

FAKE

≠

FACT

Introducción de la crítica a nivel del aula

SI. Swedish
Institute

**#Challenge
YourFacts**

**#Challenge
#YourFacts**

CONTE- NIDO

04 ¡Bienvenido!

1. La crítica a las fuentes

Recursos para el Docente

- 05 • ¿Qué es una fuente?
- 05 • La crítica a las fuentes
- 05 • Criterios para la crítica a las fuentes de información
- 05 • ¿Cómo lo hago?
- 06 • Información sesgada – riesgos en línea
- 06 • Herramientas en línea para hacer crítica a las fuentes
- 06 • Preguntas para navegar la web
- 07 • Motores de búsqueda

Ejercicios 1.1–1.6

2. Propaganda

Recursos para el Docente

- 11 • Introducción a las técnicas de propaganda
- 11 • Descripción general de la presentación de diapositivas
- 11 • Inicio

3. La elaboración de una película

Recursos para el Docente

- 12 • La tarea
- 12 • #ChallengeYourFacts – Verifique Los Hechos
- 12 • La receta para la película de propaganda
- 13 • Preguntas para el debate

Ejercicio

- 14 • Ingredientes
- 14 • Instrucciones
- 15 • *Storyboard* – Guión gráfico

17 Colaboradores

18 Material disponible

¡Bienvenidos! Hoy en día, con la era del Internet se propaga más información con mayor rapidez que hace dos décadas. Así, se hace cada vez más importante la cultura de la información y la capacidad para discernir la información fiable de la poco fiable. Para esto se requiere no solo conocimiento, sino también tener acceso a las herramientas apropiadas para verificar la información.

INTRO- DUC- CIÓN

Este material educativo de verificación de información, que hemos denominado **FAKE ≠ FACT**, está dirigido principalmente a estudiantes de la escuela secundaria y secundaria superior, y gira en torno a la crítica de las fuentes de información (el proceso de evaluación de una fuente de información) y la propaganda, una técnica que requiere capacidades de crítica de fuentes de información para decodificarla.

El material se divide en tres partes individuales, pero a la vez interconectadas. La primera lección se basa en la información desarrollada por *Viralgranskaren – “El Escrutinador Viral”* y *Webbstjärnan – The Internet Foundation* de Suecia. Dicho material se centra en cuestiones generales de crítica de fuentes de información, y contiene una lección breve seguida de ejercicios para los estudiantes.

La segunda parte se basa en un material que desarrolló el Consejo de Medios Sueco. Presenta una combinación de instrucciones y ejercicios, pero aborda más de cerca la propaganda en relación con la crítica a las fuentes de la información. Dada la cantidad de material que se abarca en esta lección, le recomendamos que lo distribuya en dos clases separadas.

La tercera parte consiste en que los estudiantes que hagan su propia película de propaganda basada en sus instrucciones. Se estima que la lección de elaboración de la película tenga una duración de cuatro períodos de clase; adicionalmente se requieren algunas herramientas técnicas y acceso a la internet (La lección es opcional para las escuelas que no participan en la competencia #ChallengeYourFacts).

Como docente, usted conoce a sus estudiantes mejor que nadie. Elija las tareas que se adapten a usted y a sus alumnos, y adáptelas a sus necesidades.

¡Buena suerte!

LECCIÓN UNO

1

LA CRÍTICA A LAS FUENTES

RECURSOS PARA EL DOCENTE

La primera lección describe las fuentes de información y la crítica a las mismas. Usted le va a proporcionar una clase magistral de entre 30 y 60 minutos a sus estudiantes sobre la base del material que sigue. Los estudiantes luego van a responder los ejercicios a partir de esta clase. Usted debe dedicar aproximadamente dos horas a la lección uno.

Usted puede diseñar su propia clase con el material que se presenta a continuación y explicarle brevemente al curso los temas.

Usted puede hacer una introducción a su clase mostrando el siguiente video corto:
<https://vimeo.com/243129187/6bd9606f35>

¿Qué es una fuente?

Una fuente es el sitio o material del cual se toma una información. La crítica de fuentes tradicional divide las fuentes en escritas, orales y físicas. En la web se pueden vincular diferentes tipos de fuentes; por ejemplo un texto que se vincula a un vídeo en el cual alguien reproduce una fuente de testigo ocular.

Crítica a las fuentes de información

Hacer una crítica a las fuentes de información significa que usted examina sistemáticamente las fuentes y evalúa la credibilidad de las mismas. Este método nos permite elegir de manera consciente las fuentes que queremos usar.

Un aspecto que dificulta la crítica a las fuentes de información es que nadie decide quién puede aportar información en Internet. También puede ser difícil evaluar las fuentes del Internet dada la vasta cantidad de información que se encuentra disponible.

Criterios para la crítica a las fuentes de información

La metodología de crítica a las fuentes de información se basa en cuatro criterios:

● Autenticidad

- ¿La fuente es lo que implica?
- ¿La fuente es original o una copia?
- ¿Es genuina o falsa?

● Actualidad

- ¿La información es actual?
- ¿Podría haber hallazgos más recientes?
- ¿Cuánto tiempo después de la ocurrencia se estableció la fuente?

● Independencia

- ¿La fuente es independiente?
- ¿La información depende de otras fuentes?
- ¿De qué forma?

● Objetivo

- ¿La información de la fuente está sesgada?
- ¿De quién son los intereses que representa la fuente?
- ¿Hay disponible información contradictoria de otras fuentes?
- ¿Qué tan fiable es la información que la que la contradice?

Cómo hacerlo

Para los textos, usted puede copiar un titular o una frase completa de un material fuente en internet y pegarlo entre comillas en un motor de búsqueda.

Para las imágenes, usted puede usar la herramienta de Búsqueda de Imágenes de Google (images.google.com). Haga clic derecho en la imagen y seleccione "buscar la imagen en Google" para encontrar más información acerca de la misma. Puede usar el servicio web denominado TinEye (www.tineye.com) para cargar una imagen, o ingresar la dirección URL exacta de una imagen, con el fin de determinar dónde se la está usando.



Para el audio, es difícil determinar si una grabación digital que se encuentra en línea es auténtica. Una búsqueda por título o nombre de archivo puede darle pistas.

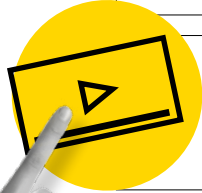
Al revisar material de video, es importante analizar aspectos como la calidad del fragmento y quién es el responsable de haberlo subido. Los comentarios pueden proporcionar pistas adicionales.

Información sesgada – riesgos en línea

Esencialmente, toda la información está sesgada hasta cierto punto. Considere siempre la manera en la cual se encuentra sesgada la información, y por qué motivo.

A continuación presentamos algunos ejemplos:

- **Contenido engañoso.** Se pueden distribuir noticias e informes falsos a través de redes sociales hacia los medios de comunicación establecidos.
- **Entretenimiento viral.** El entretenimiento ha sido creado por dos razones: como entretenimiento para el receptor (para diseminarlo a los demás) y para generar ingresos por publicidad para los creadores.
- **Marketing oculto.** Una práctica habitual es ocultar la publicidad, haciéndola parecer periodismo; esto se llama marketing de contenidos.
- **Negocios fraudulentos.** La mayoría de las personas que usan Internet regularmente han encontrado en algún momento agentes comerciales poco confiables.
- **Rumores y difamaciones.** Una vez que les ha presentado varias veces, las mentiras eventualmente se pueden aceptar como verdades. Así como en la vida real, es bueno permanecer neutrales con respecto a las declaraciones que usted no puede demostrar.



Herramientas en línea para hacer crítica a las fuentes

Sabía usted que...

Un sistema de nombres de dominio (DNS) puede ayudarle a sacar conclusiones sobre quién está detrás de la fuente de una dirección web. Acorte el enlace web de derecha a izquierda. Esto le va a llevar a la dirección principal, donde puede haber información acerca de quiénes crearon el contenido (después de `www` y antes del dominio principal; ej.: `.com`). Usted va a encontrar una lista completa de todos los dominios principales, incluyendo los de diferentes países en: www.iana.org/domains/root/db/

¿Quién está detrás?

Si desea saber quién es el titular de un nombre de dominio es, usted puede utilizar whois.com, una base de datos que proporciona información sobre registros de dominio.

¿Quién más ha citado su fuente?

Hay una manera de investigar fácilmente cuáles sitios se vinculan a la fuente que se desea revisar. Usando la palabra clave *link* y dos puntos, seguido de una dirección URL (link: www.blogspot.com) en el campo de búsqueda, se puede usar Google para averiguar qué sitios enlazan con la dirección y cuántos son.

Preguntas al navegar en la web

De acuerdo con las últimas estimaciones, actualmente en el mundo hay alrededor de 2.000 millones de sitios web registrados. Antes de utilizar la información de un sitio web, asegúrese de contestar las siguientes preguntas para evaluarlo.

- ¿Quién es el remitente?
¿Hay una página de información o de contacto?
¿Cómo califica la información que recibe acerca del remitente?

-
- ¿Qué propósito tiene el sitio web, y cómo afecta este el contenido?
¿Pretende informar, presenta hechos, difunde una opinión, vende algo o entretiene?
¿Tiene más de un solo propósito?
¿Se financia a través de anuncios?
-
- ¿Quién es el público objetivo?
¿El contenido es complicado o fácil de entender?
¿Los hechos son correctos?
¿Hay alguna información sobre las fuentes?
¿Hay información sobre cuándo se actualizó el sitio por última vez?
¿Funcionan los enlaces?
-
- ¿Se puede obtener información de otras fuentes?
¿Qué otros sitios enlazan con el sitio que se está examinando?
-

Motores de búsqueda

Usted también debe adoptar una posición crítica acerca de las herramientas que utiliza para encontrar fuentes en línea. La mayoría de los motores de búsqueda tienen ánimo de lucro, y su comportamiento en línea puede afectar sus resultados de búsqueda. Puede ser útil buscar las mismas palabras clave en varios motores de búsqueda y comparar los resultados.

Duckduckgo.com se basa en fuentes abiertas y no almacena sus datos, como sí lo hace por ejemplo tecnología de *cookies*. Startpage.com envía sus palabras clave a Google y luego presenta las respuestas en su propio sitio. Los algoritmos de Google no pueden usar sus datos de usuario para personalizar los resultados de búsqueda; así, la búsqueda se basa en un tráfico web anónimo hacia y desde Startpage y Google.

¡RECUERDE!
El escepticismo es la característica más importante un examinador de fuentes.

Ahora pasemos a los ejercicios de los estudiantes.



LECCIÓN UNO

1

LA CRÍTICA A LAS FUENTES

EJERCICIOS

Ejercicio 1: el sitio web de su colegio

Visite el sitio web de su escuela y describa lo que encuentra un visitante. Describa el (los) propósito (s) de la página web a través de ejemplos. ¿Qué imágenes se usan y para qué sirven?

Analice el contenido del sitio sobre la base de los criterios de crítica de fuentes de información.

- **Autenticidad.** Determine si el sitio es lo que dice ser. ¿Cómo lo puede identificar un visitante? Proporcione ejemplos claros.
- **Actualidad.** ¿La información en el sitio es actual o no? ¿Cómo lo puede identificar un visitante? ejemplos. ¿Cómo se ve afectada la credibilidad de la fuente de acuerdo con su actualidad?
- **Independencia.** Considere la independencia de la fuente. ¿El sitio es independiente? o ¿parte de una colección de sitios web más amplia? ¿A qué otros sitios enlaza? ¿El sitio depende de otras fuentes? De ser este el caso, ¿cómo lo puede determinar?
- **Objetividad.** Determine si la información en el sitio se encuentra sesgada. Si es así, ¿cómo? ¿Hay valores ocultos o abiertos que comunique el sitio web? ¿Cuáles son?

Después de analizar los diferentes criterios, usted debe estar en capacidad de sacar conclusiones acerca de la credibilidad de la fuente. Trate también de sacar conclusiones en torno a si la fuente es confiable o no. Si es así, ¿para quién va dirigido el sitio web?

Ejercicio 2: Practicar los conceptos de crítica a las fuentes de información.

Dé tiempo para que los estudiantes puedan discutir los criterios de crítica de fuentes de información con base en el sitio web de la escuela. La tarea es buscar información y revisar el sitio web en función de uno de los roles enumerados a continuación:

- Un aspirante a ingresar al colegio
- Un padre de familia curioso
- Un profesor que está buscando trabajo

¿El sitio web de la escuela sirve como fuente confiable para estas tres audiencias? El propósito es el de enseñar a los estudiantes que manejamos las fuentes de forma diferente dependiendo del uso que se le pretende dar a la información proporcionada. ¿Los tres grupos pueden encontrar lo que están buscando? ¿Ellos observan la fuente de información de maneras diferentes? ¿La perspectiva del visitante afecta la credibilidad de la fuente?

Ejercicio 3: Discutir las dificultades al analizar las fuentes en línea.

Continúe usando el sitio web de la escuela como ejemplo. ¿Qué dificultades experimenta al revisar el sitio de manera crítica? Discuta los desafíos que surgen al hacer crítica de fuente de información en Internet. Analice la forma en la cual maneja la escuela el sitio web:

- Diferentes formatos de medios
- La facilidad para cambiar la información
- Anonimato
- Falta de conocimiento por parte de los visitantes.

Considere con sus estudiantes la forma en la cual puede ser más confiable y claro el sitio web para los diferentes visitantes que puedan estar buscando información.

Ejercicio 4: el blog como fuente

Elija un blog que se encuentre escrito en el idioma de los estudiantes, y observe cómo se presenta el blog.

- ¿Quién está detrás de la fuente?
- ¿Cómo se presenta el blogger?
- ¿Quién está detrás del sitio web?
- ¿Cuál es el propósito del blog?

Evalúe cómo y si se podría utilizar el Blog como fuente de información. Lleve a cabo la discusión haciendo uso de la infografía a la derecha (*ver gráfico*).

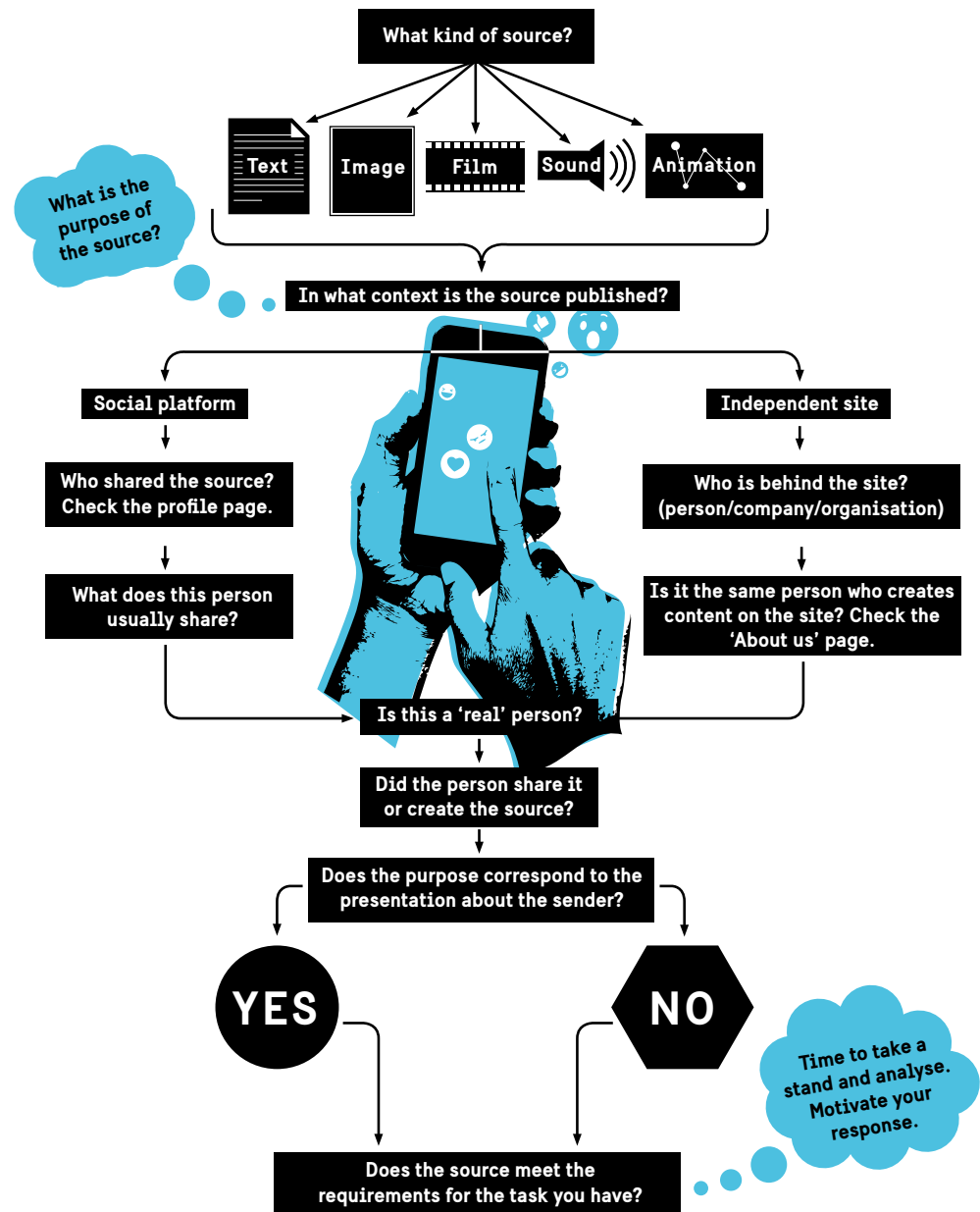
Ejercicio 5: ¿Quién posee el dominio?

Examina la dirección del sitio web del colegio. Utilice whois.com para verificar quién posee el dominio. Preguntas de discusión:

- ¿Por qué es importante averiguar quién posee un dominio?
- ¿Quién posee el nombre de dominio: www.blogspot.com? ¿Cómo lo averiguó?
- ¿Quién es responsable del contenido de un sitio web; lo es el responsable del dominio, o la persona que escribe el contenido?

Ejercicio 6: ¿Cómo es que Wikipedia ocupa un lugar tan alto en Google?

¿Qué influye en el orden en el cual aparece un sitio en una búsqueda de Google? Pregúnteles a sus alumnos y resuma los resultados.



Factores que determinan dla ubicación de un sitio web en una búsqueda de google:

-
- Enlaces hacia/desde el sitio web
-
- Palabras clave
-
- Sus búsquedas anteriores
-
- Algoritmos de Google
-
- Anuncios
-

Discuta con sus alumnos por qué Google a menudo tiene Wikipedia entre los diez resultados principales. ¿Cómo afecta esto nuestra forma de pensar en Wikipedia? ¿Cómo afecta esto nuestra forma de pensar en Google?

¿Qué tan importante es para un sitio clasificar en los primeros puestos en Google?

¿Aumenta esto la credibilidad del sitio? ¿Cómo?

Analice nuestro comportamiento de búsqueda, la importancia de ciertas palabras clave, el modelo comercial de Google y los enlaces pagados.

LECCIÓN DOS

2

PROPAGANDA

RECURSOS PARA EL DOCENTE

Es la hora de la lección número dos. Ahora que los estudiantes han comprendido cómo analizar de manera crítica las fuentes de información, vamos a ver la forma en la cual se utilizan diferentes técnicas que implican el lenguaje, las imágenes y el sonido para influenciar las opiniones, valores y acciones de la gente en una dirección particular. Estamos hablando de propaganda. Presentarles a los estudiantes estas técnicas les va a permitir mejorar su interpretación y decodificación de mensajes de propaganda.

Introducción a las técnicas de propaganda

Las técnicas de propaganda se utilizan tanto dentro del marco democrático (por ejemplo, en la promoción de los derechos humanos) como fuera de este marco.

Las cinco técnicas de propaganda que presenta el material son:

1. Acudir a las emociones de las personas
2. Atacar al oponente (crea bandos: “nosotros” y “ellos”)
3. Simplificar, distorsionar y mentir sobre hechos
4. Apelar a un público específico
5. Repetir una idea o un mensaje

Descripción general de la presentación de diapositivas

La presentación de diapositivas se divide en cinco partes basadas en estas cinco técnicas. La presentación está destinada para desarrollarse en un espacio máximo de dos períodos de clase en distintos días. Recomendamos que dividir la clase en grupos de 3 a 4 estudiantes.

También recomendamos que la clase primero resuma lo que ven en la imagen sin ninguna opinión ni interpretación. Luego, que hablen sobre la forma en la cual interpretan la imagen. Tenga en cuenta que deben evitarse las asociaciones individuales cuando buscamos un entendimiento común.

Los temas de las imágenes pueden parecer obvios, pero no siempre todo el mundo ve lo mismo. Como maestro usted no necesita tener respuestas a todas las preguntas que se planteen. Miren las fotos juntos, determinen qué ven y discutan en qué les hace pensar.

Inicio

Inicie las presentaciones de PowerPoint 2.1 y 2.2 y lea el guión que acompaña a las diapositivas. Usted puede leer los textos en su totalidad o reformularlos en sus propias palabras. Textos entre paréntesis son para su propia información en su rol de maestro.

LECCIÓN TRES**3****LA ELABORACIÓN
DE UNA PELÍCULA****RECURSOS PARA EL DOCENTE**

No hay mejor manera de captar las estructuras – algunas veces complejas – de la información sesgada que a través de un aprendizaje sencillo. Por lo tanto, la lección tres nos presenta un abordaje más estrecho al tema de la crítica de las fuentes de información y de la propaganda permitiéndoles a sus alumnos crear su propia película de propaganda, basada en un artículo que contiene noticias falsas.

Este ejercicio es muy apropiado si busca usted interacción entre sus dicentes. Divida el curso en grupos de 4 a 6 estudiantes. Permita que sus alumnos publiquen los videos terminados en diferentes redes sociales y organice una competencia, ya sea entre los grupos de su curso o entre los cursos de su colegio. Usted puede dejar que los estudiantes voten, o que basen la competencia en la cantidad de “Me gusta” que obtengan.

La tarea

Usted puede utilizar el artículo sobre los mirlos que atacan a Kentucky (<http://weeklyworldnews.com/headlines/54802/blackbirds-attack-kentucky/>), o elegir otro artículo que usted prefiera. Usted puede visitar <https://www.snopes.com/category/facts/fake-news/> o <http://weeklyworldnews.com/> para encontrar sugerencias, o puede escribir su propio artículo falso. El artículo debe contener una amenaza para el público. Le recomendamos que elija algo inofensivo y no político. La fuente de la información debe ser desconocida para sus estudiantes.

Permítales a los estudiantes leer el artículo que eligió. Los estudiantes tienen la tarea de decir lo que podría suceder si nadie trata el problema descrito en el artículo.

Pídales a los estudiantes seguir la receta para películas que se describe a continuación, y hacer su película de propaganda lo más eficaz posible.

#ChallengeYourFacts – Verifique Los Hechos

¿Hacen ustedes parte de la competencia #ChallengeYourFacts? Seleccione una de las películas para que represente a su colegio. Compártala en las redes sociales con el hashtag #ChallengeYourFacts. No olvide incluir el nombre de su colegio.

**Receta para una película de propaganda**

1 película – aproximadamente 4 períodos de clase

Se presenta a continuación un cronograma solo a manera de sugerencia. Usted puede planear las labores cinematográficas de la manera que prefiera.

Primera clase: Lea el artículo, explique la tarea y planee la labor cinematográfica de la forma que a bien tenga hacerlo.

Segunda clase: Planear y grabar / descargar de la web.

Tercera clase: Editar en la app de videos

Cuarta clase: Presentación de las películas finalizadas y discusión.

Recomendamos que le entregue a cada grupo copias de la tarea en las páginas de las páginas 14 a 16 a continuación.

Preguntas para la discusión posterior a la tarea

Preguntas relacionadas con la proyección de las películas de los estudiantes.

- ¿Pueden encontrar alguna de las técnicas de propaganda en la película (acudir a las emociones, “nosotros” y “ellos”, simplificar y distorsionar, o dirigirse a un público específico)?

- ¿Los testigos fueron creíbles? Justifique su respuesta.

- ¿Las fotos de la web le dan mayor fuerza al mensaje de la película? Justifique su respuesta.

- ¿Los gráficos o diagramas le dan mayor fuerza al mensaje de la película? Justifique su respuesta.

- ¿La música y efectos de sonido le dan mayor fuerza al mensaje de la película? Justifique su respuesta.

- ¿Cómo se hubiera podido fortalecer aún más el mensaje de la película?

- Si usted quisiera difundir este mensaje entre la mayor posible de gente, ¿cómo lo haría?



LECCIÓN TRES**3****LA ELABORACIÓN
DE UNA PELÍCULA****EJERCICIO****Ingredientes**

1 tableta o teléfono inteligente

1 aplicación para editar películas

Acceso a la biblioteca de efectos de sonido y música gratuitos (por ejemplo, <https://www.jewelbeat.com/>)

2 actores en el papel de “testigos” que pueden describir lo que sucedió

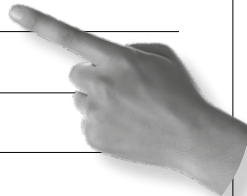
1 actor en el papel de “experto” que puede hablar sobre el evento

10–15 imágenes fijas tomadas de la Web

1 voz de narración

1 artículo de noticias falsas

1 símbolo para representar al remitente de la película (usted y su agenda)

**Instrucciones**

1. Lea el artículo e identifique la amenaza. ¿Quién es el chivo expiatorio en el artículo? A continuación, determine lo que hace que la gente entre el público tenga miedo del chivo expiatorio.

2. Seleccione dos personas para que actúen como testigos. Escriba algunas frases para que las digan ellos. Use citas del artículo o invente sus propias frases.
3. Seleccione una persona para que actúe como experto. Escriba unas pocas declaraciones para que las lea. Utilice frases tomadas del artículo o haga sus propias frases.
4. Elija frases del artículo, o agregue las suyas, para usarlas como la voz narrativa.
5. Busque imágenes apropiadas en internet. Imágenes del chivo expiatorio, daños, imágenes para crear el ambiente, etc. Asegúrese de no utilizar imágenes protegidas por derechos de autor. Buscar imágenes de Creative Commons que pueda utilizar.
6. Busque diagramas y gráficos que pueda usar para apoyar su declaración. Los diagramas no tienen que relacionarse con el tema.
7. Dibuje su símbolo: la imagen que le representa como remitente. Dibújela en una aplicación, o en un papel y luego le toma una foto al diseño.
8. Use la cámara de su teléfono o de la tableta para filmar a los dos testigos y al experto. Siga las instrucciones del guión gráfico (ver a continuación).
9. Cuando haya terminado, importe todas las imágenes y clips de video a la línea de tiempo en la aplicación de edición de películas. Ubique el material en la línea de tiempo, siguiendo el mismo orden del guión gráfico.
10. Decida cuánto tiempo va a aparecer cada imagen fija. Una buena longitud de tiempo usualmente es de 1 a 4 segundos en función del ritmo que desee para la película.
11. Coloque su símbolo al final.
12. Grabe la narración de voz, ya sea directamente en la aplicación de edición de películas o grabándola por separado, e impórtela a la línea de tiempo.

13. Elija una música dramática para aumentar el tono intimidatorio y amenazador. Pueden visitar sitios como los siguientes para descargar sonidos:
www.jewelbeat.com
www.incompetech.com
www.findsounds.com
 Agregue los sonidos y la música a la línea de tiempo.

14. ¡Listo!

Storyboard – Guión gráfico

Una película consta de varios componentes diferentes. A continuación se muestra un guión gráfico sugerido para ayudar a visualizar el proceso de realización de la película.



1. Testigos presenciales externos

Grabe la secuencia de la película con testigos externos. Filme a estas personas de la cintura para arriba. Asegúrese de mantener firme su dispositivo de grabación. Deje que la cámara funcione durante tres segundos antes y después de que los testigos hablen para asegurarse de que quede incluido el diálogo en su totalidad. Sugerencia: Si la persona que se entrevistó está mirando a un lado de la cámara en lugar de mirar directamente

a la misma, va a dar la impresión de que también se encuentra presente un entrevistador.



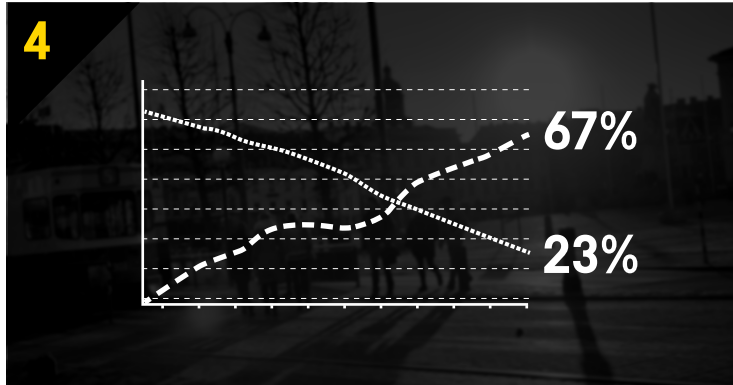
2. Imágenes fijas

Al hacer la edición, inserte algunas imágenes fijas una al lado de la otra en la línea de tiempo y decida cuánto tiempo van a aparecer (1 – 4 segundos aproximadamente).



3. El experto – grabado en interiores

Grabe la secuencia de la película con el experto en un espacio interior, preferiblemente en un entorno de oficina. Filme a la persona de la cintura para arriba. Asegúrese de mantener firme su dispositivo de grabación. Deje que la cámara grabe tres segundos antes y después de que los testigos hablen, para asegurarse de que quede incluido el diálogo en su totalidad.



4. Diagramas y gráficos

Al realizar la edición inserte algunas de las imágenes fijas de diagramas y gráficos uno al lado del otro en la línea de tiempo, y decida por cuánto tiempo van a correr (1- 4 segundos aproximadamente).



5. Más imágenes fijas

Agregue el resto de sus imágenes fijas a la línea de tiempo.



6. De vuelta al testigo ocular

Agregue un último comentario de parte de uno de sus testigos. También puede terminar con una pregunta, para aumentar el efecto.



7. Logo

Agregue la imagen fija de su símbolo al final de la película.

8

8. Música y sonidos

Agregue tanto música dramática como efectos de sonido dramáticos.

CONTRIBUYERON AL PRESENTE MATERIAL...

Webbstjärnan y la Fundación Internet en Suecia – IIS

Webbstjärnan (*La Estrella web*) es una iniciativa de la Fundación Internet en Suecia – IIS (por sus siglas en inglés: *Internet Foundation in Sweden*), la cual propende por mejorar y salvaguardar el uso de la Internet por parte de los colegios, sus profesores y estudiantes. Su tarea en el apoyo a las escuelas en esta área consiste en permitirles a los educadores sentirse seguros en su uso de la Internet como una herramienta para la publicación y la creación de tareas escolares, así como para la creación de sitios web.

Viralgranskaren

Viralgranskaren (*El Escrutinador Viral*) es una iniciativa de verificación de hechos en el periódico sueco Metro. Comprueban las afirmaciones virales y promueven un mejor pensamiento crítico en línea entre el público. En 2014, primer año de la iniciativa, Viralgranskaren ganó el Gran Premio Sueco de Periodismo en la categoría de innovación. En 2017 *El Escrutinador Viral* instituyó un día nacional de pensamiento crítico con el fin de hacer que más gente reconozca las historias falsas y la propaganda. En relación con el evento lanzaron material escolar gratuito para docentes.

El Consejo de Medios Sueco

El Consejo de Medios Sueco es una entidad gubernamental que se da principalmente a la tarea de promover el empoderamiento de los menores como usuarios conscientes de los medios, y protegerlos de las influencias nocivas de los medios. El Consejo produce información y material pedagógico para que se le utilice por parte de padres de familia, educadores y personas que trabajan con niños y jóvenes en su profesión. El Consejo de Medios también monitorea y publica informes y demás materiales sobre novedades en los medios, los efectos de los medios y la situación de los niños y jóvenes en relación con los medios.



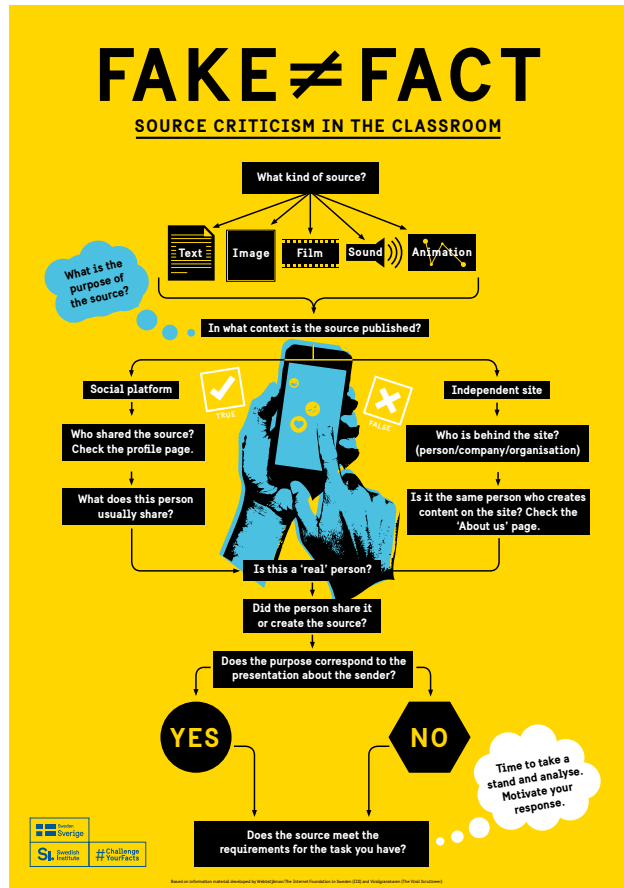
El Instituto Sueco

El Instituto Sueco es una entidad pública que fomenta el interés y la confianza en Suecia en todo el mundo. El Instituto Sueco opera en los campos de la cultura, la educación, la ciencia y los negocios, en aras fortalecer los vínculos y promover el desarrollo.

Imágenes

1. Simon Paulin/imagebank.sweden.se
2. Simon Paulin/imagebank.sweden.se
3. Sofia Sabali/imagebank.sweden.se
4. Werner Nystrand/Folio/imagebank.sweden.se
5. Simon Paulin/imagebank.sweden.se
6. Simon Paulin/imagebank.sweden.se
7. Per Pixel Petersson/imagebank.sweden.se

MATERIAL DISPONIBLE



Afiche (70x100 cm)



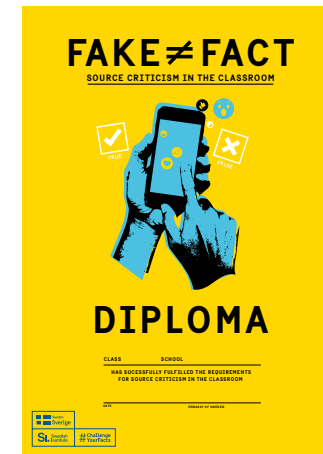
Carpeta A4



Banner para las redes sociales



Presentaciones de PowerPoint:
"El Arte de Convencer – Parte I"
"El Arte de Convencer – Parte II"



Diploma

**# Challenge
YourFacts**



SI. Swedish
Institute

**#Challenge
#YourFacts**