

Mensajes ocultos

Saber "leer entre líneas" nos ayuda a reconocer los mensajes ocultos que se cuelan en los textos/vídeos atractivos. A partir de diferentes textos, los participantes aprenderán a descubrir los diferentes significados que puede contener un enunciado. Esta actividad trata de desarrollar el pensamiento crítico de los participantes hacia las noticias y mensajes que aparecen en los diferentes medios de comunicación o en redes sociales.

Módulo	Tamaño del grupo	Edad	Duración
• Prevención	• pequeño	• 16 - 19 • 20 - 24	• 1 hora

Objetivos principales

- Detectar formas verbales y no verbales utilizadas en los medios de comunicación para apelar a las emociones de los lectores sobre el tema de los extranjeros/otras nacionalidades;
- Identificar partes del texto que apelan al miedo, o incitan a la hostilidad hacia los extranjeros;
- Familiarizarse con las estrategias/frases o palabras más comunes con la que los medios captan nuestra atención;
- Saber distinguir argumentos objetivos y subjetivos.

Participantes

Alumnado, estudiantes, jóvenes.

Descripcion de actividad

Parte 1:

Paso 1 "Lee entre las líneas," los participantes trabajan de forma individual o en grupos pequeños.

Opción 1: cada participante trabaja a partir del mismo medio (por ejemplo: revistas)

Opción 2: El grupo trabaja a partir de diferentes tipos de medios (TV, programas de radio, videojuegos, websites, apps, ...)

La persona dinamizadora da instrucciones y luego recoge las respuestas en una pizarra interactiva / papelógrafo/presentación PowerPoint.

Preguntas:

P1: ¿Qué elementos de la portada indican los puntos que se pretenden resaltar? (titulares, imágenes, parte superior de la página, primera historia debajo del pliegue, columna extra-ancha, etc.)

P2: ¿Cuáles son los elementos que están destinados a incitar a abrir el periódico/seguir escuchando la radio/o seguir viendo la TV o jugando? (índice, adelanto de otras secciones, historias que continúan en otras páginas/partes, referencias a artículos relacionados en otra sección)

P3: ¿Cómo te sientes después de leer / escuchar / jugar a esto?

(sentimiento de miedo, desesperación, culpa, cólera, incertidumbre, falta de información, envidia, deseo de saber más, sensación de que alguien va a llevarse lo que me pertenece...).

P4: ¿Los títulos / imágenes / palabras han influido en tu opinión?. ¿En qué sentido?

Los resultados de la investigación en el aula deben estar relacionados con la idea de que los medios de comunicación son el producto de una construcción premeditada (Anexo 1).

Paso 2: ¿Cómo me atraparon?

Cada participante apunta las palabras e imágenes que han cambiado su manera de pensar.

Paso 3: Volvamos a leer

Ayudándose de la estructura del pensamiento crítico (Anexo 2), los participantes vuelven a analizar el mismo contenido mediático y anotan sus conclusiones.

Parte 2:

“**Descifrando lo oculto**” da la oportunidad de entrenarse en la identificación de las estrategias de comunicación y del público objetivo (Anexo 3). En esta parte de la actividad, los participantes aprenderán a diferenciar argumentos objetivos y subjetivos. La última parte consiste en un ejercicio de auto-reflexión sobre lo que saben acerca de los extranjeros y lo que deciden creer.

Se abre una discusión en parejas o en pequeño grupo, dirigida por el/la facilitador/a. Se debe tomar en consideración la parte introductoria (Anexo 3) y la discusión sobre cada objetivo de las técnicas.

Paso 1: Los participantes deben elegir uno o varios textos e identificar: a) su propósito, b) las estrategias empleadas y c) el público objetivo al que se dirige cada texto.

Paso 2: Una vez acabada esta tarea, se les pide que identifiquen partes de dichos textos en los que el público objetivo sean jóvenes desempleados o con un trabajo precario. Siguiendo las referencias del Anexo 3, deberán indicar de qué manera los textos se refieren a ellos.

Paso 3: También se les pide que lean y comparen un artículo de un periódico “de derechas” con otro de un periódico “de izquierdas”. Siguiendo las indicaciones del Anexo 3, deberán analizar sesgos en el discurso y contestar a las siguientes preguntas:

1. a) ¿Dónde están las diferencias y cómo se traducen? b) ¿Cuáles son las similitudes?

Paso 4: Se requiere de los participantes que relaten lo que conocen de los extranjeros que viven en

su país (deben hablar de lo que conocen, no de lo que piensan). A continuación, se les pide que lean una entrevista o testimonio de una persona extranjera/migrante. Seguidamente, deberán responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo me siento tras esta lectura?
2. ¿Sigo pensando lo mismo?
3. ¿Dónde puedo buscar información más detallada?

El objetivo de esta última tarea es probar en qué medida el texto influyó en las emociones de los estudiantes y cómo éstas influyeron en sus pensamientos. La última pregunta está destinada a enseñar al alumnado cómo establecer una distancia emocional y formular una opinión a partir de hechos verificados.

Materiales necesarios

- Juegos videos, TV, radio, periódicos y revistas.
- Copias del Anexo 1 y 2.
- Fichas con estudios de caso y tareas.

Metodología

Grupo de discusión, debate, método de análisis, trabajo a partir de textos y fotografías, método de aula invertida, semi-presencial, obtención de resultados de las muestras, método de evaluación y auto-reflexión.

Recomendaciones

Los estudiantes que tienen dificultades para trabajar solos pueden ser ayudados por otros para mejorar su rendimiento. El ejercicio se puede hacer individualmente o en grupo pequeño. Se puede pedir a los estudiantes que busquen ellos mismos fuera del aula textos relacionados con el tema en diferentes medios de comunicación. También sería útil tener copias de otras portadas de periódicos, para disponer de una mayor variedad de textos para examinar.

Fuente / Literatura

Adaptado de: Chris M. Worsnop: Media Literacy through critical thinking, teaching material, NW Media for Excellence in Media Literacy, Washington State Office of Superintendent of Public Instruction.

Notas de actividad

Documentos de soporte:

[Anexo 1 - Hoja de trabajo: Punto de partida para la interpretación](#)

[Anexo 2 - Hoja de trabajo: Estructura de la lectura y del pensamiento crítico](#)

[Anexo 3 - Hoja de trabajo: Detectar las técnicas de los medios de comunicación y su público destinatario](#)



Licencia de atribución CC usos no comerciales y share-alike
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Mensajes ocultos. Extraído de Miércoles Mayo 6, 2026 desde
<https://toolbox.ycare.eu/courses/YCARE250/>

<https://www.ycare.eu>

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Esta publicación financiada con el apoyo de la Comisión Europea es responsabilidad exclusiva de su autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.