



Check Wars: el juego para aprender sobre desinformación creado en la Universidad Miguel Hernández

ALBA GARCÍA ORTEGA — 15/01/2024

Imagina un futuro no muy lejano en el que la información se ha convertido en un arma de doble filo, omnipresente en la sociedad. Los bulos están a la orden del día y cada vez resulta más difícil distinguir la verdad de la mentira. En ese contexto, surgen dos equipos enfrentados: por un lado, los “Verificadores”, guardianes de lo auténtico y lo veraz; por otro, los “Desinformadores”, maestros de la mentira y la manipulación. Llega el momento de decidir de qué lado estás. ¿Serás capaz de frenar el avance de la desinformación o crearás un imperio basado en la mentira y el engaño? Así comienza Check Wars, un juego de cartas sobre desinformación que hemos diseñado para la revista [UMH Sapiens](#) con el apoyo del observatorio [IBERIFIER](#), un proyecto financiado por la Comisión Europea.

El juego está pensado para 2-4 jugadores y combina técnicas de juego cooperativo (entre los miembros del mismo equipo) y competitivo (entre dos bandos). El objetivo es reunir 6 *checks* de verificación antes de que lo haga el equipo contrario. Para ello, los jugadores deben activar las cartas que ofrecen beneficios para su equipo o perjudican al contrario. En este artículo, explicamos el proceso de ideación y diseño de esta iniciativa, y por supuesto, te animamos a que juegues y lo pruebes con tus amigos.



La selección de los conceptos

Si algo nos han enseñado los *serious games* (“aquellos juegos cuya finalidad va más allá del entretenimiento”) es que, para que este tipo de experiencias resulten eficaces, no es suficiente con que sean divertidas. También deben cumplir el propósito para el que han sido creadas. En el caso de Check Wars, el objetivo era diseñar **una experiencia lúdica que permitiese a los jugadores mejorar sus conocimientos sobre la desinformación**. En concreto, se pretendía mostrar cuáles son las estrategias de desinformación más habituales y qué técnicas y herramientas de verificación existen para detectarlas. Por eso, la elección de los conceptos sobre los que se estructura la experiencia lúdica fue un elemento clave.

En el caso del equipo de verificadores, las cartas se inspiraron en las técnicas y las herramientas de verificación más habituales. Algunas, como “Investigar la fuente de origen” y “Búsqueda de palabras clave”, están basadas en el **código de actuación diseñado por el Stanford History Education Group**, que emplean proyectos de verificación como la [Teen Fact-Checking Network](#) de MediaWise o [PolitiFact](#). Otras están basadas en **materiales didácticos publicados por agencias de verificación** como Maldita.es o Chequeado, así como en técnicas y protocolos que comienzan a implementarse tras la irrupción de la IA. En concreto, las técnicas que se incluyen son las siguientes:



Investigar la fuente de origen: Cuando tenemos la sospecha de que un contenido puede ser falso, lo primero que debemos hacer es ir a la fuente de origen. ¿Quién ha publicado la información? ¿Es un experto/a en el tema? ¿En qué basa sus argumentos? ¿Puede tener algún interés oculto?

Red flags: Hay algunas señales que pueden darte pistas de cuándo una información no es de fiar. Por ejemplo, si el contenido salta entre las plataformas (TikTok, Twitter, WhatsApp, etc.), apela a emociones fuertes como el odio o la ira, no especifica de dónde ha salido la información o su creador pide difusión.



Búsqueda inversa de imágenes: Es la técnica perfecta si sospechas que una imagen puede estar manipulada o descontextualizada. Es tan sencillo como subir la imagen a images.google.com y darle a buscar. Google te mostrará cuándo y dónde ha sido publicada, así como una lista de imágenes relacionadas

Búsqueda de palabras clave: Muchas veces la respuesta está tras una simple consulta en internet. Investiga qué han publicado sobre el tema otros periodistas y medios de comunicación de confianza.



Metadatos: Los metadatos ocultan mucha información útil. Pueden indicarte dónde, cuándo y con qué dispositivo se ha creado un contenido.

Preguntar a un experto o experta en el tema: Si tras utilizar las técnicas anteriores sigues teniendo dudas, lo mejor es que preguntes a quien más sabe sobre el tema.



En el caso del equipo de los desinformadores, las cartas se inspiraron en la clasificación de [Wardle y Derakhshan](#), quienes ordenan los diferentes trastornos de la información en base a su “capacidad dañina”:



Sátira o parodia: Su finalidad es cómica y no tienen la intención de herir. Sin embargo, si se consumen fuera de contexto, pueden inducir a error.

Falsa conexión: Se produce cuando los titulares, pies de foto, elementos visuales o subtítulos no guardan relación con el contenido.

[CLICK HERE](#) 



Contexto falso: El contenido que se muestra es real, pero no ha ocurrido en el lugar o en el momento que nos quieren hacer creer.

Contenido impostor: En este caso, el contenido se publica con la intención de suplantar la identidad de otra persona o institución. Es una técnica muy habitual en la desinformación de carácter político.

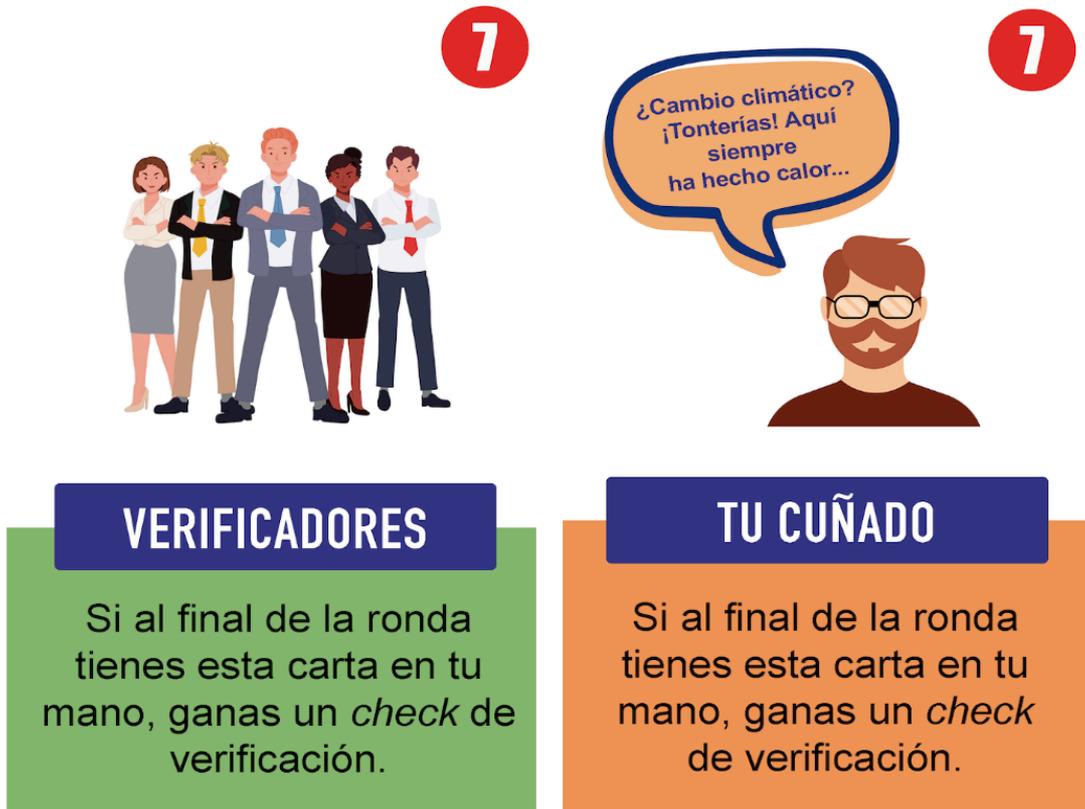


Contenido manipulado: Consiste en la manipulación de imágenes, texto o audios reales.

Contenido fabricado: Se trata de contenido nuevo completamente falso, diseñado exclusivamente con la intención de engañar y hacer daño.



Además de las cartas básicas, cada equipo cuenta con una carta estrella que le permite ganar un *check* de verificación de forma automática al finalizar la ronda: “Verificadores” y “Tu cuñado”. Ambas cartas pretenden representar el máximo exponente de ambos bandos. Por un lado, los verificadores son los garantes de la verdad y la autenticidad; por otro, “tu cuñado”, un agente que favorece la dispersión de los bulos. Nos pareció un guiño divertido que muestra una realidad con la que todo el mundo, en mayor o menor medida, puede sentirse identificado.



La importancia de las mecánicas de juego

Una vez definidos los conceptos, es el turno de asignarles una regla a cada una de las cartas. Para ello, tuvimos en cuenta dos aspectos que consideramos fundamentales: 1) las mecánicas debían **guardar relación con el concepto** que acompañan, y 2) **mantener la tensión y favorecer el equilibrio** entre ambos equipos. Para cumplir este último objetivo, intentamos diseñar reglas que otorgasen beneficios similares a ambos bandos, respetando la naturaleza de cada uno. De este modo, las cartas del equipo de verificadores fueron diseñadas para obtener información del equipo contrario, mientras que las de los desinformadores tienen como objetivo engañar y confundir.

Encontrar la relación entre el concepto y la mecánica de juego resultó más complicado. El objetivo era diseñar un sistema de juego en el que **cada regla tuviese un efecto similar a la herramienta, técnica o trastorno de la información que representa**. En el caso de la carta "Búsqueda inversa", su efecto permite comparar la mano del jugador con la de un miembro del equipo contrario. Si el número de la carta (situado en la esquina superior derecha) coincide, el desinformador queda eliminado de la ronda. Del mismo modo, la

carta “Sátira o parodia” permite al equipo de desinformadores comparar su carta con la del equipo contrario. Quien tenga la carta con el número más bajo, queda eliminado.



Para añadirle más emoción, además de las cartas de defensa y ataque, diseñamos seis cartas tituladas “Misión secreta”. Se trata de objetivos grupales que cada bando debe conseguir antes de que finalice la ronda. Si lo logra, puede ganar un *check* de verificación o quitárselo al equipo contrario. Estas cartas permanecen ocultas durante la partida, lo que le otorga cierto misterio a la experiencia y permite que el marcador pueda dar un giro en cualquier momento.

El proceso de ideación fue desafiante, pero también muy enriquecedor. El objetivo era crear un sistema de juego accesible e intuitivo para que **cualquier persona, con independencia de su familiaridad con los juegos de cartas, pudiese disfrutar y aprender** con la experiencia. Y, al parecer, lo logramos: mi abuela jugó, disfrutó y, para sorpresa de toda la familia, nos ganó.

Puedes encontrar el juego en el nº 37 de la [Revista UMH Sapiens](#) en [formato digital descargable](#) y en formato impreso en los diferentes campus de la UMH.



Este juego es resultado de la colaboración de la UMH en el proyecto europeo IBERIFIER, un observatorio financiado por la Comisión Europea para la investigación sobre el ecosistema mediático y la lucha contra la desinformación en España y Portugal.



Alba García Ortega

Profesora de Nuevas Narrativas



Entradas recientes

Un proyecto nacido en el MIP: “Repítemelo otra vez”, atizar el estigma de la pérdida auditiva a través del video social

SILVIA COBO — 10/15/24

20 nuevas ideas para monetizar productos y servicios periodísticos

MIGUEL CARVAJAL — 10/08/24

Las organizadoras de Media Party (Argentina): “Buscamos que la tecnología y el periodismo

confluyan, se entiendan mejor y generen un idioma común”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 10/01/24

Mar Cabra, The Self-Investigation: “Aspiramos a un futuro en el que la salud mental sea un elemento más en todos los aspectos del trabajo de los periodistas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 09/24/24

Sara I. Belled, periodista visual de Colpisa: “La narrativa ha de ser un artículo de primera necesidad para los medios y un producto premium para el lector”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 09/17/24

Publicaciones recientes sobre innovación en periodismo: entre la permanencia y el cambio

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 07/09/24

¿Conoces el *Local Data Lab*?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de*

datos?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

© 2024

[Máster en Innovación en Periodismo](#) · [Blog](#) · [Inicio](#) ·

