos (como sinónimo en este caso de audiencias) y la política. Dichas influencias se les explican de forma somera a los alumnos y alumnas igualmente en las instrucciones:

Las noticias de los medios de comunicación están influidas por una serie de condicionantes, fundamentalmente, por: quiénes son los dueños del medio (sus propietarios) y otros negocios que puede tener, sus fuentes de financiación (es decir, de dónde consigue dinero para funcionar si le hace falta), los anunciantes que contratan espacios en el medio (la publicidad), la política, y también su público (sus gustos, su ideología, sus hábitos, etc.).

En concreto, es preciso seleccionar dos noticias por cada condicionante. Aunque, como es lógico, en dicha selección una información pudiera estar afectada por más de uno de ellos, solo se ceñirá a un condicionante. Hay que tener en cuenta que es en este momento cuando se pueden adaptar los criterios al contexto sociocultural y mediático del país donde se realice cada experiencia. En el caso de la partida de juego que se ofrece montada, y que puede servir de ejemplo, las noticias seleccionadas, aportando la redacción final, tal y como se presentan en la “tabla de noticias” que se entrega al alumnado, y organizadas por condicionantes, fueron las siguientes:

- Propiedad: Los juegos ‘online’ atrapan al 25% de los nuevos ludópatas. La publicidad ha normalizado como una cosa divertida el juego online, y está haciendo mucho daño (Mouzo, 21/10/2017).
- Propiedad: “*Título película*”, película producida por *vuestro grupo de televisión*, se estrena este viernes en cines (La Sexta, 12/03/2018).
- Financiación: El Banco de España da por perdidos 42 590 millones de dinero público de los 56 865 que aportó el Estado al rescate bancario (Público, 07/09/2017).
- Financiación: *Nombre de banco que os presta dinero* evita devolver las cláusulas suelo a todos los clientes (Segovia, 28/02/2017).
- Publicidad: *Empresa de bebidas* presenta 750 despidos y el cierre de cuatro plantas embotelladoras en España (Vargas, 22/01/2014).
- Publicidad: Los graves peligros del paracetamol. Su uso continuado tiene efectos que desconocíamos (Ayuso, 04/03/2015).

- Públicos: Brutal explosión tras el choque de dos camiones en China. Un choque y una increíble explosión inmediata. Fueron los únicos vehículos que se vieron implicados en el accidente (Telecinco, 17/07/2017).
- Públicos: Se acerca lo peor del temporal de frío y nieve: un nuevo frente cubrirá de blanco el centro y este de España (Redondo, 04/02/2018).
- Política: El *partido que gobierna* critica la salida de *partidos de la oposición* del Pacto educativo y cree que “no están a la altura” de sus responsabilidades (Europa Press, 07/03/2018).
- Política: 11 derechos que el Gobierno desprecia, según Amnistía Internacional (Rodríguez-Pina, 24/02/2016).

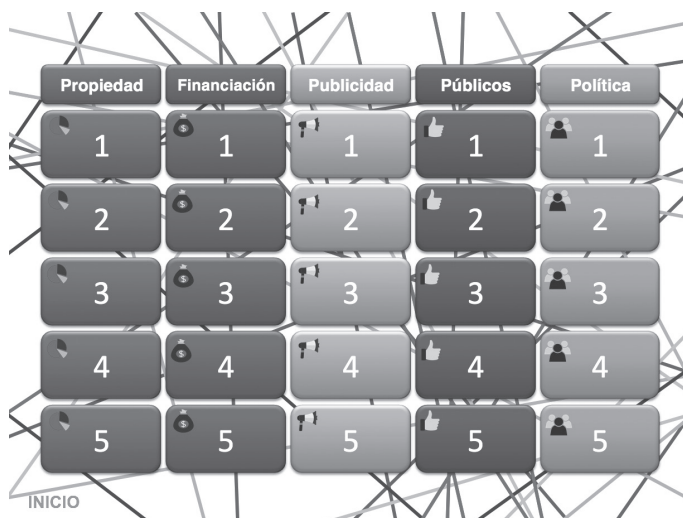
Las noticias seleccionadas provienen de días y medios de comunicación distintos, unos pertenecientes a grandes grupos mediáticos españoles y otros independientes a la estructura de la información, e incluso, a una agencia de noticias. En el proceso se ha eliminado la referencia a empresas y productos determinados. De este modo, se ha sustituido el nombre de marcas publicitarias por el producto genérico que comercializan, así como el de entidades bancarias, títulos de películas, canales y grupos de comunicación, partidos políticos, etcétera. En algunos casos, los partidos políticos se han identificado por el papel que desempeñan en el gobierno como, por ejemplo, partidos de la oposición. La decisión de eliminar cualquier marca, en todos los ámbitos, fue tomada tras una primera experiencia de juego, para evitar la generación de controversias en los grupos y la pérdida de foco en el objetivo pretendido. Además, en algunos casos, como cuando se sustituye el nombre de una entidad financiera por la relación con la empresa de medios, se le aporta al alumno una relación estructural concreta que no tiene porqué conocer de forma previa, a la vez que hace más vívida y contextualiza mejor la simulación. Por otro lado, en la selección de sucesos se ha evitado que fueran escabrosos o nombrar víctimas. Incluso, de hecho, se buscó un suceso que aparece por puro espectáculo y por la posibilidad de tener imágenes, pero sin consecuencias, por lo que se encuentra aún más relacionado con el falso acontecimiento y el infoentretenimiento.

Igualmente, cabe señalar que es posible encontrarse con la necesidad de realizar una adaptación en el lenguaje en aras de una mejor comprensión o simplificación. Por ejemplo, en nuestro caso sustituimos “la gran banca”, de un titular original, por “los bancos”. Y, ante la posibilidad de seleccionar noticias similares, optar por la más sencilla en su contexto. Sirva de ejemplo la noticia seleccionada “11 derechos que el Gobierno ‘desprecia’, según Amnistía Internacional (Huffington Post, 24/02/2016), frente a “Amnistía Internacional denuncia que el ‘uso abu-

sivo' de leyes antiterroristas en España vulnera la libertad de expresión" (La Sexta, 13/03/2018), que entendemos más complicada puesto que es necesario el conocimiento de dónde emana el poder legislativo y las relaciones de poder. De hecho, esta última se probó en una experiencia de juego y nos encontramos con la necesidad de realizar explicaciones que no fueron necesarias con la primera. Finalmente indicar que, gracias al periodo de implementación "en pruebas" del juego, con todo este proceso de afinamiento en la selección y presentación de las noticias, hemos logrado, además, la atemporalidad de las mismas en su presentación.

Como hemos indicado anteriormente, los grupos disponen de diez noticias para confeccionar una escaleta de emisión, pero sometidos a condiciones. Dichas condiciones les van a ser dadas a través de un proceso de juego, seleccionándolas en un panel proyectado que, ordenado por columnas que responden a distintos condicionantes, con un código de color, disponen de diferentes puntuaciones en función del nivel de exigencia o laxitud de los mismos (figura 1).

Figura 1
Panel de juego "Telaraña de influencias"



Fuente: Elaboración propia

Además, en un plano físico, los condicionantes se representan con unas cuerdas/lanas de cinco colores distintos, identificados por el código de color. Antes del inicio del juego, las sillas de los cinco equipos estarán dispuestas formando cada uno un círculo. En la parte central del círculo de dos de los equipos (en concreto, B y D), respectivamente, se encontrarán cinco cuerdas/lanas de cada uno de

los cinco colores, atadas a las patas de las sillas a modo de telaraña (imagen 1) o bien dispuestas en una mesa central a esos dos círculos igualmente formando una red entretejida.

Imagen 1
Red simbólica de la telaraña de influencias



Fuente: Elaboración propia

Al tratarse de un recurso lúdico, buscando además el entretenimiento y la aplicación de la estrategia, los cinco equipos juegan con misiones diferentes. En concreto, estas son las misiones:

- Equipos A y C. Trabajan de forma separada, pero su misión es la misma: atar el informativo con cuantos más condicionantes mejor. Pero tienen un hándicap y es que el informativo tiene que salir y necesita noticias. Si sus condicionantes les atan mucho, puede ser que se queden sin noticias que dar.
- Equipos B y D, como hemos indicado, sentados en los círculos de sillas que ya tienen 25 cuerdas/lanas atadas a sus sillas o dispuestas en una mesa central. Juegan también de forma separada, pero comparten misión: desatar el informativo de cuantos más condicionantes mejor. En este caso, el problema con el que se pueden encontrar es que el informativo es limitado en tiempo y no todas las noticias pueden ser a la vez igual de importantes, tanto en su duración como en su orden de aparición.
- Equipo E. Juega desatando condicionantes de los informativos de los equipos A y C, y atando con condicionantes los informativos de los equipos B y D, lo que incrementa la sensación de juego. Además, su valor pedagógico es que elabora igualmente una propuesta de escaleta, pero sin condiciones.

Por turnos, los equipos seleccionan en el panel de juego un condicionante, organizados por columnas con cinco niveles de puntuación (del 1 al 5). Pueden comenzar por la columna que deseen, pero en cada ronda, solo se usa una y, hasta que no se haya jugado entera, no se cambia a otra. Al seleccionar el grupo una casilla, obtienen las instrucciones para sus noticias, y la puntuación se traduce en la obtención de ese número de cuerdas para el atado de las mismas a las sillas o su disposición en la mesa, o en el corte/eliminación de ese número de cuerdas, del color correspondiente, dependiendo de la misión del equipo. En función del número de puntos, la condición será más fácil o más difícil de cumplir, lo que hace que entre en juego la estrategia.

¿Cómo dispone el docente las noticias en el panel de juego? Para explicar la configuración vamos a aportar un caso práctico. Como se ha indicado se han seleccionado dos noticias por cada condicionante. Y cada condicionante tiene cinco niveles, en función de lo fuerte que “ata” o “desata” al informativo. Antes de continuar, cabe aquí indicar las claves de tiempo y posición para el tratamiento de las noticias en la escaleta, con las que cuenta el alumnado, que se establecieron de la siguiente forma:

- Noticia poco importante: Tiempo máximo 30 segundos. Posición: 6 en adelante.
- Noticia importante: Tiempo al menos 1 minuto. Posición: 4 o 5.
- Noticia muy importante: Tiempo 2 minutos. Posición 1 a 3.
- Noticia que no sale.

Dicho esto, tomamos un condicionante (sirve de modelo para todos los demás, hay que hacerlo con cada uno), en función de las noticias escogidas se redactan dos situaciones de partida (A y B), y sus dos noticias (noticia 1 y 2) y se procede de la siguiente forma en cuanto a los niveles (1 a 5) y su condición (positiva o negativa) y las claves de tiempo y posición (poco importante; importante; muy importante; no sale). Veamos esta casuística y su aplicación concreta (en letras cursivas) en el caso de juego a modo de ejemplo, para el condicionante “Propiedad”.

- Nivel 1: Noticia 1
“Título película”, película producida por vuestro grupo de televisión, se estrena este viernes en cines
 - o Situación de partida: parte de una sola situación (A).
 - o *La empresa propietaria de vuestro canal tiene también una productora de cine*
 - o Condición negativa para la noticia 1. Claves de tiempo y orden:

Importante o Poco importante. La elección de uno u otro tratamiento es en función de si la noticia beneficia –en cuyo caso sería importante–, o perjudica –poco importante entonces– al medio. Este criterio es el que se debe aplicar en todos los casos por el o la docente, dejándolo ya de indicar en este texto.

- o *Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma importante (véase que se elige de forma importante porque es positivo para la empresa)*
- o Condición positiva para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: Poco importante o Importante. La elección de uno u otro tratamiento es en función de si la noticia beneficia –en cuyo caso sería poco importante–, o perjudica –importante entonces– al medio. Este criterio es el que se debe aplicar en todos los casos por el o la docente, dejándolo de indicar en adelante.
- o *Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma poco importante (véase que se elige de forma poco importante porque es positivo para la empresa y aquí se trata de eliminar esos intereses; dejamos de señalarlo, pero es el modo de proceder en cada caso).*
- Nivel 2: Noticia 2

Los juegos ‘online’ atrapan al 25% de los nuevos ludópatas. La publicidad ha normalizado como una cosa divertida el juego online, y está haciendo mucho daño

 - o Situación de partida: parte de una sola situación (B)
 - o *La empresa propietaria de vuestro canal tiene también una empresa de apuestas online*
 - o Condición negativa para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: Importante o Poco importante.
 - o *Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma poco importante*
 - o Condición positiva para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: Poco importante o importante.
 - o *Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma importante.*
- Nivel 3: Noticias 1 y 2

“Título película”, película producida por vuestro grupo de televisión, se estrena este viernes en cines

Los juegos ‘online’ atrapan al 25% de los nuevos ludópatas. La publicidad ha normalizado como una cosa divertida el juego online, y está haciendo mucho daño

 - o Situación de partida: parte de dos situaciones (A y B)


- o *La empresa propietaria de vuestro canal tiene también una productora de cine y una empresa de apuestas online*
- o Condiciones negativas:
 - Para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: Muy Importante o Poco importante.
Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma muy importante
 - Para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: Muy Importante o Poco importante.
Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma poco importante
- o Condiciones positivas:
 - Para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: No salen o Importante.
Las noticias relacionadas con vuestra productora, no salen
 - Para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: No salen o Importante.
Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma importante.
- Nivel 4: Noticias 1 y 2
 - o Situación de partida: parte de dos situaciones (A y B)
 - o Condiciones negativas:
 - Para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: Importante o No salen.
Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma importante
 - Para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: Importante o No salen.
Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, no salen
 - o Condiciones positivas:
 - Para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: Poco importante o Muy Importante.
Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma poco importante
 - Para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: Poco importante o Muy Importante.
Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma muy importante.

- Nivel 5: Noticias 1 y 2
 - o Situación de partida: parte de dos situaciones (A y B)
 - o Condiciones negativas:
 - Para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: Muy Importante o No salen.
Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma muy importante
 - Para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: Muy Importante o No salen.
Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, no salen
 - o Condiciones positivas:
 - Para la noticia 1. Claves de tiempo y orden: No salen o Muy Importante.
Las noticias relacionadas con vuestra productora, no salen
 - Para la noticia 2. Claves de tiempo y orden: No salen o Muy Importante.
Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma muy importante

Como se puede comprobar, a raíz del juego los alumnos y alumnas van encontrándose forzados a incluir noticias y con un determinado tratamiento o incluso a eliminar determinadas noticias, algo que va complicándose en función de la puntuación elegida. Aunque tienen pequeñas horquillas de tiempo y posición para manejarse, la cuestión es que el informativo tiene que durar en total 10 minutos, con una determinada lógica jerárquica, y pueden verse con un exceso de influencias o con la falta incluso de noticias que proporcionar al público. A pesar de la aparente complicación de la dinámica, el juego tiene unas instrucciones muy simples que el alumnado comprende rápidamente, a lo que se une un entorno de diseño atractivo (véase una aplicación práctica como ejemplo en la figura 2).


Las noticias seleccionadas se entregan a cada grupo impresas, dentro de una tabla en la que aparecen las mismas junto a una columna adicional en la que se anotan los condicionantes (véase figura 3, a modo de ejemplo), que pueden verse modificados a lo largo del juego por el grupo E que, recordemos, elimina o impone condiciones con sus tiradas. Durante el juego del panel, además de anotar sus condicionantes al lado de cada noticia, deberán atar a las sillas/poner sobre la mesa o, en su caso, cortar/retirar, las cuerdas o lanas del color jugado (según código de color) y en el número elegido por el nivel.

Figura 2
Configuración del juego en la condición “Propiedad” en su Nivel 5




Propiedad 5


La empresa propietaria de vuestro canal tiene también una empresa de apuestas online y una productora de cine



- Las noticias relacionadas con vuestra productora, salen de forma muy importante
- Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, no salen



- Las noticias relacionadas con vuestra productora, no salen
- Las noticias negativas sobre el juego y las apuestas online, salen de forma muy importante



Fuente: Elaboración propia

Figura 3
Tabla de noticias y condiciones

| Condiciones | Noticias |
|-------------|---|
| | Los juegos “online” atrapan al 25% de los nuevos ludópatas. La publicidad ha normalizado como una cosa divertida el juego online, y está haciendo mucho daño. |
| | Brutal explosión tras el choque de los dos camiones en China. Un choque y una increíble explosión inmediata. Fueron los únicos vehículos que se vieron implicados en el accidente |
| | “ título película ”, película producida por vuestro grupo de televisión , se entra este viernes en cines. |
| | Nombre de banco que os presta dinero evita devolver las cláusulas suelo a todos los clientes |
| | Se acerca lo peor del temporal de frío y nieve: un nuevo frente cubrirá de blanco el centro y este de España |
| | Empresa de bebidas presenta 750 despidos y el cierre de cuatro plantas embotelladoras en España |
| | Los graves peligros del paracetamol:”Su uso continuado tiene efectos que desconocíamos” |
| | El banco de España da por perdidos 42.590 millones de dinero público de los 56.865 que aportó el Estado al rescate bancario |
| | El partido que gobierna critica la salida de partidos oposición del Pacto educativo y cree que no “están la altura” de sus responsabilidades |
| | 11 derechos que el Gobierno desprecia, según Amnistía Internacional |

Fuente: Elaboración propia

Se ha planificado un determinado orden de juego (figura 4) para lograr la rotación y así garantizar que todos los grupos tenga la posibilidad de elegir en primer lugar en uno de los condicionantes (aunque, por lógica, el grupo E siempre juega en último lugar) y, por lo tanto, dando la misma oportunidad a todos los equipos de elegir cualquier puntuación, dado que por ronda se juega siempre a la misma columna.






Figura 4
Orden de turnos de juego

Turno 1: A B C D E
 Turno 2: B C D A E
 Turno 3: C D A B E
 Turno 4: D A B C E
 Turno 5: A B C D E

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el o la docente cuenta con una tabla de control de la partida (figura 5) para llevar contabilizado y controlado el desarrollo del juego.

Figura 5
Control de partida

|  |  |  |  |  |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Fuente: Elaboración propia

Una vez finalizado el juego en el panel, se precisan unos minutos para estructurar la escaleta de emisión teniendo en cuenta cada equipo todos los condicionantes acumulados, salvo el grupo E, que la genera sin ningún tipo de influencia. Para ello disponen de una tabla vacía, con las casillas de posición, noticia y duración, y diez entradas como máximo (figura 6).

Figura 6
Tabla para la escaleta de emisión del informativo

| Posición | Noticia | Duración |
|----------|---------|-----------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | TOTAL 10' |

Duración de cada noticia: máxima 2 minutos (2'). Mínima 20 segundos (20")

Claves para el tratamiento según lo indicado:

Poco importante: Tiempo máximo 30 segundos. Posición: 6 en adelante

Importante: Tiempo al menos 1 minuto. Posición: 4 o 5

Muy importante: Tiempo 2 minutos. Posición 1 a 3

Fuente: Elaboración propia

Al final de este proceso, como toda simulación, se pasa a una última fase de evaluación de la misma. Se puede pedir a cada grupo que cuente a los demás en voz alta la escaleta que tiene y, posteriormente, se procede a una valoración de las distintas situaciones vividas, las dificultades encontradas, etcétera. O, como alternativa, el o la docente podrá leer cada una de las noticias en orden, preguntará quiénes la han incluido en su escaleta, por qué sí o no lo han hecho, si les parecía prioritaria cuando la vieron al principio, etcétera. Se conduce así un debate sobre lo similar de la experiencia a lo que encontramos en el mundo real y una reflexión sobre la información en los medios. A pesar de que en las instrucciones se indica que “ganará quien más cuerdas ate y quien más cuerdas desate pero que, a la vez, haya conseguido sacar un informativo de 10 minutos”, en todos los casos en los que hemos llevado el recurso al aula, nunca se ha procedido a dicho recuento. Nadie termina acordándose de aquello, y se centran en el debate.

Conclusiones

Como se ha explicado con anterioridad, antes de la presentación de este recurso lúdico de forma pública, se ha aplicado en tres momentos diferentes en grupos de estudiantes de secundaria. En todas las ocasiones, la valoración final del juego ha sido absolutamente satisfactoria, puesto que se han alcanzado los objetivos de conocimiento buscados, a tenor de los comentarios y reflexiones aportados por los alumnos y alumnas al llegar, en cada caso, a la fase de evaluación de la experiencia en el aula. Se puede concluir que el recurso didáctico logra una gran profundidad de pensamiento a la hora de reflexionar sobre las influencias que condicionan el quehacer periodístico, así como el conocimiento de dichos condicionantes.

No obstante, el proceso de evaluación de este recurso didáctico no ha concluido. De hecho, se está trabajando en un experimento para la obtención de datos con los que no solo corroborar el buen funcionamiento del juego en cuanto a la obtención de los objetivos propuestos, algo ya comprobado, sino el impacto de este recurso lúdico en el aprendizaje en comparación con el logro alcanzado cuando no se aplica y se recurre a un proceso de enseñanza-aprendizaje tradicional. En el marco de esta nueva fase experimental, y de su diseño metodológico, se ha elaborado una encuesta que ha sido aplicada de forma previa para su testeo. En este sentido, es interesante señalar que se ha utilizado con el grupo de 3º de ESO con el que se jugó a *Telaraña de influencias*, tres meses después. Los resultados obtenidos, han puesto de manifiesto la memoria a medio plazo alcanzada, siendo capaces los alumnos y alumnas de detectar y explicar de forma mayoritaria, en tres de cinco noticias propuestas, los condicionantes tras las mismas desde la perspectiva de la Estructura de la Información.

Todo lo cual no hace más que afianzar nuestro convencimiento de que, con el trabajo aportado, el profesorado cuenta con una herramienta metodológica de gran utilidad con la que fomentar el pensamiento crítico de los alumnos y alumnas para que, desde el momento de su aplicación, se pregunten ante los mensajes por el quién del sujeto comunicante y los porqués que pueden esconderse detrás de los mismos.

Bibliografía

- Aguaded, I. (1999). *Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona: Paidós.
- _____ (2001). *La educación en medios de comunicación: panorama y perspectivas*. Madrid: Editorial KR.

- _____ (2005). Teaching to watch TV: a necessary and posible option. [Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible]. *Comunicar*, 25, 51-55. <https://bit.ly/2H1tWVU>
- Alcolea-Díaz, G. (2018). *Juego Telaraña de Influencias*. figshare. Collection. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.c.4150412.v1>
- Aldrich, C. (2009). *The complete guide to Simulations & Serious Games*. San Francisco: Pfeiffer.
- Alvarado, M. (2012). Critical Reading of Media: A Methodological Proposal. [Lectura crítica de medios: una propuesta metodológica]. *Comunicar*, 39, 101-108. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-10>
- Andreu-Andrés, M.A., García-Casas, M. & Mollar-García, M. (2005) La simulación y juego en la enseñanza-aprendizaje de lengua extranjera. *Cuadernos Cervantes*, XI(55), 34-38. <https://bit.ly/1tarRiN>
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios: Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.
- Chamizo-Sánchez, R. & Fernández-Torres, M.J. (2013) Nuevos métodos de intervención en el aula y en el espacio virtual: glosario y juego de rol. *Historia y Comunicación Social*, 18, 753-764. http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44363
- Crookall, D. (2010). Serious Games, Debriefing, and Simulation/Gaming as a Discipline. *Simulation & Gaming*, 41(6), 898-920. <https://doi.org/10.1177/1046878110390784>
- Das, B. (2009). La educación en medios como proyecto de desarrollo en el subcontinente indio. *Comunicar*, 16(32), 51-64. <https://doi.org/10.3916/c32-2009-02-004>
- DigitalNewsReport (2018). “El consumo de noticias en medios offline sigue en descenso y se iguala al del conjunto de internet”. <https://bit.ly/2KqcrRI>
- Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2012). Media Competence. Articulated Proposal of Dimensions and Indicators. [La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores]. *Comunicar*, 38, 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Frau-Meigs, D. (Ed.) (2006). *Media Education. A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals*. París: UNESCO. <https://bit.ly/2IuR8NJ>
- García de Castro, M. (2014). Información audiovisual en el entorno digital. La televisión y la radio informativa. Madrid: Tecnos.
- Grande de Prado, M., & Abella-García, V. (2010). Los juegos de rol en el aula. *Teoría de la Educación*, 11, 56-84. <https://bit.ly/2IDVLok>
- Gredler, M. E. (1996). Educational games and simulations: A technology in search of a research paradigm. En Jonassen, D. H. (Ed.), *Handbook of research on educational communications and technology*, 521-540. New York: Simon & Schuster Macmillan.
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: La Torre.
- Muñoz-Torres, J.R. (2002). *Por qué interesan las noticias: un estudio de los fundamentos del interés informativo*. Barcelona: Herder.
- Ortiz-Castells, J. (1999). Juegos de rol e identidades inventadas. *Cuadernos de Pedagogía*, 285, 61- 67.
- Pérez-Tornero, J.M. (2000). Introducción. En Pérez-Tornero, J.M. (Comp.), *Comunicación y educación en la sociedad de la información: nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Barcelona: Paidós.

- Real Decreto 132/2010, de 12 de febrero, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan las enseñanzas del segundo ciclo de la educación infantil, la educación primaria y la educación secundaria.
- Reig, R. (2017). Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información. En Reig, R. & Labio, A. (Eds.), *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (pp. 15-33). Barcelona: Anthropos.
- Tuominen, S. (Ed.) (2012). *Pedagogies of media and information literacies*. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education. <https://bit.ly/2lCTbWu>
- UNESCO (2008). “Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social”. <https://bit.ly/2uG1czl>
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. & Cheung, C. K. (2011). *Alfabetización Mediática e informacional: Curriculum para profesores*. París: UNESCO. <https://bit.ly/2GZr0sP>
- Wilson, C. (2012). Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities. [Alfabetización mediática e informacional: proyecciones didácticas]. *Comunicar*, 39, 15-24. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-01>
- Yot-Domínguez, C. R. & Martínez, R. (2013). Los profesores también juegan. El aprendizaje basado en juegos en la formación inicial de los docentes. En *Re-conceptualizing the professional identity of the European teacher. Sharing Experiences*. Congreso Internacional llevado a cabo del 12 al 14 junio de 2013, Universidad de Sevilla. <https://bit.ly/2Kta7tb>

Referencias de las noticias seleccionadas

- Ayuso, M. (04/03/2015). Los graves peligros del paracetamol: “Su uso continuado tiene efectos que desconocíamos”. *El Confidencial*. Recuperado de <https://bit.ly/2zGtVa9>
- Europa Press* (07/03/2018). El PP critica la salida de PSOE y Podemos del Pacto educativo: “No están a la altura”. Recuperado de <https://bit.ly/2KqPuEr>
- La Sexta* (12/03/2018). La Tribu, película producida por Atresmedia Cine, se estrena este viernes en cines. Recuperado de <https://bit.ly/2KqVqtP>
- La Sexta* (13/03/2018). Amnistía Internacional denuncia que el “uso abusivo” de leyes antiterroristas en España vulnera la libertad de expresión. Recuperado de <https://bit.ly/2KpYaHY>
- Mouzo, J. (21/10/2017). Los juegos ‘online’ atrapan al 25% de los nuevos ludópatas. *El País* Recuperado de <https://bit.ly/2gtk6kM>
- Redondo, M. (04/02/2018). Se acerca lo peor del temporal de frío y nieve: un nuevo frente cubrirá de blanco el centro y este de España. *La Sexta*. Recuperado de <https://bit.ly/2KvILCW>
- Público* (07/09/2017). El Banco de España da por perdidos 42.590 millones de dinero público de los 56.865 que aportó el Estado al rescate bancario. Recuperado de <https://bit.ly/2vPatXV>
- Rodríguez-Pina, G. (24/02/2016). 11 derechos que el Gobierno “desprecia”, según Amnistía Internacional. *Huffington Post*. Recuperado de <https://bit.ly/2Mxkltk>

- Segovia, E. (28/02/2017). BBVA evita devolver las cláusulas suelo a todos los clientes: revisará cada reclamación. *El Confidencial*. Recuperado de <https://bit.ly/2KeyKxD>
- Telecinco* (17/07/2017). Brutal explosión tras el choque de dos camiones en China. Recuperado de <https://bit.ly/2IzIFtd>
- Vargas, J. (22/01/2014). Coca-Cola presenta 750 despidos y el cierre de cuatro plantas embotelladoras en España. *Público*. Recuperado de <https://bit.ly/2yXhcBc>

Highlights

- Conocer la Estructura de la Información es clave en la Educación en Comunicación.
- En este trabajo se transfiere un juego educativo, de simulación y de reglas, a modo de concurso, específicamente diseñado para la enseñanza de la Estructura de la Información, que parte de lo específico para alcanzar un conocimiento de lo general, es decir: la telaraña de intereses que se encuentran tras el periodismo y la correlación con sus mensajes.
- Con este recurso, que se ha llamado *Telaraña de influencias*, se trasciende del dato concreto, para profundizar en cuestiones de fondo como los efectos que tienen en la información la propiedad, las relaciones que se establecen con otras industrias, el nivel de dependencia que mantienen con el entorno financiero, su papel como soporte publicitario, o la relación con las audiencias.
- Se explica su posible adaptación a múltiples contextos temporales y entornos geográficos y socioculturales y se ha dispuesto todo el material necesario para el juego en un repositorio abierto y permanente.
- Con el trabajo aportado, el profesorado cuenta con una herramienta metodológica de gran utilidad con la que fomentar el pensamiento crítico de los alumnos y alumnas para que, desde el momento de su aplicación, se pregunten ante los mensajes por el quién del sujeto comunicante y los porqués que pueden esconderse detrás de los mismos.

Sobre los autores

Gema Alcolea-Díaz es Doctora en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid), Segundo Premio Nacional de Fin de Carrera de Educación Universitaria y Premio Extraordinario de Licenciatura. Profesora de Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos (España). Miembro del grupo de investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación de la Universidad de Sevilla. Autora de libros (entre otros *La televisión digital en España*), obras colectivas (como *La dinámica*

periodística. Perspectiva, contexto, método y técnicas) y artículos de investigación dentro de las áreas de Empresa Informativa y Estructura de la Información, donde es especialista.

Ramón Reig es Catedrático de la Universidad de Sevilla (España). Director del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación y de Ámbitos Revista Internacional de Comunicación. Fundador del Laboratorio de Estudios en Comunicación. Ha publicado una veintena de libros sobre comunicación y periodismo entre los que se encuentran *Medios de comunicación y poder en España* (1998), *El éxtasis cibernético* (2001), *Dioses y diablos mediáticos* (2004), *La telaraña mediática* (2010), *Los dueños del periodismo* (2011), *Todo Mercado* (2011) y *Crisis del sistema crisis del periodismo* (2015). Ha ejercido el periodismo durante casi veinte años en numerosos medios de comunicación.

Rosalba Mancinas-Chávez es Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Chihuahua (México) y Doctora en Periodismo por la Universidad de Sevilla (España). Actualmente es profesora en el Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla, Presidenta del Laboratorio de Estudios en Comunicación y miembro del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Forma parte del Comité editorial de Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación. Sus líneas de investigación son la Economía política de la comunicación, la propiedad y políticas de comunicación y el periodismo en el siglo XXI.