

Competencia mediática para alumnos

15 lecciones · aprox. 90 minutos de clase · 22 actividades interactivas · Versión: 09/10/2026

Noticias, imágenes de IA, algoritmos y publicidad: cómo interpretar lo que te muestran y qué puedes publicar tú.

Cómo funciona el curso

Usted dirige el curso en la pizarra y decide cuándo trabajar cada lección; el curso no caduca. En la primera clase, el grupo se inscribe por código QR; basta con el nombre de pila para participar. Usted activa las actividades interactivas una a una, la clase responde en el móvil y, con «Resolver», la respuesta correcta aparece a la vez en la pizarra y en todos los móviles. La clave de respuestas de todas las preguntas está en su Cockpit; este PDF público no la incluye a propósito para que no llegue antes a la clase. Al final, usted cierra el curso; cada persona con dirección de correo recibe su certificado de participación como enlace. Este curso no incluye entrenamiento de phishing; solo lo tiene el curso «Autodefensa digital».

Qué necesita: un proyector o una pantalla con acceso a internet y la clase con smartphones. Quien no tenga móvil participa con su compañero de al lado.

Relación con el plan de estudios de Baden-Württemberg

De 7.º a 9.º curso (unos 12 a 15 años) · Duración: dos sesiones dobles o cuatro sencillas, el bloque de IA también como sesión doble independiente · Versión de 03.10.2026

En 7.º curso cubre casi por completo el eje de la guía de lectura «manipulación a través de los medios» y en 8.º y 9.º apoya la perspectiva transversal de Educación Mediática en Alemán, Ciencias Sociales, Ética y Plástica. Ámbitos de acción de la perspectiva rectora «Vivir y aprender en un mundo digitalizado»: Analizar los medios y la sociedad mediática, Recopilar, comprender y evaluar información, Actuar con responsabilidad y protegerse, Usar herramientas digitales y el pensamiento algorítmico.



Ámbito	Competencia (guía de lectura de Informática y Educación Mediática 2026/27 o plan de estudios 2016)
Digitalidad y participación (7.º curso: videojuegos y manipulación a través de los medios)	Actores del espacio digital y sus intereses; influencia mediante algoritmos, valoraciones y publicidad; valorar la fiabilidad; fake news y deepfakes; aspectos psicológicos y sociales de los videojuegos, monetización Lecciones: Cómo nace una noticia, Fake news, Imágenes de IA y deepfakes, Algoritmos, Publicidad e influencers, Videojuegos: por qué no puedes parar
Información y datos	Comprobar información con criterios; criterios de fiabilidad; los resultados de búsqueda generados por IA pueden llevar a valoraciones erróneas Lecciones: Bloque de IA: Qué son las herramientas de IA, La IA siempre suena segura, La trampa del aprendizaje, Usar la IA con cabeza y con seguridad
Comunicación y seguridad	Describir los rasgos de comportamientos hirientes (ciberacoso, discurso de odio); nombrar estrategias, recursos de ayuda y vías de denuncia Lecciones: Ciberacoso
Trabajo digital	Describir formas de alteración y manipulación técnica de los medios; aplicar las normas de derechos de autor y el derecho a la propia imagen Lecciones: Imágenes de IA y deepfakes, Derechos de imagen
Perspectiva transversal de Educación Mediática	Análisis de medios, sociedad mediática, información y conocimiento, protección de menores en los medios, producción y presentación
Curso de ampliación de Informática, 3.1.4 Sociedad de la información y seguridad de los datos	(5) Derecho a la propia imagen y derechos de autor, (6) generación de datos personales al usar servicios

Esta correspondencia es una valoración profesional del proveedor, no una aprobación oficial. Para los cursos 8.º a 10.º rige el plan de estudios de 2016 hasta la entrada en vigor del plan de Informática y Educación Mediática (2027/28).





Resumen de las lecciones

Lección		Actividades interactivas
1.	Para empezar: ¿cuántos medios hay realmente en tu día? Curso 5/6 · Digitalidad y participación En qué pasamos el tiempo cada día y quién decide lo que vemos mientras tanto.	Nube de palabras, Quiz
2.	¿Por qué ves justo esto? Algoritmos y burbujas de filtros Curso 7 · Digitalidad y participación Cómo deciden los sistemas de recomendación lo que aparece en tu feed y qué efecto tiene en ti.	Nube de palabras, Quiz
3.	Publicidad, influencers y el dinero que hay detrás Curso 5/6 · Digitalidad y participación Quién gana dinero con qué, cómo debe identificarse la publicidad y cómo funcionan las compras dentro de las apps.	Quiz
4.	Videojuegos: por qué no puedes parar Curso 7 · Digitalidad y participación Qué hace que los juegos enganchen tanto (motivación, inmersión, historia), qué significan socialmente (equipo, pertenencia, presión, aislamiento), cómo ganan dinero y cómo valorar con sinceridad tu propio uso.	Nube de palabras, Quiz, Quiz
5.	Cómo nace una noticia y cómo reconoces la calidad Curso 5/6 · Información y datos Redacción, fuentes, opinión y noticia: la diferencia entre periodismo y una publicación.	Quiz
6.	Fake news y desinformación: el juego de verificación de datos Curso 5/6 · Información y datos Cómo se fabrican las noticias inventadas, por qué se difunden tan rápido y cómo las compruebas.	Juego: faktencheck, Quiz
7.	Imágenes de IA, deepfakes y chatbots Curso 7 · Información y datos Qué puede generar la inteligencia artificial, cómo lo reconoces y por qué un chatbot no es una fuente.	Nube de palabras, Quiz
8.	Qué son las herramientas de IA - y cómo «piensan» Curso 5/6 · Información y datos ChatGPT y compañía son modelos de lenguaje: adivinan palabra por palabra qué encaja mejor. Qué significa eso y qué pueden hacer hoy las herramientas.	Quiz





9.	Qué herramientas de IA existen - y a partir de qué edad puedes usarlas Curso 5/6 · Digitalidad y participación Las herramientas más conocidas y sus límites de edad. Por qué existen esos límites y qué hacer si tienes dudas.	Quiz
10.	La IA siempre suena segura - incluso cuando se equivoca Curso 5/6 · Información y datos Por qué nunca debes creer a ciegas las respuestas de una IA: hechos inventados, fuentes inventadas, prejuicios ocultos.	Quiz
11.	La trampa del aprendizaje: si dejas que la IA piense, no aprendes nada Complemento · Práctica: aprender con IA El mayor riesgo para el aprendizaje - y cómo convertir la IA de máquina de soluciones en entrenador de estudio.	Quiz
12.	Usar la IA con cabeza y con seguridad Curso 5/6 · Comunicación y seguridad Qué datos no debes introducir nunca, por qué las imágenes falsas son peligrosas - y las habilidades que te hacen fuerte en la era de la IA.	Quiz
13.	Ciberacoso: reconocerlo, reaccionar, pedir ayuda Curso 5/6 · Comunicación y seguridad Qué es el ciberacoso, cómo puedes defenderte y dónde encontrar ayuda.	Quiz
14.	¿Puedes publicar eso? Derecho a la propia imagen, memes y música Curso 5/6 · Comunicación y seguridad / Trabajo digital Qué puedes mostrar de otras personas, qué te pertenece y qué tienen que ver los derechos de autor con tu meme.	Quiz
15.	Tu caja de herramientas mediática Complemento · Resumen Todo lo importante de un vistazo y lo que viene ahora.	Nube de palabras, Quiz

En las páginas siguientes aparece cada lección completa, con todas las preguntas y opciones de respuesta. Las soluciones marcadas solo están en su Cockpit.





1. Para empezar: ¿cuántos medios hay realmente en tu día?

En qué pasamos el tiempo cada día y quién decide lo que vemos mientras tanto.

Haz la cuenta

El móvil en la cama por la mañana, música de camino al instituto, vídeos en el recreo, streaming por la noche. Los jóvenes en Alemania pasan de media **más de tres horas al día** con medios en línea, sin contar el colegio ni los deberes. Es más tiempo del que la mayoría pasa hablando con su familia.

Nube de palabras

¿Qué app abres primero por la mañana?

De qué trata este curso

La competencia mediática no significa «saber hacer mucho con el móvil». Significa: **saber interpretar lo que ves**. ¿Quién ha hecho esto? ¿Por qué lo veo? ¿Es verdad siquiera? ¿Y puedo reenviarlo?

En las próximas clases veremos:

- cómo nace una noticia real y cómo una inventada
- cómo reconocer imágenes de IA y deepfakes
- por qué te han sugerido justo este vídeo
- quién gana dinero con tu atención
- qué puedes publicar y qué no

Importante





Todo lo que te muestran lo ha elegido alguien. O una persona o un algoritmo. Nunca es casualidad.

Tres preguntas que siempre ayudan

1. **¿Quién lo dice?** ¿Hay un nombre, un aviso legal, una redacción?
2. **¿Por qué veo esto?** ¿Es publicidad, opinión, noticia o entretenimiento?
3. **¿Cómo lo sabe?** ¿Se cita una fuente que se pueda comprobar?

Estas tres preguntas cuestan diez segundos y te libran de la mayoría de los errores.

Pregunta de quiz

Ves un vídeo que te pone furioso. ¿Qué haces primero?

Opciones de respuesta

- Compartirlo enseguida para que lo vea todo el mundo
- Mirar quién lo ha subido
- Comprobar si una fuente seria informa de lo mismo
- Escribir en los comentarios que es una vergüenza
- De momento no hacer nada y pensar un poco

Consejo

La reacción más fuerte ante una publicación indignante es el pulgar que **no** pulsa «Compartir».



2. ¿Por qué ves justo esto? Algoritmos y burbujas de filtros

Cómo deciden los sistemas de recomendación lo que aparece en tu feed y qué efecto tiene en ti.

Tu feed no es una ventana, es una selección

Ninguna plataforma te lo muestra todo. Te muestra lo que probablemente te retenga más tiempo. Lo mide por tu comportamiento: cuánto tiempo miras, qué te gusta, dónde sigues deslizando, cuándo vuelves a abrir la app.

Importante

El objetivo del algoritmo no es que estés bien informado. El objetivo es que te quedes.

Lo que hace subir un contenido

- **Tiempo de visualización:** los vídeos que ves hasta el final
- **Reacciones:** los comentarios cuentan más que los «me gusta», y las discusiones generan comentarios
- **Similitud:** personas con un comportamiento parecido también lo vieron
- **Novedad:** lo recién subido se muestra a modo de prueba

Por eso las publicaciones indignantes y extremas acaban más arriba que las tranquilas. No porque alguien lo quiera así, sino porque retienen más tiempo.

Burbuja de filtros y cámara de eco

Cuando durante semanas solo te muestran cosas parecidas, tienes la impresión de que





«todo el mundo lo ve así». Eso se llama **burbuja de filtros**. Si además en tus grupos todos dicen lo mismo y la discrepancia desaparece, es una **cámara de eco**.

Complemento

La burbuja no se nota desde dentro. La única prueba: pregunta a alguien que use sus apps de otra forma qué aparece en su feed. Suele ser otro mundo.

Lo que puedes controlar tú

- Usar activamente «**No me interesa**», funciona mejor que seguir deslizando
- **Dejar de seguir** cuentas que te ponen furioso con frecuencia
- Seguir a propósito **dos fuentes** que no piensen como tú
- Elegir el **feed cronológico** cuando la app lo ofrezca
- Mirar tu **tiempo de pantalla**, no como castigo, sino como medida

Nube de palabras

¿Cómo te sientes después de 30 minutos deslizando, en una palabra?

Pregunta de quiz

¿Qué te hace subir en el algoritmo?

Opciones de respuesta

- Que la gente mire durante mucho tiempo
- Que haya muchos comentarios y discusiones
- Que el contenido sea verdad
- Que usuarios parecidos también lo hayan visto
- Que la fuente sea seria



3. Publicidad, influencers y el dinero que hay detrás

Quién gana dinero con qué, cómo debe identificarse la publicidad y cómo funcionan las compras dentro de las apps.

Si no pagas, no eres el cliente

La mayoría de las apps no cuestan nada. Aun así ganan dinero, con publicidad hecha a tu medida. Para ello se mide qué te gusta, dónde estás y cuánto tiempo te quedas. Está permitido y se informa de ello, solo que rara vez hay alguien al lado que lo explique.

Cómo es hoy la publicidad

- **Anuncio en el feed:** parece una publicación normal, marcada como «Patrocinado»
- **Emplazamiento de producto:** el producto simplemente aparece en la imagen
- **Enlace de afiliado:** hay dinero por cada clic o compra
- **Código de descuento:** el código personal sirve para la liquidación
- **Sorteo:** se paga con datos personales y alcance

Importante

En Alemania, la publicidad pagada debe identificarse claramente, con «Werbung» (publicidad) o «Anzeige» (anuncio). Un «#ad» al final, entre treinta hashtags, no basta legalmente.

Por qué te importa

Un influencer al que paga una empresa no dirá que el producto es malo. No es maldad, es el contrato. Así que una recomendación solo es una recomendación de verdad si

nadie ha pagado por ella.

Consejo

Antes de comprar algo que te ha recomendado una persona en un vídeo: busca el nombre del producto más «prueba» u «opiniones». Dos minutos que a menudo ahorran dinero.

Compras dentro de las apps y cajas de botín

Los juegos ganan dinero con pequeñas cantidades. El mecanismo es igual en todas partes: primero es gratis, luego se vuelve pesado, luego hay un atajo por 2,99 €. A eso se suman las cajas de botín: pagas por una posibilidad al azar, no por un objeto.

- **A partir de los 7 años, las compras necesitan el consentimiento de los padres** (en Alemania: § 107 BGB, el Código Civil; la «regla de la paga» tiene límites estrechos)
- Las **suscripciones** se renuevan automáticamente. Revisa el plazo de cancelación
- No guardar los **datos de pago** de forma permanente en el dispositivo

Pregunta de quiz

¿Qué es publicidad que debe identificarse?

Opciones de respuesta

- Un vídeo por el que la empresa ha pagado
- Una publicación con el código de descuento personal del fabricante
- Un producto enviado gratis que se muestra
- Un producto favorito que alguien compró por su cuenta y muestra sin recibir nada a cambio
- Un enlace de afiliado en la descripción



4. Videojuegos: por qué no puedes parar

Qué hace que los juegos enganchen tanto (motivación, inmersión, historia), qué significan socialmente (equipo, pertenencia, presión, aislamiento), cómo ganan dinero y cómo valorar con sinceridad tu propio uso.

Los juegos no son malos. Pero están diseñados.

Un buen juego es un buen juego: historia, habilidad, amigos, diversión. Al mismo tiempo, en las empresas de videojuegos trabajan psicólogos cuya tarea es que **sigas jugando**. Las dos cosas son ciertas. Quien conoce la mecánica sigue jugando, pero de forma **más consciente**.

Por qué engancha tanto

- **Recompensas en pequeñas dosis.** Subida de nivel, cofre, skin nueva, barra de progreso. El cerebro recibe pequeños éxitos constantemente; en la vida real llegan con menos frecuencia.
- **Inmersión.** No estás delante de la pantalla, estás *dentro*. El mundo, el sonido, el personaje: después de una hora, parar se siente como si te sacaran de una película.
- **Narrativa.** «Solo esta misión». Los juegos terminan a propósito con hilos sueltos.
- **Escasez artificial.** «Solo hoy», misiones diarias, bonificaciones por conectarte. Quien se salta un día pierde algo.

Nube de palabras

¿Qué es lo que más te engancha de tu juego favorito? Una palabra.

Lo que significa socialmente

Para muchos, los videojuegos son el lugar donde ocurren las amistades: equipo, chat de





voz, victorias compartidas. Eso es real y valioso. Pero también tiene su lado malo:

- La **pertenencia** puede convertirse en **presión de grupo**: «Conéctate, que si no perdemos».
- El **juego en equipo** es genial hasta que cambia el tono en el chat de voz: insultos, exclusión, odio.
- El **aislamiento** es posible aunque hables con gente todo el rato, cuando los amigos en línea se convierten en los únicos.

Importante

La pregunta no es «¿Cuántas horas?», sino: **¿Qué dejas de lado por ello?** Dormir, el instituto, el deporte, los amigos en la vida real, la familia. Si alguna de esas cosas sale perdiendo con regularidad, es demasiado.

Cómo ganan dinero los juegos

La mayoría de los juegos son gratis. El dinero sale de la **monetización**:

- **Cajas de botín (loot boxes)**: pagas sin saber qué te va a tocar. En el fondo es un juego de azar; por eso está prohibido en algunos países.
- **Pase de batalla**: pagar y luego *tener que* jugar para que «merezca la pena».
- **Skins y monedas**: con una moneda de fantasía no te das cuenta de que 2.800 V-Bucks son dinero real.
- **Pay-to-win**: quien paga, gana. Quien no paga es carne de cañón.

Pregunta de quiz

¿Qué mecánicas buscan que sigas jugando o que pagues?

Opciones de respuesta

Bonificaciones diarias por conectarte que se pierden si te saltas un día

Cajas de botín con contenido desconocido





Una moneda de fantasía en lugar de importes en euros

Una buena historia con un final de verdad

Valorarlo con sinceridad

Responde para ti (no en voz alta):

1. ¿Me pongo de **mal humor** cuando tengo que parar?
2. ¿Juego para **evitar algo** (deberes, discusiones, aburrimiento, tristeza)?
3. ¿He **cancelado** algo en las últimas semanas para jugar?
4. ¿**Miento** a veces sobre cuánto tiempo juego?

Dos síes o más: no hay motivo para el pánico, pero sí para hablar con alguien y ponerte normas a ti mismo.

Pregunta de quiz

¿Cómo te das cuenta de que los videojuegos ocupan demasiado espacio?

Opciones de respuesta

Cancelo planes para jugar

Juego para no sentir una discusión o la tristeza

El fin de semana juego tres horas con amigos

Tengo ganas de que salga la nueva actualización

Consejo

Haz visible tu tiempo de juego (la consola o el móvil lo muestran), fija **un final antes de empezar** («hasta las 19:00», no «una partida más») y ten al menos una cosa a la semana que no tenga nada que ver con pantallas y que sea solo tuya.



5. Cómo nace una noticia y cómo reconoces la calidad

Redacción, fuentes, opinión y noticia: la diferencia entre periodismo y una publicación.

El camino de una noticia

En una redacción seria ocurre lo siguiente antes de que algo se publique:

1. **Aviso:** alguien informa de algo, una agencia, un organismo público, una persona en el lugar
2. **Comprobación:** al menos dos fuentes independientes confirman lo esencial
3. **Contraste:** se pregunta a la otra parte
4. **Revisión:** otra persona revisa el texto
5. **Publicación:** con nombre, fecha y responsable en el aviso legal
6. **Corrección:** si algo resulta ser falso, se corrige de forma visible

Con una publicación en redes ocurre esto: escribir, enviar. Esa es toda la diferencia y la razón por la que una publicación es más rápida y una noticia es más fiable.

Complemento

Agencias de noticias como dpa, Reuters o AFP abastecen a casi todas las redacciones. Si una noticia no aparece en ningún otro sitio aunque sería enorme, es una señal de alarma.

Noticia, comentario, publicidad

Formato	Objetivo	Cómo reconocerlo
Noticia	informar	objetiva, cita fuentes, autor identificado



Formato	Objetivo	Cómo reconocerlo
Comentario / opinión	convencer	marcado como «comentario», en primera persona, valoraciones
Reportaje	hacer vivir algo	escenas, citas, una persona en el centro
Publicidad / anuncio	vender	«Anuncio», «Patrocinado», «Publicidad», enlace a un producto
Sátira	entretener, exagerar	exageración evidente, indicación en el aviso legal

Si confundes uno de estos formatos con otro, has entendido mal el mensaje, aunque cada palabra sea cierta.

Importante

Una opinión no puede ser «falsa», una afirmación de hechos sí. Por eso conviene separar al leer: ¿qué se puede comprobar aquí y qué es una valoración?

Cómo reconocer una fuente fiable

- **Aviso legal** con dirección y persona responsable
- Aparecen la **fecha** y el **nombre del autor**
- Se citan y enlazan las **fuentes**
- Las **correcciones** están señaladas, no borradas a escondidas
- El titular **no promete más** de lo que dice el texto

Pregunta de quiz

¿Qué frases son afirmaciones de hechos que se pueden comprobar?

Opciones de respuesta

«El ayuntamiento ha suprimido el autobús 12 a partir del lunes».

«De todas formas, el autobús 12 era el peor autobús de la ciudad».





«El año pasado hubo 240 accidentes en este cruce».

«Este cruce es una vergüenza».

«El fabricante confirmó la retirada del producto el martes».

Consejo

Ante una captura de pantalla compartida, abre siempre la fuente original. Una captura se falsifica en treinta segundos, una página web no.



6. Fake news y desinformación: el juego de verificación de datos

Cómo se fabrican las noticias inventadas, por qué se difunden tan rápido y cómo las compruebas.

Por qué lo inventado va más rápido

Un estudio del MIT analizó millones de tuits: las noticias falsas se difunden en redes sociales **más rápido y más lejos** que las verdaderas. No porque los bots sean tan potentes, sino porque las personas las comparten. Lo inventado es más emocionante, y la emoción se comparte.

Importante

La desinformación se difunde a propósito, la información errónea es una equivocación. Para ti, en el momento de compartir, no hay diferencia: difundes ambas igual de lejos.

Los patrones habituales

- **Imagen real, contexto falso:** la foto es auténtica, pero tiene seis años y es de otro país
- **Cifras sin contexto:** «¡500 casos!» sin decir de qué, dónde, en qué periodo
- **Cita sin fuente:** supuestamente dicha, nunca demostrada
- **Fuente real, mensaje tergiversado:** el estudio existe, pero dice otra cosa
- **Urgencia:** «¡Compártelo antes de que lo borren!»
- **Sin remitente:** sin nombre, sin aviso legal, sin fecha



Tu herramienta de comprobación en cuatro pasos

1. **Comprobar el remitente:** ¿quién es, existe de verdad la página?
2. **Comprobar la fecha:** ¿la noticia es de hoy o de 2019?
3. **Contrastar:** ¿otras fuentes independientes informan de lo mismo?
4. **Búsqueda inversa de imágenes:** subir la imagen a Google Lens o TinEye y ver dónde apareció antes

Consejo

La búsqueda inversa de imágenes es la herramienta más potente de todas y tarda diez segundos. Sube una captura de pantalla y verás cuándo apareció la imagen por primera vez.

Juego didáctico

Cinco titulares, reales o inventados. Desbloquee el juego, deje que cada alumno responda individualmente y después repase los argumentos en la pizarra, sobre todo los casos en los que la clase se equivocó.

Quién ayuda a comprobar

- **Correctiv, dpa-Faktencheck, AFP Factual:** verificaciones de datos (Correctiv y dpa en alemán)
- **Mimikama:** comprueba sobre todo contenidos virales de redes sociales
- **Google Lens / TinEye:** búsqueda inversa de imágenes

Pregunta de quiz

¿Cómo reconoces una noticia que probablemente es inventada?

Opciones de respuesta





Sin autor, sin fecha, sin aviso legal

«¡Compártelo antes de que lo borren!»

El texto contiene cifras

El titular promete mucho más de lo que dice el texto

Ningún otro medio informa sobre ello

La publicación tiene muchos «me gusta»

7. Imágenes de IA, deepfakes y chatbots

Qué puede generar la inteligencia artificial, cómo lo reconoces y por qué un chatbot no es una fuente.

Hoy cualquiera puede generar cualquier cosa

Una imagen del papa con un plumífero, una voz que suena como la de tu madre, un vídeo en el que una política dice algo que nunca dijo: para todo eso hoy no hace falta ni estudio ni habilidad, solo una app y dos minutos.

Nube de palabras

¿Dónde te has encontrado con la IA en los últimos días?

Cómo reconoces a menudo las imágenes generadas

- **Manos y dientes:** demasiados dedos, transiciones extrañas
- **Texto en la imagen:** letras sin sentido en carteles y envases
- **Luz y sombras:** sombras que caen en direcciones distintas
- **Fondo:** caras borrosas, patrones que se repiten, líneas que se doblan
- **Piel:** demasiado lisa, demasiado uniforme, ni una sola imperfección

En los vídeos, además: la boca no encaja exactamente con el sonido, el parpadeo parece raro, el cuello no se mueve con el resto.

Importante

Estas señales desaparecen con cada nueva generación de modelos. No confíes en que «verás» las falsificaciones, confía en la fuente.

El timo del familiar con tu voz

Con tres segundos de un mensaje de voz se puede imitar una voz. Eso es justo lo que aprovechan los estafadores: una llamada, la voz del propio hijo, pánico, dinero ya.

Consejo

Acordad en la familia una **palabra clave** que solo conozcáis vosotros. Quien pida dinero o datos por teléfono y no conozca la palabra no es quien dice ser. No cuesta nada y funciona desde el primer momento.

Los chatbots no son fuentes

Un modelo de lenguaje no dice lo que es verdad, sino lo que suena plausible. Inventa fuentes, artículos de ley y citas que nunca existieron, con total seguridad.

Para los deberes significa: bueno para ideas y explicaciones, inútil como prueba. Comprueba tú mismo cada cifra, cada cita, cada enlace.

Pregunta de quiz

¿Qué es cierto sobre el manejo de contenidos de IA?

Opciones de respuesta

Un chatbot puede inventar fuentes que no existen

Con pocos segundos de un mensaje de voz se puede imitar una voz

Las imágenes de IA siempre se reconocen por las manos

Quien difunde imágenes de IA de personas reales puede vulnerar sus derechos

Lo que escribe una IA es automáticamente neutral



8. Qué son las herramientas de IA - y cómo «piensan»

ChatGPT y compañía son modelos de lenguaje: adivinan palabra por palabra qué encaja mejor. Qué significa eso y qué pueden hacer hoy las herramientas.

Quizá ya hayas escrito con **ChatGPT**, **Gemini** u otro chatbot. Estos programas se llaman **herramientas de IA** o **modelos de lenguaje**. Pero ¿cómo «saben» qué tienen que responder?

Adivinado palabra por palabra

Un modelo de lenguaje **no consulta nada** como una enciclopedia. Para cada palabra calcula qué palabra es **la más probable** a continuación - y la añade. Así se forma frase tras frase.

Lo aprendió de enormes cantidades de texto: de internet, de libros y artículos. Por eso tiene muy buen olfato para cómo suena el lenguaje.

Importante

Como la IA siempre elige la palabra *más probable*, cada respuesta suena **fluida y convincente** - pero eso **no la hace automáticamente correcta**.

Qué pueden hacer hoy las herramientas de IA

- **Escribir textos:** redacciones, correos, resúmenes - en segundos y en cualquier estilo.
- **Explicar:** con paciencia, tantas veces como quieras, como un compañero de estudio si lo deseas.
- **Entender fotos:** fotografías un ejercicio y la IA te da la solución con el desarrollo.





- **Hablar y traducir:** en tiempo real, también entre idiomas.
- **Generar imágenes, vídeos y voces:** engañosamente reales, solo a partir de una descripción.
- **Hacer tareas por sí mismas:** investigar y avanzar paso a paso.

Es potente – pero es una herramienta, no un sabelotodo. En las próximas lecciones verás a qué tienes que prestar atención.

Pregunta de quiz

¿Cómo llega un modelo de lenguaje como ChatGPT a su respuesta?

Opciones de respuesta

Calcula palabra por palabra qué palabra es la más probable a continuación

Consulta hechos comprobados en una enciclopedia

Pregunta en secreto a una persona

Siempre dice la verdad porque es un ordenador

9. Qué herramientas de IA existen - y a partir de qué edad puedes usarlas

Las herramientas más conocidas y sus límites de edad. Por qué existen esos límites y qué hacer si tienes dudas.

Hay muchas herramientas de IA, y casi todas tienen una **edad mínima**. No es para fastidiarte: se trata de **protección de datos** y de **protección de menores** - de qué datos tuyos se pueden guardar y qué contenidos son adecuados para tu edad.

Las herramientas más conocidas (a fecha de 2026)

- **ChatGPT (OpenAI):** a partir de 13 años, antes de los 18 solo con consentimiento de los padres. Tiene un modo para adolescentes.
- **Gemini (Google):** a partir de 16 años en Alemania.
- **Copilot (Microsoft):** de 13 a 18 según el país, antes de los 18 con consentimiento de los padres.
- **Claude (Anthropic):** a partir de 18 años, sin cuentas para menores.
- **My AI (Snapchat):** a partir de 13 años, directamente en la app.

Importante

Las condiciones de los proveedores **cambian a menudo**. Si no estás seguro de si puedes usar una herramienta: **pregunta a tus padres** - probarla juntos es mejor que a escondidas.

Por qué es importante

En cuanto escribes a una herramienta, revelas algo sobre ti. Cuanto más joven seas, más cuidado debes tener con **qué datos** introduces. Más sobre esto en la lección «Usar la IA con cabeza y con seguridad».



Pregunta de quiz

¿Qué es cierto sobre los límites de edad de las herramientas de IA?

Opciones de respuesta

La mayoría de las herramientas solo permiten el uso a los más jóvenes con consentimiento de los padres

Las condiciones cambian a menudo – si tienes dudas, pregunta a tus padres

Los límites de edad dan igual, lo importante es que la herramienta funcione

Para los chatbots nunca hay límite de edad



10. La IA siempre suena segura - incluso cuando se equivoca

Por qué nunca debes creer a ciegas las respuestas de una IA: hechos inventados, fuentes inventadas, prejuicios ocultos.

Lo traicionero de la IA: **siempre responde con seguridad** - incluso cuando se equivoca de lleno. Como lo formula todo con tanta fluidez, hasta lo falso suena convincente.

Lo que debes tener en cuenta

- **Inventa hechos.** Cifras, fechas y nombres falsos, formulados de forma convincente. Los expertos lo llaman «alucinar».
- **Inventa fuentes.** A veces la IA cita libros, frases o enlaces que no existen. **Compruébalo siempre tú mismo.**
- **No es neutral.** Adopta prejuicios y lagunas de los textos con los que se entrenó.
- **Los «detectores de IA» no son una prueba.** Los programas que supuestamente reconocen si un texto lo ha escrito una IA se equivocan a menudo.

Importante

Compruébalo. Ante cada respuesta de una IA, pregúntate: ¿de verdad es así? Abre fuentes reales, compara con lo que ya sabes. Solo quien sabe algo por sí mismo se da cuenta de cuándo la IA dice tonterías.

Una buena prueba: pregunta a la IA por tu instituto o por una persona de tu ciudad. A menudo obtendrás respuestas muy seguras que son totalmente inventadas.

Pregunta de quiz

Una IA te da un año y una fuente. ¿Qué haces?





Opciones de respuesta

Compruebo el año y abro la fuente antes de usarlo

Me lo creo, la IA suena muy segura

Las fuentes de una IA siempre son correctas

Un detector de IA me demuestra que todo es auténtico



11. La trampa del aprendizaje: si dejas que la IA piense, no aprendes nada

El mayor riesgo para el aprendizaje – y cómo convertir la IA de máquina de soluciones en entrenador de estudio.

La IA puede resolverte los deberes en diez segundos. ¿Práctico? A corto plazo, sí. Pero aquí está la **trampa del aprendizaje**:

Importante

Aprender requiere esfuerzo. Quien entrega una tarea por completo obtiene un resultado – pero **ningún avance en el aprendizaje**. En el próximo examen estarás ahí sentado sin la IA.

Convierte la IA en tu entrenador de estudio

El truco es **no dejar que la IA haga la solución**, sino que te ayude a pensar. Prueba con encargos como estos:

- «**No me des la solución. Hazme preguntas hasta que llegue yo solo.**»
- «Explícame el primer paso, el resto lo intento por mi cuenta.»
- «Lo he calculado así – ¿dónde está mi error de razonamiento?»

Así el pensar sigue siendo cosa tuya, y la IA solo te ayuda cuando te atascas.

Ser honesto

Si has usado IA, **dilo** – una nota breve: *¿Qué herramienta, para qué y qué he cambiado yo?* Es justo y forma parte del colegio y, más adelante, del trabajo. Y la mejor prueba de si de verdad has aprendido algo: **¿puedes explicárselo a otra persona?**



Pregunta de quiz

¿Cómo usas la IA sin caer en la trampa del aprendizaje?

Opciones de respuesta

Le pido preguntas y pistas y lo resuelvo yo

Indico cuándo he usado IA

Dejo que la IA haga todos los deberes y los entrego como míos

Copio la solución de la IA sin entenderla



12. Usar la IA con cabeza y con seguridad

Qué datos no debes introducir nunca, por qué las imágenes falsas son peligrosas – y las habilidades que te hacen fuerte en la era de la IA.

La IA es una herramienta potente. Para que te ayude y no te perjudique, sigue unas cuantas reglas.

Mantenerte seguro

- **No introduzcas datos privados.** Ni nombres completos, ni direcciones, ni notas – y **ninguna foto tuya ni de otras personas**. Lo que introduces acaba en una empresa.
- **Nada de imágenes falsas de otras personas.** Crear imágenes falsas de compañeros de clase es **acoso** y puede ser **delito** – también «de broma».
- **La IA no es un amigo de verdad.** Un chatbot siempre está ahí y casi siempre te da la razón. Pero no sustituye a personas reales, y pertenece a una empresa con sus propios intereses.
- **Cuidado con las llamadas de una voz conocida.** La IA puede imitar voces de forma engañosamente real («llamada de choque»). Una **palabra clave familiar** ayuda: solo quien la conoce es de verdad quien dice ser.

Lo que te hace fuerte

Estas habilidades valen oro al tratar con la IA – y ya las practicas en el colegio:

- **Preguntar bien:** describir con claridad la tarea, el objetivo y el contexto. Un lenguaje preciso dirige a la IA.
- **Comprobar con espíritu crítico:** contrastar afirmaciones, abrir fuentes, valorar si algo es plausible.
- **Asumir responsabilidad:** quien comparte un resultado de la IA responde de él.
- **Conciencia sobre los datos:** saber qué datos se pueden compartir – los propios y los de los demás.





Importante

La colaboración, la creatividad, la empatía y el criterio propio siguen siendo **insustituibles**. La IA te quita trabajo, no el pensar.

Pregunta de quiz

¿Qué forma parte de un uso seguro e inteligente de la IA?

Opciones de respuesta

No introducir fotos privadas, nombres ni notas

Comprobar con espíritu crítico las respuestas de la IA y abrir las fuentes

Crear y compartir imágenes falsas graciosas de compañeros de clase

Contarle todos mis secretos a la IA, al fin y al cabo es mi amiga



13. Ciberacoso: reconocerlo, reaccionar, pedir ayuda

Qué es el ciberacoso, cómo puedes defenderte y dónde encontrar ayuda.

El ciberacoso no es ninguna broma

Ciberacoso significa que alguien es insultado, amenazado, humillado o excluido de forma repetida e intencionada a través de canales digitales. No es «solo en internet», es real, hace daño y puede ser delito.

Formas de ciberacoso

- **Insultos** en chats de grupo o debajo de publicaciones
- **Exclusión** de grupos (echar o ignorar a alguien a propósito)
- **Difusión** de fotos privadas, capturas de pantalla de chats
- **Suplantación de identidad**: crear un perfil falso con tu nombre
- **Amenazas** por mensaje
- **Outing**: hacer públicos secretos personales

Importante

El ciberacoso no se acaba cuando dejas el móvil. Los mensajes siempre están ahí y otros los leen. Eso lo hace especialmente duro.

Qué puedes hacer si te afecta a ti

1. **No te quedes solo con ello.** Habla con alguien. Padres, un docente, una persona de confianza, un servicio de orientación
2. **Haz capturas de pantalla.** Guarda pruebas antes de que se borre algo
3. **No contestes.** Cada reacción le da confirmación al acosador



4. **Bloquea y denuncia.** En la plataforma, en el instituto, a la policía si es necesario
5. **Usa las líneas de ayuda (en Alemania):**
 - **Nummer gegen Kummer:** 116 111 (gratuito, anónimo)
 - **Jugend-Notmail:** jugend.notmail.de
 - **Klicksafe:** klicksafe.de

Qué puedes hacer si lo ves en otras personas

- **No participes:** incluso «solo» mirar o dar «me gusta» es participar
- **Avisa a la persona afectada:** «Oye, he visto lo que se está escribiendo en el grupo. Eso no está bien.»
- **Denúncialo:** en la plataforma, a un docente

Consejo

Imagina que el mensaje se hubiera escrito sobre ti. Si te dolería, se ha cruzado el límite.

Consecuencias legales

El ciberacoso puede tener graves consecuencias penales (Código Penal alemán, StGB):

Acción	Punible a partir de
Injurias (§185 StGB)	14 años
Coacciones y amenazas (§240, §241 StGB)	14 años
Vulneración de la intimidad mediante grabaciones de imagen (§201a StGB)	14 años
Acoso / stalking (§238 StGB)	14 años

En Alemania eres penalmente responsable a partir de los 14 años. Eso significa: policía, tribunal de menores, expediente.

**Pregunta para debatir en clase:**

Un compañero publica en un grupo de WhatsApp una foto embarazosa de alguien de vuestra clase. 15 personas ya la han visto y se han reído. ¿Cuál es la reacción correcta?

Pregunta de quiz

Alguien de tu clase está siendo machacado en internet. ¿Qué ayuda?

Opciones de respuesta

Guardar capturas de pantalla como prueba

Insultar de vuelta

Denunciar y bloquear

Avisar a una persona adulta

Escribir a la persona afectada que te has dado cuenta



14. ¿Puedes publicar eso? Derecho a la propia imagen, memes y música

Qué puedes mostrar de otras personas, qué te pertenece y qué tienen que ver los derechos de autor con tu meme.

La regla más importante en una frase

Cada persona decide por sí misma dónde aparece su imagen. Esto se llama derecho a la propia imagen y, en Alemania, está recogido en la Ley de derechos de autor sobre obras artísticas (Kunsturhebergesetz). Sin consentimiento no puedes publicar una foto en la que se reconozca a una persona, ni siquiera en el grupo de clase, ni siquiera «solo de broma».

Importante

Hacer una foto y publicarla son dos cosas distintas. Puedes hacer la foto de grupo. Si se sube a internet lo deciden todas las personas que salen en ella.

Lo que es especialmente delicado

- **Capturas de pantalla de chats:** el texto pertenece a la persona que lo escribió
- **Fotos en vestuarios, baños, aulas:** § 201a StGB (Código Penal alemán), es delito
- **Imágenes embarazosas:** aunque la persona haya aceptado que le hicieran la foto
- **Reenviar:** quien reenvía también publica

Derechos de autor: música, imágenes, vídeos

Todo lo que alguien ha creado le pertenece: canciones, fotos, dibujos, textos. Para tu



propio vídeo significa:

Lo que quieres hacer	Lo que se aplica
Poner una canción en tu vídeo	solo con licencia o desde la biblioteca de la propia plataforma
Publicar la foto de otra persona	solo con permiso o con una licencia libre (p. ej., Creative Commons)
Meme con una escena de película	legalmente una zona gris, tolerado pero no permitido
Obra propia	te pertenece, aunque otros la compartan

Complemento

Las plataformas tienen contratos de música. La misma canción que te ofrece TikTok puede provocar un bloqueo si la subes a YouTube. La licencia solo vale donde se ha contratado.

Si alguien te muestra sin permiso

1. **Habla directamente** con la persona y pídele que lo borre
2. **Denuncia la publicación en la plataforma**, todos los grandes servicios tienen un formulario para ello
3. Guarda una **captura de pantalla como prueba**
4. En caso de amenazas o contenido sexual: **implica a personas adultas** y, si es necesario, denúncialo

Consejo

Antes de publicar, pregunta rápido: «¿Te parece bien si subo esto?» Tarda cinco segundos y ahorra muchos disgustos, también en las amistades.

Pregunta de quiz



¿Qué puedes publicar sin más?

Opciones de respuesta

Una foto tuya en la que no se reconoce a nadie más

Una captura de pantalla del chat de clase con nombres

Una foto de grupo en la que no se preguntó a dos personas

Un vídeo propio con música de la biblioteca de la plataforma

Una foto graciosa de una compañera que a ella le da vergüenza



15. Tu caja de herramientas mediática

Todo lo importante de un vistazo y lo que viene ahora.

Lo que debería quedarte

Al leer y ver

- ¿Quién lo dice? ¿Por qué veo esto? ¿Cómo lo sabe?
- Distinguir noticia, opinión y publicidad
- Con emociones fuertes: primero comprobar, luego compartir
- Hacer una búsqueda inversa de imágenes antes de reenviarlas
- Los chatbots explican, no son pruebas

Al publicar

- Preguntar a las personas antes de mostrarlas
- Música e imágenes solo con licencia
- Las capturas de chats se quedan en privado
- No publicar nada que tuvieras que explicar dentro de cinco años

En el trato con los demás

- No reírse cuando machacan a alguien
- Guardar pruebas, denunciar, pedir ayuda
- Nummer gegen Kummer (línea de ayuda gratuita para niños y jóvenes en Alemania): **116 111**

Importante

La competencia mediática no es un conocimiento que se tiene de una vez para siempre. Es un hábito: parar un momento antes de hacer clic, compartir o publicar.



Cómo sigue

Cuando tu docente cierre el curso, recibirás tu certificado de participación como enlace por correo electrónico. La parte práctica con correos de phishing simulados está en el curso «Autodefensa digital»: allí aprendes a reconocer ataques y lo demuestras en tu bandeja de entrada.

Complemento

Si todavía no has dado una dirección de correo electrónico: escanea el código del curso en la pizarra y añádela. Sin dirección, tu docente no puede enviarte el certificado.

Nube de palabras

¿Qué te llevas de este curso, en una palabra?

Pregunta de quiz

Para terminar: ¿qué es cierto?

Opciones de respuesta

Todo lo que me muestran lo ha elegido alguien o un algoritmo

La publicidad pagada debe estar identificada

Solo publico una foto de otras personas con su consentimiento

Muchos «me gusta» son señal de una fuente seria

Con emociones fuertes merece la pena hacer una búsqueda inversa de imágenes

Puedo citar como fuente lo que escribe un chatbot

