



Co-funded by
the European Union



media masters



media masters

WORK PACKAGE N°33

MEDIA MASTERS WORKSHOPS - PLAYING THE EDUCATIONAL GAME, IN SPAIN - REPORT

Delivered by



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



Document Identification:

Project full name	Media Masters: Enhancing Media Literacy
Project acronym	MEDMAS
Grant agreement no.	101148165
CERV Programme	CERV-2023-CITIZENS-CIV- Citizens' engagement and participation
Dissemination level	Public
Work Package	33
Partner(s) responsible (Legal Name and Short Name)	Instituto de Ikigai
PIC Number:	893974505
Author(s)	Naomi Nervo



EVENT DESCRIPTION			
Event number:	33		
Event name:	Workshops - Playing the Educational Game		
Type:	Workshop		
In situ/online:	In-situ		
Location:	Spain, Zaragoza		
Date):	21/5/2025 and 16/6/2025		
Website(s) (if any):	https://institutoikigai.org/juguemos-y-acabemos-con-las-mentiras/		
Participantes			
Female:	38		
Male:	30		
Non-binary:	/		
From country 1 [SPAIN]:	68		
From country 2 [name]:	/		
From country 2 [name]:	/		
...			
Total number of participants:	68	From total number of countries:	1
Description <i>Provide a short description of the event and its activities.</i>			
TABLA DE CONTENIDO 1. Introducción 2. Taller en la Universidad ESIC ● Estructura del evento ● Comentario ● Comunicación y Promoción de la Iniciativa ● Fotos del evento 3. Conferencia en el I.E.S. Leonardo de Chabacier			



- Estructura del evento
- Comentario
- Fotos del evento

4. Conclusión

1. Introducción

En toda Europa, la propagación de información errónea y desinformación supone un desafío creciente, no solo para los valores democráticos, sino también para la confianza de los jóvenes en los medios de comunicación y las instituciones. En respuesta, se lanzó el proyecto Media Masters (MEDMAS) para promover la alfabetización mediática, el pensamiento crítico y la participación cívica mediante métodos innovadores e interactivos.

Lo que distingue a MEDMAS es su enfoque en el aprendizaje lúdico. El proyecto se centra en un juego de mesa y una aplicación móvil especialmente diseñados, que sumergen a los participantes en situaciones mediáticas reales. Se les pide a los jugadores que evalúen noticias, identifiquen tácticas de manipulación y reflexionen sobre su propio consumo de medios, todo ello en un entorno dinámico y lúdico. Este enfoque ayuda a que temas complejos sean accesibles y atractivos, especialmente para quienes, de otro modo, podrían sentirse desconectados de la educación cívica formal.

El proyecto está coordinado por una red de 14 organizaciones asociadas de nueve países de la UE, cada una con una experiencia única en ámbitos como el periodismo, la educación, la tecnología y el trabajo con jóvenes. Esta estructura transnacional permite a MEDMAS adaptarse a las necesidades locales, manteniendo una visión unificada: fortalecer la resiliencia contra la desinformación, dotando a los jóvenes de conocimientos y herramientas prácticas, accesibles e inclusivas.

Desde aulas hasta salas de conferencias, MEDMAS ya ha llegado a cientos de jóvenes en toda Europa, con 42 eventos locales planificados antes de la finalización del proyecto. La iniciativa culminará con una cumbre internacional final en Bruselas, donde se compartirán lecciones aprendidas, buenas prácticas y perspectivas generadas por los jóvenes con los responsables políticos y la sociedad civil.

Al unir la educación, la innovación y el compromiso cívico, Media Masters ofrece un modelo convincente para abordar uno de los desafíos más urgentes de nuestro tiempo: garantizar que los ciudadanos del mañana no solo sean conscientes de los medios, sino también expertos en ellos.

En este informe analizaremos el taller del proyecto MEDMAS que se celebró en la Universidad ESIC, Zaragoza, España para ofrecer una visión completa de este evento.

2. Conferencia en la Universidad ESIC

Estructura del evento

El taller Media Masters tuvo lugar el 21 de mayo de 2025 en la Universidad ESIC de Zaragoza, universidad privada especializada en negocios, marketing y transformación digital. Asistieron 56 participantes y se integró en una clase de marketing impartida por el profesor Vicente Ferrero, quien brindó al equipo de Ikigai la oportunidad de presentar el proyecto MEDMAS a un grupo de estudiantes de grado, que forman parte del público objetivo principal.

ESIC Universidad Zaragoza es una escuela privada líder en negocios y marketing en España, perteneciente a la red universitaria ESIC, fundada en 1965 y establecida oficialmente como universidad en 2019. ESIC Zaragoza ofrece títulos de grado y posgrado en Marketing, Negocios Digitales, Comunicación y Publicidad, y recibe a cientos de nuevos estudiantes cada año, forjando fuertes vínculos con la industria nacional e internacional. Conocida por su filosofía de aprendizaje transformador, ESIC combina la teoría académica con aplicaciones prácticas, enfatizando el rol del marketing en el ecosistema digital.

Tras contactar con el profesor Vincent Ferrero, coordinador académico de ESIC Aragón, el equipo de Ikigai fue recibido en su clase de marketing, un entorno ideal, ya que la universidad centra su docencia en las



estrategias de redes sociales, la percepción de marca y la difusión de contenido en espacios digitales. Esto brindó una valiosa oportunidad para interactuar con estudiantes ya capacitados para pensar críticamente sobre la creación de contenido, la percepción del consumidor y la influencia de las plataformas mediáticas, temas clave que se alinean estrechamente con los objetivos del proyecto MEDMAS.

El taller fue diseñado para ayudar a los estudiantes a reflexionar críticamente sobre la intersección del marketing y la difusión de noticias falsas.

Para profundizar en la sesión, Eduardo Sánchez Salcedo, prestigioso periodista con experiencia en comunicación audiovisual, marketing y comunicación política, y con una larga trayectoria como comunicador institucional en Aragón, ofreció una charla reveladora e inspiradora sobre «Noticias falsas y su impacto en la democracia europea». Eduardo es actualmente asesor de medios del Gobierno de Aragón, profesor de la Universidad San Jorge y director de la revista Serralbo. También es miembro de la Asociación y Colegio de Periodistas de Aragón (APA), lo que convierte a este evento en una continuación de la colaboración iniciada durante el taller del Máster en Medios en la sede de la APA. Su participación marcó la continuidad de nuestra colaboración con la APA desde el primer taller, conectando el periodismo profesional con la formación de jóvenes en el contexto universitario.

La sesión combinó teoría y práctica, exponiendo a los participantes a la relevancia real de la alfabetización mediática y la desinformación en ámbitos profesionales como el marketing, el periodismo y las relaciones públicas. El evento siguió un formato estructurado que incluyó una ponencia de un experto, la presentación de un proyecto, una experiencia práctica, un debate en grupo y la recopilación de opiniones.

● **Discurso sobre la difusión de noticias falsas y su impacto en la democracia europea**

La sesión se inauguró con la presentación de Eduardo Sánchez Salcedo, quien cuenta con una amplia experiencia en instituciones públicas y comunicación política. Basándose en su trayectoria en periodismo audiovisual, comunicación pública y su trabajo para el Gobierno regional de Aragón, Eduardo ofreció una explicación profunda y comprensible de los mecanismos de las noticias falsas en el panorama mediático contemporáneo. Explicó los motores de la propagación de la desinformación (manipulación emocional, amplificación algorítmica y distorsión narrativa intencionada) y destacó su creciente impacto en los procesos democráticos en Europa. Eduardo también compartió ejemplos reales que circularon por las redes sociales para describir cómo la desinformación o la información falsa influyen en la opinión pública, socavan la confianza en las instituciones y polarizan las sociedades. Su ponencia brindó a los estudiantes un contexto más amplio para comprender por qué la alfabetización mediática es crucial para salvaguardar los valores democráticos en una época en la que el contenido en línea se mueve a mayor velocidad de la que se puede verificar. Los estudiantes se mostraron participativos e interactivos durante el debate, lo que sentó las bases para el resto del taller.

● **Presentación del Proyecto MEDMAS**

Tras la intervención de Eduardo, el equipo de Ikigai del proyecto MEDMAS presentó el proyecto con más detalle. Ilustraron el alcance europeo del proyecto, mostrando su carácter integral. Según el equipo de Ikigai, el objetivo fundamental del proyecto es dotar a los jóvenes de habilidades y competencias para reconocer, analizar y combatir las noticias falsas mediante el uso de herramientas y formatos educativos abiertos e interactivos. Guiaron a los estudiantes a través de las dos herramientas principales del proyecto: un juego de mesa y una aplicación móvil, que simulan escenarios mediáticos reales con el fin de mejorar la eficiencia del aprendizaje y fomentar el pensamiento crítico. La presentación mostró visualmente los principios de creación del juego, sus objetivos y los resultados de aprendizaje previstos.

Se prestó especial atención a la aplicación de la gamificación como estrategia educativa para llegar a un público juvenil que, de otro modo, se vería limitado por los métodos de aprendizaje más tradicionales. Además, se mostraron códigos QR en pantalla para que los estudiantes descargaran la aplicación y obtuvieran más información. La flexibilidad del juego para adaptarse a un entorno europeo multicultural y multilingüe se



demuestra mediante múltiples aspectos, como que las preguntas se ubican en el país específico que eligen los participantes, se traducen a varios idiomas y se pueden utilizar en diversos contextos educativos.

● Sesión de juego de mesa interactivo

Tras la presentación del proyecto MEDMAS, los estudiantes se dividieron en pequeños grupos para jugar al juego de mesa Media Masters con la aplicación móvil. El grupo era lingüísticamente diverso y los estudiantes podían jugar en inglés o español. Esto fue muy apreciado, ya que facilitó una interacción más fluida y una comprensión más precisa de las preguntas y los conceptos presentados.

Los estudiantes se mostraron sumamente interesados y activos, buscando información relacionada en línea, debatiendo cada pregunta y compartiendo opiniones en sus grupos. El juego les ayudó a aplicar sus conocimientos de comunicación en línea, tendencias en redes sociales y manipulación psicológica para identificar noticias falsas. Este proceso transformó con éxito conceptos abstractos en tareas concretas y comprensibles que permitieron a los estudiantes usar y practicar mejor las técnicas en la vida real.

Sin embargo, también hubo algunos problemas técnicos. En varios casos, los códigos QR de las tarjetas de preguntas no funcionaron correctamente, ya sea abriendo mensajes de error o dejando pantallas en blanco. A pesar de estos desafíos, los participantes se mantuvieron muy comprometidos y concentrados, y fueron pacientes y activos, registrando los problemas e informándolos posteriormente al equipo. Estos resultados se recopilaron para futuras mejoras del juego y la aplicación.

● Discusión abierta y reflexión

Tras la sesión de juego, se realizó una discusión grupal para compartir la experiencia y recopilar comentarios iniciales. Los estudiantes apreciaron el taller interactivo y elogiaron la relevancia de las preguntas, especialmente aquellas que hacían referencia a ejemplos reales del mundo del medio ambiente, la política, la revolución social y la cultura de internet. Analizaron cómo algunas estrategias de noticias falsas eran comparables a las que se utilizan a menudo en la publicidad o el marketing de influencers, lo que exigía explorar la difusa frontera entre la persuasión y la manipulación. Algunos compartieron que adquirieron mayor confianza al dar con la respuesta correcta y compartir sus ideas. Algunos estudiantes también ofrecieron sugerencias para la aplicación, como una mejor experiencia de escaneo de códigos QR e instrucciones de juego más completas. Otros consideraron la utilidad del juego en el aula no solo para estudiantes de comunicación, sino también para estudiantes de ciencias políticas, sociología y educación. Hicieron hincapié en que la alfabetización mediática es una competencia transversal que trasciende cualquier disciplina.

● Completar el cuestionario de retroalimentación

Para concluir la sesión, se invitó a los estudiantes a completar cuestionarios de retroalimentación sobre su experiencia de juego y su proceso de aprendizaje para comprender en detalle sus opiniones. Se accedió al cuestionario mediante códigos QR proyectados en la pantalla. Los participantes brindaron comentarios reflexivos y sinceros, destacando tanto el potencial de aprendizaje del juego como las áreas de desarrollo. Estas respuestas aportarán valiosas ideas y perspectivas para el desarrollo directo del proyecto, su adaptación y mejora para futuros participantes.

Comentarios

La retroalimentación recopilada en el taller fue notablemente reveladora y multifacética. Los participantes ofrecieron comentarios y sugerencias que reflejaban tanto su comprensión de los medios digitales como sus expectativas como usuarios y estudiantes. Esta retroalimentación proporcionó información valiosa para perfeccionar y optimizar el juego de mesa y la aplicación móvil en términos de...

Estructura, usabilidad e impacto educativo.

1. Dinámica y ritmo del juego

Los estudiantes apreciaron la estructura por turnos del juego de mesa, pero notaron varios problemas con el ritmo y la fluidez. Una preocupación frecuente fue que el progreso del juego a veces resultaba excesivamente lento, especialmente cuando los jugadores encontraban problemas técnicos o dedicaban mucho tiempo a debatir cada pregunta. En algunos grupos, el juego se mantuvo en las primeras filas del tablero a pesar de

haber transcurrido un tiempo considerable. Algunos dedicaron demasiado tiempo a leer y comprender el contexto y la pregunta, lo que, en cierta medida, agotó su entusiasmo, ya que esta falta de progreso redujo la sensación de impulso y dificultó la sensación de logro.

2. Contenido y accesibilidad

La retroalimentación sobre el contenido fue mayoritariamente positiva, y los estudiantes destacaron la relevancia y el realismo de muchas preguntas. Sin embargo, se identificaron varias áreas de mejora.

Complejidad

del

texto:

Algunas preguntas se consideraron excesivamente largas o técnicas, con un vocabulario más propio de textos académicos que de palabras de uso cotidiano. Esto generó dificultades de accesibilidad para la comprensión y el razonamiento, ya sea mediante el uso de palabras menos conocidas o la traducción, especialmente para hablantes no nativos y temas poco comunes.

Conocimientos

previos:

Los estudiantes señalaron que algunas preguntas requerían conocimientos culturales o políticos muy específicos, que no siempre se compartían en el grupo. Algunos ejemplos incluían organizaciones menos conocidas, nuevas tendencias digitales o descubrimientos científicos, o figuras públicas desconocidas para los estudiantes internacionales.

3. Funcionalidad técnica e integración de QR

El sistema basado en códigos QR recibió opiniones diversas. Si bien los estudiantes comprendieron y apreciaron el concepto (escanear códigos QR para acceder a preguntas digitales), experimentaron problemas técnicos recurrentes que interrumpieron el juego.

Problemas comunes reportados:

- **Códigos QR que no responden:** Algunos escaneos dieron como resultado páginas rotas o en blanco, lo que ocasionó demoras innecesarias.
- **Tiempos de carga lentos:** Incluso cuando eran funcionales, algunas páginas con enlaces QR tardaban demasiado en cargarse, lo que generaba incertidumbre y desconexión.
- **Inconsecuencia:** Algunos grupos informaron que algunas tarjetas funcionaban sin problemas, mientras que otras seguían fallando y no había suficientes tarjetas de reemplazo para llenar los espacios en blanco.
- **Cambio de idioma:** Algunos estudiantes mencionaron que algunas páginas QR se abrieron en idiomas inesperados cuando cambiaron de país.

4. Diseño, usabilidad y atractivo visual

Desde un punto de vista visual y funcional, los participantes tuvieron reacciones variadas al diseño del tablero y de la tarjeta.

Estética

del

tablero:

Algunos consideraron que la combinación de colores y el diseño general eran algo simples o carecían de originalidad. La similitud de colores a veces dificultaba distinguir los caminos. El tablero parecía más utilitario que atractivo, y algunos opinaron que necesitaba una identidad más lúdica o llamativa.

Diseño

de

la

tarjeta:

La densidad de información mostrada en pantalla tras escanear las tarjetas solía ser excesiva. El texto era pequeño y algunas tarjetas carecían de jerarquía visual, lo que dificultaba la lectura rápida o la comprensión de la lógica de las preguntas a simple vista.

5. Relevancia educativa y valor añadido

Los estudiantes, todos ellos de estudios de marketing y comunicación digital, reconocieron la importancia de la alfabetización mediática y elogiaron el esfuerzo del proyecto por crear una herramienta lúdica para este fin.



Muchos comentaron que las preguntas fomentaron una profunda reflexión sobre la manipulación de contenido, la dinámica de las redes sociales y la comunicación ética.

Los aspectos más destacados incluyeron:

- La oportunidad de reflexionar sobre sus propios hábitos mediáticos.
- Exposición a técnicas de desinformación que se superponen con estrategias comerciales o de influencia.
- La oportunidad de trabajar colaborativamente en equipos pequeños para resolver desafíos del mundo real.

Algunos estudiantes propusieron adaptar el juego a las clases de marketing o comunicación en ESIC, posiblemente integrándolo como herramienta de simulación recurrente o como tema de debate. Algunos expresaron interés en desarrollar nuevas tarjetas de juego basadas en sus trabajos de curso, convirtiendo la herramienta en una experiencia de aprendizaje cocreativa.

6. Mecánicas de gamificación y motivación

Algunos participantes comentaron sobre la estructura motivacional del juego, lo que motiva a los jugadores a mantenerse motivados y esforzarse por ganar. Si bien se valoró el valor educativo, varios estudiantes sintieron que la falta de un sistema competitivo o basado en recompensas dificultó mantener el impulso durante la sesión.

Sugerencias incluidas:

- Presentamos un sistema de puntuación, con puntos otorgados por respuestas correctas y rondas de bonificación.
- Permitir que los grupos “suban de nivel” o ganen insignias para diferentes categorías de habilidades, como experto en verificación de datos o detector de manipulación.
- Agregar “tarjetas de poder” con mecánicas divertidas para que los participantes puedan usarlas para saltarse una pregunta difícil o desafiar a otro grupo.
- Al incorporar una estructura narrativa o de “misión”, por ejemplo, los jugadores pueden descubrir un escándalo mediático o salvar una ciudad ficticia de la desinformación.

Este enfoque añadiría capas de gamificación, haciendo la experiencia más dinámica y atractiva para los estudiantes competitivos u orientados a objetivos.

Comunicación y Promoción de la Iniciativa

El taller en la Universidad ESIC de Zaragoza representó una oportunidad estratégica para probar el juego de mesa y la app Media Masters en un entorno universitario, concretamente en un curso de marketing donde los estudiantes ya abordan temas relacionados con el contenido digital, la influencia digital y el consumo crítico de medios. Por ello, la estrategia de promoción y comunicación se diseñó cuidadosamente para garantizar la interacción con un público altamente relevante y profesional, a la vez que se ampliaba la visibilidad del proyecto MEDMAS a las comunidades académicas y periodísticas más amplias en las redes sociales digitales. No se centró en una promoción masiva, sino en una difusión específica, aprovechando tanto las plataformas institucionales formales como los canales informales de colaboración entre pares.

Promoción previa al evento

La promoción del taller se realizó principalmente mediante la difusión interna entre los estudiantes por parte del profesor Vicente Ferrero, quien fue clave para asegurar la participación de su clase. Considerando el carácter experimental del evento, la selección de participantes se gestionó con discreción y propósito. El

profesor Vicente Ferrero informó a sus estudiantes con antelación, tanto presencialmente durante las clases como a través de la comunicación entre compañeros. Este método de comunicación académica resultó eficaz para confirmar la asistencia y animar a los estudiantes a asistir preparados a la sesión interactiva.

Canales utilizados

1. Instagram

Instagram resultó especialmente eficaz para llegar a un público juvenil, como becarios, antiguos participantes de actividades de Ikigai y seguidores estudiantiles. El contenido visual facilitó su compartición entre los asistentes y contribuyó a despertar el interés informal de otros estudiantes y educadores. Este canal se utilizó para la comunicación posterior al evento, mediante historias y publicaciones, populares entre el público más joven. El equipo de Ikigai editó un breve vídeo que grabó los momentos más destacados, incluyendo la intervención de Eduardo Sánchez Salcedo, la presentación del proyecto MEDMAS, la sesión de juego durante el taller y la participación activa de los estudiantes.



2. LinkedIn

El evento se posicionó en LinkedIn para llegar a un público más profesional y educativo, incluyendo educadores, participantes del proyecto y trabajadores juveniles de otros países. Esta plataforma permitió a Ikigai enmarcar el evento en el contexto más amplio del proyecto MEDMAS y dar a conocer su metodología. Se publicó una publicación bilingüe (inglés y español) en LinkedIn que resumía el evento. La publicación incluía:



- Reflexiones sobre la relevancia del proyecto Media Masters en la formación en marketing
- Una breve narración de lo ocurrido durante la sesión.
- La visión y los objetivos del proyecto MEDMAS

Este canal se dirigió a un público más profesional, incluyendo trabajadores juveniles, educadores, participantes en proyectos y socios europeos. También sirvió como herramienta para reforzar el papel de Ikigai como socio activo de difusión en los proyectos Erasmus+.

3.

Facebook

Aunque Facebook se considera cada vez menos relevante para el público juvenil, sigue siendo útil para conectar con padres, profesores y ONG colaboradoras. La publicación de Ikigai en Facebook ofreció una breve reseña del evento, con imágenes y etiquetas para las entidades colaboradoras. También se publicó una publicación con un breve vídeo resumen en la página de Facebook de Ikigai, dirigida principalmente a colaboradores comunitarios locales, educadores y ONG juveniles de Zaragoza.

4. Artículo del sitio web del Instituto Ikigai

Este artículo proporciona una comunicación en profundidad que estaba disponible tanto en español como en inglés titulada:

"Combatiendo las noticias falsas con MEDMAS"

Este artículo incluía:

- El panorama actual de los medios de comunicación en Europa
- Introducción al proyecto MEDMAS
- Una descripción de la fecha y los asistentes.
- Un breve resumen del discurso del orador invitado
- La representación de la sesión de juego.
- Describiendo el impacto educativo del proyecto MEDMAS
- Fotos de la sesión

Este artículo se diseñó para servir como documentación pública y como inspiración para otras universidades o educadores juveniles interesados en realizar actividades similares. El formato bilingüe permitió la accesibilidad tanto a nivel nacional (hispanoparlante) como europeo (anglófono).

<https://institutoikigai.org/juguemos-y-acabemos-con-las-mentiras/>

Difusión entre pares

Aunque la promoción formal solo se realizó después del evento, se produjo cierta difusión informal entre pares durante e inmediatamente después de la sesión. Algunos estudiantes de ESIC compartieron su experiencia en sus historias personales de Instagram, etiquetando a los participantes o republicando imágenes de su cuenta oficial. Algunos estudiantes también mencionaron el taller a sus compañeros fuera del curso o hablaron del juego Media Masters en otros contextos académicos. Si bien este boca a boca no se registró sistemáticamente, contribuyó a la difusión orgánica del proyecto entre un público juvenil más amplio en Zaragoza. Esto subraya el valor de los talleres centrados en el alumnado como puntos de microdifusión, ya que la experiencia vivida por los participantes puede generar una mayor concienciación a través del intercambio informal.

Fotos del evento



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



Conferencia en el I.E.S. Leonardo de Chabacier

Estructura del evento

La conferencia MEDMAS tuvo lugar el 16 de junio de 2025 en el I.E.S. Leonardo de Chabacier, un instituto público de secundaria ubicado en el P.º San Nicolás de Francia, 10, Calatayud, Zaragoza, España. Esta sesión se impartió con una clase de 2.º de ESO, compuesta por alumnos de 13 y 14 años, que cursan el segundo ciclo de la educación secundaria obligatoria española. Este grupo de edad equivale a 8.º de primaria en muchos

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



sistemas educativos internacionales y representa un segmento más joven del público objetivo del proyecto MEDMAS.

●Introducción al Proyecto MEDMAS

Durante este segmento inicial, el equipo del Instituto Ikigai presentó a los estudiantes el proyecto MEDMAS, sus objetivos y los problemas centrales que aborda, incluyendo la propagación de desinformación y la importancia de la alfabetización mediática para los jóvenes. Los facilitadores explicaron qué son las noticias falsas, cómo circulan en línea y las intenciones detrás de la producción de información engañosa. A continuación, se realizó un breve cuestionario interactivo, donde los estudiantes votaron en tiempo real sobre una serie de preguntas interesantes basadas en situaciones reales. Los temas incluyeron historia, ciencia, medio ambiente y política.

●Aprendiendo sobre el juego MEDMAS

La siguiente fase consistió en presentar el juego de mesa a los estudiantes. Durante esta fase, los facilitadores explicaron su propósito educativo y su funcionamiento. Las reglas se diseñaron para los más pequeños y se hizo hincapié en el trabajo en equipo, el diálogo respetuoso y el aprendizaje a través de la interacción lúdica.

●La sesión de juego

Los estudiantes se dividieron en varios grupos pequeños y participaron en el juego. Esto les permitió aplicar los conocimientos adquiridos (identificar noticias falsas, analizar el contenido de los medios y debatir sobre fuentes de información), todo ello en un entorno colaborativo y participativo.

●Discusión y evaluación final

La sesión concluyó con la invitación a los estudiantes para que compartieran sus opiniones e impresiones sobre la actividad y completaran el cuestionario en línea. Sus comentarios aportaron información valiosa sobre cómo las herramientas MEDMAS conectan con el público más joven y cómo la experiencia podría adaptarse mejor a la educación secundaria.

Comentario

Tras la sesión del Máster en Medios con alumnos de 2.º de ESO (13-14 años), se invitó a los participantes a compartir sus impresiones mediante una breve encuesta de evaluación. Sus respuestas ayudaron a evaluar el impacto de la actividad en su comprensión de la alfabetización mediática y su relevancia para sus hábitos digitales cotidianos.

1. Relevancia para su uso en los medios

En general, los estudiantes consideraron que los temas tratados eran relevantes para su uso de las redes sociales e internet. Muchos comentaron que los ejemplos mostrados durante el cuestionario y el juego les resultaron familiares y les hicieron reflexionar sobre temas que habían visto en línea pero que nunca antes se habían cuestionado.

2. Disfrute de la actividad

La mayoría de las respuestas de los estudiantes indicaron que disfrutaron de las actividades. Demostraron interés y curiosidad por el proyecto MEDMAS y su juego de mesa, especialmente por la oportunidad de trabajar en equipo y compartir ideas para superar los desafíos.

3. Motivación para aprender más

Muchos estudiantes comentaron que la actividad les inspiró a aprender más sobre el funcionamiento de los medios y cómo distinguir si algo en línea es verdadero o falso. Algunos incluso pidieron recomendaciones sobre herramientas o sitios web de verificación de datos que pudieran usar por su cuenta.

4. Confianza en aplicar lo aprendido

Tras la actividad, los estudiantes afirmaron sentirse más seguros al identificar noticias falsas y analizar críticamente lo que ven en línea. Ahora comprendían que no todo lo que leen o ven es confiable, y se sentían más preparados para hacer preguntas y reflexionar antes de compartir.

5. Conocimiento de alfabetización mediática después de la actividad

Al finalizar la sesión, la mayoría de los estudiantes informaron que su alfabetización mediática había mejorado.

Eran más capaces de definir noticias falsas, detectar contenido manipulador y explicar por qué es importante verificar las fuentes y pensar críticamente.

6.

Satisfacción

general

En general, la respuesta fue muy positiva. Los estudiantes dijeron que estaban contentos con la experiencia y que querían realizar más actividades como esta en el futuro.

Fotos del evento



Conclusión

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



Los talleres de MEDMAS en Zaragoza y Calatayud destacaron la adaptabilidad del proyecto a diferentes grupos de edad y entornos de aprendizaje. En la Universidad ESIC, con el apoyo del profesor Vicente Ferrero, quien amablemente ofreció su clase para la actividad, y una enriquecedora charla del periodista Eduardo Sánchez Salcedo, los estudiantes exploraron la intersección de las noticias falsas, el marketing y la influencia digital mediante juegos y debates. Por otro lado, en el I.E.S. Leonardo de Chabacier de Calatayud, los estudiantes de 2.º de ESO abordaron temas de alfabetización mediática mediante cuestionarios interactivos y el juego de mesa Media Masters, mostrando un gran interés y conocimiento. En ambos casos, las actividades promovieron el pensamiento crítico, el trabajo en equipo y la reflexión, demostrando el valor de los enfoques lúdicos y prácticos para la educación mediática.



HISTORIA DE CAMBIOS		
VERSIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN	CAMBIAR
1.0		Versión inicial