

“ConectaMente: Creando conciencia mediática”

🎵 [Música para el encuentro](#)

Fundamentación:

La alfabetización mediática es fundamental en la sociedad actual, especialmente para los adolescentes, puesto que les ayuda a desarrollar habilidades críticas y analíticas para comprender, evaluar y utilizar de manera efectiva la gran cantidad de información a la que están expuestos a través de los medios de comunicación y las plataformas digitales. Sirve para gestionar los imaginarios sociales. Son imaginarios porque no son ideas racionales ni objetos naturales, son creaciones de la imaginación, no individuales, sino que sociales: por eso lo llama imaginario social, que “no son nada si no son compartidos, participados, por ese colectivo anónimo, impersonal, que es también cada vez la sociedad” (Castoriadis, 2006: 79).

A su vez, implica aprender a interpretar y cuestionar la información, comprender los diferentes tipos de medios y su influencia, discernir entre hechos y opiniones, así como desarrollar la capacidad de expresarse de manera responsable en entornos mediáticos. Esto es esencial para que los adolescentes puedan formar su propia opinión informada, evitar la desinformación y ser ciudadanos críticos y participativos en la sociedad.

Además, la alfabetización mediática les brinda herramientas para entender cómo se construyen los mensajes mediáticos, identificar estereotipos y prejuicios, y ser conscientes de su impacto en la percepción del mundo. Baczko conceptualiza a los imaginarios sociales como “referencias específicas en el vasto sistema simbólico que produce toda colectividad y a través de la cual ella se percibe, se divide y elabora sus finalidades” (Baczko, 1991: 28), produciendo una representación de sí misma y un orden totalizante en una sociedad. Esta temática es crucial para empoderar a los adolescentes en un mundo cada vez más digitalizado y mediático permitiéndoles ser consumidores informados y productores responsables de contenido.

Contenidos:

Representación y estereotipos: ¿Qué significa representar?, ¿Qué es un estereotipo? Audiencias y usuarios: Desde los productores, Desde las

audiencias y usuarios, ¿Por qué analizar las audiencias?.

Objetivo General:

Brindar herramientas para la participación responsable en el entorno digital a adolescentes de escuelas secundarias de la provincia de Misiones desde la importancia de la representación y los estereotipos en los medios de comunicación.

Objetivos Específicos:

Fomentar la reflexión crítica sobre representaciones mediáticas mediante la creación y análisis de hashtags.

Promover el pensamiento crítico a través de debates grupales sobre la veracidad de titulares de noticias asignados.

Desarrollar habilidades de investigación y verificación de datos en la web para discernir información confiable.

Destinatarios: alumnos de escuelas secundarias de distintas modalidades de la provincia de Misiones que hayan participado del taller 1: “Ciudadanía digital: big data, fake news e inteligencia artificial”.

Tiempo: dos horas.

Hoja de ruta:

<p>Bienvenida Actividad Rompe Hielo</p> <p>En esta oportunidad, se iniciará el taller presentando una serie de imágenes disparadoras que retratan diversas situaciones y contextos relacionados con las temáticas de estudio: “Representación y estereotipos” y “Audiencias y usuarios”.</p> <div data-bbox="210 1621 651 1912" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="657 1583 991 1912" data-label="Image"> </div>	<p>20 minutos</p>
<p>Fuente: https://www.istockphoto.com/es/search/search</p>	



Fuente: Imágenes creadas con IA a través de Copilot.

Actividad:

Observar con atención las siguientes imágenes.

- a) Basándote en tus reflexiones y en lo que estas imágenes te inspiran, deberás crear uno o varios #hashtags que consideres y que acompañen a una de las imágenes.

Escribe en qué red social lo publicarías.

Aclaración: Piensa en el #hashtag no sólo como descripción a la imagen, sino que también sea un punto de partida para reflexionar o debatir un tema.

Ejemplo de #hashtag: #MascarasDigitales: Sería ideal para una plataforma como Instagram o Twitter, donde la gente muestra su vida de manera selectiva y a menudo distorsionada.

Reflexionemos juntos:

La reflexión estará proyectada en la presentación:

-¿Los hashtags pueden ayudar a cambiar la manera en que vemos

<p>a las personas y a promover una representación más justa? -¿Cómo influyen, en nuestra interpretación, los comentarios y el lugar donde vemos las imágenes?</p>	
<p>Momento 1: “Detectando desinformación” Marco teórico: <i>Representaciones y estereotipos.</i></p> <p>En este primer momento, se expondrá sobre cómo las representaciones a través de imágenes, sitios, apps, publicidades, generan estereotipos.</p> <p>Actividad: Título: “Verdad o mentira”</p> <p>1- Dividir a los estudiantes en 5 grupos.</p> <p>2- Proporcionar a cada grupo una serie de títulos de noticias o afirmaciones algunas verdaderas y otras falsas relacionadas con estereotipos, representaciones sociales, noticias falsas y desinformación.</p> <p>TÍTULOS DE NOTICIAS:</p> <p>-“Estudio revela cómo los estereotipos de género impactan la percepción en el lugar de trabajo.”</p> <p>-“Expertos advierten sobre el aumento de la desinformación en las redes sociales durante la pandemia.”</p> <p>-“Video viral muestra extraterrestres caminando por las calles de una ciudad importante.”</p> <p>-“Político famoso es arrestado por tráfico de niños, aunque no hay pruebas que respalden la afirmación.”</p> <p>-“Rumor falso afirma que el agua embotellada causa cáncer debido a productos químicos nocivos añadidos por las empresas.”</p> <p>-“Cómo identificar y combatir la desinformación en línea: consejos de expertos.”</p> <p>3- Luego, se discutirá y determinará qué titulares son verdaderos y cuáles son falsos y las opiniones que genera cada título a través de las siguientes preguntas: ¿Qué noticias creen que podrían ser</p>	<p>30 minutos</p>

<p>verdaderas? ¿Por qué? ¿Qué noticias creen que generan estereotipos? ¿Por qué?</p> <p>4- Después de un tiempo estipulado por el referente, cada grupo comparte sus conclusiones de manera oral con el resto de sus compañeros explicando cómo llegaron a sus decisiones.</p> <p>5- Finalmente se revela la veracidad de cada título y se discuten las estrategias utilizadas para discernir la información real de la falsa.</p>	
<p>Momento 2: Audiencias y usuarios</p> <p><i>Marco teórico: audiencias, productores, lenguajes.</i></p> <p>Actividad:</p> <p>Consigna en diapositiva:</p> <p>Primera parte:</p> <p>La misión será investigar y reflexionar sobre las siguientes preguntas, pueden optar por buscar información en sitios web seguros o basar sus respuestas en conocimientos previos y opiniones personales. Es esencial que, si deciden realizar búsquedas en línea, utilice solo fuentes confiables.</p> <p>Aclaración: Todas sus respuestas y reflexiones deben ser registradas detalladamente en la carpeta.</p> <p>Preguntas a Explorar (En diapositiva):</p> <p><i>¿Qué es el big data? ¿Qué empresas utilizan el big data? Proporcionar ejemplos específicos.</i></p> <p><i>¿Cómo funcionan las burbujas digitales?</i></p> <p><i>¿Qué es la audiencia digital?</i></p> <p><i>¿Cuáles son los intereses y pasatiempos principales de la audiencia?</i></p> <p><i>¿Qué tipo de contenido consume principalmente la audiencia en línea? f) ¿En qué plataformas digitales pasa más tiempo la audiencia?</i></p> <p><i>¿Quiénes son los productores o creadores de contenido en este</i></p>	<p>40 minutos</p>

tema o producto?

¿Cuál es el objetivo principal del productor al dirigirse a esta audiencia específica?

¿Qué tipo de lenguaje utiliza el productor para comunicarse con la audiencia?

Posteriormente, se realizará una puesta en común oral con los grupos para avanzar con la actividad.

Segunda parte:

Creación de perfiles de audiencia en la era digital:

Aclaraciones : Se mantienen en los mismos grupos.

A continuación, se asignará a cada grupo un tema específico sobre el cual deberán crear un perfil de audiencia. Los temas o productos asignados son los siguientes:

-Grupo 1: Red social nueva: Imaginar una red social diseñada para adolescentes.

-Grupo 2: Aplicación de fitness: Crear un perfil de audiencia para una aplicación de fitness.

-Grupo 3: Tienda en línea de moda sostenible: Crear un perfil de audiencia para una tienda de moda sostenible. **-Grupo 4: Canal de YouTube de cocina saludable:** Crear un perfil de audiencia para un canal de cocina saludable.

Grupo 5: Servicio de streaming de películas y series: Crear un perfil de audiencia para un servicio de streaming.

Consignas:

a) Realizar una investigación sobre su tema asignado, luego determinen quién será su audiencia. Consideren factores como edad, género, intereses, hábitos de consumo, plataformas digitales preferidas, entre otros.

b) Con la información recopilada, desarrollen un perfil detallado

<p>de la audiencia. Este perfil debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Descripción general de la audiencia (demografía, intereses, etc.). ○ Comportamiento en línea y preferencias de consumo de contenido. ○ Plataformas digitales más utilizadas. ○ Principales motivaciones para elegir este tema o producto. ○ Desafíos o preocupaciones de la audiencia relacionados con el tema o producto. <p>3) Preparar una breve presentación de su perfil de audiencia para compartir con la clase. Asegúrense de destacar los aspectos más interesantes o sorprendentes de su investigación. Pueden utilizar una herramienta digital o simplemente en sus carpetas.</p> <p>Tengan en cuenta:</p> <p>¿Cuál es la edad promedio de nuestra audiencia? ¿Dónde viven nuestras audiencias (ubicación geográfica)?</p> <p>¿Cuáles son los intereses principales de nuestra audiencia?</p> <p>¿Qué plataformas en línea utilizan más frecuentemente?</p> <p>¿Qué tipo de contenido consumen en línea (videos, artículos, redes sociales)?</p> <p>¿Cuáles son los principales desafíos o preocupaciones de nuestra audiencia en relación con nuestro producto o tema?</p> <p>Finalmente, cada grupo presentará su perfil de audiencia al resto de la clase.</p>	
<p>Ticket de salida Rutina de pensamiento: “Pienso, reflexiono, expreso”.</p> <p>De manera individual deberán escribir en sus carpetas un compromiso personal que te gustaría asumir basado en lo aprendido hoy. Esto podría ser algo que planeas o lo harías diferente cuando consumes o compartes</p>	<p>10 minutos</p>

información en línea. Ejemplo de un compromiso personal: <i>"Me comprometo a verificar siempre la fuente de las noticias antes de compartirlas en redes sociales, para asegurarse de no difundir información falsa o estereotipos"</i> .	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Bibliografía

- Baeza, M. (Año 2000). Los caminos invisibles de la realidad social. Ensayos de sociología profunda sobre imaginarios sociales. Santiago: Ediciones Sociedad Hoy.
- Bacsko, B. (Año 1991). Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Castoriadis, C. (Año 2006). Una sociedad a la deriva. Entrevistas y debates.
- De Capital humano, M. (2022, noviembre 11). *¿Qué es la ciudadanía digital?* Argentina.gob.ar.
<https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/grooming/que-es-la-ciudadania-digital>
- De Chile, M. de E. G. (2023, marzo 2). *¿Qué es la ciudadanía digital?* Ciudadanía Digital. <https://ciudadaniadigital.mineduc.cl/que-es-la-ciudadania-digital/>
- Morduchowicz Año 2024). *Ciudadanía digital: curriculum para la formación docente.* Unesco.org.
- UNESCO. (2023). *El correo de la UNESCO. La escuela en la era de la Inteligencia Artificial.* Fundación SM.