

Taller de Huellas en la Red



Secundaria

MISIONES

Ministerio Educación,
Ciencia y Tecnología





¡BIENVENIDOS!

“ConectaMente:
Creando conciencia mediática”



Objetivos



- 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.



Hoja de Ruta

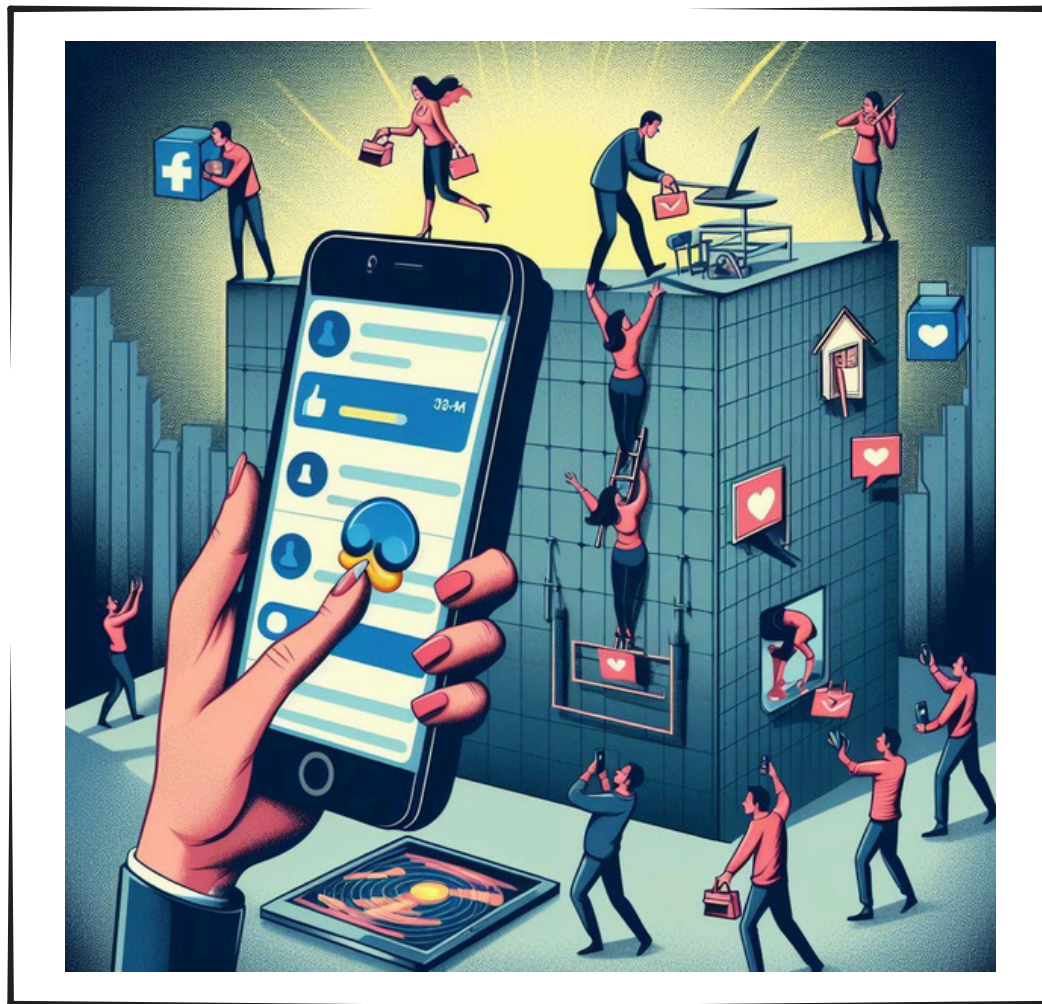




Actividad Rompe Hielo



Observá las imágenes y proponé un #hashtag...



Ejemplo: #MáscarasDigitales

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



Reflexionemos



- ¿Los hashtags pueden ayudar a cambiar la manera en que vemos a las personas y a promover una representación más justa?
- ¿Cómo influyen, en nuestra interpretación, los comentarios y el lugar donde vemos las imágenes?





Momento 1





Representaciones y estereotipos en las redes



ACTIVIDAD



¿Qué vamos a hacer?

- 1 Nos dividimos en grupos de 5 integrantes.
- 2 Debatan sobre qué titulares son verdaderos y cuáles creen que son falsos y ¿por qué?
- 3 Luego, compartimos las conclusiones de manera oral con el resto de sus compañeros.
- 4 Finalmente, revisaremos la veracidad de cada título y veremos las estrategias utilizadas para discernir la información real de la falsa.



Estudio revela cómo los estereotipos de género impactan la percepción en el lugar de trabajo

Video viral muestra extraterrestres caminando por las calles de una ciudad importante

Expertos advierten sobre el aumento de la desinformación en las redes sociales durante la pandemia

Político famoso es arrestado por tráfico de niños, aunque no hay pruebas que respalden la afirmación

Rumor falso afirma que el agua embotellada causa cáncer debido a productos químicos nocivos añadidos por las empresas

¿Cómo combatir la desinformación en tiempos de crisis? Expertos ofrecen estrategias





Para reflexionar...



¿De qué manera habla la noticia del hecho? ¿qué dice y qué no dice?

¿Se mencionan diferentes puntos de vista?

¿Qué lenguaje utilizó la noticia para el titular? ¿Cuál es la intención detrás de la información presentada?





Para reflexionar



¿Qué noticias creen que son las que generan estereotipos? ¿Por qué?

Veamos un vídeo





Momento 2



Audiencias y usuarios (audiencias, productores, lenguajes)





Actividad



1

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, utilicen solo fuentes confiables.

Aclaración: Todas sus respuestas y reflexiones deben ser registradas detalladamente en la carpeta.



Preguntas a explorar



- ¿Qué es el big data? ¿Qué empresas utilizan el big data? Proporcionar ejemplos específicos.
- ¿Cómo funcionan las burbujas digitales?
- ¿Qué es la audiencia digital?
- ¿Cuáles son los intereses y pasatiempos principales de la audiencia?
- ¿Qué tipo de contenido consume principalmente la audiencia en línea?
- ¿En qué plataformas digitales pasa más tiempo la audiencia?
- ¿Quiénes son los productores o creadores de contenido en este 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?



Puesta en común





Actividad



1

Creación de perfiles de audiencia en la era digital:

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.



Actividad



- 1 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.
- 2 Con la información recopilada, desarrollen un perfil detallado de la audiencia. Este perfil debe incluir:

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.



Actividad



3

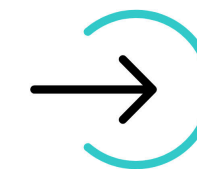
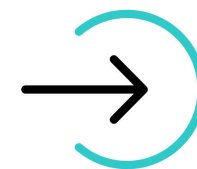
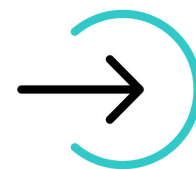
Preparar una breve presentación de su perfil de audiencia para compartir con la clase. Asegúrense de destacar los aspectos más interesantes o sorprendentes de su investigación. Pueden utilizar una herramienta digital o simplemente en sus carpetas.

Tengan en cuenta:

- ¿Cuál es la edad promedio de nuestra audiencia?
- ¿Dónde viven nuestras audiencias (ubicación geográfica)?
- ¿Cuáles son los intereses principales de nuestra audiencia?
- ¿Qué plataformas en línea utilizan más frecuentemente?
- ¿Qué tipo de contenido consumen en línea (videos, artículos, redes sociales)?
- ¿Cuáles son los principales desafíos o preocupaciones de nuestra audiencia en relación con nuestro producto o tema?



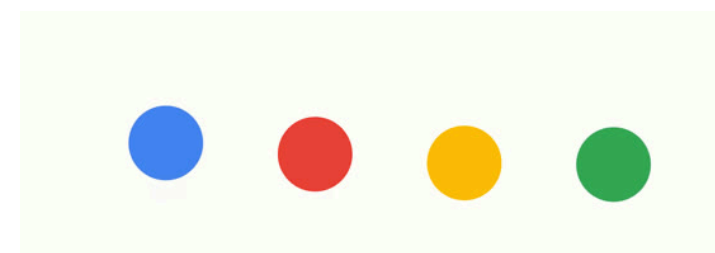
TICKET DE SALIDA



“Pienso, reflexiono, expreso”.

De manera individual deberán escribir en sus carpetas un compromiso personal que te gustaría asumir basado en lo aprendido hoy.

Ejemplo "Me comprometo a verificar siempre la fuente de las noticias antes de compartirlas en redes sociales para asegurarme de que no difundo información falsa o estereotipos."



Taller de Huellas en la Red



Secundaria

¡Muchas gracias!
¡Nos vemos pronto!

MISIONES

Ministerio Educación,
Ciencia y Tecnología

