1. Alfabetización mediática y en el tratamiento de la información y de los datos

- Introducción
- Medios de comunicación digitales
- Motores de búsqueda y navegadores
- Agencias de noticias digitales y navegadores
- Redes sociales
- Mensajería instantánea
- Internet de las cosas (IoT)
- ¿Cómo podría trabajar la competencia 6.1 en mi aula en un nivel A1?

Copyright 2026

Introducción

Como punto de partida cabe preguntarse: ¿qué significa alfabetización mediática e informacional (AMI, o en inglés Media and Information Literacy, MIL)? Este concepto centra la atención en el aprendizaje de competencias y habilidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas, éticas y creativas para poder desenvolverse en y con los medios actuales. Además, producir contenido y entender de una manera más crítica la información que se recibe en nuestro día a día.

> Alfabetizar y educar a los más jóvenes para que adquieran la capacidad de acceder, analizar, evaluar, crear y actuar utilizando todas las formas de comunicación.

https://www.youtube.com/embed/N_PieDGcG40

Youtube. Alfabetización Digital, ¿qué significa?. Ticmas.

Como docentes debemos conocer y utilizar las estrategias pedagógicas para poder crear situaciones de aprendizaje significativo, en las que nuestro alumnado se pueda desenvolver de manera resolutiva, en relación a su edad y nivel madurativo. Básicamente, otorgarles las herramientas para que sean capaces de seleccionar correctamente la información y los datos.

Copyright 2026

Medios de comunicación digitales

Los medios de comunicación digitales son aquellos que transmiten información por medio de un lenguaje digital. Otros medios de comunicación de masas son los audiovisuales y los impresos, pero en la sociedad actual, los medios digitales son los adalides de la información.

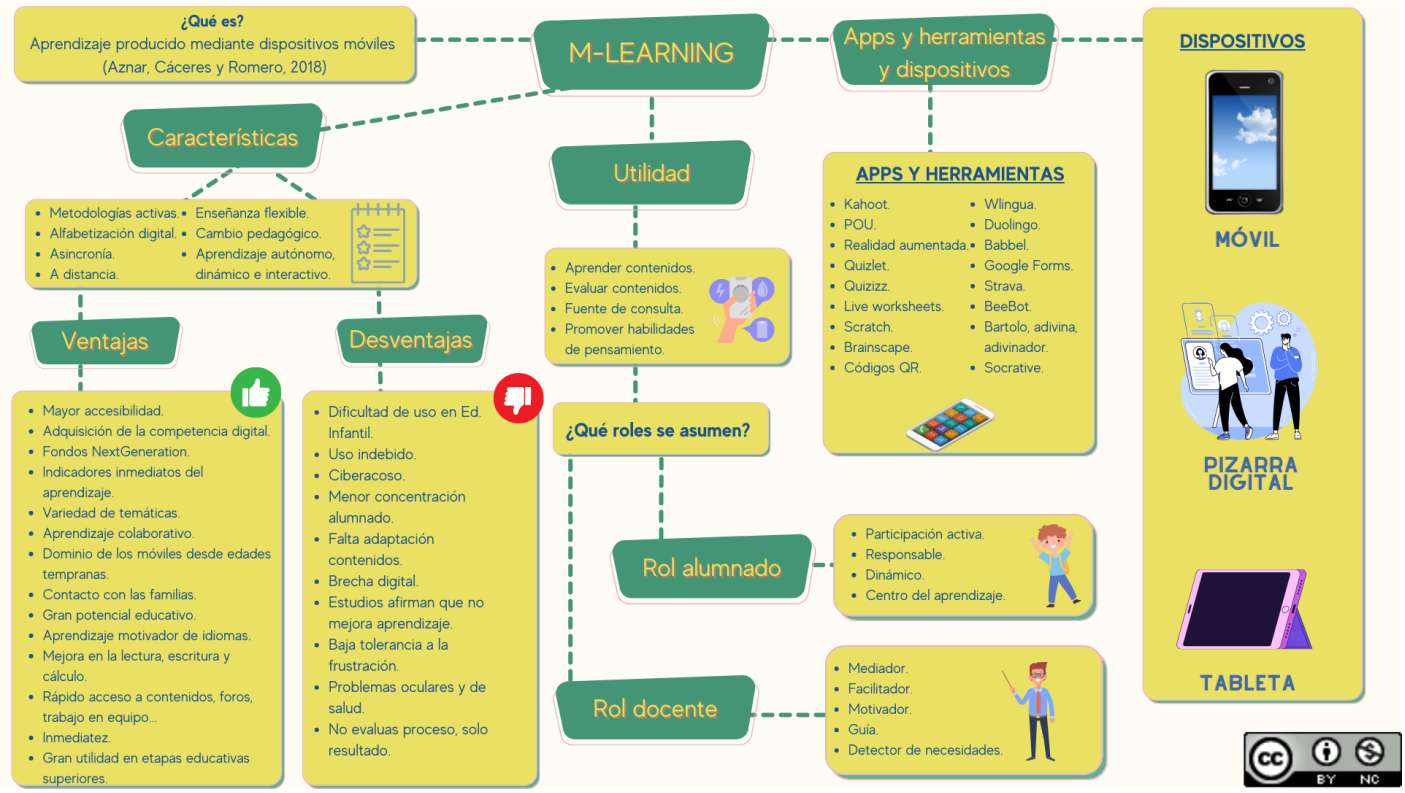
> Se deben cumplir dos requisitos para que la comunicación digital se produzca: en primer lugar se debe disponer de un dispositivo adecuado, y en segundo lugar, acceso a internet.

A colación, el aprendizaje por medio de estos dispositivos se ha convertido en una propia metodología, **M-Learning.** Induce a error, ya que podemos malinterpretar el título y creer que solo se refiere al aprendizaje por medio de teléfonos móviles. Pero no es así. M-Learning implica el uso pedagógico de diversos dispositivos.

> “ Aprendizaje, producido mediante dispositivos móviles"
>
> Aznar, Cáceres y Romero (2018)

A continuación ofrecemos un mapa conceptual en el que se explica el concepto de M-Learning:

Copyright 2026



Elaboración propia. M-Learning. Javier López de Armentia Llanos. (CC BY-NC)

¿Qué dispositivos se pueden utilizar?. De manera breve, se mencionan los que más comúnmente se utilizan en la actualidad:

- **Teléfono móvil:** dispositivo de masas, toda la información en tu bolsillo. Se debe comprender que la designación de "teléfono" se ha quedado muy corta con estos dispositivos. La cantidad de información que gestiona un teléfono móvil ha obligado a un incremento en la capacidad de procesamiento y de almacenamiento, que, en algunos casos, superan a la de los propios ordenadores. Se ha convertido en una herramienta de trabajo, ya que se pueden realizar llamadas telefónicas, videoconferencias (Skype, Google Meet, Jitsi o Zoom, entre otros), mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, Messenger...), utilizar el correo electrónico, usar para comunicarse en las redes sociales, tanto a nivel corporativo como personal, y almacenamiento de documentos, fotos y videos.

- **CPU/Portátil:** se trata de un máquina capaz de procesar, almacenar, organizar y presentar la información. Sin lugar a dudas, es la herramienta de trabajo del siglo XXI. Resulta una quimera pensar en una empresa actual, así como un centro educativo, en el cual no se utilicen ordenadores. Un ordenador nos permite acceder a la información,

filtrarla, editarla, modificarla y procesarla mediante potentes procesadores de texto, imagen y vídeo.

- **Tableta digital:** dispositivo táctil que permite trabajar de manera eficiente en el ámbito educativo. Las tareas que se pueden realizar son muy similares a las que realizamos con un ordenador, pero de una manera más intuitiva.

- **Monitor interactivo:** se trata de una PDI que abre un mundo de posibilidades en nuestros centros educativos. La información se presenta de un modo más atractivo al alumnado, a la par de la gran cantidad de recursos y fuentes de las cuales se pueden obtener la información (es necesario recordar que se debe realizar un buen filtrado de esa información, y dar al alumnado las herramientas y enseñarles las estrategias para que ellos sean partícipes de esa búsqueda).

https://giphy.com/embed/eKJebgUL2Ckrc5NKa7

GIPHY

Copyright 2026

Motores de búsqueda y navegadores

Nuestro alumnado tiene que ser capaz de conocer, y no solo eso, sino también saber utilizar herramientas de búsqueda de información. Uno de los aspectos más importantes que nuestro alumnado tiene aprender es el filtrado de las “fake news”.

Se propone un ejemplo de actividad: Se elabora un listado de noticias dentro del contexto educativo, y nuestro alumnado tiene que filtrar las “fake news” utilizando el motor de búsqueda *Newtral* (https://www.newtral.es/).

Newtral. https://www.newtral.es/

Otro concepto que nuestro alumnado tiene que comprender es el de “**cookies**”. Al aceptar el uso de las cookies, los sitios web recordarán fragmentos de texto e información que envían al navegador, lo que será más sencillo crear un patrón de búsqueda de navegación y visitaremos páginas vinculadas con el contenido de manera más recurrente.

Para más información, páginas como is4k ofrecen muchos contenidos de alfabetización con relación a las “fake news”.

is4k. https://www.is4k.es/

> **Ejemplo de actividad:** Nuestro alumnado tiene que crear una infografía de los diferentes tipos de "cookies", y cuál es su función. Lo realizarán de manera colaborativa mediante la herramienta *Canva*, y realizarán una exposición a sus compañeros y compañeras.

A continuación se facilita un listado de los motores de búsqueda más utilizados: *Google, Bing, Yahoo!, DuckDuckGo, Baidu, Yandex, Ask...*

https://giphy.com/embed/giKrziJ40GR8ZH8ID3

GIPHY. Web Cookies. Arrington Taylor.

Y para finalizar, buscadores especializados en educación. Son muchas las ventajas que existen para nuestro alumnado, ya que brindan resultados bajo el paraguas educativo, automatización en la clasificación de contenido, y también la oferta de contenidos similares al utilizar cookies propias. Es importante que se seleccione un motor de búsqueda fiable, para evitar la infoxicación, así como la publicidad o información engañosa. Entre los buscadores que se puede utilizar con nuestro alumnado se encuentran:

- **Google Académico:** Utiliza campos semánticos para proporcionar resultados de diferentes áreas de estudio, como son matemáticas, biología, filosofía...

- **YouTube EDU:** Propuesta que surgió a raíz de la colaboración entre Google y la Fundación Mayahii. Se trata de un espacio educativo gratuito y abierto no sólo para alumnos y docentes, sino también para todas aquellas personas interesadas en el aprendizaje.

- **Mooc:** Permite buscar cursos on-line ofertados por universidades de todo el mundo.

- **Dialnet:** Motor de búsqueda de artículos científicos, tratando, en su mayor medida, el acceso a los textos completos.

Copyright 2026

https://view.genial.ly/5ec28e818e243b0d5a33ab5e

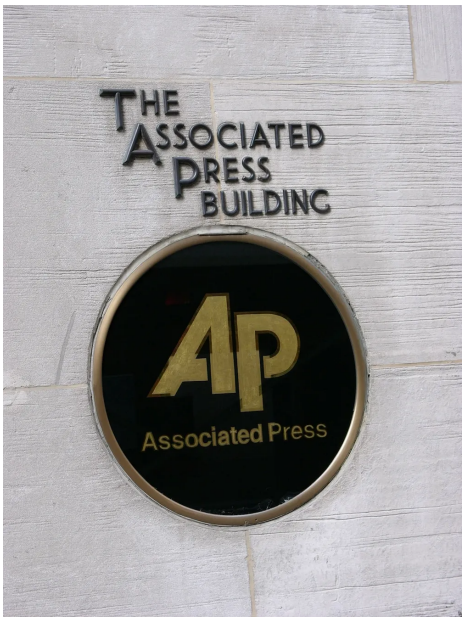
Genially. Fake News o desinformación. S.a.

Copyright 2026

Agencias de noticias digitales y navegadores

Son organizaciones que recogen las noticias de los distintos ámbitos y lugares de actividad de sus corresponsales, los cuales las transmiten directamente a una central de comunicación, que a su vez, la editan y publican para sus lectores.

Nuestra labor debe consistir en que nuestro alumnado sea capaz de buscar y seleccionar la información pertinente.



Wikimedia. Edificio de Associated Press en Nueva York.

Un poco de historia. Las agencias de noticias nacieron con una clara premisa: la información proveniente de otros países puede ser vendida, ya que seguro que alguien la va a querer comprar. Pioneros como Charles Louis Havas, Julius Reuter, Bernhard Wolff o Juan Nazario Peimbert tuvieron esta visión, y comenzaron desde abajo. Peimbert vendía panfletos en las calles de Ciudad de México, Havas fundó una agencia de traducción, encargada de recopilar la información más importantes de Europa y distribuirlos en París, Londres y Bruselas.

Havas trabajaba con periodistas exiliados, ya que sus actividades eran consideradas en contra del gobierno. Personalidades como Reuter o Wolff tuvieron que permanecer en el exilio durante una

Copyright 2026

temporada, pero acabaron independizándose para volver a sus naciones, y de ese modo, fundar sus agencias de noticias.



Wikipedia. Charles Louis Havas.

> Gracias a su trabajo, hoy en día podemos disfrutar de empresas como Reuters, Agence France-Presse (AFP), Associated Press (AP), EFE, Deutsche Press Agentur (DPA) y tantas otras.

En España podemos destacar agencias de noticias como:

EFE: Agencia de noticias fundada en el año 1939 en Burgos por Ramón Serrano Suñer, con sede actual en Madrid. Llega a distribuir 3 millones de noticias al año. Y su potencial audiencia es de 250 millones de lectores.

europa press Fundada en el año 1953 por Torcuato Luca de Tena Brunet. Es una de las mayores agencias de noticias española, con corresponsales en todo el territorio estatal. Mayoritariamente en castellano.

REUTERS Suministra información a medios de comunicación y mercados financieros. Fundada en el año 1851, es una empresa líder en el sector, ya que está presente en 94 países, con publicaciones en más de 20 idiomas.

Atlas Constituida en el año 1998, principal proveedora de información a los medios locales.

COLPISA Creada en 1972 por Manu Leguineche. Dispone de un índice de publicación en prensa escrita.

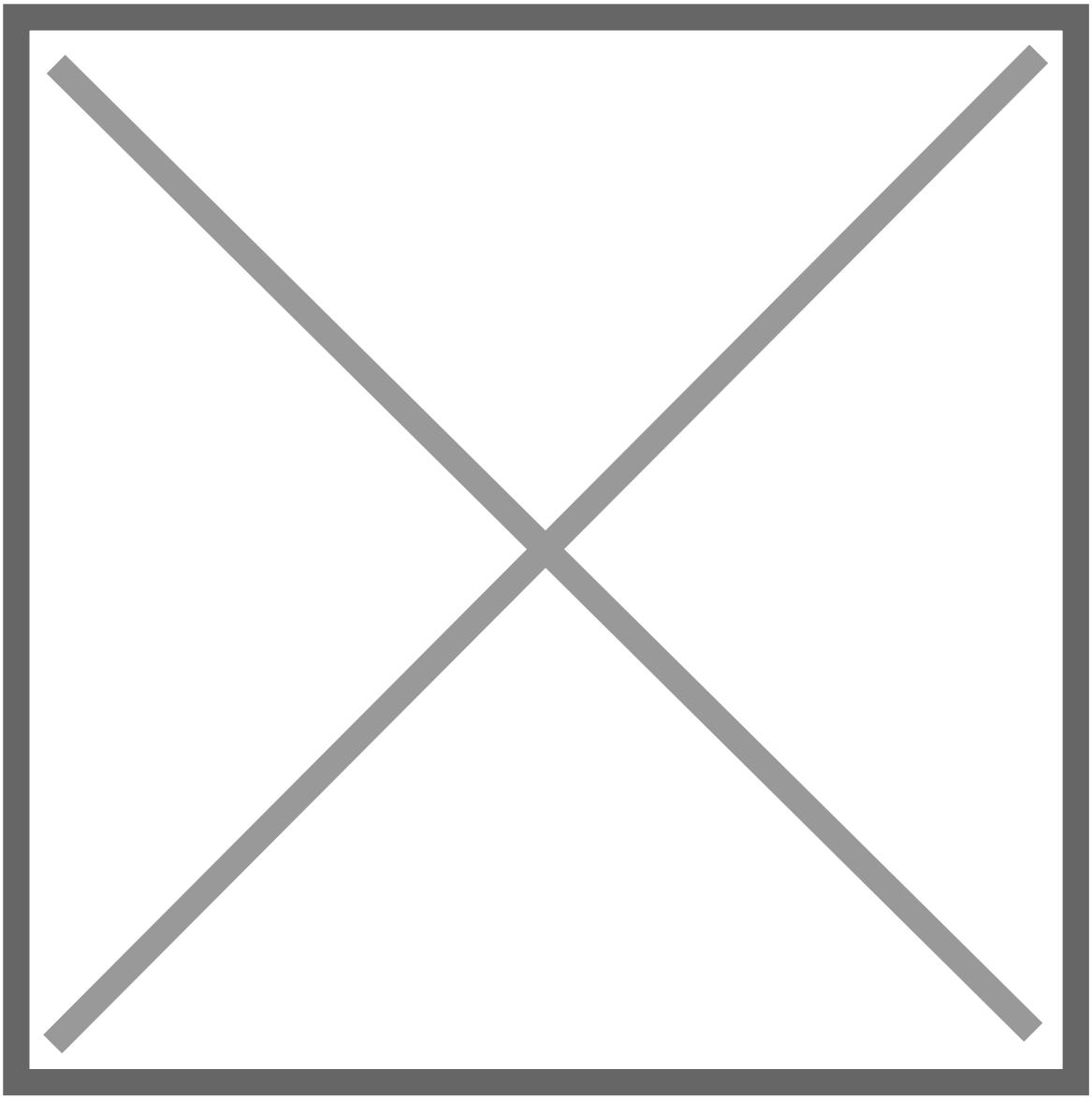
Redes sociales

Una red social es una plataforma digital, que se forma por comunidades de individuos con intereses comunes. El principal objetivo del uso de una red social es el de **mantenerse en contacto con personas y empresas**, y funcionan como medio para comunicarse y recibir información de diversa índole. La experiencia de usuario y la interfaz es atractiva y sencilla, motivo por el cual tienen un gran éxito.

No exige conocimiento previo de personas o empresas para poder interactuar, únicamente una **cuenta de correo electrónico personal**, completar un cuestionario con datos personales básicos, de modo que se obtiene un nombre de usuario y contraseña.

Todo ello permite la entrada a una gran comunidad virtual. A continuación se puede ver una imagen que muestra cuáles son las redes sociales más utilizadas en el mundo a fecha de enero de 2021:

Copyright 2026



We are social. Hootsuite

Existen dos tipos de redes sociales:

- **Redes sociales horizontales o genéricas:** Este tipo de redes sociales no tienen una temática definida, ya que el tipo de usuarios es muy amplio y variado. De manera habitual se utilizan estas redes sociales como medio de comunicación, y una fuente de información y/o entretenimiento. En la última década han alcanzado un nivel de popularidad que no tiene límites, siendo utilizadas por millones de personas, con un crecimiento exponencial. Entre otras, se pueden destacar las siguientes: Facebook, Twitter, Instagram o Pinterest, entre otras.

Copyright 2026

- **Redes sociales verticales:** Son aquellas redes que se especializan con una temática concreta, fruto de la exigencia del usuario. Las redes sociales verticales se pueden categorizar de muy diversas maneras, así que aquí se destaca algunas de esas categorías que parecen más notables, aunque existen más tipos:
  - **Redes sociales profesionales:** Son aquellas redes sociales cuyo objetivo y público principal es el mundo laboral. Se crean relaciones laborales entre empresas y trabajadores, con el objetivo principal de publicitar la empresa, así como al trabajador (ejemplo: Linkedin).
  - **Redes sociales de ocio:** Aquellas que su principal actividad está directamente relacionada con una actividad en concreto (ejemplo: Flickr).



Freepik. Logos de RRSS. myriaammira. (CC BY-SA)

Mensajería instantánea

La mensajería instantánea es un servicio que permite la comunicación en tiempo real entre dos o más personas. La comunicación comenzó realizándose por mensajes de texto, pero en la actualidad se puede realizar el envío de fotografías, vídeos, mensajes de audio, “stickers”, y otros elementos paralingüísticos que ayudan al objetivo final: la comunicación.

> Nuestro alumnado es un gran consumidor de estos servicios a partir de la edad mínima de uso o incluso menos, es por ello que deben comprender todo lo que ofrecen.

- **Conexión multidispositivo:** se ofrece la oportunidad de vincular este servicio a otros dispositivos que no sean el teléfono móvil, como una tableta o un ordenador.
- **Protocolos de seguridad:** en aras de preservar la privacidad, estos servicios ofrecen diferentes opciones, como el bloqueo de usuarios a la hora de enviarte cualquier tipo de información, o la opción de no permitir comprobar a tus contactos si estás conectado, si has leído su mensaje…
- **Llamadas y videollamadas:** cada vez son más los servicios de esta naturaleza que permiten realizar llamadas y videollamadas. Además, se pueden realizar de manera grupal.
- **Copias de seguridad:** son una herramienta que permite preservar tus conversaciones, hecho que facilita la migración a un nuevo dispositivo.

¿Cuáles son las más utilizadas?. Se Incluye una pequeña lista de estos servicios, pero hay muchos más,

- Whatsapp.
- Telegram.
- Messenger.
- LINE.
- Google chat

Copyright 2026



Dall-e. (CC BY-SA)

Copyright 2026

Internet de las cosas (IoT)

Se trata de un concepto acuñado por el investigador del MIT (Massachusetts Institute of Technology) Kevin Ashton, en el año 1999.

> Según su rutina de pensamiento todas las cosas que existen en el mundo están conectadas a internet, y daba sus razones. Entre ellas, argumentaba que a medida que transcurran los años la disponibilidad de acceso a banda ancha iría incrementando, a la vez que se produciría un incremento exponencial de los dispositivos habilitados con IPs.

Los datos “brutos” que producen las cosas interconectadas evolucionarán al envío de información más objetiva y precisa. Las cosas serán las encargadas de crear una red inteligente, y será el único lugar en el que se construirá la inteligencia escalable capaz de comprender la gran ola de datos producidos.

> IoT reúne personas, procesos, datos y cosas que se conectarán por medio de internet, con el mero objetivo de que la red sea lo más relevante posible, convirtiendo la información en acción.

De manera voluntaria, os ofrecemos este interesante documental del servicio de difusión pública alemán DW, en el que podemos acercarnos de una manera real al concepto de IoT.

https://www.youtube.com/embed/iUbR046La68

Youtube. El internet de las cosas. DW.

Copyright 2026

¿Cómo podría trabajar la competencia 6.1 en mi aula en un nivel A1?

En esta página se exponen **dos ejemplos** que se pueden llevar a cabo en nuestras aulas. Para realizar una distinción de etapa, el primero de los ejemplos estará destinado a cursos como Educación Infantil o Educación Primaria, mientras que el segundo, a etapas contextualizadas en aulas de Educación Secundaria, Bachillerato o Formación Profesional.



Freepik. Mano de hombre. DilokaStudio. (CC BY-SA)

EDUCACIÓN INFANTIL Y EDUCACIÓN PRIMARIA

Se necesita que nuestro alumnado tenga un conocimiento práctico de los **navegadores y motores de búsqueda de información** en internet. Un ejemplo de actividad sería la creación de una ***Webquest*** (Dodge, 1995). Se trata de una herramienta orientada a la investigación y búsqueda de información por medio de la tecnología. Se puede ver el proceso de creación en el siguiente video:

https://www.youtube.com/embed/72ZAZk0l9Pw

Youtube. Webquest. oskaru2013

Para ampliar conocimiento y disponer de ejemplos prácticos, se puede visitar el banco de recursos ESL.

EDUCACIÓN SECUNDARIA, BACHILLERATO Y FORMACIÓN PROFESIONAL

En este caso, la dificultad se tiene que ver incrementada por la propia madurez del alumnado. La actividad que se va a solicitar va a ser que nuestro alumnado conozca las reglas de búsqueda de la información en navegadores. Pueden realizar un decálogo en el que se incluyan estas reglas. Se puede observar un ejemplo de decálogo a continuación de buen uso de internet:



Twitter. Buen Uso de Internet. Alberto Gilsanz. (CC BY-SA)

Vuestro alumnado tendrá que elaborar un material similar al ejemplo aportado, pero que verse en relación a la navegación por la red.