UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

Dipòsit digital de documents de la UAB

This is the **published version** of the bachelor thesis:

Berlanga Marco, Rosa. *El desenvolupament del pensament crític a l'aula de Primària a través de l'anàlisi dels mitjans de comunicació*. Treball de Final de Grau (Universitat Autònoma de Barcelona), 2026 (Educació Primària). 44 pàg.

This version is available at https://ddd.uab.cat/record/336871

under the terms of the CC BY-SA license.

Universitat Autònoma de Barcelona

El desenvolupament del pensament crític a l'aula de Primària a través de l'anàlisi dels mitjans de comunicació

Treball de Fi de Grau

Autora: Rosa Berlanga Marco

Grau en Educació Primària, UAB

Tutor: Víctor Pastor Castro

Departament de Didàctica de les Ciències Socials

Juny 2026

AGRAÏMENTS

Aquest Treball de Fi de Grau significa el final d'una etapa molt significativa de la meva vida com a estudiant universitària. Encara recordo quan, amb només 6 anys li vaig dir a ma mare que de gran volia ser mestra. Des d'aquell moment, mai vaig canviar d'opinió ni vaig replantejar-me un altre camí. I a dia d'avui aquí em trobo, redactant els agraïments del meu TFG del grau en Educació Primària.

Així doncs, en primer lloc, vull agrair a la Rosa petita, que gràcies al seu esforç i a la seva il·lusió ara jo estic aquí, complint el seu somni. També vull dedicar aquest treball als meus avis, que no van poder veure com aconseguia entrar a la universitat ni tampoc podran acompanyar-me el dia de la graduació. Tot i això tinc la sensació de que estan orgullosos de mi allà on siguin.

De manera molt especial, vull agrair a la meva mare, el meu principal suport i el meu gran referent. El teu camí com a primera graduada de la família a la Universitat Autònoma de Barcelona ha estat per a mi un referent. Seguir els teus passos i poder convertir-me ara en la segona graduada de la família a la mateixa universitat que tú és tot un orgull immens i un somni compartit.

D'altra banda, també agraïr l'estima i recolzament que sempre he sentit per les persones del meu entorn proper; el meu pare, els meus dos germans, el meu tiet i els meus amics i amigues. Aquest treball és per a tots vosaltres. Gràcies per acompanyar-me en cada etapa personal i per creure sempre en mi.

RESUM

Aquesta recerca neix de la necessitat d'analitzar el desenvolupament del pensament crític i de l'alfabetització mediàtica de l'alumnat de Primària vers l'ecosistema digital actual. Més específicament, s'ha desenvolupat una investigació de caràcter empíric i metodològica mixta implementada a tres centres educatius amb titularitats i nivells de complexitat diversos. L'estudi se centra en l'alumnat de 6è de Primària, considerant aquesta etapa com una "finestra de risc" clau abans de la transició a l'Educació Secundària

Paraules clau: pensament crític, alfabetització mediàtica, ciutadania crítica, mitjans de comunicació, desinformació.

RESUMEN

Esta investigación nace de la necesidad de analizar el desarrollo del pensamiento crítico y de la alfabetización mediática del alumnado de Primaria hacia el ecosistema digital actual. Más específicamente, se ha desarrollado una investigación de carácter empírico y metodológica mixta implementada en tres centros educativos con titularidades y niveles de complejidad diversos. El estudio se centra en el alumnado de 6º de Primaria, considerando esta etapa como una "ventana de riesgo" clave antes de la transición a la Educación Secundaria.

Palabras clave: pensamiento crítico, alfabetización mediática, ciudadanía crítica, medios de comunicación, desinformación.

ABSTRACT

This research stems from the need to analyze the development of critical thinking and media literacy among Primary School students regarding the current digital ecosystem. More specifically, an empirical investigation with a mixed-methodology approach has been developed and implemented in three educational centers with different types of ownership and levels of complexity. The study focuses on 6th-grade students, considering this stage as a key "risk window" before the transition to Secondary Education.

Keywords: critical thinking, media literacy, critical citizenship, mass media, disinformation.

ÍNDEX

1. PLANTEJAMENT..... 4
2. OBJECTIUS..... 5
3. MARC TEÒRIC..... 6
3.1. Pensament crític..... 6
3.2. Mitjans de comunicació..... 7
3.3. Alfabetització mediàtica..... 8
3.4. Competència mediàtica..... 10
3.5. L'anàlisi crítica dels mitjans de comunicació..... 11
3.6. La desinformació i les fake news..... 12
3.7. La ciutadania crítica..... 14
4. CONTEXT DE LA RECERCA..... 15
5. MARC METODOLÒGIC..... 16
5.1. Metodologia de la recerca..... 16
5.2. Mostra de la recerca..... 17
5.3. Tècniques i instruments de recollida de dades..... 17
6. RESULTATS..... 19
6.1. Grup-mostra A (Escola El Turó, Montcada i Reixac)..... 19
6.1.1. Accés i ús de dispositius mòbils i xarxes socials..... 19
6.1.2. Consum mediàtic i tractament crític de la informació..... 20
6.1.3. Classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa..... 21
6.2. Grup-mostra B (Escola Sant Jordi, Montmeló)..... 22
6.2.1. Accés i ús de dispositius mòbils i xarxes socials..... 23
6.2.2. Consum mediàtic i tractament crític de la informació..... 24
6.2.3. Classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa..... 25
6.3. Grup-mostra C (Escola Sant Gervasi, Mollet)..... 26
6.3.1. Accés i ús de dispositius mòbils i xarxes socials..... 26
6.3.2. Consum mediàtic i tractament crític de la informació..... 27
6.3.3. Classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa..... 28
7. DISCUSSIÓ DELS RESULTATS..... 29

7.1. Accés precoç i autonomia digital de l'alumnat.....29
7.2. Consum mediàtic superficial i dificultats en el contrast de la informació.....31
7.3. Interpretació crítica dels missatges mediàtics: identificació de desinformació, manipulació i intencionalitat.....32
7.4. Relació entre alfabetització mediàtica percebuda i competència real.....33
7.5. Pensament crític i construcció d'una ciutadania crítica.....35
7.6. Síntesi final de la discussió.....35
8. CONCLUSIONS I CONSIDERACIONS FINALS.....36
8.1. Assoliment dels objectius i connexió amb el marc teòric.....36
8.2. Contribució al camp de l'Educació i de les Ciències Socials.....38
8.3. Implicacions pedagògiques i didàctiques.....39
8.4. Limitacions i noves línies de treball.....40
9. LLISTA DE REFERÈNCIES.....41

1. PLANTEJAMENT

En els darrers anys, els mitjans de comunicació han experimentat una transformació i expansió digital extraordinària. Aquesta tendència demostra que els infants accedeixen cada vegada més aviat als entorns digitals (Cañas et al., 2022). El focus principal recau en les xarxes socials, en les quals els infants poden accedir a continguts publicitaris, falsos, manipulatius o inadequats per a la seva edat. Per aquest motiu, sorgeix la necessitat d'analitzar el desenvolupament del pensament crític i de l'alfabetització mediàtica de l'alumnat de 6è de Primària des d'una perspectiva social i educativa.

El Treball de Final de Grau es presenta com una recerca empírica i una intervenció didàctica implementada als centres educatius següents: Escola El Turó (Montcada i Reixac), Escola Sant Jordi (Montmeló) i Escola Sant Gervasi (Mollet del Vallès). Per tal de dur a terme aquesta investigació, s'ha elaborat un marc teòric a partir dels conceptes clau i les bases teòriques que la sustenten. Seguidament, s'ha creat una proposta didàctica per implementar en tres escoles amb la finalitat de recollir dades i mostres analítiques.

La pregunta principal d'investigació és: Com interpreta de manera crítica l'alumnat de Primària la informació que rep a través dels mitjans de comunicació? A partir d'aquesta pregunta s'han desenvolupat dues preguntes específiques, hipòtesis, objectius i actuacions que justifiquen la necessitat de dur a terme aquest estudi i fonamenten la seva rellevància tant educativa com social.

Davant les qüestions plantejades, aquest Treball de Fi de Grau té com a finalitat analitzar com l'alumnat de 6è de Primària interpreta de forma crítica la informació que rep dels mitjans de comunicació, així com identificar les principals dificultats que presenta en aquest procés i proposar estratègies didàctiques que contribueixin al desenvolupament del pensament crític dins l'aula. A partir d'aquesta recerca es pretén reflexionar sobre el paper de l'escola en el desenvolupament del pensament crític i de l'alfabetització mediàtica de l'alumnat, com a instruments necessaris per a contribuir a la formació d'una ciutadania crítica i responsable.

2. OBJECTIUS

A partir de la següent taula es delimiten els objectius de la present recerca, especificant les preguntes, hipòtesi i actuacions pertinents:

	Pregunta	**Hipòtesi**	**Objectiu**	**Actuació**
Objectiu general (OG)	Com interpreta de manera crítica l'alumnat de Primària la informació que rep a través dels mitjans de comunicació?	L'alumnat de Primària presenta dificultats i limitacions per interpretar de manera crítica la informació que rep dels mitjans de comunicació.	Analitzar com l'alumnat de Primària interpreta de forma crítica la informació que rep dels mitjans de comunicació.	Investigació bibliogràfica + Anàlisi dels resultats obtinguts de la intervenció a les escoles
Objectius específics (OE)	Quines dificultats presenta l'alumnat de Primària a l'hora d'analitzar de manera crítica la informació dels mitjans de comunicació?	L'alumnat de Primària presenta dificultats per identificar la fiabilitat i la intencionalitat de la informació que troben als mitjans de comunicació.	Identificar les principals dificultats que presenta l'alumnat de Primària en l'anàlisi crítica de la informació procedent dels mitjans de comunicació.	Investigació bibliogràfica + Anàlisi dels resultats obtinguts de la intervenció a les escoles
	Com pot l'alumnat de Primària aprendre a identificar la intenció comunicativa que hi ha darrere dels missatges mediàtics?	L'alumnat de Primària pot desenvolupar el pensament crític vers l'anàlisi de mitjans de comunicació a partir de propostes didàctiques adequades.	Trobar estratègies didàctiques que fomentin el pensament crític de l'alumnat. vers l'anàlisi dels mitjans de comunicació.	Investigació bibliogràfica + Anàlisi dels resultats obtinguts de la intervenció a les escoles

3. MARC TEÒRIC

A continuació es defineixen els conceptes clau i les bases teòriques que sustenten aquesta investigació, articulant la relació entre el desenvolupament d'habilitats crítiques de l'alumnat de 6è de Primària i la complexitat de l'ecosistema mediàtic actual.

3.1. Pensament crític

El **pensament crític** s'entén com un procés cognitiu complex que implica l'anàlisi i l'avaluació de la informació de forma lògica i sistemàtica. Segons Mellado-Moreno et al. (2024), el pensament crític permet qüestionar suposicions, examinar proves i considerar perspectives alternatives per emetre judicis fonamentats i prendre decisions amb coneixement de causa. Així doncs, dota les persones de recursos per pensar de forma independent, avaluar la fiabilitat de les fonts i diferenciar la informació objectiva de la manipulada o publicitària.

En l'àmbit educatiu, el desenvolupament del pensament crític esdevé un dels objectius essencials de l'etapa d'Educació Primària (Decret 175/22, 2022). Tal com assenyalen Feijóo-Outumuro et al. (2023, p. 58):

> Es necesario que, desde las Ciencias Sociales, no se muestre únicamente una simple enumeración de hechos alejados de la vida real de los sujetos, sino que se muestren problemas reales que hagan reflexionar y desarrollar el pensamiento crítico en ellos/as, para que los/ as estudiantes sean capaces de expresar sus propias ideas y tomar sus propias decisiones sobre fenómenos sociales con los que están en contacto, ya que para actuar en sociedad necesitan comprender la realidad (Santisteban, 2009).

Aquesta perspectiva reforça la idea que el desenvolupament del pensament crític va més enllà d'una simple adquisició de coneixements, ja que implica desenvolupar habilitats per a interpretar la realitat, descodificar missatges i posicionar-se de manera fonamentada davant problemàtiques socials i mediàtiques.

Seguint aquesta línia, la promoció d'una cultura d'investigació i un clima de debat a l'aula resulta fonamental per al desenvolupament d'aquestes habilitats crítiques i per a la preparació de l'alumnat per afrontar reptes socials i mediàtics actuals, com la desinformació

o la manipulació informativa present als mitjans de comunicació (Mellado-Moreno et al., 2024). D'aquesta manera es contribueix a la formació d'una ciutadania activa, responsable i crítica amb uns valors ètics per a poder avançar com a individus i com a societat (Cañas et al., 2022).

En coherència amb aquest plantejament, en aquesta recerca el pensament crític s'entén com la capacitat de l'alumnat per interpretar i avaluar la fiabilitat i intencionalitat de la informació presentada. Seguint aquesta línia, l'estudi pretén analitzar quins processos de raonament i anàlisi crítica empren els infants durant la interpretació i classificació de diferents continguts mediàtics.

3.2. Mitjans de comunicació

Partint de la realitat actual més propera de l'alumnat, els **mitjans de comunicació** tenen més presència que mai en la vida quotidiana dels infants, ja que aquests tenen accés a tota mena d'informació procedent d'anuncis publicitaris, premsa digital, **xarxes socials** i altres entorns mediàtics. En aquest context, els mitjans de comunicació actuen com a agents socials de difusió d'informació, opinions, valors i determinades representacions de la realitat.

Tanmateix, sovint transmeten visions parcials de la realitat o promouen determinats valors socials que no sempre coincideixen amb els principis educatius i democràtics que es treballen des de l'escola. Per això, és important que, des de l'escola, s'abordin aquestes problemàtiques mediàtiques i es mostri a l'alumnat ambdues parts de la realitat, perquè així puguin per si mateixos reflexionar i prendre les seves pròpies decisions amb criteri (Feijóo-Outumuro et al., 2023).

Com bé afirmen Cañas et al. (2022), la tendència en els darrers anys indica que cada cop és més freqüent i precoç l'ús de mitjans digitals entre els infants. El focus principal recau en les xarxes socials, espais digitals on els infants poden accedir a continguts que no sempre estan adaptats a la seva edat ni responen a criteris educatius. Per això mateix, sorgeix la necessitat de treballar-les rigorosament des de l'escola:

> La comunidad educativa en general y los docentes en particular no pueden mirar para otro lado e ignorar este hecho. ¿Qué ocurriría si no se enseñasen habilidades cognitivas con frecuencia? El alumnado podría conformarse con la primera información que se le ofrece cuando consulta Internet y las RRSS, no contrastar y comparar la información, no comprobar cuándo ha sido publicada la información y por quién, contribuir a la difusión de información errónea o sesgada, etc. (Cañas et al., 2022, p. 211).

Seguint aquesta mateixa línia, Gutiérrez-Martín et al. (2022) recalquen que habitualment els mitjans de comunicació a les escoles únicament s'utilitzen com a recursos didàctics i es deixa de banda el seu estudi i anàlisi des d'una perspectiva crítica. Així doncs, didàcticament sovint es prioritza la dimensió tecnològica dels mitjans per sobre de la seva dimensió ideològica o crítica. Cañas et al. (2022) declaren que per fer front a aquest repte i aconseguir formar infants crítics i analítics davant els mitjans de comunicació és necessari un nou enfocament curricular dirigit a una alfabetització mediàtica, digital i crítica.

3.3. Alfabetització mediàtica

En una societat marcada per la digitalització i l'accés constant a la informació, l'**alfabetització mediàtica** s'ha convertit en una necessitat educativa i social imprescindible per preparar l'alumnat davant els reptes dels entorns comunicatius actuals (Mellado-Moreno et al., 2024). Aquesta realitat és especialment significativa en l'etapa final de Primària, moment en què molts infants estableixen un contacte cada vegada més habitual amb xarxes socials i altres continguts digitals. Segons Mellado-Moreno et al. (2024, p. 54), l'alfabetització mediàtica fa referència a:

> . . . la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear contenidos informativos y objetos de conocimiento en diversas plataformas digitales. Esto implica el desarrollo de una serie de habilidades y competencias, como la comprensión de los mensajes de los medios de comunicación, la identificación de prejuicios, sesgos y técnicas de propaganda y la comunicación eficaz a través de diferentes formatos mediáticos.

García-Ruiz et al. (2018, p. 15) detallen que abans els mitjans de comunicació:

> . . . se ocupaban de informar, entretener y educar. Hoy, en un contexto de hiperinformación y conexión permanente, el entretenimiento, la persuasión o la formación de opinión constituyen los pilares básicos del panorama mediático. Hemos pasado de la era de la información a la era de la fascinación (Hogshead, 2010) en la que predomina la estimulación para ganarse la atención del espectador. Todo vale para persuadir y cautivar a los receptores.

Segons Mellado-Moreno et al. (2024), l'alfabetització mediàtica i el pensament crític mantenen una relació estreta, ja que ambdós desenvolupen un paper crucial a l'hora de capacitar les persones perquè puguin intervenir en una realitat mediàtica en constant expansió i cada cop més complexa. En aquest sentit, aquesta investigació analitza com el desenvolupament del pensament crític pot influir en la capacitat de l'alumnat per detectar elements de manipulació, desinformació o intencionalitat en els missatges presentats.

La incorporació de l'alfabetització mediàtica a l'escola facilita que l'alumnat interpreti els missatges que consumeix en el seu dia a dia i pugui contrastar i diferenciar la informació objectiva de la manipulada, falsa o publicitària. Perquè aquesta incorporació sigui efectiva, cal incloure-la de manera transversal en totes les àrees de coneixement possibles (Mellado-Moreno et al., 2024).

D'altra banda, Aguaded i Guzmán-Franco (2014) assenyalen que el fet de ser "**nadiu digital**" no garanteix una comprensió crítica dels mitjans de comunicació, fet que pot donar lloc a noves formes d'analfabetisme. Moltes persones tenen la capacitat tècnica suficient per saber utilitzar les TIC, però no per saber fer-ne un ús segur i crític. Per aquest motiu, la recerca pretén investigar fins a quin punt l'alumnat de Primària ha desenvolupat habilitats d'alfabetització mediàtica en relació amb els nous entorns digitals en què es troben immersos milers de joves i infants.

3.4. Competència mediàtica

La finalitat de l'alfabetització mediàtica és el desenvolupament i assoliment de la competència mediàtica. Segons García-Ruiz et al. (2018) aquesta es defineix com el conjunt de coneixements, habilitats i valors que doten a les persones de capacitats d'interpretació,

anàlisi, avaluació i producció de missatges mediàtics de forma crítica i responsable. Aquesta competència resulta fonamental en la present investigació, ja que la recerca analitza la capacitat de l'alumnat per interpretar, identificar i classificar diferents tipus de continguts mediàtics.

García-Ruiz et al. (2018, p. 15) destaquen: "Entender qué es la competencia mediática es fundamental para que el tratamiento de la información y el desarrollo de la libertad de expresión no colisionen y la ciudadanía tenga garantizado su derecho a la comunicación competente, libre, crítica y activa".

Gran part de la població no disposa d'una competència mediàtica suficient, facilitant així la manipulació de l'opinió pública a través de notícies falses i desinformació periodística entre d'altres. Aquest entorn digital ha modificat la manera com es construeixen les relacions socials, com s'interpreten els conflictes i com les persones es perceben a si mateixes i als altres (Mellado-Moreno et al., 2024).

La competència mediàtica es relaciona amb la competència digital, ja que totes dues superen una concepció merament instrumental de la tecnologia per avançar cap a un enfocament més competencial i pràctic. En aquest sentit, la competència mediàtica està adquirint progressivament un corpus de coneixement propi, diferenciat però complementari al de la competència digital (Mellado-Moreno et al., 2024). Per aquest motiu, la recerca no se centra únicament en l'ús dels infants de dispositius mòbils, sinó especialment en la interpretació crítica que fan sobre els continguts que circulen per les xarxes socials i altres espais digitals als quals tenen accés.

Mellado-Moreno et al. (2024, p. 58 - 59) consideren que treballar la competència mediàtica des de les escoles és un gran repte:

> . . . debido a las nociones preconcebidas de los estudiantes sobre los medios de comunicación y las redes sociales, sus preferencias hacia los medios orientados al entretenimiento y la necesidad de ofrecer contenidos que les llamen la atención (Higueras-Ruiz y Núñez-Delgado, 2022). Esto implica que desde las diferentes etapas

> educativas se deben diseñar actividades que sean interactivas y participativas, que capten el interés de los estudiantes por desarrollar habilidades de competencia mediática, que les motiven a participar activamente en el análisis crítico de la información que consultan en las redes sociales y la evaluación de los mensajes de los medios de comunicación de masas.

En coherència amb aquesta perspectiva, la proposta didàctica implementada incorpora activitats dissenyades per captar l'atenció i la motivació de l'alumnat i orientades a fomentar el debat dins l'aula i l'anàlisi crítica dels missatges mediàtics.

3.5. L'anàlisi crítica dels mitjans de comunicació

Davant la proliferació de fonts d'informació i la creixent influència dels mitjans de comunicació en la societat actual, esdevé necessari que els infants desenvolupin habilitats relacionades amb el pensament crític que els permetin analitzar i avaluar els missatges que reben en el seu dia a dia (Mellado et al., 2024).

En aquesta línia, Caldero et al. (2021, p. 5) expliquen que els infants tenen dret a:

> . . . acceder a la información en las mejores condiciones posibles, a formar parte activa de la sociedad, lo cual implica el derecho a la libertad de expresión, a la información sin manipulación, al uso de recursos adecuados a su edad y formación. Todo ello requiere un proceso de aprendizaje que debe acometer la familia y la escuela como entidad responsable de la educación obligatoria, para lograr una ciudadanía mediática, crítica y autónoma (Gozálvez, 2013).

Segons Mellado et al. (2024), l'alfabetització mediàtica ha d'abordar dimensions comunicatives, ideològiques i estètiques que proporcionin a l'alumnat recursos per analitzar críticament els missatges mediàtics, qüestionar la informació rebuda, identificar dinàmiques de poder i interpretar les narratives dominants presents en els discursos socials. A més, aquesta alfabetització afavoreix la formació de ciutadans informats, responsables i capaços de participar activament en una societat cada cop més saturada d'informació.

La situació dels mitjans de comunicació digitals està en constant canvi i evolució. L'aparició recurrent de noves tecnologies, aplicacions, plataformes i dispositius tecnològics ha accelerat notablement la difusió dels mitjans de comunicació arreu del món. Aquesta ràpida evolució planteja grans reptes a les institucions educatives, que es veuen obligades a adaptar els seus enfocaments pedagògics d'acord amb les dinàmiques i tendències socials que marquen els entorns mediàtics (Mellado et al., 2024).

Treballar des de les aules **l'anàlisi crítica** de la informació provinent dels mitjans de comunicació ajuda l'alumnat a detectar la desinformació, la propaganda o les tècniques de manipulació habituals. En analitzar críticament aquests missatges, els infants poden trobar prejudicis ocults, identificar fal·làcies lògiques i avaluar les proves i les fonts treballades (Mellado et al., 2024).

Així doncs, aquesta investigació pretén aprofundir en la manera com l'alumnat interpreta els missatges mediàtics a partir d'exemples propers a la seva realitat quotidiana, especialment continguts vinculats a les xarxes socials i altres plataformes digitals, i quines estratègies mobilitza durant el seu procés d'anàlisi crítica.

3.6. La desinformació i les fake news

Cañas et al. (2022) a partir de les aportacions de Buckingham (2019), assenyalen que en el camp educatiu, l'era de la **desinformació** i les **fake news** posa de manifest la necessitat de desenvolupar en l'alumnat i el professorat estratègies cognitives de pensament crític per poder fer front als riscos derivats de l'ús dels espais digitals. Aquesta problemàtica constitueix un dels eixos principals de la present investigació, ja que la recerca analitza la capacitat de l'alumnat per identificar notícies falses, continguts manipulats i informació generada amb intel·ligència artificial. Cañas et al. (2022, p. 195) recalquen:

> . . . la necesidad de que la educación ofrezca un antídoto que prevenga de los riesgos que plantean las noticias falsas y la desinformación forma parte del debate público en la actualidad (McDougall et al., 2019).

> Existen algunos riesgos del consumo inapropiado de los medios tecnológicos, tales como: la contaminación informativa, la infoxicación, las noticias falsas (fake news) y los anzuelos digitales (clickbaits) (Romero-Rodríguez et al., 2019).

Diversos autors i estudis recollits per Cañas et al. (2022), relacionen aquesta problemàtica amb el desenvolupament del pensament crític. En aquest sentit, recuperant les aportacions de Bronstein et al. (2018), els autors recalquen que acceptar notícies falses com a informació verídica està associat amb un menor desenvolupament d'habilitats crítiques. En aquesta mateixa línia, basant-se en McDougall (2019), defensen que el problema no resideix únicament en l'existència de fake news, sinó en les habilitats que tenen les persones per interpretar-les críticament. Tal com recull Jiménez (2020), si aquestes capacitats no es desenvolupen des de l'escola, les futures generacions poden esdevenir més vulnerables davant processos de manipulació informativa.

En aquest context, la incidència creixent de la desinformació i fake news planteja un repte molt important per a l'educació en alfabetització mediàtica. La informació falsa es pot difondre ràpidament a través de les plataformes digitals i xarxes socials que consumeixen diàriament els infants. L'alumnat, segons Mellado-Moreno et al. (2024, p. 58), necessita desenvolupar i assolir la competència mediàtica per:

> . . . distinguir entre la información válida y las falsedades deliberadas, entender los motivos políticos y/o económicos detrás de las campañas de desinformación, y evaluar críticamente las fuentes según su credibilidad y el grado de exactitud de la información difundida. Esto les permitirá poder superar otros perjuicios como son el incremento de la desconfianza de cualquier tipo de información en la red que pueda acabar generando apatía y pasividad ante cualquier tema social de relevancia comunicativa (Taddeo et al., 2022).

En aquest sentit, fer front a la desinformació no significa únicament desenvolupar habilitats d'anàlisi crítica, sinó que implica participar de forma activa i responsable davant els reptes socials i mediàtics contemporanis.

3.7. La ciutadania crítica

Segons Feijóo-Outumuro et al. (2024), l'escola és un espai privilegiat per formar als infants perquè esdevinguin **ciutadans crítics** i responsables i participin en societat de forma democràtica, global, social i cívica. Així doncs, l'escola pot generar diferents situacions d'aprenentatge que contribueixin a la formació de ciutadans crítics i reflexius. Feijóo-Outumuro et al. (2024, p. 57-58) considera que la finalitat de l'escola ha de ser:

> . . . la educación para una cultura democrática participativa de personas formadas en el compromiso y la intervención sociales para la mejora de la convivencia (Santisteban, 2012). Para ello, lo más importante es favorecer la capacidad de decisión autónoma y crítica del alumnado (Delval, 2012). Desde la Didáctica de las Ciencias que contempla la formación de ciudadanos/as reflexivos/as y críticos/as se pone énfasis en dotar al alumnado de los saberes necesarios para entender, comprender y explicar el contexto en el que se desarrolla su vida (Hernández, 2012).

En l'àmbit educatiu, per assolir la competència ciutadana es necessita més de la pràctica que de la teoria. Per tant, és important evitar l'aprenentatge memorístic que tendeix a predominar en la majoria dels casos i afavorir, a canvi, un aprenentatge més significatiu. Aquest aprenentatge ha de partir dels interessos de l'alumnat i de problemes socials reals. En coherència amb aquesta idea, la proposta didàctica plantejada en la recerca parteix de continguts i situacions mediàtiques properes a la realitat quotidiana de l'alumnat. D'aquesta forma, l'alumnat es converteix en protagonista del procés d'ensenyament-aprenentatge, mentre que el docent adopta un rol més d'orientador i facilitador d'informació (Feijóo-Outumuro et al., 2024).

D'aquesta manera s'afavoreix una de les competències clau del currículum: la competència ciutadana (Decret 175/22) que segons Feijóo-Outumuro et al. (2024, p. 58):

> . . . favorece el saber, saber hacer y saber ser, lo que contribuye a la formación de alumnos/as que sepan hacer, actuar y participar como ciudadanos/as plenamente en la vida social y cívica, pudiendo ejercer una ciudadanía responsable. Para ello, son necesarias intervenciones que promuevan el pensamiento social, de manera que se fomente en el alumnado la capacidad de interpretar la realidad, intervenir en la

> sociedad, tomar sus propias decisiones y construir una opinión argumentada, sobre todo, en relación con temas sociales (Heimberg, 2010).

Per tant, la present investigació s'emmarca en aquesta necessitat educativa de promoure espais d'aprenentatge que ajudin l'alumnat a interpretar críticament la realitat mediàtica que l'envolta.

En coherència amb els conceptes desenvolupats anteriorment, no es pot entendre el desenvolupament de la competència ciutadana sense la consolidació del pensament crític i la capacitat d'interpretar la realitat de manera reflexiva (Santisteban, 2009). La incorporació de l'alfabetització mediàtica i la competència ciutadana en les polítiques educatives i els marcs curriculars poden proporcionar una base sòlida per promoure habilitats de pensament crític entre l'alumnat i, així, preparar-los per ser ciutadania activa i informada (Mellado-Moreno et al., 2024).

En conjunt, els conceptes desenvolupats al llarg del marc teòric permeten fonamentar la necessitat d'investigar la relació entre el consum mediàtic, l'alfabetització mediàtica i el desenvolupament del pensament crític en l'alumnat de 6è de Primària davant la desinformació i nous entorns mediàtics digitals.

4. CONTEXT DE LA RECERCA

En l'àmbit d'aquesta recerca educativa, la definició del context no es pot reduir a una simple descripció geogràfica o administrativa, sinó que esdevé un element analític que condiciona el desenvolupament del pensament crític de l'alumnat. Seguint aquesta línia, l'entorn socioeconòmic i cultural de l'alumnat influeix de forma directa en les seves habilitats per descodificar i analitzar missatges presents als mitjans de comunicació.

En aquells centres educatius on el capital socioeconòmic i cultural de les famílies és elevat, l'escola actua com un reforç d'aquestes habilitats. En canvi, en aquells centres on la situació socioeconòmica i cultural de les famílies és més vulnerable, l'escola assumeix un rol d'agent compensatori, convertint-se en pràcticament l'única via per a poder garantir l'alfabetització mediàtica de l'alumnat. Per aquest motiu, s'han triat com a mostra de l'estudi, centres educatius amb titularitats i nivells de complexitats diversos. D'aquesta forma es pot observar com les variables contextuals generen bretxes en la interpretació de la informació i el desenvolupament del pensament crític de l'alumnat de 6è de Primària.

La tria de l'alumnat de 6è de Primària com a població d'estudi sorgeix d'una decisió estratègica, ja aquest és el curs escolar on és més probable que els infants tinguin un accés més profund a dispositius mòbils i a les xarxes socials. Aquesta etapa representa una "finestra de risc" prèvia a la transició a l'Educació Secundària. L'entrada a l'institut suposa un augment exponencial lliure a les xarxes socials i una disminució del control parental. Per tant, 6è de Primària esdevé l'última oportunitat a l'escola per assentar les bases de la competència mediàtica.

5. MARC METODOLÒGIC

5.1. Metodologia de la recerca

La metodologia triada per dur a terme aquesta recerca és de tipus empírica i integra una intervenció didàctica implementada a tres escoles amb titularitats i nivells de complexitats diversos. Dins d'aquesta proposta metodològica es combinen tècniques de recerca tant quantitatives com qualitatives amb la finalitat d'analitzar els hàbits de consum mediàtic, l'ús de les xarxes socials de l'alumnat de 6è de Primària i la seva capacitat per identificar de forma crítica la informació que reben. Aquest enfocament mixt permet aprofundir en la manera com els infants descodifiquen la realitat mediàtica, desenvolupant habilitats per classificar els continguts en diverses categories com per exemple, informació real, manipulada, publicitària o falsa.

Seguint la línia d'aquest enfocament metodològic mixt, les tècniques quantitatives es concreten, per una banda, en un qüestionari inicial individual centrat en l'accés a dispositius mòbils i els hàbits de consum digital i mediàtic i, d'altra banda, en una fitxa anàlisi sobre la identificació del tipus d'informació. Aquests instruments de recollida de dades garanteixen l'anonimat de l'alumnat, ja que només es demanen el curs, el nom de l'escola i el gènere com a dades identificatives. Altrament, les tècniques qualitatives es concreten en l'observació directa de l'alumnat durant la intervenció i l'anàlisi posterior de les seves respostes i dades obtingudes tant en el qüestionari com en la fitxa de l'activitat.

5.2. Mostra de la recerca

Amb la finalitat de poder oferir una visió més representativa de l'estat actual del pensament crític de l'alumnat a 6è de Primària, han participat els següents centres educatius en l'estudi:

- **Escola El Turó (Montcada i Reixac):** Centre educatiu de titularitat pública i de complexitat màxima, situat a la comarca del Vallès Occidental. Es tracta d'una escola d'una única línia i la mostra seleccionada correspon a la totalitat de l'alumnat de 6è de Primària (21 infants; 11 nois i 10 noies).

- **Escola Sant Jordi (Montmeló):** Centre educatiu de titularitat pública i de complexitat baixa, situat a la comarca del Vallès Oriental. Es tracta d'una escola de dues línies i participen els dos grups-classe de 6è de Primària (36 infants; 16 nois i 20 noies).
- **Escola Sant Gervasi (Mollet):** Centre educatiu de titularitat concertada situat a la comarca del Vallès Oriental. Es tracta d'un centre educatiu de 4 línies i la mostra participant és el grup-classe de 6è C de Primària (25 infants; 14 nois i 11 noies).

5.3. Tècniques i instruments de recollida de dades

Els instruments de recollida de dades han estat dissenyats amb una finalitat diagnòstica i analítica, orientats a convertir les percepcions subjectives dels infants en evidències empíriques sobre la seva competència mediàtica.

En primer lloc, es presenta un qüestionari inicial individual, ja que es tracta d'un dels instruments més utilitzats i eficients en els processos de recollida de dades, especialment en investigacions de caràcter social i educatiu (Holguín Villamil, 2021). Aquest qüestionari conté 13 preguntes tipus test per identificar els hàbits de consum digitals, l'accés a dispositius mòbils, el nivell de supervisió familiar i la capacitat d'actuació i reflexió crítica de l'alumnat de 6è de Primària davant les notícies falses:

CURS:	ESCOLA:	GÈNERE:

1. Tens un dispositiu mòbil (telèfon, tablet, portàtil) d'ús personal a casa?

- ☐ Sí, tinc el meu propi
- ☐ No, utilitzo el de la meva mare, pare o algun familiar
- ☐ Altres:

2. Quines d'aquestes xarxes socials utilitzes? (Pots marcar més d'una opció)

- ☐ Tik tok
- ☐ Instagram
- ☐ Youtube
- ☐ Twitch
- ☐ WhatsApp
- ☐ Telegram
- ☐ X (Twitter fa uns anys)
- ☐ No utilitzo xarxes socials

3. Des de quina edat tens accés a les xarxes socials?

- ☐ Des dels ____ anys.

4. El teu accés a les xarxes socials i a Internet és lliure o està supervisat pels teus pares o altres familiars? (Pots marcar més d'una opció)

- ☐ Miro les xarxes socials sol/a
- ☐ Miro les xarxes socials amb algun familiar al costat
- ☐ Tinc normes pactades. Explica-les:

5. Quantes hores al dia mires les xarxes socials?

- ☐ Menys d'una hora al dia
- ☐ 1-2 hores al dia
- ☐ Més de 2 hores al dia
- ☐ No miro xarxes socials

6. On trobes o veus notícies normalment? (Pots marcar més d'una opció)

- ☐ A la televisió
- ☐ A les xarxes socials
- ☐ Llegeixo el diari en paper
- ☐ Llegeixo diaris digitals (Internet)
- ☐ M'ho expliquen els adults a casa o a l'escola

7. Quan veus una notícia que et crida l'atenció, què fas?

- ☐ Només miro la seva portada (titular i foto)
- ☐ Entro a llegir més informació de la notícia

8. Si creus que una notícia o informació que trobes a les xarxes socials és mentida, què fas? (Pots marcar més d'una opció)

- ☐ No faig res i continuo mirant altres continguts de les xarxes socials
- ☐ Ho denuncio a través de la pròpia aplicació
- ☐ La comparteixo
- ☐ Aviso a alguna persona adulta de confiança
- ☐ Busco si és veritat o no a altres llocs
- ☐ Altres:

9. Quan llegeixes una notícia, creus que sempre s'explica la veritat o penses que volen vendre't alguna cosa o convèncer-te d'alguna idea?

- ☐ Crec que el que diuen és veritat
- ☐ Crec que a vegades volen vendre'm algun producte o volen que pensi com ells
- ☐ No ho he pensat mai

10. En què et fixes per identificar si una notícia o informació és falsa? (Pots marcar més d'una opció)

- ☐ La intenció del titular
- ☐ Les imatges (si semblen manipulades o creades amb IA)
- ☐ L'autor o la font
- ☐ La data de publicació
- ☐ L'estructura de la notícia
- ☐ La qualitat del redactat (si té faltes d'ortografia)
- ☐ Comparo amb altres notícies
- ☐ No em fixo en res
- ☐ Altres:

11. Alguna vegada has vist continguts a les xarxes socials que consideris que no són adequats per a nens i nenes de la teva edat?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No estic segur/a

12. Creus que les notícies poden canviar les nostres opinions i formes de pensar?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No ho sé

13. Des de l'escola t'han ensenyat com pots diferenciar la informació real i objectiva de la informació falsa, manipulada o publicitària?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No estic segur/a

Moltes gràcies per participar!

Elaboració pròpia

En segon lloc, es planteja a l'alumnat una fitxa individual d'anàlisi d'informació a partir de la qual han de classificar vuit exemples de notícies o informacions diverses en les següents categories: informació real, manipulada, publicitària o falsa. Aquesta fitxa, a més, inclou una columna de justificació ("Per què?") que permet fer una anàlisi qualitativa del raonament crític de l'alumne/a durant el seu procés de descodificació de la informació:

CURS:	ESCOLA:	GÈNERE:

MARCA AMB UNA "X" LA CASELLA QUE CONSIDERIS I EXPLICA EL PER QUÈ:

	INFORMACIÓ REAL M'expliquen una informació real de forma neutral.	**INFORMACIÓ MANIPULADA** Em volen vendre alguna idea o opinió?	**INFORMACIÓ PUBLICITÀRIA** Em volen vendre algun producte?	**INFORMACIÓ FALSA** M'expliquen una informació inventada.	**PER QUÈ?**
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

Elaboració pròpia

Finalment, la recerca es complementa amb l'observació directa de l'alumnat durant la implementació de la intervenció didàctica i l'anàlisi posterior de les seves dades i respostes obtingudes per aprofundir en l'estudi sobre com interpreten els missatges provinents dels mitjans de comunicació.

6. RESULTATS

6.1. Grup-mostra A (Escola El Turó, Montcada i Reixac)

En aquest apartat es presenten les dades recollides a l'Escola El Turó, un centre de màxima complexitat situat a Montcada i Reixac. La mostra participant és l'únic grup de 6è de Primària de l'escola, format per 21 infants (11 nois i 10 noies).

6.1.1. Accés i ús de dispositius mòbils i xarxes socials

Aquest primer bloc recull les dades relacionades amb l'accés de l'alumnat a dispositius mòbils, l'ús de xarxes socials, l'edat d'accés a aquestes, el temps de consum i el grau de supervisió familiar:

TAULA 1. ACCÉS A DISPOSITIUS MÒBILS	
TIPUS D'ACCÉS	N° INFANTS
Dispositiu mòbil propi	19
Dispositiu compartit amb familiars	2

TAULA 2. ÚS DE XARXES SOCIALS	
XARXA SOCIAL	N° INFANTS
Youtube	18
WhatsApp	14
Tik tok	14
Instagram	7

TAULA 3. TEMPS DIARI D'ÚS DE XARXES SOCIALS	
TEMPS DE CONSUM	N° INFANTS
+ 2 hores diàries	10
1-2 hores diàries	6
- 1 hora diària	5

L'edat mitjana d'accés a les xarxes socials se situa al voltant dels 8 i 9 anys, tot i que hi ha casos puntuals d'accés primerenc als 5 anys i d'altres més tardans als 12 anys. El 81% de l'alumnat utilitza les xarxes socials de manera autònoma, sense supervisió parental ni

normes pactades o establertes. Únicament el 14% ho fan acompanyats i acompanyades d'una figura adulta i només el 5% declara tenir normes pactades amb la seva família, tot i que es detallen.

6.1.2. Consum mediàtic i tractament crític de la informació

En aquest apartat es presenten les dades vinculades al consum mediàtic de l'alumnat i a la seva capacitat de tractament crític de la informació i la desinformació:

TAULA 4. FONTS D'INFORMACIÓ HABITUALS	
FONT D'INFORMACIÓ	N° INFANTS
Televisió	18
Xarxes socials	11
Escola/Família	7
Diaris digitals	1
Diaris en paper	0

TAULA 5. REACCIÓ DAVANT UNA NOTÍCIA QUE CRIDA L'ATENCIÓ	
REACCIÓ	N° INFANTS
Només mira la portada (titular i imatge)	13
Entra a llegir més informació de la notícia	8

TAULA 6. REACCIÓ DAVANT UNA NOTÍCIA FALSA	
REACCIÓ	N° INFANTS
No actua	11
Fa difusió de la informació	1
Avisa a una persona adulta	6
Contrasta la informació amb altres fonts	6

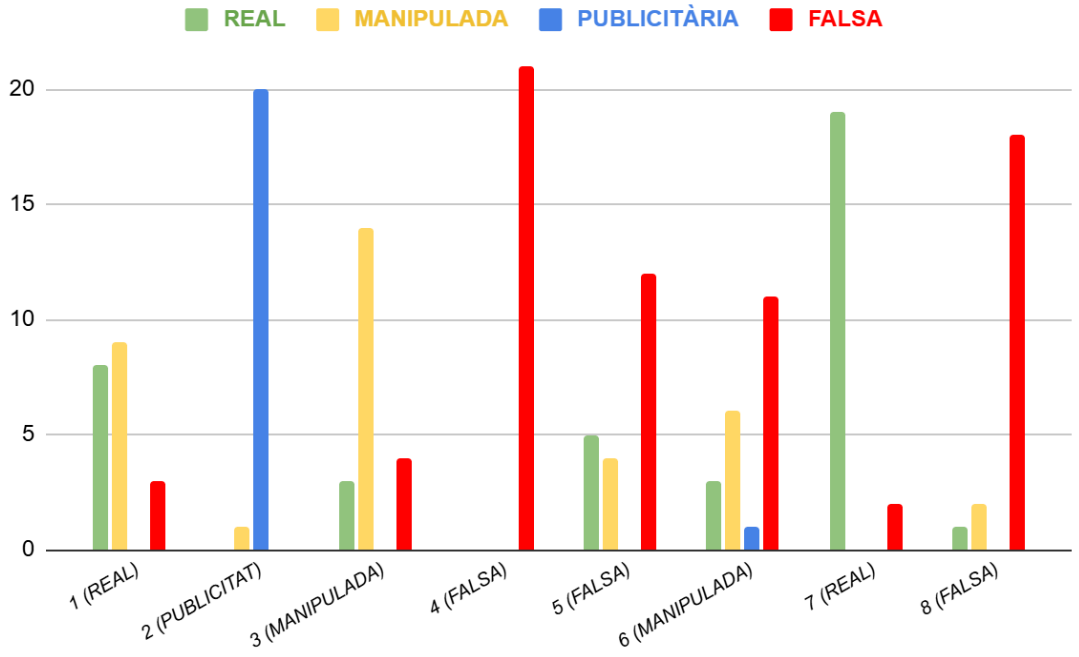
Respecte a la percepció sobre la intencionalitat de les fonts d'informació, el 42% de l'alumnat identifica possibles intencions manipuladores o publicitàries en els missatges mediàtics, mentre que un 38% no es posiciona i un 19% considera que la informació mediàtica sempre és objectiva i veraç. A més, un 52% assegura haver vist continguts no

adequats per a la seva edat a les xarxes socials i el 48% restant considera que no. D'altra banda, el 57% de l'alumnat no sap posicionar-se davant la pregunta; "Creus que les notícies poden canviar les nostres opinions?", mentre que el 38% opina que sí i el 5% considera que no. Finalment, el 62% dels enquestats afirma haver rebut alfabetització mediàtica des de l'escola, mentre que el 38% restant ho posa en dubte.

6.1.3. Classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa

A continuació s'exposen les dades obtingudes de l'activitat de classificació de 8 exemples de continguts informatius en 4 categories (informació real, manipulada, publicitària i falsa):

Elaboració pròpia	REAL	MANIPULADA	PUBLICITÀRIA	FALSA
1. Notícia real (Luis Rubiales)	9	9	0	3
2. Tik tok publicitàri	0	1	20	0
3. Anàlisi global manipulat	3	14	0	4
4. Tik tok de telediari fals (IA)	0	0	0	21
5. Notícia falsa (Leo Messi)	5	4	0	12
6. Tik tok manipulat (El Confidencial)	3	6	1	11
7. Notícia real (Setmana Santa)	19	0	0	2
8. Vídeo fals generat amb IA	1	2	0	18



6.2. Grup-mostra B (Escola Sant Jordi, Montmeló)

A continuació, es presenten les dades recollides a l'Escola Sant Jordi, situada al municipi de Montmeló. En aquest cas, la mostra és més àmplia, ja que han participat els dos grup-classe de 6è de Primària. En total, han participat 36 infants, 20 dels quals són noies i 16 nois.

6.2.1. Accés i ús de dispositius mòbils i xarxes socials

Aquest primer bloc recull les dades relacionades amb l'accés de l'alumnat a dispositius mòbils, l'ús de xarxes socials, l'edat d'accés a aquestes, el temps de consum i el grau de supervisió familiar:

TAULA 1. ACCÉS A DISPOSITIUS MÒBILS	
TIPUS D'ACCÉS	N° INFANTS
Dispositiu mòbil propi	32
Dispositiu compartit amb familiars	4

TAULA 2. ÚS DE XARXES SOCIALS	
XARXA SOCIAL	N° INFANTS
Youtube	32
WhatsApp	26
Tik Tok	18
Instagram	5

TAULA 3. TEMPS DIARI D'ÚS DE XARXES SOCIALS	
TEMPS DE CONSUM	N° INFANTS
+ 2 hores diàries	9
1-2 hores diàries	19
- 1 hora diària	3

L'edat mitjana d'accés a les xarxes socials oscil·la entre els 8 i 9 anys, tot i que s'han registrat alguns casos puntuals d'accés precoç al voltant dels 5 i 6 anys. El 75% de l'alumnat afirma utilitzar les xarxes socials amb plena autonomia, sense supervisió parental ni normes establertes. En canvi, el 25% restant afirma tenir mesures de control familiars, entre les

quals destaquen les aplicacions de control parental (Family Link), l'ús de comptes compartides amb els progenitors i la limitació horària en l'ús de dispositius mòbils, sobretot entre setmana.

6.2.2. Consum mediàtic i tractament crític de la informació

En aquest apartat es presenten les dades vinculades al consum mediàtic de l'alumnat i a la seva capacitat de tractament crític de la informació i la desinformació:

TAULA 4. FONTS D'INFORMACIÓ HABITUALS	
FONT D'INFORMACIÓ	N° INFANTS
Televisió	21
Xarxes socials	14
Escola/Família	22
Diaris digitals	2
Diaris en paper	2

TAULA 5. REACCIÓ DAVANT UNA NOTÍCIA QUE CRIDA L'ATENCIÓ	
REACCIÓ	N° INFANTS
Només mira la portada (titular i imatge)	10
Entra a llegir més informació de la notícia	26

TAULA 6. REACCIÓ DAVANT UNA NOTÍCIA FALSA	
REACCIÓ	N° INFANTS
No actua	13
Fa difusió de la informació	1
Avisa a una persona adulta	5
Contrasta la informació amb altres fonts	20

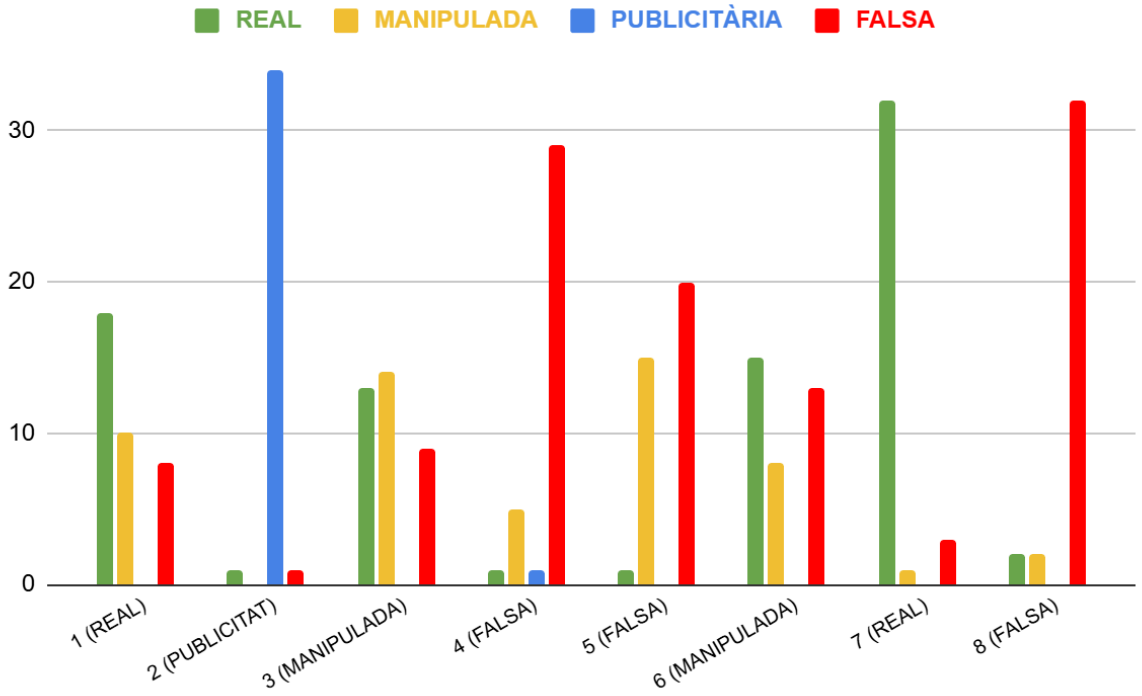
El 72% de l'alumnat considera que els missatges procedents dels mitjans de comunicació o de les xarxes socials a vegades tenen intencions manipuladores o publicitàries. D'altra banda, el 64% dels enquestats afirma haver vist continguts no adequats per a la seva edat a les xarxes socials, mentre que un 36% no. En relació amb la influència dels mitjans de

comunicació, el 33% considera que les notícies poden incidir en les opinions i formes de pensar de les persones, mentre que un 28% ho nega i un 36% no es posiciona. Finalment, el 42% de l'alumnat afirma haver rebut alfabetització mediàtica des de l'escola, mentre que el 28% creu que no i el 30% restant ho posa en dubte.

6.2.3. Classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa

A continuació s'exposen les dades obtingudes de l'activitat de classificació de 8 exemples de continguts informatius en 4 categories (informació real, manipulada, publicitària i falsa):

Elaboració pròpia	REAL	MANIPULADA	PUBLICITÀRIA	FALSA
1. Notícia real (Luis Rubiales)	18	10	0	8
2. Tik tok publicitàri	1	0	34	1
3. Anàlisi global manipulat	13	14	0	9
4. Tik tok de telediari fals (IA)	1	5	1	29
5. Notícia falsa (Leo Messi)	1	15	0	20
6. Tik tok manipulat (El Confidencial)	15	8	0	13
7. Notícia real (Setmana Santa)	32	1	0	3
8. Vídeo fals generat amb IA	2	2	0	32



6.3. Grup-mostra C (Escola Sant Gervasi, Mollet)

En aquest apartat s'exposen les dades recollides a l'Escola Sant Gervasi, un centre educatiu de titularitat concertada situat a Mollet del Vallès. En aquest cas, la mostra participant és el grup-classe de 6è C de Primària format per 25 infants (14 nois i 11 noies).

6.3.1. Accés i ús de dispositius mòbils i xarxes socials

Aquest primer bloc recull les dades relacionades amb l'accés de l'alumnat a dispositius mòbils, l'ús de xarxes socials, l'edat d'accés a aquestes, el temps de consum i el grau de supervisió familiar:

TAULA 1. ACCÉS A DISPOSITIUS MÒBILS	
TIPUS D'ACCÉS	N° INFANTS
Dispositiu mòbil propi	15
Dispositiu compartit amb familiars	10

TAULA 2. ÚS DE XARXES SOCIALS	
XARXA SOCIAL	N° INFANTS
Youtube	24
WhatsApp	9
Tik Tok	10
Instagram	4

TAULA 3. TEMPS DIARI D'ÚS DE XARXES SOCIALS	
TEMPS DE CONSUM	N° INFANTS
+ 2 hores diàries	4
1-2 hores diàries	11
- 1 hora diària	10

L'edat mitjana d'accés a les xarxes socials se situa entre els 7 i 8 anys. El 60% de l'alumnat navega per les xarxes socials de forma autònoma, sense supervisió parental ni normes pactades. En canvi, el 40% restant afirma tenir mesures de control familiars, com per exemple, l'ús d'aplicacions de control parental, limitacions relacionades amb els continguts

que poden consumir (només continguts educatius o culturals) i el temps d'ús de dispositius mòbils.

6.3.2. Consum mediàtic i tractament crític de la informació

En aquest apartat es presenten les dades vinculades al consum mediàtic de l'alumnat i a la seva capacitat de tractament crític de la informació i la desinformació:

TAULA 4. FONTS D'INFORMACIÓ HABITUALS	
FONT D'INFORMACIÓ	N° INFANTS
Televisió	19
Xarxes socials	10
Escola/Família	14
Diaris digitals	0
Diaris en paper	1

TAULA 5. REACCIÓ DAVANT UNA NOTÍCIA QUE CRIDA L'ATENCIÓ	
REACCIÓ	N° INFANTS
Només mira la portada (titular i imatge)	9
Entra a llegir més informació de la notícia	16

TAULA 6. REACCIÓ DAVANT UNA NOTÍCIA FALSA	
REACCIÓ	N° INFANTS
No actua	9
Fa difusió de la informació	1
Avisa a una persona adulta	8
Contrasta la informació amb altres fonts	12

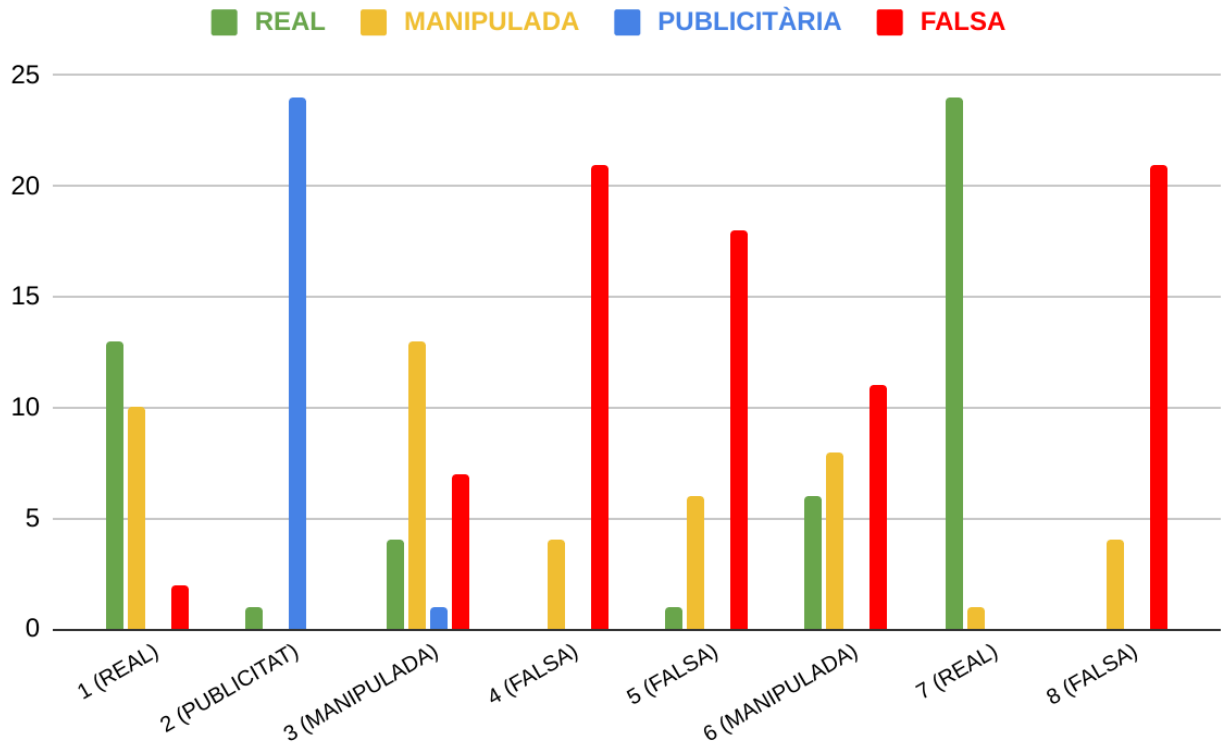
El 72% de l'alumnat creu que els missatges mediàtics a vegades tenen intencions manipuladores o publicitàries, mentre que un 16% no es posiciona i un 12% considera que la intencionalitat de les fonts d'informació és sempre objectiva i veraç. El 60% dels enquestats manifesta haver vist continguts no adequats per a la seva edat a les xarxes socials, mentre que un 40% no. D'altra banda, el 52% considera que els mitjans de comunicació poden influir

en les opinions i formes de pensar de les persones, mentre que un 12% no ho creu i un 36% no sap que opinar. Finalment, només el 24% de l'alumnat afirma haver rebut alfabetització mediàtica des de l'escola, mentre que un 24% ho posa en dubte i un 52% considera que no.

6.3.3. Classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa

A continuació s'exposen les dades obtingudes de l'activitat de classificació de 8 exemples de continguts informatius en 4 categories (informació real, manipulada, publicitària i falsa):

Elaboració pròpia	REAL	MANIPULADA	PUBLICITÀRIA	FALSA
1. Notícia real (Luis Rubiales)	13	10	0	2
2. Tik tok publicitàri	1	0	24	0
3. Anàlisi global manipulat	4	13	1	7
4. Tik tok de telediari fals (IA)	0	4	0	21
5. Notícia falsa (Leo Messi)	1	6	0	18
6. Tik tok manipulat (El Confidencial)	6	8	0	11
7. Notícia real (Setmana Santa)	24	1	0	0
8. Vídeo fals generat amb IA	0	4	0	21



7. DISCUSSIÓ DELS RESULTATS

La present discussió de resultats té com a finalitat interpretar les dades obtingudes durant la intervenció didàctica i establir relacions amb les aportacions dels autors treballats al marc teòric. A partir d'una anàlisi exhaustiva dels tres grups-mostra participants, es poden identificar diverses tendències vinculades als hàbits de consum de dispositius mòbils i xarxes socials, al grau d'autonomia digital i a les habilitats de pensament crític que l'alumnat activa davant els missatges mediàtics. En aquest sentit, els resultats permeten contrastar les hipòtesis inicials i reflexionar sobre el paper que desenvolupa l'escola en la construcció d'una alfabetització mediàtica crítica. La discussió s'estructura a partir de 5 temàtiques vinculades amb els conceptes clau desenvolupats al marc teòric.

7.1. Accés precoç i autonomia digital de l'alumnat

L'edat mitjana d'accés a xarxes socials de la mostra participant se situa aproximadament entre els 7 i 9 anys, amb casos puntuals d'accés precoç als 5 anys i d'altres més tardans als 12 anys. Aquestes dades reforcen les aportacions de Cañas et al. (2022), ja que assenyalen que la tendència en els darrers anys indica que els infants i joves accedeixen cada vegada més aviat als entorns digitals.

El focus principal recau en l'ús de xarxes socials, destacant sobretot Youtube (90%), WhatsApp (60%) i TikTok (51%). Es pot observar que gairebé la totalitat de l'alumnat accedeix habitualment a plataformes de "streaming" com Youtube i que més de la meitat utilitza aplicacions com WhatsApp i Tik Tok. Aquest fet suggereix la vinculació de números de telèfons propis i la creació de comptes personals en aquestes aplicacions, malgrat les limitacions oficials d'edat superiors d'aquestes aplicacions a les de l'alumnat participant. Aquestes plataformes digitals combinen entreteniment, comunicació i consum ràpid de continguts audiovisuals, característiques que segons García-Ruiz et al. (2018), defineixen l'actual sistema mediàtic que està orientat a captar l'atenció dels usuaris. A més, el predomini de formats audiovisuals breus i immediats podria afavorir formes de consum més ràpides i menys reflexives.

Tot i aquestes similituds entre els tres grups-mostra enregistrats, comencen a aparèixer diferències més notables respecte al grau d'autonomia digital de l'alumnat. L'Escola El Turó presenta el percentatge més elevat d'infants que utilitzen les xarxes socials sense cap tipus de supervisió parental (81%). En canvi, les escoles Sant Jordi i Sant Gervasi mostren una presència més gran de mesures de control familiar, amb un 25% i 40% respectivament, a partir d'aplicacions de control parental, limitacions horàries i restriccions sobre els continguts consumits.

Aquestes diferències semblen també influir en el temps d'ús diari dedicat a les xarxes socials. L'Escola El Turó presenta el nombre més elevat d'infants que consumeixen més hores diàries de xarxes socials, mentre que el Sant Gervasi mostra un consum més equilibrat i una major presència d'usos inferiors a una hora diària. D'altra banda, l'Escola Sant Jordi se situa en un punt mitjà. Els resultats confirmen que l'alumnat de 6è de Primària es troba immers en les xarxes socials abans d'arribar a l'adolescència, coincidint així amb el plantejament exposat al context de la recerca sobre aquesta etapa educativa, descrita com una "finestra de risc" prèvia a l'entrada a l'Educació Secundària.

En conjunt, els resultats suggereixen que l'accés precoç als entorns digitals és una realitat compartida pels tres grups-mostra, però que les experiències mediàtiques no es desenvolupen de manera homogènia. Les diferències observades en el temps d'ús, nivell d'autonomia i supervisió apunten que els factors contextuals i familiars poden influir en la manera com l'alumnat construeix la seva relació amb els mitjans de comunicació.

7.2. Consum mediàtic superficial i dificultats en el contrast de la informació

La televisió, segons les dades recollides, continua sent la font de notícies habitual de l'alumnat, seguida de les xarxes socials i dels entorns més propers com la família i l'escola. Tot i això, s'observen algunes diferències significatives entre els tres grups-mostra. Mentre que a l'Escola El Turó les fonts d'informació mediàtiques més populars són la televisió i les xarxes socials, a les escoles Sant Jordi i Sant Gervasi augmenta notòriamient el pes de la família i de l'escola com a fonts informatives. Aquesta diferència pot estar vinculada al

context familiar o educatiu, ja que alguns infants poden tenir accés a espais de conversa i reflexió sobre l'actualitat i els continguts mediàtics.

Tanmateix, l'alumnat interactua de forma diferent amb els continguts informatius que consumeix. L'alumnat de l'Escola Sant Jordi presenta una tendència més gran a aprofundir en el contingut de les notícies que desperten el seu interès. En canvi, a l'Escola El Turó augmenta la proporció d'infants que només es fixen en els elements més visuals de les notícies com per exemple, els titulars o les imatges. L'Escola Sant Gervasi se situa en una posició intermèdia combinant dinàmiques de consum més immediates i superficials i d'altres més profundes i crítiques.

Aquestes diferències també es manifesten en les estratègies que adopta l'alumnat en percebre una possible notícia falsa. L'Escola Sant Jordi i l'Escola Sant Gervasi presenten els percentatges més elevats d'infants (56% i 48% respectivament) que afirmen contrastar la informació amb altres fonts abans de validar-la com a fiable i segura. En canvi, l'Escola El Turó destaca per tenir un percentatge d'alumnat més passiu que decideix no actuar (52%). Per tant, les dades verifiquen que les habilitats vinculades a la verificació i el contrast de la informació no es desenvolupen de manera homogènia en els tres contextos analitzats.

Les diferències observades poden relacionar-se amb les aportacions de Cañas et al. (2022), ja que aquests autors expliquen que els infants poden accedir lliurement a una gran quantitat de continguts digitals sense disposar necessàriament d'habilitats crítiques per a qüestionar la seva intencionalitat o fiabilitat. Això podria explicar per què una part significativa de l'alumnat tendeix a limitar el seu focus atencional als elements més visuals i immediats, com els titulars o les imatges, sense aprofundir en el seu contingut o contrastar-ne la informació.

En aquest sentit, els resultats coincideixen amb Aguaded i Guzmán-Franco (2014), que qüestionen que la idea de ser "nadiu digital" garanteixi una comprensió crítica dels missatges mediàtics. Els contextos educatius i familiars poden afavorir o limitar el desenvolupament d'habilitats crítiques de contrast i verificació de la informació. Així doncs,

es reforça la necessitat que l'escola promogui estratègies d'anàlisi i reflexió crítica sobre els missatges mediàtics entre l'alumnat.

7.3. Interpretació crítica dels missatges mediàtics: identificació de desinformació, manipulació i intencionalitat

L'activitat de classificació de continguts en quatre categories (informació real, manipulada, publicitària i falsa) permet analitzar amb més detall el nivell de desenvolupament d'habilitats crítiques i de competència mediàtica de l'alumnat de 6è de Primària.

En línies generals, els resultats mostren que l'alumnat presenta una capacitat relativament elevada per identificar continguts clarament publicitaris o falsos quan aquests incorporen indicadors relativament evidents. Això s'observa especialment en el cas del TikTok publicitari, identificat correctament per pràcticament tota la mostra i també en els continguts falsos generats amb intel·ligència artificial que també obtenen percentatges elevats d'encert en els tres grups-mostra.

Tot i això, l'alumnat presenta limitacions en la identificació de continguts manipulats. Els casos d'informació manipulada, com el TikTok del compte "El Confidencial" i l'anàlisi global de "The Objective", mostren una elevada dispersió de respostes entre les següents categories: real, manipulada i falsa. Aquesta divisió de respostes indica que una gran part de l'alumnat tendeix a entendre la informació des d'una lògica binària, és a dir, com a vertadera o falsa. Aquest perfil d'alumnat presenta més dificultats a l'hora de detectar formes de manipulació, especialment quan aquestes mantenen una aparença de credibilitat sota un mitjà de comunicació conegut o contenen elements parcialment certs.

Aquests resultats coincideixen amb les aportacions de Mellado-Moreno et al. (2024), que entenen l'alfabetització mediàtica com la capacitat d'accedir, analitzar i avaluar críticament els continguts informatius, identificant prejudicis, intencionalitats i estratègies persuasives. En aquest sentit, els resultats suggereixen que l'alumnat participant mostra habilitats inicials de detecció de desinformació, però encara presenta limitacions en aquells processos que exigeixen una lectura més profunda i crítica dels missatges mediàtics.

7.4. Relació entre alfabetització mediàtica percebuda i competència real

Els resultats de la recerca mostren una diferència significativa entre la percepció que l'alumnat té sobre la seva alfabetització mediàtica i les habilitats crítiques que realment posa en pràctica durant les activitats d'anàlisi de continguts. Aquesta diferència es fa especialment visible quan es comparen les respostes del qüestionari inicial amb els resultats de l'activitat de classificació d'informació real, manipulada, publicitària i falsa.

Una part important de l'alumnat afirma haver rebut alfabetització mediàtica des de la seva escola (El Turó 62%, Sant Jordi 42% i Sant Gervasi 24%). Tot i això, els resultats de l'activitat d'anàlisi informativa no corresponen del tot amb aquestes percepcions. Per exemple, l'Escola Sant Jordi, malgrat presentar una percepció intermèdia d'alfabetització mediàtica, mostra percentatges més elevats en accions vinculades al contrast de la informació i una major tendència a aprofundir en el contingut de les notícies. Paral·lelament, l'Escola Sant Gervasi presenta una percepció baixa d'haver treballat aquestes competències, però obté resultats relativament sòlids en diversos exercicis de classificació. Aquestes diferències suggereixen que l'alumnat no sempre identifica de manera conscient quines activitats i experiències contribueixen al desenvolupament de la seva competència mediàtica.

Tanmateix, aquestes disparitats també poden estar relacionades amb el context familiar de l'alumnat i les formes d'acompanyament digital de cada centre educatiu. L'Escola Sant Gervasi i l'Escola Sant Jordi presenten més quantitat d'infants que tenen mesures de supervisió familiar i control parental a casa. En canvi, entre l'alumnat de l'Escola El Turó predomina un ús més autònom i menys supervisat de les xarxes socials. Un context familiar i escolar responsable poden afavorir la creació d'espais de conversa, orientació i mediació digital contribuint així al desenvolupament d'habilitats de contrast i interpretació crítica de la informació.

En aquest sentit, Gutiérrez-Martín et al. (2021) detallen que l'alfabetització mediàtica sovint es treballa de manera parcial o implícita a les aules, sense tenir una presència definida dins les pràctiques educatives. Això podria explicar per què part de l'alumnat percep que no ha treballat competències mediàtiques, tot i demostrar habilitats vinculades a l'anàlisi crítica, la interpretació de missatges o el contrast d'informació. Els resultats semblen indicar que

moltes d'aquestes habilitats es desenvolupen de manera transversal a través de diferents experiències educatives i socials, i no necessàriament mitjançant activitats identificades explícitament com a "alfabetització mediàtica".

Per tant, els resultats indiquen que el desenvolupament de la competència mediàtica no depèn únicament de les activitats escolars explícites, sinó també de les experiències socials, familiars i culturals.

7.5. Pensament crític i construcció d'una ciutadania crítica

Els resultats obtinguts al llarg de la recerca permeten establir una relació directa entre el desenvolupament del pensament crític i la construcció d'una ciutadania crítica des de l'etapa d'Educació Primària.

En línies generals, es pot apreciar que una part significativa de l'alumnat presenta dificultats a l'hora d'analitzar de manera crítica la informació, especialment en aquells casos en què els continguts mantenen aparences de credibilitat o incorporen formes subtils de manipulació. Aquest fet evidencia que l'exposició constant a entorns digitals no garanteix necessàriament una comprensió crítica dels missatges mediàtics. Tot i això, també s'observen indicis d'habilitats emergents relacionades amb el contrast d'informació, la identificació d'intencionalitats i la detecció de continguts falsos o publicitaris. Aquestes habilitats es relacionen directament amb el concepte de ciutadania crítica desenvolupat per Feijóo-Outumuro et al. (2024), entenent l'escola com un espai idoni per formar l'alumnat perquè esdevinguin ciutadans crítics, actius i democràtics dins la societat.

En coherència amb les aportacions de Santisteban (2009) i Feijóo-Outumuro et al. (2024), el desenvolupament del pensament crític no s'ha d'entendre únicament com una habilitat cognitiva individual, sinó com una eina clau per a la participació democràtica en societat. Formar ciutadans crítics implica capacitar l'alumnat perquè pugui interpretar la realitat, qüestionar informacions, prendre decisions argumentades i actuar de manera responsable davant els reptes socials i mediàtics contemporanis.

Els resultats de la investigació reforcen la necessitat plantejada per Mellado-Moreno et al. (2024), d'incorporar de manera transversal l'alfabetització mediàtica i el desenvolupament

del pensament crític dins les pràctiques educatives. En una societat marcada per la desinformació, la immediatesa i la sobreexposició digital, aquesta alfabetització esdevé imprescindible per a formar una ciutadania crítica, autònoma i responsable.

7.6. Síntesi final de la discussió

En conjunt, els resultats de la recerca evidencien que el desenvolupament del pensament crític i de la competència mediàtica de l'alumnat participant no es construeix de manera homogènia, sinó que es veu condicionat pels diferents contextos socials, familiars i educatius en què els infants creixen i interactuen amb els mitjans de comunicació.

Tot i que els tres grups-mostra comparteixen un accés precoç i habitual als entorns digitals, les diferències observades en el grau de supervisió familiar, els hàbits de consum mediàtic i les estratègies de contrast de la informació suggereixen que les oportunitats per desenvolupar habilitats crítiques no són iguals en tots els contextos escolars.

En aquest sentit, els resultats posen de manifest el paper fonamental de l'escola com a espai compensador davant possibles desigualtats d'accés a eines d'acompanyament i mediació digital. Així doncs, la investigació reforça la necessitat d'incorporar de manera transversal l'alfabetització mediàtica i el desenvolupament del pensament crític dins les pràctiques educatives, especialment en aquells contextos en què l'alumnat disposa de menys espais de reflexió i orientació sobre els continguts mediàtics que consumeix diàriament.

8. CONCLUSIONS I CONSIDERACIONS FINALS

La present investigació té la finalitat d'analitzar com l'alumnat de 6è de Primària interpreta de manera crítica la informació que rep a través dels mitjans de comunicació i les xarxes socials, així com identificar les principals dificultats que presenta en aquest procés i explorar estratègies didàctiques que contribueixin al desenvolupament del pensament crític dins l'aula. A partir de la intervenció didàctica implementada en tres escoles amb característiques contextuals diverses, s'han obtingut una sèrie de resultats que permeten extreure conclusions rellevants tant en el camp de l'educació com en el de la didàctica de les Ciències Socials.

8.1. Assoliment dels objectius i connexió amb el marc teòric

En relació amb l'objectiu general de recerca, orientat a analitzar com l'alumnat de 6è de Primària interpreta de manera crítica la informació que rep a través dels mitjans de comunicació, es pot afirmar que aquest s'ha assolit de manera parcial. A partir de la investigació s'han identificat tendències, dificultats i habilitats vinculades al tractament crític de la informació. Tot i això, cal tenir en compte que la mostra participant és reduïda i contextualitzada en tres centres educatius concrets, fet que impedeix generalitzar els resultats al conjunt de la població escolar. Per tant, les conclusions obtingudes no poden validar-se de manera absoluta, però sí que constitueixen indicis significatius i coherents amb les aportacions del marc teòric sobre l'alfabetització mediàtica i el pensament crític.

En primer lloc, els resultats obtinguts demostren que l'accés precoç als dispositius mòbils i a les xarxes socials és una realitat compartida per la major part de l'alumnat. L'edat mitjana d'accés a les xarxes socials se situa al voltant dels 7 i 9 anys, confirmant les aportacions de Cañas et al. (2022), que assenyalen una incorporació cada vegada més primerenca dels infants i joves als entorns digitals. Tanmateix, la investigació evidencia que aquest contacte habitual amb els entorns digitals no implica necessàriament el desenvolupament d'habilitats crítiques i mediàtiques, com també assenyalen Aguaded i Guzmán-Franco (2014).

Respecte al primer objectiu específic, centrat a identificar les principals dificultats que presenta l'alumnat en l'anàlisi crítica de la informació, els resultats confirmen que existeixen

limitacions significatives en els processos de contrast i verificació de la informació. Una part important de l'alumnat prioritza elements visuals immediats, com titulars o imatges, sense aprofundir en el contingut complet de les notícies. Aquesta situació els fa especialment vulnerables davant fenòmens de desinformació, manipulació i difusió de continguts enganyosos.

Les dificultats augmenten a l'hora d'identificar continguts manipulats. Tot i que la majoria dels infants són capaços d'identificar continguts clarament falsos o publicitaris, sorgeixen dificultats significatives quan la manipulació informativa es presenta de manera més subtil o sota aparences de credibilitat. En aquest sentit, Mellado-Moreno et al. (2024) remarquen que l'alfabetització mediàtica implica la capacitat d'identificar intencionalitats, prejudicis i estratègies persuasives presents en els missatges mediàtics.

El segon objectiu específic de la recerca està orientat a trobar estratègies didàctiques que afavoreixin el desenvolupament del pensament crític entre l'alumnat vers l'anàlisi dels mitjans de comunicació. Aquest objectiu es pot considerar parcialment assolit, ja que la intervenció ha demostrat que l'anàlisi de casos reals, la classificació de continguts mediàtics, el debat obert a l'aula i el contrast de fonts d'informació esdevenen estratègies didàctiques d'èxit que garanteixen el desenvolupament d'habilitats crítiques entre l'alumnat. Les propostes didàctiques contextualitzades, com per exemple, els materials treballats en la proposta, basats en exemples reals i propers a l'experiència de l'alumnat, afavoreixen la implicació i motivació dels infants. Així es reforcen les aportacions de Santisteban (2009) i Feijóo-Outumuro et al. (2024), que defensen la necessitat de treballar problemàtiques socials i mediàtiques reals dins l'aula per formar i promoure una ciutadania crítica.

Una altra conclusió destacable és que el desenvolupament del pensament crític i de la competència mediàtica no es produeix de manera homogènia entre els tres grups-mostra. Les diferències observades suggereixen que els factors contextuals, familiars i socioeducatius influeixen notòriament en la manera com l'alumnat es relaciona amb els mitjans de comunicació. La supervisió familiar, l'orientació i acompanyament digital i la creació d'espais

de conversa sobre l'actualitat poden contribuir al desenvolupament de dinàmiques i pràctiques més crítiques entre l'alumnat per afrontar la desinformació.

8.2. Contribució al camp de l'Educació i de les Ciències Socials

Aquesta investigació contribueix al camp de l'Educació i, per tant, també al de les Ciències Socials. Els resultats aporten evidències sobre una realitat cada vegada més present a les aules: la influència dels mitjans de comunicació i de les xarxes socials en la construcció del pensament dels infants. La societat actual està marcada per la immediatesa de la informació, la proliferació dels continguts digitals i l'augment de formes de manipulació informativa. Les dades obtingudes evidencien que un accés precoç i habitual als espais digitals no garanteix el desenvolupament i assoliment d'una competència mediàtica crítica. Així doncs, d'aquesta manera es reforça la necessitat d'integrar l'alfabetització mediàtica dins dels processos d'ensenyament i aprenentatge dels centres educatius. En aquest sentit, la present investigació aporta arguments que justifiquen la incorporació d'espais específics d'anàlisi i contrast de la informació dins les pràctiques escolars.

Una bona alfabetització mediàtica afavoreix el desenvolupament d'habilitats crítiques i, a la vegada, contribueix a la formació d'una ciutadania responsable i crítica. Els factors familiars, socials i educatius influeixen en el desenvolupament d'aquesta competència mediàtica provocant així situacions de desigualtat entre l'alumnat. Per aquesta raó, sorgeix la necessitat de plantejar actuacions educatives que garanteixin oportunitats d'aprenentatge equitatives per a tot l'alumnat.

8.3. Implicacions pedagògiques i didàctiques

Aquesta investigació aborda una qüestió de gran rellevància en el context educatiu i social actual. En aquest sentit, l'escola juga un paper clau en la formació d'infants crítics i capaços d'actuar en conseqüència en societat.

Els resultats d'aquest estudi poden ser de gran utilitat per a futur i actuals docents, ja que ofereixen una aproximació a una realitat present en moltes aules i centres educatius. La recerca detalla les limitacions que presenta l'alumnat de 6è de Primària a l'hora de

contrastar i verificar diversos missatges mediàtics. A més, demostra que aquestes habilitats crítiques es poden treballar de manera significativa a través de propostes didàctiques contextualitzades i properes a les experiències del dia a dia dels infants.

Així doncs, també es manifesta la necessitat d'incorporar l'ensenyament de la didàctica de l'alfabetització mediàtica en la formació del professorat de manera més explícita. En una societat on la desinformació cada vegada guanya més pes, cal que els docents disposin de recursos i estratègies perquè puguin formar i acompanyar l'alumnat durant l'etapa escolar.

Per últim, des d'una perspectiva més personal, aquest treball m'ha donat l'oportunitat d'entrar a diverses aules a investigar quina és la situació actual de l'alfabetització mediàtica i el pensament crític de l'alumnat de 6è de Primària. He pogut constatar que el context familiar i social de l'alumnat influeix en el seu desenvolupament d'habilitats crítiques de contrast i verificació d'informació. Per aquesta raó, considero que com a futura docent, considero que des de les escoles tenim l'oportunitat d'intentar formar l'alumnat perquè esdevinguin ciutadans crítics, autònoms i responsables.

8.4. Limitacions i noves línies de treball

Aquesta recerca presenta algunes limitacions que cal considerar. En primer lloc, la mostra participant és reduïda (82 infants), per tant, els resultats obtinguts no es poden generalitzar al conjunt de tota la població escolar. Tot i això, les dades ofereixen indicis significatius sobre tendències presents en l'alumnat de 6è de Primària i constitueixen un punt de partida útil per a futures investigacions. En segon lloc, la temporització d'intervenció dins les aules va ser només de 90 minuts, limitant així el grau d'aprofundiment de les activitats didàctiques proposades. En cas d'haver disposat de més temps, es podria haver realitzat una anàlisi més profunda del desenvolupament d'habilitats crítiques de l'alumnat en la interpretació de missatges mediàtics. Tot i això, els resultats obtinguts serveixen per marcar indicis i tendències entre l'alumnat de 6è de Primària.

D'altra banda, plantejant noves línies de treball futures, seria interessant realitzar estudis longitudinals que permetessin analitzar l'evolució de la competència mediàtica de l'alumnat

durant la transició de Primària a Secundària. També seria interessant aprofundir en el paper de les famílies mitjançant programes de formació i mediació digital que complementin l'acció educativa de l'escola. Finalment, l'auge de la intel·ligència artificial en tots els espais digitals obre noves vies de recerca sobre els reptes que aquesta tecnologia planteja per al desenvolupament del pensament crític i l'alfabetització mediàtica de l'alumnat a l'Educació Primària.

9. LLISTA DE REFERÈNCIES

Cañas Encinas, M., Pinedo González, R., & Palacios Picos, A. (2022). Prácticas de aula para promover el pensamiento crítico en el uso de los medios digitales. *Revista de Educación, 398*, 193–217. https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2022-398-557

Feijóo-Outumuro, J., Sanisidro-Lojo, A., & Castro-Fernández, B. (2024). La influencia de los medios de comunicación en el desarrollo del pensamiento crítico y los valores sociales, cívicos y democráticos en el alumnado de Educación Primaria desde la enseñanza de las Ciencias Sociales. En J. I. Ortega Cervigón, J. Á. Sánchez Rivera, & N. González Monfort (Eds.), *Experiencias de aprendizaje desde la Didáctica de las Ciencias Sociales para la formación de una ciudadanía democrática, crítica y global* (pp. 57–62). Octaedro.
https://investigacion.usc.gal/documentos/667eff8c1a72ff21538a9284?lang=es

Gómez, J. I. A., & Franco, M. D. G. (2014). Competencia mediática y educación: una alianza necesaria. *Comunicación & Pedagogía,* 38-42. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4736742

Gutiérrez Martín, A., Pinedo González, R., & Gil Puente, C. (2022). Competencias TIC y mediáticas del profesorado: Convergencia hacia un modelo integrado AMI-TIC. Comunicar: *Revista Científica de Comunicación y Educación, 70*, 21–33.
https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8198766

Moreno, P. C. M., Jiménez, R. G., & Ilardia, I. P. (2024). El desafío de la Competencia Mediática en la educación del pensamiento crítico. *Revista Científica en Ciencias Sociales, 22*, 53-63.
https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9406394

Pedreira, M. C. C., Zubizarreta, A. C., & Havránková, T. (2021). Móviles y pantallas en edades tempranas: convivencia digital, derechos de la infancia y responsabilidad adulta. *Research in Education and Learning Innovation Archives, 26*, 1-17.
https://doi.org/10.7203/realia.26.15936

Santisteban, A. (2009). Cómo trabajar en clase la competencia social y ciudadana. Dipòsit Digital de Documents de la UAB, *Aula d'innovació educativa, 187*, 12-15
https://ddd.uab.cat/record/182049