unesco

CIUDADANÍA ALFABETIZADA EN MEDIOS E INFORMACIÓN

PENSAR CRÍTICAMENTE, HACER CLIC SABIAMENTE



CURRÍCULUM DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL PARA EDUCADORES Y ESTUDIANTES

Publicado en 2023 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Francia.

© UNESCO 2023

ISBN 978-923-300-204-3



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Atribución-CompartirIgual 3.0 IGO (CC BY-SA 3.0 IGO) (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/deed.es). Al utilizar el contenido de esta publicación los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio de la UNESCO en acceso abierto (https://es.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp).

Título original: *Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely*. Publicado en 2021 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición por parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

Autores

Alton Grizzle, Carolyn Wilson, Ramon Tuazon, C.K. Cheung, Jesús Lau, Rachel Fischer, Dorothy Gordon, Kwame Akyempong, Jagtar Singh, Paul R. Carr, Kristine Stewart, Samy Tayie, Olunifesi Suraj, Maarit Jaakkola, Gina Thésée y Curmira Gulston.

Editado por Alton Grizzle, Carolyn Wilson y Dorothy Gordon.

Diseño gráfico: UNESCO/Katharine Mugridge
Diseño de cubierta: UNESCO/Katharine Mugridge
Traducción: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO
Maquetación: UNESCO
Impresión: UNESCO

Impreso en Francia.

Prefacio



Audrey Azoulay
Directora general UNESCO

"Pensar críticamente, hacer clic sabiamente. Ciudadanía alfabetizada en medios e información".

Segunda edición del Currículum de Alfabetización Mediática e Informacional para educadores y estudiantes de la UNESCO.

Como lo ha demostrado la pandemia de COVID-19 con demasiada claridad, el acceso a información confiable y basada en hechos es crucial para tomar decisiones que podrían salvar vidas y participar en todos los ámbitos de la sociedad. Es un pilar fundamental de la democracia y para nuestra capacidad de abordar todos los problemas importantes que enfrentamos, ya sea el cambio climático, la migración, los conflictos o la pobreza.

Como tal, debe tratarse como un bien público, de la misma manera que el agua que bebemos y el aire que respiramos.

La pandemia se ha caracterizado por la desinformación generalizada y los rumores, especialmente a través de las redes sociales, que muchos, incluido el Secretario General de las Naciones Unidas, han calificado de "infodemia". Sin embargo, estos desafíos no deberían haber sido inesperados. Son el resultado de los enormes cambios tecnológicos de las últimas décadas que han alterado completamente las formas en las que nos comunicamos, interactuamos y nos informamos. Casi el 70% de los jóvenes del mundo están ahora en línea[1]. Todos los días, las personas ven más de mil millones de horas de video en YouTube[2]; casi dos mil millones de nosotros nos conectamos a Facebook[3] y muchos utilizan estas plataformas como su principal fuente de noticias e información sobre el mundo.

No es casualidad que estemos viendo que la confianza en la información cae a mínimos históricos a nivel mundial, en forma más dramática por la información que se encuentra en línea, pero incluso por la que proporcionan los medios de comunicación tradicionales y los gobiernos.[4]

1. Union Internacional de Telecomunicaciones (UIT). (2020).
2. YouTube. (2021).
3. Facebook. (2021).
4. Edelman Trust Barometer 2021 (survey of 33,000 people 18+ across 28 countries): Trust in information is at record lows – only 35% of people trust what they see on social media, and 53% for traditional media. Almost 60% of people believe journalists and government leaders are purposely trying to mislead.

Estos cambios han traído nuevas oportunidades para educar, debatir y expresarnos; pero requieren una comprensión completamente nueva de la información y las formas en que se propaga, tanto en línea como fuera de ella, de dónde proviene y todo tipo de temas relacionados, desde la comprensión de los medios y la investigación científica, pasando por la ética y la privacidad de los datos hasta el impacto de los algoritmos y la Inteligencia Artificial.

Esto, en definitiva, es Alfabetización Mediática e Informacional, el tema de este nuevo Currículum de la UNESCO que se ha desarrollado tras dieciocho meses de consultas globales, que tuve el placer de lanzar en la República de Serbia en septiembre de 2019. Está diseñado para servir como marco global definitivo para enseñar en los próximos años estas habilidades claves del siglo XXI. También proporciona una base sólida para el enfoque renovado de la UNESCO a medida que trabajamos con los gobiernos, los medios de comunicación, la sociedad civil y las plataformas en línea para traer el tema al centro de la agenda de educación global.

Estas son cuestiones que nos afectan a todos los países deben trabajar para poner en marcha políticas nacionales e institucionales que reflejen esto. Todos los sistemas educativos del mundo deben construir mentes críticas que puedan navegar por los flujos de información actuales, verificar las fuentes, diferenciar los hechos de la ficción, resistir al discurso de odio y, sobre todo, tomar decisiones informadas sobre sus vidas.

Sin embargo, también debemos ir más allá de los sistemas de educación formal para desarrollar nuevas herramientas para llegar a todas las personas, de todas las edades, a través de un enfoque de aprendizaje permanente que responda al entorno de información en constante cambio. Esto significa trabajar en los mismos lugares donde se enquista la información falsa, incluso en las propias plataformas de medios y redes sociales, y entre grupos marginados que pueden existir completamente fuera de los ecosistemas de información convencionales.

El futuro de las sociedades democráticas y nuestra respuesta a todo tipo de desafíos globales dependerá en parte de garantizar que toda la ciudadanía pueda "Pensar críticamente, hacer clic sabiamente". Dependerá de garantizar la Alfabetización Mediática e Informacional para todos.

Resumen

¿Podemos mejorar nuestras sociedades haciendo clic sabiamente?

Los proveedores de contenidos como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital pueden permitir un desarrollo inclusivo y sostenible. Sin embargo, no siempre están a la altura de estos ideales, lo que crea desafíos para los usuarios de estos servicios. Los proveedores de contenidos de todo tipo abren nuevas oportunidades para el aprendizaje permanente. Pero al mismo tiempo, plantean desafíos como la información falsa y la desinformación, el discurso de odio y la violación de la privacidad en línea, entre otros.

La Alfabetización Mediática e Informacional es un conjunto de competencias que ayudan a las personas a maximizar las ventajas y minimizar los daños. La Alfabetización Mediática e Informacional abarca las competencias que permiten a las personas interactuar de manera crítica y efectiva con el contenido de las comunicaciones; las instituciones que facilitan este contenido y el uso de tecnologías digitales. Las capacidades en estos ámbitos son indispensables para la ciudadanía, independientemente de su edad o procedencia.

Casi el 60% de la población mundial está utilizando Internet; pero aún falta una capacitación a gran escala y sostenible en Alfabetización Mediática e Informacional para todos.

Este Currículum pionero presenta un marco integral de competencias de Alfabetización Mediática e Informacional y ofrece a educadores y estudiantes sugerencias pedagógicas estructuradas. Cuenta con varios módulos detallados que cubren la gama de competencias necesarias para navegar por el ecosistema de comunicaciones de hoy. Este recurso vincula la Alfabetización Mediática e Informacional con cuestiones emergentes como la Inteligencia Artificial, la educación para la ciudadanía digital, la educación para el desarrollo sostenible, la alfabetización cultural y el aumento exponencial de la información falsa y la desinformación. Con el uso efectivo de este Currículum de Alfabetización Mediática e Informacional, todos pueden volverse alfabetizados mediáticos e informacionales, así como educadores pares de la Alfabetización Mediática e Informacional.

unesco

"Puesto que las guerras nacen en la mente de los hombres y las mujeres, es en la mente de los hombres y las mujeres donde deben erigirse los baluartes de la paz".

Tabla de contenido

Prefacio	III
Parte 1:	**2**
Currículum y marco de competencias	2
Parte 2:	**56**
Módulos	56
Introducción: Cómo utilizar este Currículum AMI	57
Glosario de términos	390

La Asamblea General de las Naciones Unidas hace un llamamiento a todos los Estados miembros y otros interesados.

"a elaborar y aplicar políticas, planes de acción y estrategias relacionados con la promoción de la Alfabetización Mediática e Informacional, y aumentar la conciencia, la capacidad de prevención y la resiliencia a la información falsa y la desinformación, según proceda"

Resolución: Semana Mundial de Alfabetización Mediática e Informacional. ARES/75/267

Parte 1: Currículum y marco de competencias	**2**
Introducción	3
Unificando las nociones de Alfabetización Mediática e Informacional	9
Beneficios y requisitos de AMI	15
Temas principales del Currículum AMI para educadores y estudiantes	16
El marco del Currículum	22
Política y visión	24
Conocimiento de la información, medios, comunicaciones digitales para el desarrollo sostenible, paz, discurso democrático y participación social	24
Evaluación de la información, medios y comunicaciones digitales	27
Producción y uso del contenido para y en AMI	27
Competencias básicas de los educadores	28
Pedagogía en la enseñanza y el aprendizaje de AMI utilizando el Currículum	41
Apéndice: Recursos seleccionados de Alfabetización Mediática e Informacional y otros	46
Parte 2: Módulos	**56**
Introducción: Cómo utilizar este Currículum AMI	57
Audiencia seleccionada para el Currículum AMI	57
Principales características del Currículum AMI	58
El proceso de adaptación del Currículum AMI: Recomendaciones	59
Estrategias de integración	60
Módulo 1: Un módulo fundamental: una introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional y otros conceptos clave	64
Antecedentes y fundamentos	65
Unidad 1: Comprender la Alfabetización Mediática e Informacional: una orientación	70
Temas claves	70
Objetivos de aprendizaje	70
Enfoques pedagógicos y actividades	73
Recomendaciones de evaluación	77
Unidad 2: AMI, participación ciudadana y derecho a la información	77
Temas claves	77
Objetivos de aprendizaje	77
Enfoques pedagógicos y actividades	79
Enfoques pedagógicos y actividades	82
Recomendaciones de evaluación	83
Unidad 3: Interacción con los medios y otros proveedores de contenido como bibliotecas, archivos y empresas de comunicaciones por Internet	84
Temas claves	84
Objetivos de aprendizaje	84
Enfoques pedagógicos y actividades	85
Recomendaciones de evaluación	88

Unidad 4: AMI, habilidades digitales, participación cultural/creatividad y emprendimiento 89
Temas claves 89
Objetivos de aprendizaje 80
Enfoques pedagógicos y actividades 91
Recomendaciones de evaluación 94
Unidad 5: AMI, enseñanza y aprendizaje permanente 94
Temas claves 94
Objetivos de aprendizaje 95
Enfoques pedagógicos y actividades 95
Recomendaciones de evaluación 97

Módulo 2: Comprensión de la información y la tecnología 100
Antecedentes y fundamentos 101
Unidad 1: Tecnología, medios y sociedad 103
Temas claves 103
Objetivos de aprendizaje 103
Enfoques pedagógicos y actividades 106
Recomendaciones de evaluación 108
Unidad 2: Libertad, ética y rendición de cuentas social 108
Temas claves 108
Objetivos de aprendizaje 109
Enfoques pedagógicos y actividades 111
Recomendaciones de evaluación 112
Unidad 3: Lo que genera noticias: explorando los criterios 113
Temas claves 113
Objetivos de aprendizaje 113
Enfoques pedagógicos y actividades 114
Recomendaciones de evaluación 116
Unidad 4: El proceso de desarrollo de las noticias: más allá de los 5Ws y 1H 117
Temas claves 117
Objetivos de aprendizaje 117
Recomendaciones de evaluación 120

Módulo 3: Investigación, ciclo de la información, procesamiento digital de la información y propiedad intelectual 124
Antecedentes y fundamentos 125
Unidad 1: Cómo se construye la información académica y científica 129
Temas claves 129
Objetivos de aprendizaje 129
Enfoques pedagógicos y actividades 129
Recomendaciones de evaluación 131
Unidad 2: Búsqueda: exploración de información estratégica 131
Temas claves 131
Objetivos de aprendizaje 132
Enfoques pedagógicos y actividades 132
Recomendaciones de evaluación 136

Unidad 3: Evaluación de la información académica y científica 136
Temas claves 136
Objetivos de aprendizaje 137
Enfoques pedagógicos y actividades 137
Recomendaciones de evaluación 139
Unidad 4: Conceptos y aplicación de la alfabetización informacional 140
Temas claves 140
Objetivos de aprendizaje 140
Enfoques pedagógicos y actividades 141
Recomendaciones de evaluación 143
Unidad 5: Ambientes de aprendizaje y alfabetización informacional 144
Temas claves 144
Objetivos de aprendizaje 144
Enfoques pedagógicos y actividades 144
Recomendaciones de evaluación 147
Unidad 6: Más sobre el procesamiento digital de la información 148
Temas claves 148
Objetivos de aprendizaje 148
Enfoques pedagógicos 149
Recomendaciones de evaluación 151
Unidad 7: Propiedad intelectual y reconocimiento de la autoría 151
Temas claves 151
Objetivos de aprendizaje 151
Recomendaciones de evaluación 153

Módulo 4: Competencias de Alfabetización Mediática e Informacional para abordar la información falsa, la desinformación y el discurso de odio: en defensa de la búsqueda de la verdad y la paz 156

Antecedentes y fundamentos 157
Unidad 1: La verdad es importante 161
Temas claves 161
Objetivos de aprendizaje 161
Enfoques pedagógicos y actividades 161
Recomendaciones de evaluación 163
Unidad 2: El ecosistema de información falsa y desinformación 164
Temas claves 164
Objetivos de aprendizaje 164
Enfoques pedagógicos y actividades 164
Recomendaciones de evaluación 168
Unidad 3: Medios e información falsa 168
Temas claves 168
Objetivos de aprendizaje 168
Enfoques pedagógicos y actividades 169
Recomendaciones de evaluación 170

Unidad 4: Impactos del contenido falso y engañoso en las personas y la sociedad 170
Temas claves 170
Objetivos de aprendizaje 171
Enfoques pedagógicos y actividades 171
Recomendaciones de evaluación 172
Unidad 5: Alfabetización Mediática e Informacional y la información falsa 172
Temas claves 172
Objetivos de aprendizaje 172
Enfoques pedagógicos y actividades 173
Recomendaciones de evaluación 173

Módulo 5: Las audiencias como ciudadanía 176
Antecedentes y fundamentos 177
Unidad 1: Entendimiento de la ciudadanía global 181
Temas claves 181
Objetivos de aprendizaje 181
Recomendaciones de evaluación 185
Unidad 2: Las audiencias: contextos nacionales y globales 185
Temas claves 185
Objetivos de aprendizaje 185
Enfoques pedagógicos y actividades 187
Recomendaciones de evaluación 189
Unidad 3: AMI, medios digitales y compromiso cívico 189
Temas claves 190
Objetivos de aprendizaje 191
Enfoques pedagógicos y actividades 192
Recomendaciones de evaluación 193
Unidad 4: Información ciudadana y periodismo ciudadano 193
Temas claves 193
Objetivos de aprendizaje 194
Enfoques pedagógicos y actividades 195
Recomendaciones de evaluación 197

Módulo 6: Representación en los medios e información: destacando la igualdad de género 202
Antecedentes y fundamentos 203
Unidad 1: El concepto de representación 206
Temas claves 207
Objetivos de aprendizaje 207
Enfoques pedagógicos y actividades 207
Recomendaciones de evaluación 208

Unidad 2: Informes de noticias y el poder de las imágenes 209
Temas claves 209
Objetivos de aprendizaje 209
Enfoques pedagógicos y actividades 209
Recomendaciones de evaluación 214
Unidad 3: Códigos institucionales sobre la diversidad y la representación 214
Temas claves 214
Objetivos de aprendizaje 214
Enfoques pedagógicos y actividades 214
Recomendaciones de evaluación 215
Unidad 4: Televisión, cine y publicaciones impresas 215
Temas claves 215
Objetivos de aprendizaje 216
Enfoques pedagógicos y actividades 216
Recomendaciones de evaluación 218
Unidad 5: Videos musicales y su representación 218
Temas claves 218
Objetivos de aprendizaje 218
Enfoques pedagógicos y actividades 218
Recomendaciones de evaluación 219

Módulo 7: Cómo influyen los medios y la tecnología en el contenido 222
Antecedentes y fundamentos 223
Unidad 1: Lectura de medios y textos de información 227
Temas claves 227
Objetivos de aprendizaje 227
Enfoques pedagógicos y actividades 227
Recomendaciones de evaluación 229
Unidad 2: El medio y el mensaje: noticias impresas y difundidas 229
Temas claves 229
Objetivos de aprendizaje 229
Enfoques pedagógicos y actividades 230
Recomendaciones de evaluación 231
Unidad 3: Géneros cinematográficos y narración 231
Temas claves 231
Objetivos de aprendizaje 231
Enfoques pedagógicos y actividades 231
Recomendaciones de evaluación 232
Unidad 4: Comunicación en plataformas digitales de redes sociales 232
Temas claves 232
Objetivos de aprendizaje 233
Enfoques pedagógicos y actividades 233
Recomendaciones de evaluación 235

Módulo 8: Privacidad, protección de datos y usted	**238**
Antecedentes y fundamentos	239
Unidad 1: Entendimiento de la privacidad en la AMI	243
Temas claves	243
Objetivos de aprendizaje	243
Enfoques pedagógicos y actividades	245
Recomendaciones de evaluación	247
Unidad 2: Privacidad, datos y desarrollo	248
Temas claves	248
Objetivos de aprendizaje	248
Enfoques pedagógicos y actividades	239
Recomendaciones de evaluación	251
Unidad 3: Conciencia de las obligaciones institucionales para proteger su privacidad y sus datos	253
Temas claves	253
Objetivos de aprendizaje	253
Enfoques pedagógicos y actividades	255
Recomendaciones de evaluación	256
Módulo 9: Oportunidades y retos del Internet	**260**
Antecedentes y fundamentos	261
Unidad 1: Jóvenes en el mundo virtual	264
Temas claves	264
Objetivos de aprendizaje	264
Enfoques pedagógicos y actividades	264
Recomendaciones de evaluación	266
Unidad 2: Retos y riesgos en el mundo virtual	267
Temas claves	267
Objetivos de aprendizaje	267
Enfoques pedagógicos y actividades	267
Recomendaciones de evaluación	276
Unidad 3: Aprendizaje, establecimiento de redes y participación social en línea	276
Temas claves	276
Objetivos de aprendizaje	276
Enfoques pedagógicos y actividades	277
Recomendaciones de evaluación	280
Unidad 4: Huellas de la Alfabetización Mediática e Informacional: más sobre la gestión de su presencia en línea	281
Temas claves	281
Objetivos de aprendizaje	281
Enfoques pedagógicos y actividades	283
Recomendaciones de evaluación	283

Módulo 10: Publicidad y Alfabetización Mediática e Informacional	**286**
Antecedentes y fundamentos	287
Unidad 1: Publicidad, ingresos y regulaciones	291
Temas claves	291
Objetivos de aprendizaje	291
Enfoques pedagógicos y actividades	292
Recomendaciones de evaluación	294
Unidad 2: La publicidad dirigida y el ámbito político	295
Temas claves	295
Objetivos de aprendizaje	295
Enfoques pedagógicos y actividades	296
Recomendaciones de evaluación	298
Unidad 3: Anuncios de Bien Público (ABP)	298
Temas claves	298
Objetivos de aprendizaje	298
Enfoques pedagógicos y actividades	298
Unidad 4: Publicidad: el proceso creativo	300
Temas claves	300
Objetivos de aprendizaje	300
Enfoques pedagógicos y actividades	300
Recomendaciones de evaluación	302
Unidad 5: Publicidad transnacional y 'super marcas'	302
Temas claves	302
Objetivos de aprendizaje	303
Enfoques pedagógicos y actividades	303
Recomendaciones de evaluación	304
Módulo 11: Inteligencia Artificial, redes sociales y competencias AMI	**306**
Antecedentes y fundamentos	307
Unidad 1: Comprender los conceptos básicos de la IA y el uso de IA en las redes sociales	311
Temas claves	311
Objetivos de aprendizaje	311
Enfoques pedagógicos y actividades	311
Unidad 2: Competencias AMI en la era de la IA y las redes sociales	313
Temas claves	313
Objetivos de aprendizaje	313
Enfoques pedagógicos y actividades	319
Unidad 3: Derechos individuales y sociales, opciones y tecnología	323
Temas claves	323
Objetivos de aprendizaje	323
Enfoques pedagógicos y actividades	325

Unidad 4: Uso de la IA y las redes sociales en el desarrollo 327
Temas claves 327
Objetivos de aprendizaje 327
Enfoques pedagógicos y actividades 328
Recomendaciones de evaluación 331

Módulo 12: Medios digitales, juegos y medios tradicionales 334
Antecedentes y fundamentos 335
Unidad 1: De los medios tradicionales a las tecnologías mediáticas digitales 339
Temas claves 339
Objetivos de aprendizaje 339
Enfoques pedagógicos y actividades 339
Unidad 2: Usos de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad: el cambio social 341
Temas claves 341
Objetivos de aprendizaje 341
Enfoques pedagógicos y actividades 342
Unidad 3: Usos de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo los juegos digitales en las aulas 345
Temas claves 345
Objetivos de aprendizaje 345
Enfoques pedagógicos y actividades 346
Recomendaciones de evaluación 348

Módulo 13: Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible: el contexto de la AMI 350
Antecedentes y fundamentos 351
Unidad 1: El papel de la AMI en los Objetivos de Desarrollo Sostenible 355
Temas claves 355
Objetivos de aprendizaje 355
Enfoques pedagógicos y actividades 356
Recomendaciones de evaluación 359
Unidad 2: Dimensiones sociales, culturales y políticas de los medios y las empresas de comunicación digital 359
Temas claves 359
Objetivos de aprendizaje 359
Enfoques pedagógicos y actividades 360
Unidad 3: La propiedad de los medios y la mercantilización de la información 361
Temas claves 361
Objetivos de aprendizaje 361
Recomendaciones de evaluación 365
Unidad 4: Promoción de medios alternativos a través de la tecnología digital 365
Temas claves 365
Objetivos de aprendizaje 366
Enfoques pedagógicos y actividades 366
Recomendaciones de evaluación 367

Unidad 5: Usos de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad: el cambio social 368

Módulo 14: Comunicación e información, AMI y aprendizaje: un módulo culminante 370

Antecedentes y fundamentos 371
Unidad 1: Comunicación e información, enseñanza y aprendizaje 374
Temas claves 374
Objetivos de aprendizaje 374
Recomendaciones de evaluación 377
Unidad 2: Teorías de aprendizaje y AMI 377
Temas claves 377
Objetivos de aprendizaje 377
Recomendaciones de evaluación 380
Unidad 3: Manejando el cambio para fomentar un entorno propicio para la AMI en los espacios de aprendizaje 380
Temas claves 380
Objetivos de aprendizaje 380
Recomendaciones de evaluación 382

Glosario de términos 386

Agradecimientos 409



PARTE 1:

CURRÍCULUM Y MARCO DE COMPETENCIAS

Introducción

"¿Dónde está la vida que hemos perdido al vivir? ¿Dónde está la sabiduría que hemos perdido en el conocimiento? ¿Dónde está el conocimiento que hemos perdido en la información?"

– T.S. Eliot

Este Currículum examina las competencias necesarias hoy en día para comprometerse con el contenido que se nos brinda a través de numerosas tecnologías y por parte de innumerables proveedores. Se centra en los mensajes informativos dentro del flujo más amplio de contenido. Examina las posibilidades digitales cada vez mayores de recibir, compartir y proporcionar contenido. Finalmente, destaca los principales tipos de instituciones que proporcionan este contenido: bibliotecas, museos, empresas de medios y empresas de comunicación digital que brindan servicios de redes sociales, mensajería y búsqueda. ¿Por qué es tan importante? Las respuestas son para el desarrollo sostenible y los derechos humanos.

En 2015, varios países alrededor del mundo acordaron y se comprometieron con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como los principales objetivos colectivos de la cooperación internacional para el desarrollo. Los ODS se fundaron sobre el ideal de "no dejar a nadie atrás". El entonces Secretario General de las Naciones Unidas hizo importantes observaciones en su informe *Camino a la Dignidad*[1]. Señaló que los ODS ofrecen oportunidades únicas para que los líderes mundiales y las personas de todo el mundo pongan fin a la pobreza y garanticen una transformación social que satisfaga las necesidades de las personas y apoye el crecimiento económico. Para aprovechar estas oportunidades es fundamental el compromiso de proteger el medio ambiente, garantizar la paz y proteger los derechos humanos. La promoción de la información como bien público es indispensable para alcanzar los ODS de aquí a 2030. La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) contribuye a la realización de todos los ODS. Por ejemplo, apoya el ODS 3 sobre garantizar vidas saludables y bienestar; el ODS 4 sobre educación de calidad para todos; el ODS 5 sobre igualdad de género y empoderamiento de las mujeres, la meta 16.10 del ODS sobre acceso a la información y libertades fundamentales y el ODS 11 sobre hacer que las ciudades sean inclusivas y resilientes.

El Artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* establece que: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". AMI equipa a la ciudadanía con las siguientes competencias: la capacidad

1. United Nations. *The Road to Dignity by 2030.* https://www.un.org/disabilities/documents/reports/SG_Synthesis_Report_Road_to_Dignity_by_2030.pdf

de entender la información para el bien público; la capacidad de comprometerse críticamente con la información, los medios y las comunicaciones digitales para la participación en el desarrollo sostenible y la capacidad de buscar y disfrutar de todos los beneficios de los derechos humanos fundamentales. En este sentido, la AMI es también un bien público.

La consecución de este derecho se refuerza a través de la *Declaración de Grünwald* de 1982, que reconoce la necesidad de sistemas políticos y educativos que promuevan el entendimiento crítico de la ciudadanía acerca del "fenómeno de la comunicación" y su participación en los medios (nuevos y viejos). Esta oportunidad, necesaria e ideal ha sido reforzada por la *Declaración de Praga* "Hacia una sociedad alfabetizada en información" en la Información de 2003[2], la *Proclamación de Alejandría* sobre Alfabetización Informacional y Aprendizaje Permanente de 2005[3], la *Declaración de Fez* sobre Alfabetización Mediática e Informacional de 2011[4], la *Declaración de Moscú* sobre Alfabetización Mediática e Informacional de 2012[5], la *Declaración de la Juventud* sobre Alfabetización Mediática e Informacional (2016) y la *Declaración de Seúl* sobre la Alfabetización Mediática e Informacional para todos y por todos: una defensa contra la desinfodemia de 2020[6]. Los resultados de las conferencias internacionales dirigidas por la UNESCO y sus asociados, que abarcan más de tres decenios, sitúan a la AMI en el centro del aprendizaje a lo largo de toda la vida. La AMI puede empoderar a la ciudadanía en todos los ámbitos de la vida para buscar, evaluar, utilizar y crear información, medios y contenidos digitales de forma eficaz para alcanzar sus objetivos personales, sociales, laborales, educativos y de desarrollo.

Se ha avanzado en los primeros cinco años de implementación y seguimiento de los ODS[7]. Mientras tanto, la transformación digital está creciendo a un ritmo rápido. El número de personas que utilizan Internet ha aumentado de 3.200 millones en 2015[8], cuando los ODS se hicieron oficiales, a 4.660 millones de personas que utilizan activamente Internet en 2020[9]. Esto representa un aumento del 32% en solo cinco años. Si bien la brecha digital de género está creciendo rápidamente en los países en desarrollo, según las estadísticas de 2019, la proporción de mujeres que utilizan Internet en todo el mundo es del 48%, en comparación con el 58% de los hombres[10]. En este contexto, la evolución de la Inteligencia Artificial allana el camino para nuevas oportunidades de acelerar el desarrollo sostenible. Aquí está implícito que más personas tienen acceso a la información para la toma de decisiones y la participación social. Se plantea la siguiente pregunta: ¿es suficiente el acceso a la información, los medios y la comunicación digital por sí solos para lograr los ODS? La respuesta es obviamente no.

2. http://www5.austlii.edu.au/au/journals/inCiteALIA/2004/17.pdf
3. http://eprints.rclis.org/3829/1/alexfinalreport.pdf
4. https://wayback.archive-it.org/10611/20160808074613/http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/Fez%20Declaration.pdf
5. https://www.ifla.org/publications/moscow-declaration-on-media-and-information-literacy
6. https://en.unesco.org/sites/default/files/seoul_declaration_mil_disinfodemic_en.pdf
7. United Nations. *Decade of Action*. https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/
8. ITU. *ICT Facts and Figures.* The World in 2015. https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf
9. ITU. (2020) *Measuring digital development Facts and figures.* https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf
10. ITU. *The digital gender gap is growing fast in developing countries.* https://itu.foleon.com/itu/measuring-digital-development/gender-gap/

A pesar de los progresos realizados en muchos lugares hacia el logro de los ODS, las Naciones Unidas han observado que la implementación no avanza lo suficientemente rápido o a la escala correcta[11]. La transformación digital trae consigo promesas y oportunidades seguras, así como amenazas. “¡Las computadoras y los robots ahora están aprendiendo a tomar decisiones! Por supuesto, "decidir" es una gran palabra para máquinas que no tienen conciencia y cuyo nivel de "razonamiento" ni siquiera es tan evolucionado como el de una rana. Pero los últimos avances en Inteligencia Artificial (IA) son suficientes para asustar a algunos y despertar las fantasías de otros”, escribió la profesora Jasmina Šopova en el UNESCO Courier en 2018[12].

Ayudar a las personas a comprender la legislación internacional sobre los derechos humanos en la medida en que impacta en la información, como es el caso del uso ético de la información y los datos, así como las características del panorama de las comunicaciones digitales, se están convirtiendo en una preocupación prioritaria. Mientras que los proveedores de tecnología comercial están permitiendo el logro de los ODS, otras amenazas como el aumento de la información falsa, las desigualdades[13] de género persistentes, la discriminación racial y otras formas de intolerancia y discriminación amenazan el logro de los ODS. Si bien, la desinformación es un viejo desafío, ahora está alimentada por poderosos modelos tecnológicos[14] y algorítmicos de negocios que amplifican aún más su proliferación, y se ha convertido en un tema de preocupación para el desarrollo global, erosionando la confianza en la verdad y las instituciones establecidas y alentando discursos que potencialmente dañan la paz, el desarrollo y la democracia. En el momento de escribir este artículo, la pandemia de COVID-19 trajo consigo una "desinfodemia"[15]. La información dañina y errónea, así como las teorías de la conspiración están circulando como incendios forestales en línea y fuera de esta, negando las realidades de la crisis del coronavirus y la necesidad de vacunas.

Con las brechas geográficas, de clase, de género, lingüísticas y de otro tipo que obstaculizan el acceso abierto e igualitario a la información, los medios y la tecnología digital, esto podría significar una ampliación de las brechas de conocimiento y, por lo tanto, una mayor susceptibilidad a la información falsa y a la desinformación. La pandemia ya ha sido testigo de una erupción de todo tipo de contenidos en plataformas digitales, educativas, culturales, artísticas, etc. Se prevé que esto continúe e intensifique a medida que el mundo regrese a la siguiente normalidad o a la nueva después de la pandemia de COVID-19. Estas tendencias también van acompañadas cada vez más de la participación del público, que, más allá de los canales convencionales de los proveedores de contenido, está participando

11. United Nations. *Decade of Action.* https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/
12. UNESCO. *The UNESCO Courier. Many voices, one world.* (2020). https://en.unesco.org/courier/2018-3
13. United Nations. Department of Economic and Social Affairs. (2020). The World 's Women 2020: Trends and Statistics. https://worlds-women-2020-data-undesa.hub.arcgis.com/
14. UNESCO. (2018). Journalism, ‘Fake news’ & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. *UNESCO Series on Journalism Education.*
15. DISINFODEMIC Policy Brief 1 and 2: *Deciphering COVID-19 disinformation, and Dissecting responses to COVID-19 disinformation.* Véase también: Posetti, J., Bontcheva, K., & UNESCO. (2020). *Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respecting Freedom of Expression.*

activamente, produciendo y difundiendo material de todo tipo, incluso la información. Un entorno propicio para desarrollar las competencias AMI, incluidas las habilidades digitales, podría contribuir al empoderamiento de las personas, la comprensión mutua y al diálogo intercultural.

La cantidad de datos que las personas crean cada día es tan grande que algunas personas que tienen acceso se enfrentan a una sobrecarga de contenido. La alimentación es interminable. Algunas personas están abrumadas cuando se trata de determinar qué es real, qué es falso y qué es incierto. También existen contradicciones entre la cantidad de información disponible y el uso real informado de la misma por parte del público. No todo el contenido es información; mucho es entretenimiento o publicidad, y las proporciones crecientes tienen contenido 'con información errónea' y 'desinformativo' (tratado aquí como una etiqueta genérica que incluye información falsa y teorías de conspiración). La gente lucha por distinguirlos con consecuencias desalentadoras. Sin información en el sentido de contenido verificado o verificable, las decisiones se basan exclusivamente en emociones y/o falsedades o conexiones falsas.

Se reconoce ampliamente a los proveedores y mediadores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, así como a los medios de confianza, profesionales éticos y a las empresas de comunicación digital como facilitadores potencialmente esenciales para ayudar a la ciudadanía a tomar decisiones informadas hacia caminos de desarrollo que no dejan a nadie atrás. Sin embargo, a menos que se tomen medidas, existe el peligro no solo de que se mantenga el *statu quo*, sino también de que aumenten las brechas de conocimiento, incluso entre la ciudadanía de diversos orígenes económicos y sociales. Un ejemplo es cómo el conocimiento real de las personas sobre la discriminación de género puede ser sesgado por el contenido que reciben. Según una investigación realizada en 2020, se proyecta que al ritmo actual la igualdad de género en puestos de trabajo y contenido en los medios solo se logrará dentro de 70 años[16]. Se refuerza una serie de desigualdades cuando las compañías de Internet se benefician del odio y la desinformación, y cuando este tipo de contenido afecta la conciencia y la toma de decisiones entre diferentes grupos de actores que pueden vivir en diferentes universos de significado. Los proveedores de contenido pueden dar forma a la ideología social normalizando ciertas creencias y prácticas o promoviendo una cultura de consumo que es perjudicial para la sostenibilidad.

Sin embargo, con los cambios, la gama de proveedores de contenidos y mediadores puede ser el medio por el cual las sociedades aprendan sobre sí mismas y sobre los demás, mantengan el discurso y el diálogo públicos, y construyan un sentido de comunidad, tolerancia y respeto mutuo hacia un futuro de progreso común. Los proveedores de contenido y los mediadores pueden tener un impacto positivo en el aprendizaje a lo largo de la vida. Para que esto suceda, la ciudadanía necesita un

16. Djerf-Pierre, M. & Edström, M. (Eds.). (2020). *Comparing Gender and Media Equality Across the Globe. A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality in and through the News Media:* NORDICOM.

conocimiento básico de sus funciones y de cómo evaluar los "textos" de contenido que proporcionan y con los que interactúan, o que ellos mismos producen como parte de la expresión personal. El propósito de la Alfabetización Mediática e Informacional es impartir este conocimiento a los usuarios de los servicios de contenido.

Existe un consenso creciente sobre la necesidad de promover el concepto de Alfabetización Mediática e Informacional de UNESCO o AMI, un término general que abarque diversas y cambiantes competencias necesarias para navegar por el entorno de comunicaciones cada vez más complejo de hoy. AMI capacita a la ciudadanía en el pensamiento crítico y otras competencias necesarias para permitir su compromiso informado y ético con la integración de contenido, instituciones que proporcionan contenido (y oportunidades para producir y compartir contenido propio) y tecnologías digitales. La AMI también tiene como objetivo apoyar el uso deliberado y creativo de la tecnología digital por parte de los usuarios, y mejorar el conocimiento de los derechos en línea, como los derechos de privacidad y las cuestiones éticas relacionadas con el acceso a la información y su uso. De esta manera, la AMI contribuye a fomentar el diálogo intercultural, la igualdad de género, el acceso a la información, la libertad de expresión, la paz y el desarrollo sostenible en una sociedad cada vez más digitalizada.

Las competencias adquiridas a través de la Alfabetización Mediática e Informacional pueden dotar a la ciudadanía de destrezas de pensamiento crítico que le permita exigir servicios de alta calidad y respeto de los derechos a todos los proveedores de contenido.

Las oportunidades y los desafíos sociales en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible son complejos, porque se extienden a través de las culturas y son interdisciplinarios. Las propias respuestas sociales deben tener un enfoque intercultural y ser multidisciplinarias. Por lo tanto, al promover la AMI, la UNESCO hace hincapié en cómo la AMI se conecta con otras competencias sociales, como la alfabetización cultural, las competencias interculturales, la educación para el desarrollo sostenible, la Educación para la Ciudadanía Mundial, la alfabetización sanitaria, la alfabetización científica, etc. Así pues, los 14 módulos de este Currículum AMI se presentan desde este punto de vista multidisciplinario, fomentando conexiones más ricas entre los centros de conocimientos y su aplicación al desarrollo sostenible y a la paz.

Dada su ubicación geográfica y cultural, todos los tipos de proveedores de contenido asumen lugares destacados en este Currículum y marco de competencias. Este sistema multifacético de flujo de contenido debe ser reconocido.

Como institución, los medios noticiosos (y los servicios de información que forman parte de las ofertas de las instituciones de medios más amplias) tienen funciones específicas que se espera que cumplan en el desarrollo sostenible y las sociedades democráticas. En muchas democracias, los medios de difusión –debido a su ubicación y a la limitación del espectro– han sido regulados para garantizar el equilibrio. Las compañías de comunicación digital han tenido más libertad que los medios, ya que se han posicionado como meras plataformas en lugar de editores activos. Esto está cambiando a medida que estas empresas desempeñan un papel más activo en edición a través de la priorización algorítmica de los alimentadores (‘feeds’) de contenido,

resultados de búsqueda y recomendaciones, así como a través de intervenciones directas para decidir sobre categorías o instancias de contenido y usuarios particulares. La futura gobernanza digital, desde la posición acordada por los Estados miembros de la UNESCO, debe garantizar servicios basados en los derechos abiertos y accesibles para todos, y gobernados a través de los enfoques de múltiples interesados[17].

Los sistemas de autorregulación se han desarrollado en los medios y en las empresas de comunicación digital como alternativa a las regulaciones estatales draconianas, para ofrecer más rendición de cuentas al interés público en general. La creciente dependencia de las personas en cuanto a las empresas de comunicación digital para la información y su poder para controlar las narrativas sociales y los flujos de información, han dado lugar a crecientes llamamientos para una mayor autorregulación de estas empresas, o incluso a la regulación legal. Dicha regulación podría abarcar cuestiones como el tamaño y el poder de las empresas (lo que requiere una ruptura de las concentraciones y/o un poder limitante; por ejemplo, sobre los mercados publicitarios), la regulación de la privacidad, la regulación de la transparencia, la portabilidad e interoperabilidad de los datos, la protección del consumidor e incluso la regulación de los contenidos.

Los sistemas de autorregulación se apuntalan en valores éticos y principios particulares. Como tal, el público tiene una expectativa específica de los medios y, cada vez más, de las empresas de comunicación digital, haciéndolas responsables ante la crítica pública si no actúan de acuerdo con esa expectativa, incluso cuando no son legalmente responsables. Así, este marco proporciona un lente a través del cual los medios de comunicación y las empresas de comunicación digital pueden ser evaluados en términos de sus funciones, las condiciones en las que realizan estas últimas y las formas en que la audiencia se apropia críticamente de su producción. A pesar de la atención al papel de los medios y las empresas de Internet, la importancia de otros proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, etc., en la ecología de la información y la comunicación también es abordada a lo largo de este Currículum AMI.

Mejorar la AMI entre los estudiantes y toda la ciudadanía requiere que los propios educadores se conviertan en alfabetizados en medios e información. Este Currículum AMI se enfoca tanto en los educadores como en los estudiantes en varias formas de espacios de aprendizaje: formales e informales. Este enfoque, ya sea en las escuelas, los centros comunitarios, los clubes, las ONG, en el hogar o dentro de las instituciones, es una estrategia clave para lograr un efecto multiplicador desde los medios y los educadores alfabetizados en información a los estudiantes y eventualmente a la sociedad en general. Los educadores alfabetizados en los medios de comunicación e información habrán fortalecido las capacidades para empoderar a los estudiantes en sus esfuerzos para aprender a aprender de forma autónoma, para continuar con el aprendizaje a lo largo de toda la vida y para convertirse en educadores de AMI entre pares. Al educar a la ciudadanía para que se alfabetice en medios e información, los educadores estarían respondiendo en primer lugar a su papel de defensores de una ciudadanía informada y exigente. En segundo lugar, responderán a los cambios

17. Souter, D., Van der Spuy, A., & UNESCO. (2019). *UNESCO's Internet universality indicators: A framework for assessing Internet development*.

en su papel de educadores, a medida que los procesos de educación y aprendizaje equilibren los enfoques centrados en el profesor con métodos más centrados en el estudiante.

Es más probable que los educadores adopten el Currículum AMI si este está relacionado con estrategias pedagógicas, vinculando el aprendizaje social fuera de los espacios formales de aprendizaje al aprendizaje en espacios formales, mejorando así cómo aprenden las personas. Fomentar los cambios en el sector de la educación formal e informal que resultarían de la introducción de la AMI y su impacto en el desarrollo profesional de los educadores es un objetivo importante de este Currículum y marco de competencias. El Currículum AMI está diseñado para ser integral y tener en mente la adaptación al contexto local. Las siguientes secciones proporcionan más detalles sobre el marco curricular y las competencias relacionadas. Véase también la sección: Cómo utilizar este Currículum AMI, en la Parte 2.

Unificando nociones de Alfabetización Mediática e Informacional

El Currículum AMI y el Marco de Competencias de la UNESCO combina tres áreas distintas –alfabetización mediática, alfabetización informacional y alfabetización digital– bajo el paraguas del término: Alfabetización Mediática e Informacional. Parte desde dónde las terminologías tienen un significado individual, como lo demuestra la Figura 1[18], hacia una noción unificada que engloba los elementos, tanto de alfabetización informacional como de alfabetización mediática, y da a conocer las metas y objetivos de AMI.

18. Adaptado de Ralph Catts y Jesus Lau, 2008.

Figura 1. Resultados claves/elementos de Alfabetización Mediática e Informacional

Alfabetización Informacional[19]						
Definir y articular las necesidades de información	Localizar y acceder a la información	Evaluar la información	Organizar la información	Hacer un uso ético de la información	Comunicar la información	Utilizar las habilidades de las TIC para el procesamiento de la información

Alfabetización Mediática[20]				
Comprender el papel y las funciones de los medios y las empresas de comunicaciones por Internet en las sociedades democráticas	Comprender las condiciones en las que los medios pueden cumplir sus funciones	Evaluar críticamente el contenido de los medios a la luz de sus funciones	Comprometerse con los medios para la expresión y la participación democrática	Revisar las habilidades (incluidas las TIC) necesarias para producir contenido generado por los usuarios

Alfabetización Digital						
Uso de herramientas digitales	Comprender la identidad digital	Reconocer derechos digitales	Evaluar los problemas de IA	Mejorar la comunicación digital	Gestionar la salud digital	Practicar la seguridad digital

Por un lado, la alfabetización informacional tradicional enfatiza la importancia del acceso a la información, la evaluación y el uso ético de dicha información. Por otro lado, la alfabetización mediática tradicional también se preocupa por el acceso a la información y la libertad de expresión, y enfatiza la capacidad de entender las funciones de los medios y las empresas de comunicación digital para evaluar su contenido y cómo se desempeñan esas funciones, y para comprometerse críticamente con los medios y las empresas de comunicación digital para el desarrollo sostenible y la autoexpresión. La alfabetización digital es transversal y abarca las competencias tradicionales en materia de información y medios de comunicación, a menudo con más énfasis en las habilidades técnicas duras, pero también teniendo en cuenta las habilidades más suaves específicas para las cuestiones digitales. Con la popularidad de las empresas de comunicación digital, la alfabetización digital también se trata de la capacidad de utilizar herramientas digitales para producir escritura, imágenes, videos y diseños. A medida que estos elementos se convierten cada vez más en medios para compartir información y educación sobre la producción ética y la difusión de contenidos entre toda la ciudadanía, especialmente las mujeres y los hombres jóvenes, las competencias AMI y las habilidades digitales se vuelven primordiales. Esto se explica más adelante. El Currículum AMI y Marco de Competencias para Educadores y Estudiantes incorpora los tres conjuntos de competencias. Estas conceptualizaciones de la alfabetización mediática, la alfabetización informacional y la alfabetización digital

19. DQ Institute. (2017). *Digital Intelligence (DQ): A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship.* [White Paper].
20. Este tema ha sido suficientemente tratado en las Normas de Competencia de las TIC para Profesores de la UNESCO, 2008.

apuntan a competencias que hacen hincapié en el desarrollo de habilidades basadas en la indagación y en la capacidad de relacionarse de forma significativa con todas las formas de proveedores y mediadores de contenidos, sin importar las tecnologías que utilicen.

Existen tres escuelas importantes de pensamiento que emergen de la relación entre estos campos convergentes: alfabetización mediática, alfabetización informacional y alfabetización digital. Algunos consideran que la alfabetización informacional es un campo de estudio más amplio, en donde las otras dos forman parte de la misma, mientras que para otros, la alfabetización informacional y la alfabetización digital son solamente una parte de la alfabetización mediática, la cual se ve como un campo más amplio. Un tercer grupo de expertos trata la alfabetización digital como el campo general que cubre los otros dos. Sin embargo, varios grupos internacionales de expertos convocados por la UNESCO han señalado la interrelación entre la información, los medios y las competencias digitales. Tengamos en cuenta las siguientes terminologías que utilizan varios expertos en el mundo:

- Alfabetización mediática.
- Alfabetización informacional.
- Alfabetización en libertad de expresión e información.
- Alfabetización bibliotecaria.
- Alfabetización noticiosa.
- Alfabetización en redes sociales.
- Alfabetización en privacidad.
- Alfabetización en crítica.
- Alfabetización visual.
- Alfabetización en impresión.
- Alfabetización computacional.
- Alfabetización en Internet.
- Alfabetización digital.
- Alfabetización cinematográfica.
- Alfabetización en películas.
- Alfabetización en juegos.
- Alfabetización en televisión.
- Alfabetización en publicidad.
- Alfabetización en IA.
- Alfabetización en datos.
- Alfabetización cívica.
- Alfabetización social y emocional.
- Alfabetización en establecimiento de redes.

Existen relaciones obvias entre estas nociones (ver Figura 2). En este documento del marco no se explican todos los vínculos. Sin embargo, algunos están sujetos a actividades relacionadas en el módulo de introducción (Módulo 1) de este Currículum AMI que la UNESCO ha producido. El punto sobresaliente aquí es que, a medida que los educadores y estudiantes se vuelvan más conocedores del campo de AMI, se encontrarán con estos términos y por lo menos deben estar familiarizados con ellos. Muchos de estos términos siguen estando sujetos a un activo debate y se aplican de diferente manera, según el contexto académico, profesional o cultural de las comunidades que los utilizan. A nivel mundial, muchas organizaciones utilizan el término Educación de Medios (Media Education, ME en inglés), el cual a veces se acepta para designar tanto la alfabetización mediática como la alfabetización informacional. La UNESCO utiliza el término AMI con el fin de armonizar las diferentes nociones y poder convergir en las plataformas de entrega.

Existe consenso en que la AMI, como término general, se refiere al compromiso de la ciudadanía con las formas de comunicación y contenido (información, entretenimiento, publicidad, información falsa y desinformación, etc.), cómo se producen, difunden, por quién; cómo las personas usan el contenido o no; cómo se involucran y entienden el significado y las operaciones de las bibliotecas, los medios y los proveedores de comunicaciones digitales, o no; con qué conocimientos, habilidades y actitudes evalúa críticamente la ciudadanía el contenido y los proveedores relacionados; y cómo las personas gestionan su interacción para distinguir y determinar sus compromisos con la información y otros tipos de contenido, medios y herramientas de comunicación digital para los resultados deseados en su vida personal, social, política, económica y cultural[21].

21. UNESCO Draft Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

Figura 2. La ecología de AMI: nociones de AMI



Para promover los vínculos en el ámbito de AMI, UNESCO ha publicado un estudio en el que se ofrecen Cinco Leyes sobre Alfabetización Mediática e Informacional, que se resumen en la Figura 3., las cuales están inspiradas en las Cinco Leyes de la Ciencia de la Biblioteca articuladas por S. R. Ranganathan (padre de la ciencia de la bibliotecología en la India) en 1931. Las Cinco Leyes de AMI tienen por objeto servir de guía, junto con otros recursos de la UNESCO, para todos los interesados que participan en la aplicación de la AMI en todas las formas de desarrollo.

Figura 3. Las 5 leyes de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI)



Este modelo del Currículum AMI y el Marco de Competencias para educación de la UNESCO tienen la intención de proveer sistemas de educación para profesores en países desarrollados, y en desarrollo con un marco para construir un programa a fin de que los profesores y estudiantes sean alfabetizados en medios e información. La UNESCO también desea que los educadores revisen este marco y asuman el reto de participar en un proceso colectivo para dar forma y enriquecer el currículum como un documento vivo. La primera y esta segunda edición del Currículum AMI se han beneficiado de varias series de debates y recomendaciones de expertos colaborativos e interculturales. El Currículum se enfoca en las competencias centrales requeridas y en las destrezas que pueden ser integradas sin problema en el sistema educativo existente sin causar demasiada tensión en los planes de estudio ya sobrecargados.

Beneficios y requisitos de AMI

La Alfabetización Mediática e Informacional mejora la capacidad de la ciudadanía para comprometerse de forma crítica y significativa con la información, incluso para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los ideales, al tiempo que disfrutan de sus derechos humanos fundamentales, en particular los expresados en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

Los principales beneficios de AMI son:

1. En los procesos de enseñanza y aprendizaje, equipa a los educadores con un conocimiento mejorado sobre cómo comprometerse críticamente con la información, los medios y las tecnologías digitales para empoderar a la futura ciudadanía y estudiantes con el fin de que se conviertan en educadores pares de AMI.
2. A través de AMI, las personas pueden empoderarse para comprender las cosas positivas que pueden hacer a través de los medios y las herramientas digitales, asegurando así un mejor Internet y contribuyendo a la información para el bien público.
3. La Alfabetización Mediática e Informacional imparte conocimientos cruciales sobre las funciones de los proveedores y mediadores de contenidos, como las bibliotecas, los archivos, los museos, los medios y las empresas de comunicación digital, una comprensión razonable de las condiciones necesarias para desempeñar esas funciones con eficacia y las aptitudes críticas básicas necesarias para evaluar la actuación de los proveedores de contenidos a la luz de las funciones previstas.
4. AMI ofrece una forma sostenible de hacer frente a la creciente "desinfodemia".
5. Es un requisito previo para otras formas de alfabetización, como la alfabetización sanitaria, la alfabetización financiera, la alfabetización científica, la alfabetización cultural, la Educación para la Ciudadanía Mundial y la educación para el desarrollo sostenible, porque fortalece las habilidades necesarias para identificar y navegar a través de información beneficiosa y perjudicial (esto se detalla en la siguiente sección de este recurso del Currículum AMI).
6. Cuando AMI se integra en todos los tipos de aprendizaje, ayuda a defenderse contra las infracciones de privacidad y permite que todas las personas respeten los derechos de privacidad de los demás.
7. AMI se convierte en una competencia imprescindible cuando se involucra en la ética de la IA y los procesos de transformación digital en constante evolución.
8. AMI, para todos y por todos, fortalece la gobernanza de múltiples partes interesadas de Internet que llega a todos los niveles de la sociedad.
9. Mejora la educación de calidad al vincular el aprendizaje en los espacios de aprendizaje formal con el aprendizaje social diario, en línea y fuera de esta.

10. Es más probable que las personas alfabetizadas en medios e información rechacen información no validada, sesgos y estereotipos que refuerzan las desigualdades entre mujeres y hombres de todas las edades y la discriminación hacia los pueblos, religiones, etc.
11. AMI ofrece a todos los proveedores de contenido e instituciones establecidas una forma de desarrollar capacidad en la ciudadanía y usuarios para evaluar lo que merece confianza, en un momento en que esta se erosiona. (Esto no es para mantener la confianza como un fin en sí mismo, sino más bien para subrayar la importancia de las expectativas –cuando estén justificadas– de que los actores se comporten de buena fe y con la debida diligencia con respecto al interés público. En este sentido, la confianza que se exige u ofrece acríticamente es diferente al escepticismo por el que las personas pueden evaluar críticamente si la confianza está justificada y luego otorgarla juiciosamente).
12. Una sociedad alfabetizada en medios e información fomenta el desarrollo sostenible y el desarrollo de medios libres, independientes y pluralistas y de sistemas de información y comunicación digital abiertos.

Para poder disfrutar los beneficios de AMI, además de los principios articulados en las Cinco Leyes de AMI (Figura 3 anterior), se requiere lo siguiente:

1. Se debe considerar la Alfabetización Mediática e Informacional como un todo que incluye una combinación de competencias (conocimiento, destrezas, actitudes y valores).
2. El Currículum AMI debe permitir a educadores y estudiantes adquirir e impartir Alfabetización Mediática e Informacional a otros estudiantes, así como a sus pares, con el objetivo de utilizar la información, los medios y las herramientas digitales como ciudadanía autónoma y de pensamiento crítico con voluntad.
3. La ciudadanía debe tener el conocimiento sobre la localización y el consumo de la información, así como sobre su producción y otros tipos de contenido.
4. Mujeres y hombres de todas las edades, incluidos los grupos marginados, así como las personas con discapacidades, pueblos indígenas o minorías étnicas, deben tener igualdad de acceso a la información y el conocimiento.
5. Se debe ver a AMI como herramienta esencial para facilitar el diálogo intercultural, el entendimiento mutuo y la alfabetización cultural.

Temas principales del Currículum AMI para educadores y estudiantes

El Currículum AMI y el Marco de Competencias se deben interpretar a la luz de los contextos específicos en los cuales el paquete se utilice. Es este sentido, es una herramienta flexible que se puede adaptar a los diferentes contextos de los países. Básicamente, el marco del Currículum explica una estructura para desarrollar un programa de estudios sobre la Alfabetización Mediática e Informacional a través de

varios niveles de compromiso con la información, los medios y las comunicaciones digitales. Esta amplia lista de competencias identifica el conocimiento, las destrezas y la actitud que se espera que se desarrollen gracias al Currículum.

En general, el Currículum AMI que se encuentra en este paquete busca ayudar a los educadores y estudiantes a explorar y comprender lo que es AMI al abordar los siguientes resultados de aprendizaje, competencias y actitudes.

Para fines de orientación se proporciona un total de 19 Resultados o Competencias de Aprendizaje generales de AMI y 6 Valores / Actitudes Sociales (ver Figura 4 y Tabla 1).

Figura 4. Conocimientos, habilidades y actitudes de Alfabetización Mediática e Informacional



Fuente: Proyecto de Normas para los Planes de Estudio de Alfabetización Mediática e Informacional[22].

22. UNESCO Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

Tabla 1. Resultados o competencias generales de aprendizaje de AMI[23]

Resultados generales de aprendizaje AMI		Competencias para personas alfabetizadas en medios e información que:
1.	Reconoce y enuncia la necesidad de información, medios y comunicaciones digitales en la vida personal y ciudadana.	Es capaz de reconocer, determinar y articular la naturaleza, el tipo, el papel y el alcance del contenido, la institución y los medios y la tecnología digital relevantes para las necesidades e intereses personales, sociales y cívicos; puede distinguir entre sus propias necesidades y las necesidades, sistemas y motivos de los proveedores de servicios de contenido.
2.	Comprende el papel y las funciones de los proveedores de información como bibliotecas, archivos, museos, editores, medios, comunicaciones digitales, etc.	Es capaz de comprender la necesidad y la función de los proveedores de medios de comunicación, información y TIC en la sociedad, incluso en Internet, y cómo las empresas y los medios de comunicación digitales pueden trabajar para ayudar al desarrollo sostenible, incluso de sociedades abiertas, transparentes e inclusivas.
3.	Comprende las condiciones en las que los proveedores relevantes pueden llevar a cabo sus funciones.	Comprende la importancia de la libertad de información, la libertad de expresión y la libertad de prensa; los problemas de la propiedad de los medios y la plataforma de comunicaciones digitales; los protocolos y tecnologías basados en los derechos, abiertos y de toma de decisiones; así como el profesionalismo y la ética para los repositorios de información; es consciente de que muchos proveedores están impulsados por los beneficios, lo que puede comprometer el bien y el bienestar públicos; y puede comprender las condiciones de uso y decidir, evaluar y actuar en consecuencia; puede reconocer dónde las personas usan las comunicaciones digitales para producir discurso de odio y/o información falsa, sabe cómo contrarrestarlos ofreciendo narrativas positivas y verificadas y fortaleciendo las habilidades de verificación de hechos, y comprende la necesidad de que las empresas de comunicación digital garanticen mecanismos de mitigación y estrategias de información.
4.	Localiza y evalúa la información relevante relacionada con las necesidades personales, educativas, políticas, culturales, religiosas y otras necesidades sociales.	Es capaz de aplicar técnicas de búsqueda y localizar, así como evaluar, la información y el contenido de los medios de manera efectiva y eficiente y el conocimiento de la procedencia, la lógica de clasificación y los datos que se derivan de la generación de resultados de búsqueda, conectándose con los problemas sociales y de desarrollo.
5.	Evalúa críticamente la información, los medios y el contenido digital.	Puede evaluar, analizar, comparar, evaluar la información y los medios de comunicación, según los criterios iniciales para la evaluación de la información encontrada o recibida; puede identificar y desacreditar la desinformación, como las teorías de la conspiración; también puede evaluar críticamente a los proveedores de información para determinar su autenticidad, autoridad, credibilidad y propósito actual, sopesando las oportunidades y los riesgos potenciales.
6.	Es capaz de protegerse de los riesgos en línea en relación con el software, el contenido, los contactos y la interacción.	Es consciente de las prácticas de seguridad digital y puede aplicar este conocimiento para protegerse de los riesgos en línea (robo de identidad, phishing, spyware, infección por virus, invasión de la privacidad), es consciente de las amenazas a la seguridad personal (como la captación de menores, el acoso, los consejos potencialmente dañinos, la elaboración de perfiles, el contenido inapropiado para la edad, el contenido ilegal, la incitación al daño, la violación de los derechos humanos, etc.) y sabe que no debe difundir ni compartir dicho contenido.

7.	Analiza, comparte, organiza y almacena información, medios y contenido digital.	Puede analizar la información y el contenido de los medios utilizando una variedad de métodos y herramientas. Si es necesario, la persona alfabetizada en medios e información y también puede organizar la información, los medios y el contenido digital de acuerdo con categorías analíticas predefinidas que se adaptan a sus necesidades y/o recursos.
8.	Sintetiza u opera sobre las ideas extraídas de la información y el contenido de los medios.	Puede recopilar y resumir la información recopilada, los medios y el contenido digital. Una vez reunidos, pueden abstraer recursos de la información y utilizar ideas, así como poner en acción conceptos resultantes de la recuperación y organización de la información, los medios y el contenido digital.
9.	Usa la información de manera ética y responsable y comunica su propia comprensión o conocimiento a una audiencia o a unos lectores de forma y medio apropiados.	Comunica y utiliza la información, los medios y el contenido y el conocimiento digital de manera ética y efectiva. También es capaz de seleccionar la forma y el método más apropiados dependiendo de las necesidades de la audiencia.
10.	Puede aplicar las habilidades en las TIC para utilizar software, procesar información y producir contenido.	Tiene la capacidad de utilizar las TIC para buscar, evaluar y crear información, medios y contenido digital, y posee las habilidades en TIC necesarias para participar en la generación y distribución de información.
11.	Puede aplicar las habilidades de las TIC para crear productos y servicios de valor social o comercial, fomentando así el espíritu empresarial.	Tiene la capacidad y las habilidades necesarias para crear información, medios y contenido digital y otros servicios para empresas emprendedoras, participando así en la economía del conocimiento.
12.	Puede utilizar las TIC con capacidad crítica.	Es capaz de trascender en el uso básico de las TIC, comprender su desarrollo, los procesos, mecanismos, su propiedad, control y dependencias de la ruta.
13.	Se involucra con los proveedores de contenido como individuos activos y globales.	Entiende cómo involucrar activamente a las instituciones y a las personas en la promoción de una gobernanza basada en los derechos, abierta, accesible y con múltiples partes interesadas, en lo que respecta a los roles digitales de bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital.
14.	Gestiona la privacidad en línea y fuera de ella.	Comprende la necesidad y el valor de los derechos de privacidad personal en línea y fuera de esta para el pleno desarrollo de la personalidad y para la protección de los derechos de uno, respetando los derechos de los demás; puede exigir estos derechos ante las interferencias; tiene conocimiento de la mercantilización y monetización de los perfiles e información personal; es capaz de adaptar los ajustes/niveles de privacidad; puede abordar el equilibrio de la privacidad, la transparencia, la libertad de expresión y el acceso a la información; usa éticamente la información personal de otros y respeta la privacidad de los demás.

23. Se utilizaron varias fuentes. Véase: UNESCO. (2013). *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655 También adoptado de Grizzle, A. (2018). *Assessing Citizens' Responses to Media and Information Literacy Competencies through an online course: An Empirical Study and Critical Comparative Analysis of Experts' Views.* [Tesis doctoral, Universitat Autónoma de Barcelona]. http://hdl.handle.net/10803/666860. Ver también: Frau-Meigs, D. (2019). *A Curriculum for MIL Teaching and Learning. In Carlsson, U.* Department of Journalism, Media and Communication (JMG). (2019). *Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age.* University of Gothenburg.

15.	Gestiona las interacciones con los juegos, incluso cuando se utiliza IA dentro de ellos.	Comprende los beneficios y riesgos de los juegos para el aprendizaje y el desarrollo sostenible; entiende cuándo las libertades pueden verse comprometidas al interactuar con los juegos; participa en la promoción del desarrollo de juegos; sabe cómo abogar por la transparencia y las auditorías de la IA y los juegos; supervisa los vínculos entre la privacidad y la interacción con la IA y los juegos.
16.	Se involucra con las instituciones de medios de comunicación (ya sea con presencia en línea y/o fuera de esta) y todos los proveedores de contenido para promover el acceso a la información, la libertad de expresión, el diálogo intercultural y el diálogo interreligioso, la participación democrática y la igualdad de género, y para abogar contra todas las formas de desigualdad, intolerancia y discriminación.	Es consciente del valor de la participación social a través de la vinculación en los servicios de contenido en términos de acceso a la información, el derecho a la expresión, la libertad de opinión (sin participar en discursos de odio), el diálogo intercultural, la participación en el discurso democrático a través de diversos medios de una manera éticamente consciente.
17.	Aplica AMI a otras formas de alfabetización social.	Entiende cómo integrar las competencias de pensamiento crítico al abordar la alfabetización sanitaria, la alfabetización financiera, la alfabetización científica, la alfabetización intercultural y otras formas de alfabetización social.
18.	Aplica AMI a la resolución de problemas y la colaboración.	Reconoce que las oportunidades y los desafíos de la vida se basan en la información; entiende cómo conectarse con los demás físicamente y a través de la tecnología y los medios de comunicación para combinar la información y el conocimiento con el fin de desarrollar ideas y resolver problemas.
19.	Sabe cómo reconocer y responder al discurso de odio y al contenido diseñado para el extremismo violento.	Entiende cómo el contenido puede mitigar o propagar el odio y el extremismo violento; es capaz de identificar la discriminación o el contenido de odio y sabe qué pasos tomar cuando uno se encuentra con dicho contenido.
Valores y actitudes que pueden ser alentados por las competencias de Alfabetización Mediática e Informacional		
20.	Diálogo intercultural y diálogo interreligioso.	
21.	Libertad de expresión, libertad de información y libertad de participación.	
22.	Tolerancia y respeto a los demás.	
23.	Conciencia de uno mismo y valor para desafiar las propias creencias.	
24.	Comprensión de las normas internacionales de derechos humanos.	
25.	Desarrollo sostenible, solidaridad y paz.	

El marco del Currículum

Basado en las recomendaciones de las reuniones del grupo de expertos liderado por la UNESCO, las consultas[24] y los módulos desarrollados por varios autores en el currículum que acompañan al marco, se han delineado tres áreas temáticas claves, interrelacionadas entre sí, en torno a las cuales se enmarca este Currículum AMI para educadores y estudiantes:

1. Conocimiento y entendimiento de la información, los medios y las comunicaciones digitales, para el desarrollo sostenible, la paz y los discursos democráticos y la participación social.
2. Evaluación del contenido e instituciones relacionadas.
3. Producción y uso de los contenidos.

Estas se han vinculado con seis áreas clave de la educación general y el desarrollo del profesorado para describir su relación progresiva y crear un marco curricular para este modelo de la UNESCO del Currículum AMI para Educadores y Estudiantes (ver Tabla 1). Con el fin de ofrecer un contexto más amplio para la elaboración de políticas y directrices para el desarrollo y la integración de AMI en todos los niveles de la educación y la sociedad, la UNESCO ha elaborado el Proyecto de Normas para los Planes de Estudio de Alfabetización Mediática e Informacional[25] y la Política y las Directrices Estratégicas sobre Alfabetización Mediática e Informacional[26].

El marco del Currículum AMI y los módulos curriculares que lo acompañan son integrales, inclusivos y no prescriptivos a fin de facilitar su adaptación a las estrategias globales, regionales y nacionales. (Ver el Proceso de Adaptación y las Estrategias de Integración en las secciones de la Introducción en la Parte 2 del Currículum AMI para mayor información).

Deben ser los suficientemente flexibles para encajar en los diferentes sistemas educativos e institucionales y deben estar hechos a la medida de las necesidades comunitarias locales. Sin embargo, la UNESCO considera que cualquier exposición útil de educadores y estudiantes a AMI, necesariamente debe incluir elementos que enfaticen la necesidad de compromiso crítico en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las libertades fundamentales según se encuentran descritas en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El Currículum AMI, de cualquier manera, debe ayudar a educadores y estudiantes a comprender la importancia de la AMI para el desarrollo sostenible y la necesidad de estas libertades y derechos fundamentales como parte integral de la educación cívica.

El Currículum AMI es relevante en entornos impresos y audiovisuales, incluyendo periódicos, libros, medios de difusión como la radio y la televisión, ya sea en línea o no, en las comunicaciones digitales, y todos los tipos de proveedores de contenidos. Por lo tanto, la formación de los educadores AMI y de los educadores pares no debe considerarse reservada únicamente a los que tienen acceso a tecnologías digitales avanzadas. Esto se aplica de igual forma a los contextos donde el uso de tecnologías digitales avanzadas es limitado.

24. Este documento se basa en las recomendaciones de una serie de reuniones y consultas de grupos de expertos iniciadas en 2008 con la primera edición y repetidas en 2019/2020 para esta segunda edición del Currículum AMI.
25. UNESCO Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf
26. UNESCO. (2013). *Media and Information Policy and Strategy Guidelines.*

Tabla 2. El marco del Currículum AMI para educadores

Dimensiones del Currículum			
Áreas clave del Currículum	Conocimiento de la información para el desarrollo sostenible y los discursos democráticos	Evaluación del contenido	Producción y uso de los contenidos
Currículum y evaluación	Conocimiento de los proveedores de contenido, sus funciones y las condiciones necesarias para realizarlas	Comprensión de los criterios para evaluar el contenido	Destrezas para explorar cómo se produce el contenido, el contexto social y cultural de la producción; usos y propósitos por parte de la ciudadanía; y propósitos
Desarrollo profesional de los educadores	Conocimiento de AMI para la educación cívica, participación en la comunidad profesional y gobernanza de sus sociedades	Evaluación y gestión de los medios e información, y de los recursos de participación digital para el aprendizaje profesional	Liderazgo y ciudadanía activa; abogar por la promoción y uso de AMI para el desarrollo de educadores y estudiantes
Contenido	Contenido, en línea o fuera de esta, de proveedores tradicionales como instituciones de medios, bibliotecas, museos, libros, etc.	Características del contenido vinculadas a fuentes institucionales o individuales	Uso, generación/ creación y distribución de contenido, por ejemplo, por clasificación algorítmica o al compartir
Organización y administración	Conocimiento sobre el desarrollo de planes de lecciones de AMI	Colaboración a través de la Alfabetización Mediática e Informacional	Aplicación de Alfabetización Mediática e Informacional
Pedagogía	Integración de contenido en el currículum básico/ espacios de aprendizaje y discursos	Evaluación del contenido y de los proveedores de contenido para la resolución de problemas	Contenido generado por el usuario y utilizado en la enseñanza y el aprendizaje
Política y visión	Preparación de educadores alfabetizados en medios e información y espacios de aprendizaje	Preparación de estudiantes/ciudadanía alfabetizados en medios e información	Fomento de sociedades alfabetizadas en medios e información.

Política y visión

Se requieren políticas nacionales para garantizar la inclusión sistemática y progresiva de la AMI en todos los niveles de los sistemas educativos y sociedades en general. El punto de partida debe ser la comprensión de la educación nacional, las TIC, la juventud, las instituciones e industrias relacionadas con los contenidos, las políticas culturales, las leyes que permiten la libertad de expresión y la libertad de información, y otras políticas de desarrollo sostenible y su intersección con las políticas de Alfabetización Mediática e Informacional. Cuando no existan las políticas AMI, la posición debería ser:

¿Qué papel pueden desempeñar educadores y estudiantes en su defensa? Si las políticas existen, ¿qué tan relevantes o actualizadas están? ¿Hasta qué punto reflejan los estándares internacionales o las buenas prácticas? ¿Cómo se pueden actualizar? Por lo tanto, un aspecto importante del Currículum AMI es la discusión sobre 'la política y la visión' de la Alfabetización Mediática e Informacional, y las implicaciones para todos los niveles y tipos de la educación, y la sociedad. Esta discusión debería llevar a un análisis de la política y la visión y cómo estas se relacionan con la preparación de educadores y estudiantes que sean alfabetizados en medios e información. Finalmente, se debería llamar la atención sobre el papel que tienen los educadores para promover sociedades alfabetizadas en medios e información. Las directrices de la UNESCO sobre la Política y las Estrategias de Alfabetización Mediática e Informacional[27] proponen un proceso gradual.

Conocimiento de la información, medios, comunicaciones digitales para el desarrollo sostenible, paz, discurso democrático y participación social

El objetivo de esta amplia área temática es desarrollar una comprensión crítica de cómo la Alfabetización Mediática e Informacional puede mejorar la capacidad de educadores, estudiantes y toda la ciudadanía en general para comprometerse con los proveedores de contenido como potenciales facilitadores del desarrollo sostenible, la libertad de expresión, el pluralismo, el diálogo intercultural y la tolerancia, la ciudadanía global, y como contribuyentes a la información para el beneficio público, el debate democrático y el buen gobierno. La Figura 5, al final de esta sección, demuestra esta relación. Este tema abarca una variedad de materias que se superponen en relación con la función y la importancia de varios proveedores de contenido, incluyendo bibliotecas, medios y compañías de comunicación digital, tales como:

- Proporcionar canales a través de los cuales la ciudadanía pueda comunicarse entre sí y abogar por sus derechos.

27. UNESCO. (2013). *Media and Information Policy and Strategy Guidelines.*

- Almacenamiento, procesamiento, análisis y difusión de información para el bien público.
- Difundir historias, ideas e información.
- Corregir las asimetrías de información entre los gobernantes y los gobernados y los agentes privados competentes.
- Facilitar debates informados entre los diversos actores sociales y fomentar la resolución de disputas a través de medios democráticos.
- Proveer medios a través de los cuales la sociedad aprenda sobre sí misma y construya un sentido de comunidad.
- Proveer un vehículo para la expresión cultural y la cohesión dentro y entre naciones, y el desarrollo sostenible.
- Actuar como fiscalizadores del gobierno en todas sus formas, promoviendo la transparencia en la vida pública y el escrutinio público de aquellos que se hallen en el poder al exponer la corrupción y las malas prácticas corporativas.
- Trabajar como una herramienta para mejorar la eficiencia social y económica.
- Facilitar el desarrollo sostenible y los procesos democráticos, y ayudar a garantizar elecciones libres y democráticas.
- Actuar como un defensor y un actor social en su propio derecho respetando los valores pluralistas (medios noticiosos).
- Tener una función de memoria colectiva para la sociedad (bibliotecas).
- Preservar el patrimonio cultural.
- Proporcionar una puerta de enlace a la información.
- Contribuir a reducir la brecha digital facilitando el acceso al público en general.
- Permitir que las bibliotecas, archivos y museos sean vistos como agencias de información y centros de recursos de aprendizaje.
- Promover el uso de todos los recursos de información en las bibliotecas.
- Facilitar la enseñanza, el aprendizaje y el aprendizaje para aprender a través de las bibliotecas académicas.
- Educar al usuario de las bibliotecas.

Adaptado de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO, (2008).

Todas las referencias a Kosovo en los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO deben entenderse en el contexto de la Resolución 1244 (1999) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.

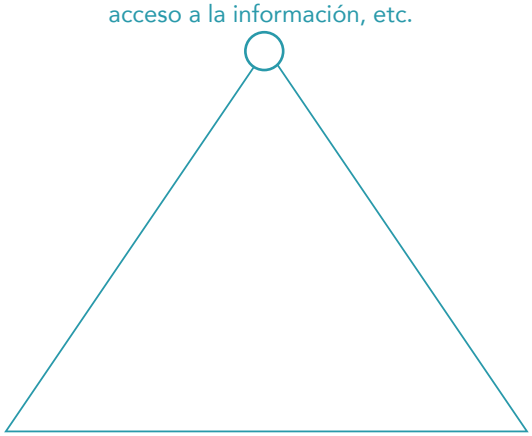
Los pilares fundamentales del desarrollo sostenible, la democracia y el buen gobierno – es decir, la transparencia, la rendición de cuentas y la participación cívica– son difíciles de lograr si no se tienen sistemas de información, medios y digitales que sean abiertos. Estos sistemas pueden servir para estimular una vibrante sociedad civil o una "cultura cívica". Estas funciones de servicio incluyen:

- Proporcionar igualdad de acceso a la información y el conocimiento, que sean comprensibles y relevantes para diferentes grupos de personas; proporcionar una plataforma para el debate abierto y la discusión.
- Inspirar lealtad y mantener el compromiso con los valores y procedimientos que defienden los valores del desarrollo sostenible, la democracia y el buen gobierno.

El Currículum AMI da a educadores y estudiantes el contenido necesario para desarrollar destrezas al integrar la Alfabetización Mediática e Informacional en sus prácticas de enseñanza y aprendizaje de una manera en la que se valora las voces de los estudiantes, la diversidad y es sensible a la representación de género. Aquí el tema es cómo una persona se puede comprometer con los proveedores de contenido para expresarse y amplificar las voces individuales con el fin de que se puedan desarrollar diferentes entendimientos y perspectivas.

Las instituciones de información (bibliotecas, instituciones de medios y empresas de comunicación digital) hacen que las plataformas estén disponibles para ampliar la participación en el aprendizaje profesional. En algunos países, incluso, pueden ser utilizadas para una Educación Abierta y a Distancia (Open and Distance Learning - ODL en inglés) y para Contribuir al Desarrollo Profesional (Continuing Professional Development - CPD en inglés) de los educadores. Este Currículum explora cómo los diferentes sistemas de información y comunicación pueden ser utilizados para mejorar la participación de educadores en sus propias comunidades profesionales. Los educadores que trabajan en diferentes contextos sociales y ubicaciones geográficas pueden compartir el conocimiento y la información sobre el aprendizaje profesional y las prácticas.

Figura 5. AMI y su importancia para el desarrollo sostenible y la democracia



Evaluación de la información, medios y comunicaciones digitales

La resolución de problemas y el pensamiento crítico son la parte central del aprendizaje en todas las materias, así como en la vida diaria. Los problemas se transforman en oportunidades para poder hacer una evaluación crítica del contenido que proviene de diferentes fuentes.

Aquí el objetivo es aumentar la capacidad de educadores y estudiantes para evaluar las fuentes y valorar la información dependiendo de las funciones de servicio público atribuidas normativamente a los proveedores de contenidos. Educadores y estudiantes deberían estar equipados con competencias AMI para identificar y analizar contenido beneficioso, sesgado o dañino, pudiendo desmenuzar los mensajes y tratarlos críticamente. Otro objetivo constituye el equipar a educadores y estudiantes con conocimiento de las acciones que se pueden tomar cuando estos sistemas se desvían de sus roles esperados. Los educadores deberán examinar cómo las competencias AMI se relacionan con el contenido producido en y para entornos de aprendizaje formales y no formales. El punto aquí es que la información y el contenido dentro de los sistemas educativos pueden ser sesgados, estereotipados, incompletos y a veces, incluso, erróneos. Por ejemplo, los educadores deben tener la capacidad de explorar las cuestiones de género, raciales, religiosas y otras formas de representación de los contenidos que se originan en los libros de texto, los planes de estudio o la investigación, así como la información que emana de los medios y los sistemas de comunicación digitales y las formas en que la diversidad y la pluralidad son abordadas tanto local como globalmente.

Finalmente, educadores y estudiantes deben desarrollar capacidades para evaluar cómo interpretan el contenido en general, así como los textos específicos de una variedad de fuentes, y cómo esto mejora o dificulta su aprendizaje y compromiso social.

Producción y uso del contenido para y en AMI

La capacidad de seleccionar, adaptar, desarrollar y/o utilizar materiales y herramientas de Alfabetización Mediática e Informacional para un conjunto determinado de objetivos y necesidades de aprendizaje deben ser habilidades que adquieran educadores y estudiantes. Adicionalmente, los educadores deberían desarrollar destrezas para ayudar a los estudiantes a aplicar estas herramientas y recursos en su aprendizaje, especialmente en relación con la producción de contenidos.

La producción y el uso de los contenidos deberían fomentar una pedagogía centrada en el estudiante que incentive la investigación y el pensamiento reflexivo de parte de educadores y estudiantes. Aquí debe recibir mayor atención la comprensión de los fundamentos del ciclo de vida del contenido, junto con las habilidades de investigación académica. Aprender haciendo es una parte importante de la adquisición del

conocimiento en el siglo XXI. La producción de contenido proporciona una vía para que educadores y estudiantes se sumerjan en el aprendizaje al pasar por la producción de textos e imágenes en entornos participativos dentro y fuera de los entornos formales de aprendizaje. Si los estudiantes van a desarrollar sus competencias a través de aprendizaje participativo, es importante que los educadores tengan un papel activo dentro de este proceso.

El contenido generado por el usuario es una atracción dominante tanto para muchas compañías de comunicación digital como para las tradicionales. La interacción en las plataformas de redes sociales con otros usuarios es una razón cada vez más importante por la cual las personas jóvenes están accediendo a Internet a través de varias plataformas de entrega. Esto no está limitado solo a los países desarrollados: en África, Asia del Sur, América Latina y del Caribe cada vez más personas tienen acceso a las tecnologías móviles y las utilizan para recibir, enviar mensajes y participar en debates sobre temas sociales, desarrollo sostenido y aspectos políticos que afectan sus vidas. Al mismo tiempo, se involucran con el entretenimiento, la publicidad y cómo navegar por una proliferación de contenido falso y engañoso.

A medida que educadores y estudiantes desarrollan competencias y confianza en la producción y el uso de los medios y los contenidos digitales para las prácticas educativas, se están encaminando a convertirse en líderes en la promoción de la Alfabetización Mediática e Informacional dentro de los planes de estudio. Cada vez que incrementan su habilidad para enseñar y aprender AMI en una variedad de funciones, los educadores y estudiantes se convierten en líderes y educadores pares de AMI dentro de los entornos de aprendizaje y sociales y en la sociedad más amplia.

Competencias básicas de los educadores

En la Tabla 3 se relaciona además la AMI con las áreas curriculares establecidas para maestros/educadores. Estas destrezas reflejan las competencias centrales que se espera que los educadores puedan adquirir y demostrar bajo cada uno de los elementos del marco del Currículum AMI. Es importante evaluar hasta qué punto los educadores han desarrollado las destrezas relevantes a las áreas del Currículum. La Tabla 3 provee lo que deberían ser las expectativas de los resultados generales.

Tabla 3. Metas y destrezas para los educadores en el Currículum AMI de la UNESCO

Áreas del Currículum	Metas del Currículum	Destrezas del educador que se hablilitarán
Política y visión.	Sensibilizar a los educadores sobre las políticas y la visión necesarias para AMI.	Los educadores entienden las políticas necesarias para promover AMI y cómo estas podrían materializarse en la educación (y la sociedad). También deben comprender cómo AMI contribuye a las habilidades para la vida y a un desarrollo más amplio dentro del contexto de la educación cívica y la Educación para la Ciudadanía Global.
Currículum y evaluación.	Enfatizar el uso de recursos AMI y su aplicación.	Los educadores entienden cómo se podría utilizar AMI en el currículum de la escuela. Son capaces de evaluar críticamente la gama de proveedores de contenido a la luz de las funciones que se les atribuyen y, con ese fin seleccionar una amplia gama de materiales de los proveedores de contenido para la provisión de AMI. Poseen habilidades para evaluar la comprensión de AMI por parte de los estudiantes.
Instituciones de información, medios e Internet.	Mejorar el conocimiento de toda la gama de proveedores de información como bibliotecas, archivos, museos, medios, empresas de comunicación digital, etc.	Los educadores saben y entienden cómo todos los proveedores de contenido han evolucionado a sus formas actuales. Desarrollan habilidades en el uso de las tecnologías disponibles para acceder a diferentes audiencias. Utilizan varios recursos de contenido para desarrollar el pensamiento crítico y las habilidades de resolución de problemas y extenderlos a sus estudiantes.
Organización y administración.	Mejorar la capacidad de los educadores para organizar espacios de aprendizaje para una participación efectiva en toda la enseñanza y el aprendizaje, y para que los recursos de contenido sean una parte integral para lograr esto.	Los educadores alfabetizados en medios e información deben comprender la organización de los espacios de aprendizaje; son capaces de crear condiciones en la enseñanza y el aprendizaje que maximicen el uso de varios proveedores de contenido para la educación cívica y el aprendizaje permanente, incluida la demostración de habilidades para organizar el aprendizaje de manera que los espacios de aprendizaje respeten diferentes puntos de vista y perspectivas, independientemente de su origen y género.

Pedagogía.	Efectuar el cambio en las prácticas pedagógicas necesarias de los educadores para enseñar sobre la Alfabetización Mediática e Informacional.	Los educadores alfabetizados en medios e información deben adquirir las habilidades pedagógicas necesarias para enseñar a los estudiantes la Alfabetización Mediática e Informacional. Tienen la capacidad de enseñar AMI desde la perspectiva de la buena gobernanza, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural. Adquieren conocimientos sobre las interacciones de los estudiantes con todos los proveedores de contenido y la respuesta a ellos como un primer paso para apoyar su Alfabetización Mediática e Informacional. Además, los educadores entienden los conceptos centrales, las herramientas de investigación y las estructuras de la disciplina de AMI para crear experiencias de aprendizaje que las hagan significativas para los alumnos y los preparen para su papel como parte de la ciudadanía.
Desarrollo profesional de los educadores.	Promover la educación sobre la aplicación de recursos de contenido para el aprendizaje a lo largo de toda la vida y el desarrollo profesional.	Tienen las habilidades necesarias para usar la tecnología y comprometerse con los proveedores de contenido para acceder a la información y adquirir conocimientos temáticos y pedagógicos en apoyo de su propio desarrollo profesional.

Este marco presenta 14 módulos básicos que proporcionan un extenso Currículum AMI. Los módulos proveen un bosquejo de los temas, objetivos de aprendizaje, contenido y actividades que los educadores, todos los actores sociales y las instituciones pueden adaptar a sus países respectivos. La siguiente lista de competencias, ligadas a los módulos, unidades y temas del Currículum AMI, destaca el conocimiento específico y las destrezas que los educadores deben adquirir a medida que avanzan a través de los módulos. En el caso en que se seleccionen módulos para un programa particular de educación sobre AMI, estos deberían cubrir la mayoría de estas competencias. Las competencias enumeradas a continuación son solo una muestra de todas las competencias enumeradas en los 14 módulos. Consulte cada módulo para obtener competencias/resultados de aprendizaje detallados al comienzo de cada unidad.

Competencia AMI 1:

Entendiendo el papel de la información, medios y comunicaciones digitales en el desarrollo sostenible y la democracia

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1: Un módulo fundamental: una introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional y otros conceptos clave; **Módulo 2:** Comprensión de la información y la tecnología; **Módulo 14:** Comunicación e información, AMI y aprendizaje: un módulo culminante; **Módulo 13:** Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible: el contexto de AMI.

El educador, actor o estudiante de AMI empezará a familiarizarse con las funciones normativas de todos los proveedores de contenido y a comprender su potencial importancia para la ciudadanía y para la toma de decisiones informada.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los educadores y estudiantes para:

- Identificar los principales resultados/elementos de aprendizaje y la convergencia de la Alfabetización Mediática e Informacional.
- Identificar, describir y evaluar las funciones normativas del servicio público de todos los proveedores de contenido en el desarrollo sostenible y las sociedades democráticas.
- Entender el vínculo entre la AMI y los ODS; describir la aplicación de la AMI a diversos aspectos del desarrollo.
- Comprender y describir los conceptos claves que utilizan los proveedores de contenido, incluidas las bibliotecas, los medios y las empresas de comunicación digital.
- Comprender como el conocimiento de estos conceptos puede ayudar a los usuarios/ciudadanía a interactuar de una manera crítica con los proveedores de contenido.
- Demostrar el entendimiento de los conceptos claves tales como libertad de expresión, acceso a la información y los derechos fundamentales establecidos en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH).
- Interpretar y describir la relación entre Alfabetización Mediática e Informacional, ciudadanía, desarrollo sostenible y democracia.
- Describir el pluralismo de voces y perspectivas en todas las formas de proveedores de contenido como actores para el diálogo intercultural y la razón de su importancia.
- Describir la independencia editorial, los estándares profesionales y la rendición de cuentas.
- Explicar el periodismo como una disciplina de verificación, dentro de una misión del servicio público.
- Describir la ética en la información, los medios y la tecnología, y ser capaz de identificar si estas han sido violadas.

Competencia AMI 2:

Comprensión del contenido y sus usos

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 2: Comprensión de la información y la tecnología; **Módulo 6:** Representación en los medios e información: destacando la igualdad de género; **Módulo 7:** Cómo influyen los medios y la tecnología en el contenido; **Módulo 5:** Audiencia y ciudadanía global; **Módulo 10:** Publicidad y Alfabetización Mediática e Informacional; **Módulo 11:** IA, redes sociales y competencias AMI; **Módulo 13**: Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible: el contexto de AMI.

El educador, actor o estudiante de AMI podrá demostrar conocimiento y entendimiento sobre las formas en que las personas utilizan la información, los medios y las tecnologías digitales en sus vidas personales y públicas, las relaciones entre la ciudadanía y el contenido, así como el uso de todos estos para diversos propósitos.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de educadores y estudiantes para:

- Interpretar y establecer conexiones entre el contenido, el contexto y los valores que proyectan los proveedores.
- Describir el papel y la importancia de la información y la necesidad de generar destrezas en alfabetización informacional en las sociedades de la información y el conocimiento.
- Describir el vínculo entre la AMI y la ciudadanía global y la relevancia para el aprendizaje.
- Explorar la noción de audiencia, incluidos los factores que pueden afectar la forma en que las personas y las audiencias interpretan el contenido de manera diferente.
- Enumerar los beneficios de pertenecer a una humanidad común, los valores y obligaciones compartidos, la empatía, la solidaridad y el respeto por las diferencias y la diversidad.
- Examinar las relaciones dinámicas, interrelacionadas y potencialmente transformadoras entre producción, mensaje, participación y audiencia.
- Identificar y enumerar algunos de los usos generales de la IA y las redes sociales para el desarrollo.
- Identificar algunos de los actores clave que desarrollan y utilizan la IA.
- Comprender y describir los conceptos básicos de la ética, la gobernanza y las regulaciones de la IA.

- Utilizar estrategias para analizar los estereotipos en la información y el contenido de los medios (p. ej. reconocer los estereotipos que benefician a los intereses de algunos grupos en la sociedad en detrimento de otros; identificar y desmenuzar las técnicas que se utilizan en los medios visuales que sirven para perpetuar los estereotipos, incluyendo los raciales y de género).
- Identificar, analizar y criticar una variedad de técnicas que se utilizan en la publicidad (y otros tipos de contenido) que buscan influir en la decisión y el comportamiento.
- Explorar las representaciones, las representaciones erróneas y la falta de representación en el contenido.
- Explorar la interacción entre privacidad, desarrollo personal y desarrollo social.
- Explicar cómo el concepto de audiencias "activas" se aplica a la publicidad y las comunicaciones estratégicas, o más específicamente, cómo las audiencias negocian el significado. (Cómo explicamos el éxito de algunos anuncios y no de otros).
- Evaluar el impacto de la publicidad en el contenido y los servicios.
- Recomendar estrategias para mantener a la ciudadanía informada, dado el uso de recursos emocionales en la propaganda, la información falsa y la desinformación.
- Comprender y describir las características y la importancia de la radiodifusión del servicio público (Public Broadcasting Service - PBS en inglés).

Competencia AMI 3:

Acceso a la información de una manera eficaz, eficiente y practicando la ética

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1: Un módulo fundamental: una introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional y otros conceptos clave; **Módulo 9:** Oportunidades y retos del Internet; **Módulo 3:** Investigación, ciclo del contenido, procesamiento digital de la información, propiedad intelectual; **Módulo 8**: Privacidad, protección de datos y usted.

El educador, actor o estudiante de AMI deberá tener la capacidad para determinar el tipo de contenido que se requiere para una tarea en particular, y para buscar y acceder al contenido de una manera eficaz y eficiente.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de educadores y estudiantes para:

- Seleccionar eficaz y eficientemente los enfoques para acceder al contenido requeridos para propósitos de investigación y recolección de información.

- Aprender a utilizar los comandos de búsqueda en las bases de datos.
- Entender el papel de los proveedores de contenido (incluyendo motores de búsqueda de Internet, bibliotecas, museos y archivos para preservar la información digital).
- Buscar en el Internet utilizando técnicas relevantes (motores de búsqueda, directorios de temas y puertas de enlace o gateways).
- Identificar palabras claves y los términos relacionados para acceder al contenido necesario.
- Identificar una variedad de tipos y formatos de potenciales fuentes de contenido. Describir el criterio utilizado para tomar decisiones o elecciones de contenido.
- Poder comprender los significados y la relación entre la alfabetización científica básica y la AMI.
- Describir y demostrar un entendimiento de los aspectos claves para organizar la información, es decir, utilizar esquemas de clasificación para localizar contenido (ej. clasificaciones de colecciones bibliotecarias, índices, abstractos, bibliografías, bases de datos, etc.).
- Comprender y aplicar las leyes de propiedad intelectual incluyendo los bienes comunes creativos y las licencias de derecho de autor.
- Entender la diferencia entre autoría y propiedad.
- Ser capaz de comprender la importancia y los diferentes tipos de propiedad intelectual.

Competencia AMI 4:

Evaluación crítica de la información, sus fuentes y las prácticas éticas

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Todos los módulos, especialmente el Módulo 1: Un módulo fundamental: una introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional y otros conceptos clave; **Módulo 2**: Comprensión de la información y la tecnología; **Módulo 3**: Investigación, ciclo del contenido, procesamiento digital de la información, propiedad intelectual; **Módulo 9**: Oportunidades y retos del Internet; **Módulo 5**: Audiencia y ciudadanía global; **Módulo 6**: Representación en los medios e información: destacando la igualdad de género; **Módulo 10**: Publicidad y Alfabetización Mediática e Informacional; **Módulo 4:** Competencias de Alfabetización Mediática e Informacional para abordar la información falsa y el discurso de odio: en defensa de la búsqueda de la verdad y la paz.

El educador, actor o estudiante de AMI será capaz de evaluar de una manera crítica el contenido y a todos los proveedores de contenido e incorporar la información seleccionada para la resolución de problemas y al análisis de ideas.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los educadores y estudiantes para:

- Examinar y comparar el contenido de diversos proveedores de contenido con el fin de distinguir las diferentes características funcionales de la información, el entretenimiento, la publicidad, la información falsa y la desinformación.
- Evaluar el contenido informativo en términos de confiabilidad, validez, exactitud, autoridad, actualidad y sesgo.
- Utilizar una variedad de criterios (p. ej., claridad, precisión, eficacia, sesgo, hechos relevantes) para evaluar textos específicos (sitios en la red, documentales, propaganda, programas de noticias).
- Reconocer perjuicio, odio, engaño o manipulación.
- Explicar diferentes teorías sobre la verdad.
- Analizar las condiciones que ilustran el concepto de una era posterior a la verdad.
- Distinguir los diferentes tipos de contenido falso y engañoso, es decir, desinformación, información falsa e información errónea, incluidas las teorías y mitos de conspiración.
- Describir cómo funcionan el trolling y el clickbait, incluso en relación con la desinformación.
- Describir los tipos, la naturaleza y los orígenes de las teorías de conspiración, comprender por qué las personas se sienten atraídas por ellas y cómo contrarrestarlas.
- Evaluar el papel de los modelos de negocio en la amplificación de la información errónea y la desinformación, y evaluar los esfuerzos para mitigar esto a través de la moderación del contenido y las normas editoriales.
- Reconocer los contextos culturales, sociales y otros dentro de los cuales fue creado el contenido y comprender el impacto del contexto al interpretarlo.
- Comprender el rango de técnicas digitales, incluyendo características como "falsificaciones profundas" y posibilidades de manipulación digital.
- Comparar el nuevo conocimiento con el conocimiento previo para determinar el valor añadido, las contradicciones u otras características únicas del contenido.
- Determinar la probable veracidad al cuestionar las fuentes de los datos, limitaciones en las herramientas o estrategias de recolección de información y la razonabilidad de las conclusiones.
- Utilizar un rango de estrategias para interpretar textos (p. ej. sacar conclusiones, generalizar, hacer una síntesis de los materiales revisados, referirse a imágenes o información en los medios visuales que apoyen un punto de vista, analizar un contenido para determinar los sesgos subyacentes y decodificar el subtexto).
- Analizar contenidos de diversos proveedores, poniendo énfasis en las representaciones de género, raza, origen, otros marcadores de identidad cultural y sexualidad.

- Traducir las competencias AMI en indicadores de desempeño específicos como se manifiesta en términos de conocimientos, actitudes y habilidades.
- Describir las preocupaciones e implicaciones de la privacidad en línea en AMI.
- Identificar estrategias para proteger la información personal en línea.
- Explicar por qué la privacidad es crucial para que las personas se expresen libremente y se beneficien del acceso a la información.
- Identificar los códigos y convenciones usados para transmitir mensajes en una variedad de contenido.
- Evaluar las formas en las cuales el medio y sus códigos particulares y sus convenciones pueden moldear el mensaje que se transmite.
- Evaluar el contenido que puede ser transmitido a través del uso de un medio en particular.
- Analizar cómo se identifican y se escogen las audiencias, explícita e implícitamente, y el papel de los algoritmos en ello.
- Analizar cómo las audiencias responden al contenido y explicar los factores determinantes, especialmente dentro del contexto de la ciudadanía global.

Competencia AMI 5:

Aplicando los formatos de medios digitales y tradicionales

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 9: Oportunidades y retos del Internet; **Módulo 6**: Representación en los medios e información: destacando la igualdad de género; **Módulo 7:** Cómo influyen los medios y la tecnología en el contenido; **Módulo 4:** Competencias de Alfabetización Mediática e Informacional para abordar la información falsa y el discurso de odio: en defensa de la verdad. **Módulo 11:** IA, redes sociales y competencias AMI; **Módulo 12:** Medios digitales, juegos y medios tradicionales; **Módulo 13**: Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible: el contexto de AMI.

El educador, actor o estudiante de AMI será capaz de comprender los usos de la tecnología digital, las herramientas de comunicación y las redes para la recolección de la información, la toma de decisiones y la transformación social.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de educadores y estudiantes para:

- Entender lo básico de la tecnología digital, herramientas de comunicación y redes, y su uso en diferentes contextos y para diversos propósitos.
- Describir cómo al ser alfabetizados en medios e información, los estudiantes pueden comprender mejor el contexto social de la IA y cómo interactuar críticamente con los sistemas de IA.

- Comprender cómo aplicar las competencias AMI en entornos de IA y redes sociales e identificar herramientas y recursos que puedan ayudar en este contexto.
- Utilizar una amplia gama de "textos" de los medios para poder expresar sus propias ideas a través de varias formas de medios (p. ej., impresión tradicional, electrónica, digital, etc.).
- Emprender búsquedas básicas de contenido en línea.
- Entender los propósitos para los cuales los jóvenes utilizan el Internet.
- Describir las diferencias tecnológicas entre las plataformas tradicionales y digitales y cómo estas últimas han mejorado la democracia participativa, al tiempo que desencadenan y amplifican los posibles daños.
- Explorar el uso de juegos en la educación formal, no formal e informal.
- Comprender, describir y aplicar la pedagogía de los juegos en el aula.
- Desarrollar habilidades sociales, intelectuales y espaciotemporales utilizando herramientas interactivas de multimedia, especialmente juegos.
- Aplicar herramientas interactivas de multimedia, especialmente juegos digitales, para la instrucción y el aprendizaje.
- Utilizar herramientas/juegos interactivos de multimedia de baja y alta tecnología para exponer conceptos de temas académicos (matemáticas, ciencias, estudios sociales, etc.).
- Analizar las distintas herramientas interactivas de multimedia desarrolladas con software abierto, gratuito o licenciado, y evaluar las implicaciones del impacto en la instrucción y el aprendizaje.
- Describir la relación entre los nuevos entornos de medios y los modelos de negocio y cómo afectan a las actividades, interacciones y presencia en línea de las personas.
- Evaluar cómo las nuevas tecnologías y servicios ofrecidos por las empresas de Internet contribuyen al desarrollo sostenible, a las instituciones y a los procesos democráticos en la sociedad, y en qué medida.

Competencia AMI 6:

Posicionando el contexto sociocultural de la información, medios y contenidos digitales

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1: Un módulo fundamental: una introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional y otros conceptos clave; **Módulo 2:** Comprensión de la información y la tecnología; **Módulo 13:** Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible: el contexto de AMI.

El educador, actor o estudiante de AMI será capaz de demostrar que el conocimiento y el entendimiento del contenido de la información, los medios y digital se produce dentro de contextos sociales y culturales.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los educadores y estudiantes para:

Entender el vínculo entre la AMI y los ODS; describir la aplicación de la AMI a diversos aspectos del desarrollo.

- Describir las preocupaciones e implicaciones de la privacidad en línea en AMI.
- Comprender y describir los conceptos básicos de cómo los datos son utilizados por actores poderosos para impulsar el desarrollo social y económico o el subdesarrollo.
- Analizar y explicar cómo las reglas y las expectativas que gobiernan los géneros de contenidos pueden ser manipuladas para efectos o propósitos particulares.
- Delinear el propósito normativo del periodismo y su papel para fortalecer y alcanzar el buen gobierno, la democracia y el desarrollo sostenible.
- Producir textos que presenten las diversas perspectivas y representaciones.
- Evaluar a los proveedores de contenido como actores para el diálogo intercultural. Demostrar la habilidad para evaluar críticamente el contenido en cuanto a su relevancia para el desarrollo sostenible, la ciudadanía democrática y la diversidad cultural.
- Debatir de una forma crítica los principios básicos al hacer juicios de valor sobre las noticias o al dar forma a las mismas.
- Entender cómo la edición da forma al significado en los medios visuales y sus mensajes (omisión de perspectivas alternativas, puntos de vista filtrados o implícitos, énfasis en ideas específicas, etc.).
- Explicar por qué la privacidad es crucial para que las personas se expresen libremente y se beneficien del acceso a la información.
- Explorar y consultar estos temas en sus contextos personales, locales y sociales.
- Identificar a los actores clave y sus roles en la protección de la privacidad.

Competencia AMI 7:

Promoción de AMI entre estudiantes/ ciudadanía y manejo de los cambios requeridos

Los módulos del Currículum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1: Un Módulo fundamental: una introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional y otros conceptos clave; **Módulo 9**: Oportunidades y retos del Internet; **Módulo 5**: Audiencia y ciudadanía global; **Módulo 13**: Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible: el contexto de AMI; **Módulo 14**: Comunicación e información, AMI y aprendizaje: un módulo culminante.

El educador, actor o estudiante de AMI será capaz de utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de su capacitación en AMI para promover la Alfabetización Mediática e Informacional entre los estudiantes, y será capaz de manejar los cambios relacionados en los entornos de aprendizaje y disposiciones educativas.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los educadores y educadores pares para:

- Entender cómo los diferentes estudiantes/ciudadanía interpretan y aplican los productos de los medios y eventos en sus propias vidas.
- Orientar a estudiantes/ciudadanía a aplicar la AMI a diversas oportunidades y desafíos para resolución de problemas.
- Entender y utilizar una variedad de actividades instructivas para fomentar las destrezas de estudiantes/ciudadanía en la Alfabetización Mediática e Informacional.
- Demostrar capacidad para ayudar a estudiantes/ciudadanía a seleccionar los enfoques más apropiados (es decir, sistemas de recolección de información) para tener acceso al contenido necesario.
- Demostrar la habilidad para ayudar a estudiantes/ciudadanía a evaluar el contenido y sus fuentes de una manera crítica al mismo tiempo que se incorpora información relevante a su base de conocimientos.
- Utilizar el conocimiento de las técnicas de comunicación mediática verbal y no verbal de forma eficiente para promover la investigación activa, la colaboración y la comunicación libre y abierta entre los estudiantes/ciudadanía.
- Entender y utilizar estrategias de evaluación formal e informal para desarrollar conocimientos y destrezas para una lectura, visualización y escucha críticas, entre estudiantes/ciudadanía.

- Usar las herramientas de Alfabetización Mediática e Informacional para promover un medio ambiente de aprendizaje en dónde estudiantes/ciudadanía participen más.
- Utilizar tecnologías tradicionales o digitales para crear un vínculo entre el aprendizaje de la escuela y fuera de este ámbito, especialmente para estudiantes/ ciudadanía escolarizados o no.
- Usar las TIC en el aula para ayudar a que los estudiantes puedan descubrir las TIC y las fuentes de medios e información que están disponibles para ellos y cómo los pueden utilizar dentro de su aprendizaje.
- Usar la Alfabetización Mediática e Informacional para ampliar la participación en el aprendizaje.
- Utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de la capacitación para desarrollar el aprendizaje de estudiantes/ciudadanía.
- Utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de estas capacitaciones para desarrollar las destrezas de estudiantes/ciudadanía al evaluar los medios e información y entender los temas éticos relacionados con la Alfabetización Mediática e Informacional.
- Motivar la participación en la Alianza AMI de la UNESCO –una red global de múltiples partes interesadas en AMI– y abogar por el aprendizaje creativo en los espacios de la ciudad y la vida a través de MIL Cities[28].
- Identificar varios proyectos o iniciativas para empoderar a estudiantes/ciudadanía y fomentar la participación; (muchas iniciativas/proyectos relacionados se destacan en los enfoques pedagógicos y actividades a lo largo de los módulos.

28. MIL Cities de la UNESCO promueve el aprendizaje innovador y creativo sobre AMI en los espacios de la ciudad (metáfora de ciudades) y por parte de varios actores de la ciudad. La iniciativa “MIL Cities” se centra en la ciudadanía. El objetivo principal de la iniciativa "MIL Cities" es poner a las ciudades en un camino para empoderar de manera innovadora a más ciudadanía con competencias AMI, al tiempo que se conectan con otras ciudades de todo el mundo. Lea el Marco de MIL Cities aquí: https://en.unesco.org/milcities.

Pedagogías en la enseñanza y el aprendizaje de AMI: utilizando el Currículum

Los siguientes enfoques pedagógicos apuntalan las estrategias que se utilizan a lo largo de los módulos del Currículum AMI.

I. Aprendizaje sobre enseñanza reflexiva

El aprendizaje de enseñanza reflexiva es un enfoque centrado en estudiantes/ciudadanía en el cual la investigación se enfoca en los temas relacionados con la Alfabetización Mediática e Informacional en la sociedad contemporánea. Incorpora muchas de las características asociadas con el aprendizaje investigativo, resolución de problemas y toma de decisiones, donde los estudiantes adquieren nuevos conocimientos y habilidades a través de las siguientes etapas de investigación:

1. Identificación del problema, reconocimiento de las actitudes y creencias subyacentes.
2. Aclaración de los hechos y principios subyacentes a la cuestión.
3. Localizar, organizar y analizar las pruebas.
4. Interpretación y resolución del asunto.
5. Tomar medidas y reconsiderar las consecuencias y los resultados de cada fase.

Este es un método apropiado para enseñar AMI, ya que da a estudiantes/ciudadanía la oportunidad de explorar más temas en profundidad.

Algunos ejemplos de la aplicación del enfoque de enseñanza reflexiva en la AMI son: la exploración de las representaciones de la igualdad de género y la raza a través del análisis de los medios; la exploración de cuestiones relacionadas con la privacidad y los medios y las empresas de comunicación digital a través del análisis de documentos primarios y secundarios; y la exploración del ciberacoso a través de la investigación etnográfica.

II. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)

El Aprendizaje Basado en Problemas es un desarrollo curricular y un sistema de instrucción que desarrolla simultáneamente las bases y habilidades de un conocimiento interdisciplinario de los estudiantes, así como estrategias de pensamiento crítico y resolución de problemas. Es un modelo de aprendizaje cooperativo altamente estructurado, que resalta el conocimiento individual y colectivo al involucrar a estudiantes/ciudadanía en problemas de la vida real a través de una interrogación crítica y profunda. Los objetivos de aprendizaje, las preguntas de investigación y los métodos, así como los resultados, son definidos y gestionados por los estudiantes.

Un ejemplo de aprendizaje basado en problemas en la AMI incluye el diseño de una campaña de mercadeo social eficaz para un público concreto, por ejemplo, para promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible entre los jóvenes.

III. Enfoque empírico e investigación científica

El enfoque empírico se refiere a una variedad de técnicas que los científicos utilizan para explorar el mundo natural y proponen explicaciones basadas en la evidencia que ellos encuentran. A menudo, el proceso de indagación se expresa como un grupo simplificado de pasos que se denomina el ciclo de la indagación, el cual comprende actividades como: realizar observaciones, hacer preguntas, descubrir lo que ya se sabe, planificar investigaciones, revisar el conocimiento previo a la luz de la evidencia experimental utilizando herramientas para recolectar, analizar e interpretar los datos, proponer explicaciones y comunicar los resultados. Este método también se puede adaptar a la enseñanza de Alfabetización Mediática e Informacional.

Ejemplos de esta indagación científica incluyen: investigar el grado en que los daños o beneficios potenciales de un contenido en particular se materializan en la práctica; evaluar la relación entre el reconocimiento en las redes sociales y los niveles de dopamina; investigar los roles de las comunidades en línea y cómo se construyen mediante algoritmos de recomendación; investigar la naturaleza y el impacto de la violación de la privacidad o los esfuerzos para usar la Inteligencia Artificial con el fin de identificar el discurso de odio.

La investigación científica involucra las técnicas mencionadas anteriormente, pero también puede llevar esto más allá al incluir la experimentación que consiste en pruebas previas, intervenciones, pruebas posteriores, grupos/situaciones experimentales, grupos y situaciones de control, múltiples ensayos a largo y corto plazo, y a veces con la participación de varios grupos de científicos. Un desafío para aplicar el enfoque de investigación científica en la enseñanza y el aprendizaje de la AMI es que la mayoría de las empresas de comunicaciones por Internet no ofrecen acceso abierto a sus enormes existencias de datos, aunque un mayor acceso público a esta información, incluso sobre una base acreditada, ayudaría en gran medida a la posibilidad de generar más conocimiento de valor para la AMI.

IV. Estudio de caso

El método de estudio de caso conlleva un examen profundo de una sola instancia o evento. Esto se practica extensivamente en universidades donde los estudiantes utilizan los sucesos de la vida real aplicando el conocimiento teórico a casos reales. Este enfoque se puede adaptar a la hora de enseñar AMI, ya que estudiantes/ciudadanía están expuestos diariamente a muchas formas diferentes de mensajes de varios proveedores de contenido (ofreciendo así una amplia gama de 'casos'). El método del estudio de caso ofrece una forma sistemática de observar los eventos, recolectar y analizar datos e informar acerca de los resultados. Esto, a su vez, puede servir para apoyar el aprendizaje de la investigación entre estudiantes/ciudadanía. Aplicando este método, estudiantes/ciudadanía pueden obtener un mayor y más profundo entendimiento de cómo los eventos o instancias sucedieron en la forma que lo hicieron. El estudio de caso también se presta para la generación y validación de hipótesis.

Por ejemplo, estudiantes/ciudadanía podrían llevar a cabo un estudio de caso de cómo AMI ha construido la resiliencia de las personas a la información falsa y a la desinformación en una comunidad específica; de casos de violaciones éticas en el uso de la IA; de estrategias exitosas de campaña de mercadeo para un producto digital o de medios de alto perfil; o de colocaciones de productos o patrocinios "ocultos" para productos específicos endosados por parte de "influencers".

V. Aprendizaje cooperativo

El aprendizaje cooperativo se refiere al enfoque de aprendizaje que agrupa a estudiantes/ciudadanía con el fin de trabajar juntos para alcanzar metas compartidas. El aprendizaje cooperativo puede ir desde el simple trabajo en parejas hacia un modo más complejo como el aprendizaje de un proyecto, aprendizaje jigsaw (en grupos escalonados), preguntas guiadas por los pares y enseñanza recíproca, todo lo cual busca producir ganancias en el aprendizaje como son el desarrollo de entendimientos conceptuales y el pensamiento de orden superior, mejores destrezas interpersonales, actitudes más positivas hacia la escuela/colegio y hacia uno mismo, y la exploración de cómo manejar la heterogeneidad académica en las espacios de aprendizaje con un gran rango de logros en las destrezas básicas. Este es un método apropiado en la enseñanza y aprendizaje de AMI, ya que requiere que se compartan las ideas y el aprendizaje de uno a otro.

Ejemplos de aprendizaje cooperativo aplicado a AMI podrían ser trabajar en conjunto en un espacio Wiki o la participación conjunta en iniciativas y eventos de las redes sociales MIL CLICKS de la UNESCO.

VI. Análisis textual

Estudiantes/ciudadanía pueden aprender a analizar los textos al identificar los códigos y convenciones de varios géneros (visuales, impresos, orales, etc.). Se trata de un análisis semiótico que pretende profundizar en el entendimiento de los principales conceptos dentro del género de comunicación que se examina. Con este método, estudiantes/ciudadanía adquieren conocimientos para identificar cómo el lenguaje, así como otros códigos y convenciones visuales, se utilizan para crear tipos especiales de representaciones que atraen a ciertas audiencias. Se enseña a estudiantes/ciudadanía a identificar los códigos ‘técnicos’, ‘simbólicos’ y ‘narrativos’ de cualquier tipo de texto. Este proceso también cubre técnicas tales como el análisis visual de imágenes. Este tipo de análisis textual se puede aplicar a contextos de ejemplos de la vida real y servir a un propósito informativo más allá del ejercicio académico.

Por ejemplo, se puede solicitar a estudiantes/ciudadanía que elijan una pieza de contenido que les interese. Esto puede ser una noticia, un video de YouTube, o video clip de una noticia de una fuente de noticias en línea. Estudiantes/ciudadanía pueden luego trabajar en grupos, bajo orientación, para analizar el propósito del contenido, teniendo en cuenta la información sobre el autor, la técnica/características del texto, el público objetivo y el contexto general.

VII. Análisis contextual

Este enfoque enseña a estudiantes/ciudadanía a realizar un análisis contextual básico de contenidos, problemas, situaciones y eventos específicos; por ejemplo, en relación con los proveedores de contenido o las instituciones. Estudiantes/ciudadanía pueden, por ejemplo, aprender a analizar un texto (en cualquier formato) en relación con su entorno o contexto histórico, cultural, situacional o social. El análisis contextual también se refiere a la calidad del contenido/texto con respecto a argumentos, coherencia, lógica, evidencia de respaldo, etc. Este enfoque puede destacar en particular las dimensiones relacionadas con las relaciones de género, la economía política, las consideraciones culturales, etc.

Algunos ejemplos de análisis contextual y pedagogía pueden ser de ayuda para que estudiantes/ciudadanía adquieran conocimientos sobre los sistemas de clasificación del cine, la televisión y los videojuegos que funcionan en determinados países; o sobre cómo la propiedad y la concentración de los medios de comunicación digitales se relacionan con cuestiones de democracia y libertad de expresión.

VIII. Traducciones

Este enfoque pedagógico puede tomar varias formas y se puede utilizar en una variedad de contextos de contenido. Estudiantes/ciudadanía pueden, por ejemplo, elegir un artículo de periódico sobre un incidente en su comunidad y convertirlo en un podcast o una historia de noticias de radio, o a un formato que sea adecuado para publicar en las redes sociales. Otro ejemplo es mirar una secuencia corta de una película para niños y luego trabajar en pequeños grupos para dibujar un guion gráfico de la secuencia elegida, identificando sus tomas, ángulos y transiciones particulares.

Otros ejemplos incluyen instruir estudiantes/ciudadanía para transformar un cuento de hadas en un guion gráfico a ser filmado; o para recolectar una amplia gama de material visual existente relacionado con la vida de una persona específica y utilizar esto como un punto de partida para realizar un corto documental.

IX. Simulaciones

A menudo se utiliza la simulación como un enfoque pedagógico en el cine, los medios de comunicación y los planes de estudios sobre comunicación digital. El educador utiliza la simulación para demostrar a estudiantes/ciudadanía cómo se "ven" los medios y el aprendizaje digital. Es decir, el educador asume el papel de estudiantes/ciudadanos y estos actúan como educadores, por lo menos en términos de completar las actividades. Esta estrategia se discute luego en conjunto con los estudiantes como una parte importante del proceso pedagógico.

Ejemplos de este enfoque incluyen: estudiantes/ciudadanos asumen el papel de un equipo de producción de un documental que realiza un programa de televisión orientado a jóvenes, o de periodistas de radio/Internet que entrevistan a una persona para un podcast. También pueden simular ser un grupo de actores que se preparan para filmar videos promocionales sobre temas de desarrollo sostenible.

X. Producción

Este enfoque implica aprender haciendo, lo que es un aspecto importante de la adquisición de conocimientos en el siglo XXI. Alienta a estudiantes/ciudadanía a que exploren el aprendizaje a un nivel profundo y significativo. La producción de contenidos ofrece a estudiantes/ciudadanía la oportunidad de sumergirse en el aprendizaje explorando y haciendo. A través de la producción de textos (p. ej., para audio, video, diferentes formatos de escritura y animación), estudiantes/ciudadanía pueden explorar su creatividad y sus propias voces, para desarrollar, formular y expresar sus ideas y perspectivas.

Como ejemplo de este enfoque, estudiantes/ciudadanía pueden utilizar un software libre y de código abierto para hacer una historia digital de un minuto sobre un tema ambiental o cualquier otro tema de interés.

XI. Consulta crítica

En la educación, la teoría crítica[29] estipula un proceso integrado y a menudo no lineal de búsqueda, recolección y evaluación o evaluación de contenido de múltiples fuentes y perspectivas, con el fin de alcanzar una comprensión y análisis integral y sistemáticamente razonado, y con el objetivo de generar nuevos conocimientos, ideas, aplicaciones y caminos para novedosas preguntas de investigación. La consulta crítica llama la atención sobre la lógica, la evidencia, la estructura, la corroboración y los supuestos dentro del contenido.

XII. Método o consulta dialógica

La consulta dialógica se sitúa en la cultura, el idioma, la política y los temas de ciudadanía, estudiantes y educadores. En cierta medida es fenomenológica, ya que se basa en la experiencia de las personas y los niveles de familiaridad con objetos, situaciones, eventos o materiales de estudio. Por ejemplo, un juego popular, una película, un programa de televisión, un video de redes sociales, un libro, una revista, un informe de noticias u otro contenido generalmente se asocia con aspectos de una cultura de masas más amplia. Al aplicar este método, estudiantes y educadores evalúan esta conexión, y escriben o hablan sobre estos textos y/o eventos basándose en la experiencia personal de sus vidas diarias. El proceso pasa de las perspectivas subjetivas a las dimensiones críticas globales, teniendo en cuenta las perspectivas de una sociedad más amplia, la historia y la ciudadanía global. Se relaciona con lo que algunos expertos llaman cultura o teoría participativa, así como Educación para la Ciudadanía Mundial y ciudadanía digital. Al hacerlo, ciudadanía, estudiantes o educadores pueden interactuar con lo familiar y lo desconocido de forma secuencial o simultánea, reconociendo la conexión entre los dos a través de un proceso de interacción social.

29. Ver: Weaver, K. D., & Tuten, J. H. (2014). The Critical Inquiry Imperative: Information Literacy and Critical Inquiry as Complementary Concepts in Higher Education. *College & Undergraduate Libraries*, *21* (2), 136-144. Véase también: Prayogi, S., Yuanita, L., & Wasis, W. (2018). Critical Inquiry Based Learning: A Model of Learning to Promote Critical Thinking Among Prospective Teachers of Physic. *Journal of Turkish Science Education, 15*(1), 43-56. Véase también: Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy is not an option. *Learning Inquiry, 1*(1) 59-69.

Apéndice: recursos seleccionados de Alfabetización Mediática e Informacional y otros

Este apéndice enumera 16 recursos diferentes en AMI que son relevantes para el contenido descrito en este Currículum.

I. Proyecto de normas para los planes de estudio de Alfabetización Mediática e Informacional

Este documento contiene una descripción de las "Recomendaciones de Belgrado sobre el Proyecto de Normas para los Planes de Estudio de Alfabetización Mediática e Informacional", y describe un proceso hacia una mayor consulta por parte de múltiples partes interesadas del Proyecto de Normas para los Planes de Estudio de Alfabetización Mediática e Informacional. Su objetivo es orientar el desarrollo y la implementación de los currículums de AMI por parte de las partes interesadas en países de todo el mundo. Lograr la Alfabetización Mediática e Informacional para todos requiere que sea integrada en todos los niveles de educación y aprendizaje formal, informal y no formal. Los principales grupos destinatarios de este documento son los responsables de la formulación de los planes de estudio y los programas relacionados con la AMI, los planificadores y desarrolladores de los currículums, los maestros, los expertos en AMI y los profesionales que aplican los currículums relacionados con la AMI. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

II. Alfabetización Mediática e Informacional: política y directrices estratégicas

En las sociedades del conocimiento en evolución de hoy en día, algunas personas están sobrecargadas de contenido, mientras que otras tienen una gran necesidad de información confiable. En todas partes, las personas anhelan expresarse libremente, participar activamente en los procesos de gobernanza y los intercambios culturales. La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) proporciona a toda la ciudadanía competencias críticas para prosperar a este respecto, en particular en el contexto del siglo XXI.

Reconociendo que el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio para todos requerirá su integración en las políticas nacionales, la UNESCO publicó en 2013 la Política y las Directrices Estratégicas sobre Alfabetización Mediática e Informacional.

Como señala en su prefacio la profesora Ulla Carlsson, directora del Centro Nórdico de Información sobre Medios de Comunicación e Investigación, “esta publicación es de vital importancia para mejorar los esfuerzos de promoción de la AMI a nivel nacional y regional”.

Las directrices se dividen en dos partes. La primera es un resumen de políticas de AMI, diseñado para informar a los responsables de políticas y de la toma de decisiones sobre AMI en el desarrollo de políticas, y también sirve como un resumen de la publicación.

La parte 2 se divide en varios capítulos completos, que discuten: 1) cómo incorporar la AMI como un instrumento de desarrollo; 2) marcos conceptuales para las políticas y estrategias de AMI y 3) modelo de políticas y estrategias de AMI que los países de todo el mundo puedan adaptar a la formulación de políticas a nivel nacional. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606

III. Marco de evaluación mundial de la Alfabetización Mediática e Informacional: preparación y competencias de los países

El Marco de Evaluación AMI proporciona orientación metodológica para el proceso nacional de adaptación con seis fases y diversas herramientas prácticas. Los resultados de la evaluación pueden permitir a los países tomar decisiones informadas para las intervenciones destinadas a desarrollar aún más la AMI, fomentando un entorno propicio y mejorando las competencias de la ciudadanía. El marco de evaluación AMI se describe en términos de sus principales objetivos, estructura y otros parámetros para las mediciones a nivel nacional. El Perfil de Preparación del País en AMI incluye indicadores cualitativos y cuantitativos: medios e información en la educación, política de alfabetización de medios e información, suministro de medios e información, acceso y uso de medios e información, incluso entre la sociedad civil.

El recurso presenta además la Matriz de Competencias de AMI y su composición (componentes de AMI, aspectos de AMI, competencias, criterios de desempeño y niveles de competencia). Además, evalúa las competencias individuales e institucionales, en particular las dirigidas a los docentes en servicio y en formación. Las competencias AMI pueden reflejar los factores nacionales contextuales que facilitan la creación de un entorno propicio y favorable para AMI. Finalmente, proporciona orientación metodológica y recomendaciones prácticas para llevar a cabo la Evaluación de AMI a nivel nacional. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655

IV. Alfabetización Mediática e Informacional en el periodismo: un manual para periodistas y educadores en periodismo

La UNESCO publicó un manual para periodistas y profesores de periodismo, titulado “Media and Information Literacy in Journalism”, en cuatro idiomas (inglés, karakalpako, ruso y uzbeko).

La publicación es una herramienta práctica para los periodistas en el ejercicio de su profesión, en particular en lo que se refiere a la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI).

El manual incluye tanto materiales teóricos como ejercicios, estudios de caso y herramientas prácticas para ayudar a promover una comprensión más profunda del conocimiento teórico y apoyar su traducción a la práctica. El manual aborda la noción de ‘noticias falsas´ (se desaconseja el uso de este término ya que, si el contenido es falso, no puede considerarse noticia) y la información falsa, proporciona un marco conceptual para la Alfabetización Mediática e Informacional que subraya su relevancia e importancia para el periodismo, y explora los principios y roles de AMI en la educación periodística. Además, el manual cubre temas como la ética en Internet, los derechos humanos y el trabajo con fuentes, en la recolección y el procesamiento de información, formas de verificar y proporcionar información confiable, y la identificación

de "falsificaciones", información textual o visual falsa o manipulada.

Manual en inglés, ruso, uzbeko, karakalpako

https://en.unesco.org/news/unesco-promotes-media-and-information-literacy-support-media-development-uzbekistan

V. Periodismo, 'Noticias falsas' y desinformación: un manual para la educación y formación en periodismo

Escrito por expertos en la lucha contra la desinformación, este manual explora la naturaleza misma del periodismo con módulos sobre por qué la confianza importa; pensando críticamente sobre cómo la tecnología digital y las plataformas sociales son conductos de contenido falso y engañoso; luchando contra la desinformación y la información falsa a través de la Alfabetización Mediática e Informacional; verificación de hechos; verificación de redes sociales y lucha contra el abuso en línea.

Este currículum modelo es un complemento esencial a los programas de enseñanza para todos los educadores de periodismo, así como para los periodistas y editores en ejercicio que estén interesados en la información, cómo la compartimos y cómo la usamos. Es fundamental que aquellos que practican el periodismo entiendan e informen sobre las nuevas amenazas a la información confiable. Los partidos políticos, los profesionales de la salud, los empresarios, los científicos, los observadores electorales y otros también lo encontrarán útil. Está disponible en veintitrés idiomas.

https://en.unesco.org/fightfakenews

VI. Acto de equilibrismo: contrarrestar la desinformación digital respetando la libertad de expresión

En 2020, la Comisión de Banda Ancha para el Desarrollo Sostenible, cofundada por la UNESCO y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), lanzó un estudio exhaustivo sobre uno de los desafíos más intrincados del mundo: 'Acto de Equilibrismo: Contrarrestar la Desinformación Digital respetando la Libertad de Expresión'. El estudio es único en su escala global y su integridad, pero también está muy orientado a la acción, con un conjunto de recomendaciones específicas para cada sector y un marco de 23 puntos para probar las respuestas a la desinformación.

Los análisis y recomendaciones dirigidos abordan el ciclo de vida de la información falsa y la desinformación en línea, desde la producción hasta la transmisión, la recepción y la reproducción. Los lectores encontrarán paquetes de capítulos que son de especial interés para:

- Legisladores y formuladores de políticas (campañas contra la desinformación, respuestas electorales específicas y el Marco de Evaluación de la Libertad de Expresión).
- Empresas de Internet, productores y distribuidores (curaduría de contenidos, técnicas y algorítmicas, política publicitaria y respuestas de desmonetización).
- Periodistas, investigadores y verificadores de hechos.
- Universidades e investigadores aplicados y empíricos.

- Otros destinatarios (respuestas educativas, éticas y normativas de empoderamiento y de etiquetado de credibilidad).

Los resultados están organizados en una tipología de 11 categorías diferentes de respuestas a la información falsa y la desinformación, que van desde la identificación y las respuestas de investigación hasta las medidas normativas y legislativas, las medidas tecnológicas y los enfoques educativos. Para cada categoría de respuesta, el lector encontrará una descripción del trabajo que se realiza en todo el mundo, por cuáles actores, cómo se financia y quién o qué es el objetivo. El informe analiza además los supuestos y las teorías de cambio subyacentes detrás de estas respuestas, al tiempo que sopesa los desafíos y las oportunidades. Cada categoría de respuesta también se evalúa en términos de sus intersecciones con el derecho humano universal a la libertad de expresión, con un enfoque particular en la libertad de prensa y el acceso a la información. Por último, dentro de cada categoría se presentan estudios de caso de respuestas a la información falsa y la desinformación sobre COVID-19. En el centro de este producto de conocimiento está la necesidad y el valor de equilibrar las respuestas a la desinformación con el respeto por la libertad de expresión. La investigación nos muestra que esto se puede hacer.

https://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf

VII. Implicación transformadora de la enseñanza y el aprendizaje

En años recientes, hemos visto a jóvenes estudiantes tomar medidas para influir en las comunidades locales, nacionales o globales en una variedad de temas, desde la violencia con armas en las escuelas hasta el cambio climático. Al mismo tiempo, otros jóvenes estudiantes han expresado su deseo de contribuir a los procesos de transformación, pero han expresado su falta de conocimientos y experiencia para hacerlo. Esta situación subraya la urgencia de comprender las diferentes formas de compromiso transformador asumido por los jóvenes estudiantes, especialmente en relación con el papel de la educación.

Basándose en la Meta 4.7 del cuarto Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) sobre Educación, la UNESCO apoya a sus Estados miembros en la promoción de la Educación para la Ciudadanía Mundial () y la Educación para el Desarrollo Sostenible (ESD), para empoderar a los alumnos con el fin de que asuman roles activos, responsables y efectivos para abordar los desafíos a nivel local, nacional y global.

Si bien existe una gran cantidad de literatura sobre ciudadanía y educación cívica, hay menos claridad sobre el significado de "compromiso transformador responsable" para los jóvenes estudiantes en relación con ECM y ESD, en particular, los tipos de compromiso transformador y el significado de "responsable". Para comprender mejor la conexión entre el compromiso de los alumnos y la educación, podemos ayudar a aclarar el conocimiento, las habilidades y las competencias que las escuelas pueden proporcionar, y cómo el papel de la educación puede variar según el contexto.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368961?locale=fr

VIII. Curso en línea sobre educación ciudadana global para educadores/maestros

Si está en espacios de aprendizaje, puede participar a través de cursos y recursos en línea desarrollados por el Instituto de Educación para la Paz y el Desarrollo Sostenible Mahatma Gandhi de la UNESCO:

https://mgiep.unesco.org/cit y https://mgiep.unesco.org/article/empowering-learners-through-unesco-mgiep-s-indigeneously-designed-learning-platform-framerspace

https://mgiep.unesco.org/global-citizenship.

Uno de los recursos fundamentales disponibles en este conjunto de herramientas es Repensar el aprendizaje - Una revisión del aprendizaje social y emocional para los sistemas educativos. https://mgiep.unesco.org/

IX. Educación mediática: un paquete para profesores, estudiantes, padres y profesionales

Este Paquete de Educación Mediática, publicado por la UNESCO y disponible en árabe, francés e inglés, es en parte un producto del proyecto MENTOR iniciado por la UNESCO y que recibe el apoyo de la Comisión Europea, como primer intento para desarrollar un paquete de herramientas integrales en el campo de AMI.

Las preguntas que aborda este paquete incluyen: ¿En qué debería consistir la educación mediática? ¿Quién la debería enseñar? ¿Cómo se la debe incluir en un currículum? Más allá de las escuelas/colegios, ¿deberían las familias tener una opinión al respecto? ¿Se debe incluir siempre a los profesionales y de qué manera? ¿Qué estrategias puede adoptar el público para manejar los beneficios y las limitaciones de los medios?

El paquete contiene una propuesta para un Currículum Modular, un Manual para Profesores, un Manual para los Estudiantes, un Manual para los Padres y un Manual para las Relaciones Éticas con los Profesionales y un Manual de Alfabetización en Internet.

http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf

X. Indicadores de Desarrollo Mediático de UNESCO

Los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) de la UNESCO son un grupo de indicadores que han sido aprobados internacionalmente, traducidos a muchos idiomas, con el fin de evaluar las condiciones necesarias para los medios y servicios de información a fin de que desempeñen sus funciones de servicio público. Estos indicadores ayudan a examinar las cinco categorías de condiciones que se articulan entre sí: sistema de regulación; pluralismo y diversidad de los medios; los medios como una plataforma para el discurso democrático; construcción de capacidades profesionales y capacidad de infraestructura. Este recurso proporciona un marco para comprender los ecosistemas de medios en general. Hasta la fecha, 20 países han elaborado informes concretos que evalúan sus medios nacionales.

XI. Reunión internacional sobre la educación mediática. Progreso, obstáculos, y nuevas tendencias desde Grünwald: ¿hacia nuevos criterios de evaluación?

Esta reunión internacional fue organizada en París (junio, 2007) por la Comisión Francesa de la UNESCO en sociedad con UNESCO, y con el apoyo del Ministerio de Educación Francés y el Consejo Europeo.

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf

XII. Empoderamiento a través de la educación mediática

Esta publicación fue producida por NORDICOM, International Clearing House y la Universidad de Göteborg con el apoyo de la UNESCO. El libro se basa en la Primera Conferencia Internacional de Educación Mediática celebrada en Riyadh en marzo de 2007, que también contó con el apoyo de la UNESCO, y en la mencionada Reunión Internacional de Educación Mediática: Progreso, Obstáculos, y Nuevas Tendencias desde Grünwald: Hacia nuevos criterios de evaluación, celebrada en junio de 2007, en París.

Cuando discutimos acerca de los temas relacionados con la democracia y el desarrollo, a menudo nos olvidamos que es un requisito previo a que la ciudadanía esté alfabetizada en medios. En otras palabras, un requisito previo importante para el empoderamiento de la ciudadanía es un esfuerzo concertado para mejorar la Alfabetización Mediática e Informacional: destrezas que ayuden a fortalecer las habilidades críticas y las destrezas comunicacionales que permitan a los individuos hacer uso de los medios y la comunicación, tanto como herramientas como un modo de articular procesos del desarrollo y del cambio social, mejorando las vidas y empoderando a las personas para que puedan influir en sus propias vidas.

Se requiere que toda la ciudadanía sea alfabetizada en medios e información, y esto es de vital importancia para la generación más joven: su rol como ciudadanos y participantes de la sociedad, como en su aprendizaje, expresión y realización personal. Un elemento fundamental para lograr una sociedad que sea alfabetizada en medios e información es la educación mediática. Pero cuando se discuten temas como este, a menudo el marco de referencia es la cultura mediática del mundo occidental. Hay una necesidad urgente de que exista una agenda que se abra más hacia las ideas no occidentales y hacia los enfoques interculturales que en el caso actual. La internacionalización puede ser tan enriquecedora como necesaria para nuestro interés común de lograr paradigmas incluyentes y más amplios.

https://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/empowerment-through-media-education

XIII. Entendiendo la alfabetización informacional: un manual básico

Esta publicación, realizada en 2008 por el Programa Información para Todos (PIPT) de la UNESCO, ofrece información sobre los componentes básicos de la alfabetización

informacional, que es una dimensión de la AMI, de una forma fácil de comprender y de una forma que no es técnica.

La publicación ha seleccionado a una audiencia diversa, que va desde oficiales de gobierno, funcionarios intergubernamentales, profesionales de la información y profesores hasta administradores de recursos humanos tanto en organismos con y sin fines de lucro. A continuación, se muestra un extracto de la publicación:

"El individuo a lo largo del curso de su vida, mientras más aprenda y por lo tanto llegue a conocer, pero especialmente tan rápido como domine y adopte las técnicas de aprendizaje, hábitos y actitudes encontrará cómo, de dónde, quién y cuándo buscar y recolectar la información que necesita saber [...] se convierte en una persona más alfabetizada en información. Su competencia al aplicar y utilizar tales destrezas, hábitos y actitudes le permiten tomar decisiones más profundas y oportunas para hacer frente a su salud y bienestar personal y familiar, educación, trabajo, ciudadanía y otros retos".

http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf

XIV. Me sonrojaría si pudiera: cerrar las brechas de género en las habilidades digitales a través de la educación

Esta publicación comparte estrategias para cerrar las brechas de género en las habilidades digitales a través de la educación. Contiene tres partes: un documento de política y dos artículos de reflexión. Las ideas y recomendaciones hechas en este recurso se pueden aplicar fácilmente a la AMI como una herramienta para promover la igualdad de género.

El documento de política describe la persistencia y la gravedad de la brecha de género en las habilidades digitales, proporciona una justificación para las intervenciones y hace recomendaciones para dar a las mujeres y las niñas igualdad de oportunidades para desarrollar y fortalecer las habilidades digitales.

El primer artículo de reflexión examina la "paradoja de la igualdad de género en las TIC" y la conclusión de la UNESCO de que los países con los niveles más altos de igualdad de género, como es el caso en muchos países de Europa, también tienen las proporciones más bajas de mujeres que cursan estudios avanzados en informática y materias conexas.

El segundo artículo de reflexión examina cómo los asistentes de voz de IA proyectados como mujeres jóvenes perpetúan dañinos prejuicios de género. Ofrece recomendaciones para garantizar que la continua proliferación y el uso de asistentes digitales no exacerbe las brechas de género y propague estereotipos basados en el género.

https://en.unesco.org/Id-blush-if-I-could

XV. Género, medios y TIC: nuevos enfoques para la investigación, la educación y la formación

A menudo es difícil identificar y comparar diversos recursos y oportunidades de capacitación sobre la igualdad de género en los medios y las TIC. Este recurso responde a este desafío con una gama de ideas curriculares y de capacitación para su adopción y adaptación. El recurso vincula las esferas educativa y profesional con las esferas normativas con el fin de mejorar la igualdad entre los géneros en los medios y a través de ellos. Fue producido por la Red UNESCO UNITWIN sobre Género, Medios y TIC, en el marco de la Alianza Global sobre Medios y Género (GAMAG), una alianza iniciada por la UNESCO en 2014.

https://en.unesco.org/gamagandunitwin

XVI. Estándares de competencia de las TIC para educadores

En respuesta a la necesidad de proveer estándares para ayudar a los sectores nacionales de educación a apalancar las TIC, UNESCO formó un equipo con Cisco, Intel y Microsoft, así como la Sociedad Internacional para la Tecnología en Educación (International Society for Tiechnology in Education - ISTE en inglés), el Instituto Politécnico de Virginia y la Universidad Estatal de Virginia (Virginia Tech), para establecer el proyecto de Estándares de Competencia para Docentes en TIC (ECD - TIC).

El objetivo de este proyecto CST es dar una guía sobre cómo mejorar el desempeño de los educadores a través de las TIC y dar una nueva dimensión a sus destrezas, sin importar en qué lugar esté ubicada el aula, lo que daría como resultado una mejor educación y estudiantes con mayores destrezas.

La publicación de los estándares de competencia de las TIC para educadores comprende un grupo de tres folletos que incluyen:

- Un Marco de Política que explica las razones, estructura y enfoque del proyecto CST http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207e.pdf
- Una estructura de Módulos de Estándares de Competencia, lA cual combina los componentes de la reforma educativa con varios enfoques de políticas que generan una matriz de grupos de destrezas para educadores http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210E.pdf
- Lineamientos de implementación que proporcionan un plan de estudio detallado sobre las destrezas específicas que deben ser adquiridas en cada grupo de destreza/módulo. http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209E.pdf

XVII. Aprender para el futuro: competencias para la educación con miras al desarrollo sostenible

La educación debe desempeñar un importante papel para que las personas puedan vivir juntas de manera que contribuyan al desarrollo sostenible. La educación puede contribuir a una vida insostenible cuando hay una falta de oportunidades para que los estudiantes cuestionen sus propios estilos de vida y los sistemas y estructuras que promueven esos estilos de vida. También ocurre a través de la reproducción de modelos y prácticas insostenibles. La reformulación del desarrollo, por lo tanto, requiere la reorientación de la educación hacia el desarrollo sostenible.

Este recurso cubre un conjunto de competencias como objetivos a los que todos los educadores deben aspirar. Si bien no prescribe resultados de comportamiento, proporciona un marco para el desarrollo profesional de los educadores y es de particular importancia para las personas, grupos e instituciones que tienen un efecto multiplicador.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261802





PARTE 2:

MÓDULOS





Introducción: cómo utilizar este Currículum AMI

La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) tiene que ver con la función de los proveedores de contenidos como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital en nuestras vidas personales, en el desarrollo sostenible y en las sociedades democráticas. Promueve los derechos de los individuos a comunicarse y expresar, y a buscar, recibir e impartir información e ideas. Promueve la evaluación de los proveedores de contenido y su contenido basado en cómo se produce dicho contenido, los mensajes y valores que se comunican y las audiencias o propósitos previstos.

En una sociedad basada en la información y el conocimiento:

- La comunicación y la información son fundamentales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los procesos democráticos.
- Los proveedores de contenido contribuyen a formar percepciones, creencias y actitudes.
- Hay un incremento en el contenido creado por usuarios, el uso de espacios digitales y la información hechos por la ciudadanía.
- AMI es importante para la participación exitosa de la ciudadanía en la sociedad.

Al unir las competencias relacionadas con el contenido, los proveedores de contenido y las tecnologías para producir y difundir contenido, el Currículum AMI presenta una aproximación holística a la alfabetización que es necesaria para la vida y el trabajo actuales. Este currículum reconoce la necesidad de tener una definición más amplia de alfabetización. Más aún, AMI también reconoce el rol de las bibliotecas, archivos y museos como proveedores importantes de contenido, además de instituciones como los medios y las compañías de Internet.

Audiencia seleccionada para el Currículum AMI

Los grupos destinatarios del currículum son esencialmente los educadores y los estudiantes. Los educadores y los estudiantes se entienden en el sentido más amplio de los términos para incluir a los profesores en los niveles secundario y principalmente terciario, las personas involucradas en la capacitación o el aprendizaje en todas las formas en las ONG, OSC, centros comunitarios, los medios, bibliotecas, en línea o fuera de esta. Dado que el currículum fue desarrollado con miras a la adaptación, puede ser utilizado por diversas partes interesadas en el campo de AMI. Los usuarios pueden necesitar adaptar el contenido para hacerlo más relevante o accesible a grupos específicos. El currículum también es importante para los funcionarios de gobierno y ministerios y otras organizaciones de desarrollo internacional y social.

Principales características del Currículum AMI

La Alfabetización Mediática e Informacional busca unir disciplinas que antes se encontraban separadas y distanciadas. Reconoce que el avance digital ha impulsado la convergencia en el procesamiento de la información y las competencias necesarias para comprometerse críticamente con varios tipos de contenido en todas las plataformas y proveedores de contenido. El Currículum AMI es integral e inclusivo. Se ha desarrollado con un enfoque no prescriptivo y puede ser adaptado. Se presenta en forma de módulos.

Los módulos de este documento de currículum incluyen todas o algunas de las siguientes secciones:

- Antecedentes y fundamento.
- Temas claves.
- Objetivos de aprendizaje.
- Enfoques pedagógicos y actividades de muestra.
- Recomendaciones de evaluación.
- Temas para considerar en el futuro.
- Recursos y referencias.

En general, los objetivos de aprendizaje identifican las principales metas en cada uno de los módulos para educadores y estudiantes. También identifican las competencias (conocimiento, destrezas, actitud y valores) que educadores y estudiantes deberían poder demostrar después de completar cada módulo/unidad. En cualquier plan de adaptación, se debe tomar en cuenta el contexto general del Currículum y del Marco de Competencias, y los módulos del Currículum AMI que forman parte de este paquete.

La sección de antecedentes y fundamento explora el tema del módulo, subrayando y describiendo el contenido y el contexto. Es importante resaltar que no se busca que el comentario sea exhaustivo, sino que ilustre las posibles consideraciones y opciones que los usuarios pueden explorar.

Lo mismo se puede decir de los enfoques pedagógicos y actividades de muestra que se han incluido. Estas han sido desarrolladas para ilustrar las distintas formas en las cuales las habilidades y conocimientos adquiridos en cada módulo se pueden demostrar. Estos enfoques pedagógicos y actividades deben ser vistos solo como ejemplos. Se motiva a que los educadores utilicen estos como una base para preparar actividades que sean más local o culturalmente relevantes. A fin de contribuir con los esfuerzos de los usuarios, la UNESCO actualizará una versión multimedia dinámica en línea del Currículum AMI que incluirá una base de datos multimedia de recursos relacionados con AMI, planes de lecciones, actividades, etc. La UNESCO explorará el empaquetado fuera de línea de la versión multimedia y estimulará los recursos educativos abiertos. Por favor, consulte el sitio web de la UNESCO para obtener más información.

La sección sobre recomendaciones de evaluación incluye sugerencias para una evaluación formativa y acumulativa. Las recomendaciones quieren resaltar las posibilidades de evaluación, las cuales incluyen evaluación para el aprendizaje, evaluación del aprendizaje y evaluación como aprendizaje. Se ofrecen temas adicionales a los usuarios que deseen ir más allá para su posterior consideración.

Finalmente, los módulos concluyen con una sección de recursos y referencias que han sido recomendados para su uso con los módulos. Puede suceder que los usuarios tengan sus propios recursos locales que les gustaría añadir a esta lista.

El proceso de adaptación del Currículum AMI: recomendaciones

En la implementación y adaptación de este recurso, se deben tener en cuenta las realidades que existen en una variedad de espacios de aprendizaje –ya sea fuera de línea, en línea o a distancia– las prioridades y objetivos de los usuarios o instituciones, los intereses existentes, el contenido y las prioridades del programa, los plazos, la disponibilidad y las restricciones de tiempo. A continuación, se ofrecen las siguientes recomendaciones como forma de garantizar que el currículum satisfaga las necesidades de los usuarios que participan en todas las formas de aprendizaje.

- Identificación de los principales grupos de actores y establecimiento de un comité directivo.
- En las etapas iniciales, se debe llevar a cabo una revisión integral del Currículum AMI y del Currículum y Marco de Competencias. Esto permitirá a los usuarios identificar las áreas prioritarias en el currículum que puedan satisfacer mejor sus necesidades.
- Debería completarse una evaluación de los conocimientos actuales de los individuos y los planes de estudio con respecto a las instituciones o los países para determinar si los elementos de la AMI ya están incluidos en los planes de estudio existentes. Obviamente esto va a ayudar a evitar la repetición innecesaria y la superposición. También ayudará a identificar cualquier brecha en los currículos y programas existentes que pueda ser cubierta por el Currículum AMI.
- Cada institución determinará el mejor enfoque para implementar AMI, tomando en cuenta el tiempo disponible y los recursos que se necesitan (es decir, incluyendo tanto materiales como personal). Las principales preguntas para tener en cuenta incluyen: ¿Cómo se debería enseñar AMI? ¿Cómo debería ser integrado? ¿Existe en la institución un conocimiento experto sobre AMI? De no ser así, ¿en dónde se le puede encontrar? ¿Existe acceso a los materiales necesarios y recursos? De no ser así, ¿en dónde se los puede encontrar? ¿De qué manera las necesidades identificadas pueden afectar la estrategia de adaptación que se busca?
- Este Currículum AMI se debe preparar de tal forma que se pueda adaptar. Lo anterior significa que quizá sea necesario preparar una versión hecha a la medida del Currículum AMI basado en las consideraciones antes mencionadas. Los Recursos Educativos Abiertos (REA) de la UNESCO pueden ayudar con el proceso

de adaptación. Los recursos de educación abierta son materiales de aprendizaje que han sido publicados bajo una licencia de propiedad intelectual como Creative Commons (Bienes Creativos Comunes) que permite que sean utilizados libremente por otras personas. (Véase el recuadro al final de esta sección para obtener más detalles).

- Una vez que se haya desarrollado el currículum adaptado o la versión personalizada, es importante que se lleve a cabo una prueba piloto. Esta fase de prueba tendrá que ser supervisada y el resultado del piloto tendrá que ser evaluado.
- Una vez que se tome en cuenta la evaluación de la prueba piloto, sería necesario hacer las revisiones en el currículum adaptado, incluyendo las recomendaciones para la implementación.
- En este punto, la integración del currículum para toda la institución estará lista, basada en la estrategia de integración elegida por la institución. (Ver a continuación).
- Se debe completar la documentación en curso, el monitoreo y la evaluación del currículum. Donde sea apropiado, el desarrollo y la documentación de estudios de caso debe ser completada de forma que se puedan compartir las mejores prácticas e informar a la gran comunidad educativa del trabajo que se lleva a cabo en varias instituciones.
- El alcance de la adaptación depende de muchas de las variables mencionadas anteriormente en lo que se refiere a los usuarios, grupos/asociaciones o instituciones.

Estrategias de integración

A continuación, se dejan a consideración las siguientes estrategias de integración para el Currículum AMI:

- Curso autónomo: el Currículum AMI se puede ofrecer como un curso independiente para obtener créditos. Se puede ofrecer como un curso obligatorio u opcional para varios estudiantes o educadores. Para los educadores en activo, el currículum puede adaptarse como un programa de certificación para el perfeccionamiento.
- Enfoque institucional: comprende un entrenamiento presencial intensivo de una o dos semanas, seguido de la preparación de un proyecto que los educadores completarán en un período de dos a tres meses. Este programa de entrenamiento también podrá ofrecer créditos.
- Integración de multicomponentes: se pueden integrar diferentes componentes del Currículum AMI a los distintos cursos relacionados que ya se ofrecen a los estudiantes y educadores. Algunos ejemplos incluyen tecnología de la educación, alfabetización, estudios sociales, educación cívica, etc. Quizá esta sea la estrategia más compleja que aquí se propone. Para que esta integración sea eficaz, se requiere una planificación cuidadosa que tome en cuenta las metas globales del programa y las evaluaciones. Tenga en cuenta que la atención focalizada que requiere la AMI puede perderse con este enfoque.

- Curso en línea: el curso se puede ofrecer en línea para varios usuarios. Esto podría incluir una asociación con otra institución en o fuera del país respectivo. Es importante señalar que los usuarios, grupos/asociaciones o instituciones no tendrían que crear su propio curso en línea, sino que podrían asociarse con otra institución que disponga de facilidades para ofrecer cursos en línea. La institución puede tomar en cuenta ofrecer el curso como un certificado, diploma o programa de grado. Vea ejemplos de MOOC de AMI ofrecidos por la UNESCO y nuestros asociados en este enlace: https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/moocs

A largo plazo, se puede explorar la combinación de dos o más de estas estrategias. Es probable que un enfoque mixto tenga un mayor impacto. Evidentemente, el proceso de adaptación y las estrategias de integración que se utilicen variarán entre usuarios, grupos/asociaciones o instituciones, dependiendo de una serie de factores que se definan. Algunos de estos factores evidentes son el nivel de preparación, la disponibilidad de recursos y conocimiento experto, la profundidad y el ámbito de la integración.

Adaptar y compartir el Currículum AMI a través de los nuevos Recursos Educativos Abiertos de la UNESCO: Plataforma en línea de la herramienta de recursos de enseñanza multimedia AMI.

Los Recursos Educativos Abiertos de la UNESCO (https://iite.unesco.org/theme/oer/) ofrecen publicaciones seleccionadas de la UNESCO como recursos educativos abiertos con licencia total (REA). Los REA son materiales de aprendizaje que han sido publicados bajo una licencia de propiedad intelectual como Creative Commons (Bienes Creativos Comunes), que permite que sean utilizados libremente por otras personas. Ver también esto: http://www.oerplatform.org/. Pueden haber otras plataformas y bases de datos abiertas REA en sus regiones.

La UNESCO y sus socios actualizarán una plataforma de Herramientas de Recursos de Enseñanza Multimedia en Línea impulsada por REA, http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/ (busque en el sitio web de la UNESCO el enlace actualizado a estos recursos según sea necesario) ya que las comunidades globales de práctica, incluyendo educadores, estudiantes y varios actores, podrán copiar libremente, adaptar y compartir sus recursos, incluyendo el Currículum AMI.

Persuadiendo y ayudando a las instituciones y a los usuarios a compartir su adaptación del Currículum AMI como Recursos Educativos Abiertos con licencia total en la plataforma, damos a otros usuarios, desarrolladores de Currículum o asesores de calidad que buscan desarrollar su propio Currículum, una oportunidad sin precedentes para seleccionar y comparar de una forma sencilla e intuitiva los currículums de instituciones cercanas o internacionales, en su propio idioma. Luego de una manera fácil y legal pueden 'copiar' libremente el contenido más cercano a sus necesidades y adaptarlo a sus requerimientos locales.

La plataforma incentivará la colaboración y las oportunidades de asociación entre instituciones similares y vincula de una mejor manera a los usuarios e instituciones con la UNESCO para futuras mejoras del Currículum AMI. Además, ofrece asistencia para el desarrollo de capacidades en Creative Commons y ayuda para transformar y transferir materiales de REA a instituciones que estén dispuestas a compartir sus adaptaciones.

Las licencias Creative Commons han sido desarrolladas con base a prácticas tradicionales de derechos de autor y permiten a los creadores definir qué derechos se reservan ellos, y qué derechos declinan para el beneficio de otros receptores y otros creadores. (http://creativecommons.org)

MÓDULO 1:

UN MÓDULO FUNDAMENTAL: UNA INTRODUCCIÓN A LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL Y OTROS CONCEPTOS CLAVE



"Si fuese posible definir en general la misión de la educación, se podría decir que su propósito fundamental es asegurar que los estudiantes se beneficien del aprendizaje de manera que les permita participar completamente en la vida pública, comunitaria y económica".

– New London Group

Antecedentes y fundamentos

La intersección de los medios de comunicación y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y la convergencia de contenidos y sistemas hace que las personas vivan cada vez más en un mundo intermediado. Este es un mundo donde la comunicación persona a persona y la transmisión de contenidos se produce cada vez más a través de plataformas tecnológicas. Esta realidad trae consigo muchas oportunidades y desafíos que hacen que la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) resulte vital para empoderar a las personas. Las oportunidades incluyen un mayor acceso a la información y vías para la expresión, el aprendizaje permanente, la participación, la creatividad, el diálogo, el intercambio cultural y la transparencia, que cuando

se unen contribuyen a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Los retos incluyen la privacidad y las preocupaciones por la violación de datos, el aumento de la información falsa, la vigilancia, el creciente discurso de odio en línea y el contenido extremista violento, los frecuentes ataques contra las mujeres y una mayor exclusión de los grupos marginados.

El advenimiento de la pandemia de COVID-19 demuestra los cambios en los flujos de información, la tecnología digital, los proveedores institucionales mediadores y el desarrollo de los medios. Por un lado, muchas de las perspectivas y esfuerzos para hacer frente al virus existen en la ecología general. Sin embargo, los esfuerzos también se ven obstaculizados por la "desinfodemia", que es la confusa combinación de contenidos, que a menudo eclipsa a la información con información falsa y que es permitida por las comunicaciones digitales.

AMI es un término general que abarca diversas competencias que permiten a los individuos y grupos navegar por los mares turbulentos del entorno de información y comunicaciones de hoy. Abarca un amplio espectro de conocimientos, destrezas, actitudes y valores. AMI permite a la ciudadanía, incluidos los jóvenes, adquirir competencias para comprender sus necesidades de información, buscar mejor, encontrar, evaluar críticamente, usar y contribuir a la información y el contenido de los medios de manera inteligente. De este modo, la AMI permite el uso deliberado y creativo de la tecnología digital y capacita a todos los usuarios al mejorar su conocimiento de sus derechos en línea y digitales, así como de las cuestiones éticas relacionadas con el acceso a la información y su uso. La ciudadanía alfabetizada en medios de comunicación e información está equipada para participar de manera más efectiva en el diálogo, la libertad de expresión, el acceso a la información, la igualdad de género, la diversidad, la paz y el desarrollo sostenible.

AMI es un prerrequisito importante para equilibrar el poder de la ciudadanía contra el de los proveedores de contenidos, y para aprovechar las TIC en la educación y fomentar un acceso equitativo a la información y la libertad de expresión. Para que las personas puedan participar eficazmente y tener éxito a lo largo de todas las etapas de sus vidas, es urgente que la AMI se integre a todos los niveles de la sociedad y en la educación formal, no formal e informal.

Según las estadísticas recientes de la ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database (2019), 1,3 mil millones (3/4) de los 1,7 mil millones de hogares del mundo, que representan a 4,9 mil millones de personas, poseen un televisor; y 0,6 mil millones (1/3) de todos los hogares, que representan 1,9 mil millones de personas, tienen acceso a una computadora. En enero de 2021, el 59,6% de la población mundial o 4,66 mil millones de personas estaban utilizando Internet[30]; a mediados de 2020, se estimaba que habían 105 suscripciones a telefonía móvil por cada 100 habitantes. Además, hay más de 2,5 mil millones de radio receptores. La Asociación Mundial de Periódicos informa que 640 millones de usuarios en todo el mundo pagaron por noticias impresas y digitales todos los días en 2018. El Instituto de Estadísticas de la UNESCO estima que cerca de 1 millón de nuevos libros se publican anualmente en el mundo. A finales de 2019, más del 69% de la población juvenil mundial (de 15 a 24 años) utilizaba Internet. Según un informe conjunto de UNICEF y UIT en 2020, 1.100 millones, o sea, 1 de cada 3 niños y jóvenes de 25 años o menos tienen acceso a Internet en casa. El número de empresas que adoptaron la inteligencia artificial creció un 270% en cuatro años, entre 2015 y 2019 (Gartner, 2019).

En conjunto, el número de emisoras de televisión y radio, los periódicos, los teléfonos móviles, el acceso y el uso de Internet, los libros, las bibliotecas, las vallas publicitarias y los videojuegos determinan gran parte de lo que aprendemos sobre nosotros mismos, nuestro país, nuestras culturas y el mundo que nos rodea. En este mundo conectado, ser alfabetizados en medios e información significa que podemos repensar lo que se llama ciudadanía y aprendizaje permanente, y tomar en consideración conceptos como la Educación para la Ciudadanía Mundial, la educación para el desarrollo sostenible y la ciudadanía digital.

Los proveedores de contenidos como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital son fundamentales para el desarrollo sostenible, la democracia y la buena gobernanza, tanto como una plataforma para el discurso democrático como facilitadores de la creatividad digital y el emprendimiento. Si los proveedores de contenido y las herramientas digitales van a apoyar la democracia y el desarrollo sostenible, la ciudadanía debe entender cómo utilizarlos críticamente, saber cómo interpretar los mensajes que reciben, crean y comparten. Igualmente, para que el ecosistema refuerce la creatividad digital y el emprendimiento, además de las competencias mencionadas anteriormente,

30. Statista. https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/.

las personas también deben comprender cómo identificar oportunidades para el emprendimiento en este ámbito y comprender los beneficios de la intersección del pensamiento crítico, la creatividad y la colaboración para el cambio social.

Si bien, no se puede subestimar la importancia de la aritmética elemental y las aptitudes de alfabetización, la inclusión de la AMI en los planes de estudios y los programas de desarrollo significa que los jóvenes también deben comprender las funciones de los proveedores de contenidos y tener las aptitudes para buscar, evaluar, utilizar y crear contenidos para alcanzar sus objetivos personales, sociales, ocupacionales y educativos. También deben poseer habilidades básicas para el pensamiento crítico, para analizarlas y utilizarlas para la autoexpresión con el fin de convertirse en estudiantes independientes, productores, ciudadanía informada, profesionales y participantes en el gobierno y los procesos democráticos y económicos de sus sociedades (cf. Report of National Forum on Information Literacy, 2005).

Este módulo se constituye de cuatro pilares: pensamiento crítico, autoexpresión, participación y creatividad. Considerará que AMI es relevante y puede superponerse en una variedad de disciplinas/campos, y explorará preguntas como:

¿Qué representa la información dentro de la combinación más amplia de contenido? ¿Qué son los medios y las empresas de comunicación digital? ¿Qué son las tecnologías digitales? ¿Por qué enseñar sobre todo esto? ¿Por qué son importantes? ¿Qué es alfabetización mediática? ¿Qué es alfabetización informacional? ¿Qué es alfabetización digital? ¿Por qué la Alfabetización Mediática e Informacional?

El módulo presentará a la AMI como enseñanza/aprendizaje y proceso de participación social y económica en lugar de solo como una disciplina. Por lo tanto, introduce a los alumnos, de una manera general, los temas y conceptos clave del campo, los cuales se tratarán en mayor detalle en otros módulos, ofreciendo la oportunidad de desarrollar una comprensión de la diferencia entre "enseñar sobre", "enseñar a través de", y participar en la sociedad con AMI como una herramienta.

El objetivo es que los educadores, los estudiantes, los líderes comunitarios y los educadores pares se conviertan ellos mismos en alfabetizados en medios e información, y que desarrollen las competencias necesarias para integrar a AMI a todos los niveles y para todos los tipos de educación.

Unidades

Unidad 1:
Comprender la Alfabetización Mediática e Informacional: una orientación

Unidad 2:
AMI, participación ciudadana y derecho a la información

Unidad 3:
Interacción con los medios y otros proveedores de contenido como bibliotecas, archivos y empresas de comunicaciones por Internet.

Unidad 4:
AMI, habilidades digitales, participación/creatividad cultural y emprendimiento

Unidad 5:
AMI, enseñanza y aprendizaje permanente

Unidad 1: Comprender la Alfabetización Mediática e Informacional: una orientación

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Definir las similitudes y diferencias entre "información" y "medios".
- Explorar la importancia de los proveedores de contenido.
- Descripción de los principales resultados de la Alfabetización Mediática e Informacional.

Objetivos de aprendizaje

Al final de este módulo los educadores podrán:

- Identificar los principales resultados/elementos de aprendizaje y la convergencia de la Alfabetización Mediática e Informacional y destrezas digitales.
- Comprender la Alfabetización Mediática e Informacional, su importancia y relevancia en las vidas de los estudiantes y los educadores en la actualidad.
- Identificar y explorar los roles normativos de los proveedores de contendido, tales como bibliotecas, archivos, museos, medios, empresas de comunicación digital, etc.
- Explorar estos roles según se manifiesten (o estén ausentes) en una variedad de textos.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad:

- Básico/Intermedio.

Múltiples roles de los medios

Los medios, las empresas de comunicación digital y otros proveedores de contenido juegan un papel central en los procesos de información y comunicación. Son una forma de comunicar la información, aunque su rol es mucho más amplio que esto. En la medida en que esos medios son una parte importante del sistema de comunicación de cada sociedad, su composición institucional a menudo se mezcla con una variedad de proveedores de contenido que no pertenecen a los medios como bibliotecas, museos, archivos, empresas de comunicación de Internet, otras organizaciones de información y ciudadanía que produce su propio contenido.

Para los propósitos de este Currículum AMI, los medios noticiosos se definen normativamente (sin tomar en cuenta la naturaleza y las tecnologías utilizadas) como fuentes de información confiable y actualizada creadas a través de un proceso editorial

determinado por valores periodísticos donde la confiabilidad editorial se pueda atribuir a una organización específica o persona legal. Esto no es ignorar las realidades en las que las normas no están a la altura, como a través de casos de "captura de medios" y otros fracasos normativos, por lo que el pensamiento crítico, a través de la AMI, debe aplicarse a los medios como a todos los proveedores de contenido.

Los medios y otros proveedores de contenido pueden ser evaluados en cuanto a si están a la altura de sus roles normativos. Se espera de ellos que:

- Actúen como canales de información y conocimiento a través de los cuales la ciudadanía se comunique entre sí y tome decisiones informadas.
- Faciliten debates informados entre diversos actores sociales.
- Nos provean mucho de lo que aprendemos sobre el mundo más allá de nuestra experiencia inmediata y sirvan como medios a través de los cuales la sociedad aprenda sobre si misma y construya un sentido de comunidad.
- Funcionen como fiscalizadores del gobierno en todas sus formas, promoviendo la transparencia en la vida pública y el escrutinio público de aquellos que se hallen en el poder al exponer la corrupción, la mala administración y las malas prácticas corporativas.
- Sean facilitadores esenciales de los procesos democráticos y uno de los garantes de elecciones libres y justas.
- Sean un vehículo para la expresión y la cohesión cultural dentro y entre naciones.
- Funcionen transparentemente como un defensor o un actor social en su propio derecho mientras que respeten los valores pluralistas.[31]

Convergencia

La UNESCO y expertos en diferentes campos han acuñado el concepto general de Alfabetización Mediática e Informacional, reuniendo campos relacionados que tienen el mismo objetivo general de aprendizaje para capacitar a estudiantes y a la ciudadanía para desarrollar habilidades críticas en el consumo, uso, creación e intercambio de contenido.

La información podría agruparse en fuentes primarias, por ejemplo, informes de investigación y tesis; fuentes secundarias, por ejemplo, libros, revistas, periódicos; y fuentes terciarias tomadas de fuentes primarias y secundarias, como bases de datos, repositorios y bibliografías. Por un lado, la AMI se ocupa de los productos textuales (ya sean publicaciones electrónicas o en papel) que normalmente están sometidas a revisión por pares y a extensos procesos de edición. Esta es la propiedad intelectual de la que se pueden tomar citas, referencias y bibliografía. AMI también trata sobre los medios que consideran las sutilezas de la imagen, el color y el sonido en los mensajes utilizados por diferentes proveedores, como la televisión, las redes sociales y las compañías cinematográficas. Aunque las instituciones no siempre están a la altura de las expectativas normativas, los medios en general deben existir para informar, educar y entretener. Véase a continuación la Tabla (1.1) que ilustra la relación y convergencia del contenido, las cuestiones, los métodos, las herramientas, los componentes de la información, los medios y la tecnología.

31. Adaptado de los MDIs de la UNESCO.

Tabla 1.1. Convergencia de la Alfabetización Mediática e Informacional: de los puntos de vista tradicionales a los convergentes*

Informacional (Alfabetización)		Medios de comunicación/Tecnologías digitales – Medios de comunicación/Digitales (Alfabetización)
Libros Monografías Periódicos Series Patentes Empresas Productos académicos/de investigación	**Formatos de contenido** Convergencia	Noticias Periódicos Televisión Radio Visuales Redes sociales Productos de la cultura pop
Investigación a fondo Revisado por pares Extenso proceso de edición Validación de la industria editorial Las citas son cruciales	**Validación de contenido** Convergencia	Alguna investigación a fondo Validación de la industria Lento proceso de edición A veces preparación improvisada dada la naturaleza de los medios Comentarios de los usuarios/Evaluación aceptada
Grupos – Más selectivos Se necesitan habilidades de lectura Menos digerido – Más demanda cognitiva	**Audiencia percibida** Convergencia	Audiencias masivas más generales y, a menudo, grupos objetivo Mensajes audiovisuales, habilidades de lectura y visualización necesarias Frase con gancho o imágenes dramáticas
El usuario debe buscar Habilidades de recuperación-evaluación requeridas Límites borrosos del fabricante de TIC	**Acceso percibido** Convergencia	Los medios siguen/apuntan al usuario Habilidades para filtrar/rechazar y analizar mensajes de medios También se requieren habilidades de creación/producción
Uso educativo/Negocio Toma de decisiones a largo plazo	**Propósito principal percibido para su uso** Convergencia	Enfoque de entretenimiento y educación Toma de decisiones diaria y a largo plazo
Texto esencialmente impreso. Por lo general, producido académicamente	**Estética percibida** Convergencia	Más audiovisuales Producción industrial/gubernamental, grandes y pequeñas empresas, convencionales y alternativas
Bibliotecarios Preocupación por el uso de la recopilación de información Educadores Preocupación por la información de calidad	**Promotores de habilidades percibidad** Convergencia	Especialistas en medios masivos Preocupación de las producciones mediáticas por la verdad frente a los prejuicios Enfoque en la estética, el diseño

*Adaptado de Lau, J. y Grizzle, A. (2019). *Evolución e Historia de la Alfabetización Mediática e Informacional.*

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Considere las características de AMI que han sido descritas en la Figura 1 en el *Currículum de Alfabetización Mediática e Informacional y Marco de Competencias* para Educadores (Parte1). Discuta sobre cada característica. Escriba qué es lo que cada una de estas representa para usted. ¿Cree que esta descripción está completa? ¿Qué piensa usted que se debería incluir?

Tome en cuenta la siguiente terminología vinculada a las diferentes alfabetizaciones que tienen que ver con la AMI y que utilizan diversos actores en todo el mundo:

- Alfabetización mediática.
- Alfabetización bibliotecaria.
- Alfabetización computacional.
- Alfabetización en libertad de expresión.
- Alfabetización en Internet.
- Alfabetización digital.
- Alfabetización noticiosa.
- Alfabetización cinematográfica.
- Alfabetización en juegos.
- Alfabetización en redes sociales.
- Alfabetización en IA.
- Alfabetización en datos.
- Alfabetización en seguridad.
- Alfabetización en privacidad.

Utilizando el Internet o una biblioteca, investigue varias definiciones para cada una de estas terminologías. ¿Qué observa sobre la relación entre estas terminologías individuales o nociones de AMI? Escriba un párrafo describiendo cuál sería su lógica para combinar la alfabetización mediática y la alfabetización informacional como lo ha hecho AMI.

Información sobre los proveedores

El uso adecuado de la información que está disponible a través de los medios y varios de los proveedores de información depende de la habilidad de las personas para entender sus necesidades de información, y para localizar, recuperar y evaluar la calidad del contenido al cual puedan tener acceso. Hoy en día, existe una selección de contenido con amplia variedad y diversidad que cambia mucho en exactitud, confiabilidad y valor. Adicionalmente, esta información existe en una variedad de formas (como texto, imagen o estadística, electrónicamente o en impreso) disponible a través de repositorios en línea y portales, bibliotecas virtuales o físicas y colecciones de documentales, bases de datos, archivos, museos, etc. El factor más importante, sin embargo, es que la calidad del contenido puede variar significativamente.

Antes de evaluar los contenidos y sus fuentes, es importante pensar en el uso que hacemos de la información, además del uso para entretenernos, por ejemplo. Esto ayudará a identificar fuentes de información creíbles. Las preguntas clave podrían ser: ¿Qué fuente o qué tipo de fuente sería la más confiable para proporcionar información

en este caso en particular? ¿Qué fuentes pueden utilizar métodos de verificación, ser justas, carecer de motivos ocultos, mostrar control de calidad y estar abiertas a la corrección y la reparación?

Podemos pensar en la información como contenido agregado por la mezcla de proveedores como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital. Estos proveedores de contenido tienen diferentes roles, incluyendo:

- Informar.
- Educar.
- Facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- Proveer acceso a todos los tipos de información (algunas veces gratuita, plural, confiable y sin restricciones).
- Servir como una puerta de enlace hacia la información.
- Promover los valores universales y los derechos civiles tales como libertad de expresión e información.
- Tener una función de memoria colectiva para la sociedad.
- Recopilar información.
- Preservar el patrimonio cultural.
- Entretener.

Al mismo tiempo, estos proveedores a veces juegan otros roles primordiales como medios para ganar dinero, como una herramienta política, como una hegemonía cultural, etc.

Actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Explore las diferencias de contenido entre los distintos tipos de proveedores, por ejemplo: cuáles proporcionan más información que publicidad o entretenimiento; cuáles dan oxígeno a la información falsa o al discurso de odio. También identifique los tipos de contenido, por ejemplo, los formatos monográficos frente a los de serie y comprenda en qué se diferencian. Los estudiantes podrían explicar cuál es la diferencia entre cada tipo de publicación según corresponda; y nombrar dos ejemplos para cada tipo de publicación.
- Los catálogos de las bibliotecas son una fuente de información con calidad. Pida a los estudiantes que se familiaricen con las entradas clave: autor, título y tema, y que definan un tema y busquen dos fuentes de cada tipo de información y medios que puedan encontrar.
- Haga una inspección de los medios para encontrar recursos o textos de los medios que sean ejemplos de las funciones antes mencionadas. Identifique los textos que ilustran estos roles a nivel local, nacional y global.

- Compare las características de los catálogos de bibliotecas con el objeto de poder utilizarlos para encontrar la información que está investigando con el fin de optimizar el tiempo y la dedicación. a) Mencione los catálogos de bibliotecas que conoce y busque cuatro más, preferiblemente de universidades. b) Realice una búsqueda sobre un tema de su interés en los catálogos que considere que son los mejores entre los consultados. c) Enumere cinco referencias de libros u otros materiales que encontró en los catálogos que considera que son los mejores. Reflexione y proporcione argumentos sobre por qué cree que son los mejores.
- Hacer una inspección de las bibliotecas públicas o de universidades para encontrar libros y otros recursos que puedan proveer información sobre desarrollo sostenible, democracia, otros lugares del mundo, distintas culturas, vida social y económica, u otros temas de interés para usted. Explore preguntas tales como: ¿Quién decide el nivel de los recursos que deben ser asignados a las bibliotecas? ¿Quién decide qué libros deben ser incluidos en la biblioteca y cuáles deben ser excluidos? ¿Quién decide qué libros son más importantes que otros? ¿Cómo impactan el presupuesto y los derechos de autor en el rol? ¿Las bibliotecas cumplen con sus propósitos? (Se puede organizar una actividad similar para los museos o archivos).
- Los medios pueden fomentar el desarrollo y la construcción de una nación, pero también pueden fomentar el nacionalismo exclusivista. Debata cómo y por qué los medios ejercen estas funciones. Piense sobre el contenido de los medios en su país. ¿Cuántos puntos de vista diferentes pueden encontrar sobre desarrollo, construcción de un país e intereses nacionales y desde qué perspectivas?
- En la red busquen relatos que se relacionen con la destrucción deliberada de bibliotecas, museos o archivos o ciertos libros a causa de la guerra, conflictos, etc. ¿Cómo pueden verificar que la historia es verdadera? Dado que esta es la primera unidad, puede ser que los educadores no han estado expuestos todavía a las destrezas necesarias para responder a esta pregunta; entonces deberían marcarla como una competencia próxima y seguir a las otras preguntas. ¿Cómo puede afectar a las personas, su historia o cultura la destrucción de los medios, bibliotecas, archivos y de las comunicaciones digitales y de otros recursos? Basados en su observación, ¿cuáles pueden ser otras implicaciones, de dichas acciones?
- ¿Qué es información del dominio público? Investigue cómo dos instituciones de gobierno de su país manejan la infromación del dominio público. Debata sobre la suficiencia de la información que estas instituciones proveen. ¿Existen políticas nacionales de cómo se debe hacer pública la información? ¿En su país existe acceso a legislación sobre información? ¿Se las utiliza? ¿Cuáles son los derechos de la ciudadanía a la transparencia?
- Basados en las respuestas obtenidas en la actividad anterior, indique los resultados para la Alfabetización Mediática e Informacional (que es lo que una persona alfabetizada en medios e información debería ser capaz de hacer).
- Haga una lista de los medios que están presentes en las vidas de los estudiantes y educadores en la actualidad. ¿Cuáles son los roles y funciones claves que estos medios desempeñan? ¿Qué cree usted que significa ser ‘alfabetizados’ cuando se trata de utilizar estos proveedores de contenido? ¿Qué conocimiento, habilidades y actitudes se necesitan?

- Mantenga un diario durante un día en el que anote el uso diario y la interacción con proveedores de contenido, como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital. ¿Qué patrones emergen de su uso personal? ¿Cuántas horas pasa usted conectado con plataformas como el Internet, la televisión o la radio, dispositivos de juegos, etc.? ¿Qué papel juegan en su vida estos proveedores de contenido?
- Haga una visita a pie por su escuela o vecindario. Enumere los ejemplos de proveedores de contenido que están presentes en estos entornos. ¿Cuáles de los papeles arriba mencionados ilustran estos ejemplos?
- Imagínese que un día usted se despierta y no hay más medios, bibliotecas, o instituciones ofreciendo servicios de Internet y telefonía móvil. Adicionalmente, los periódicos, las revistas, las estaciones de radio y los canales de televisión han desaparecido. En pequeños grupos analice que pasaría con la ciudadanía:
  - ¿De qué manera estaría informada ahora?
  - ¿Cómo comunicaría las noticias acerca de hechos y eventos?
  - ¿Qué sucedería con las decisiones que se toman generalmente?
  - ¿Qué es lo que usted, personalmente, extrañaría más en esta situación?
  - ¿Qué es lo que la sociedad perdería con este tipo de problema?
- Escriba una "carta al editor" con sus conclusiones sobre el valor de los proveedores de contenido en una sociedad democrática, siempre que estén a la altura de sus roles normativos.

La importancia que tiene AMI para la ciudadanía

La AMI tiene que ver con dar a la gente una comprensión de la importancia de los proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación por Internet con el fin de:

- Diferenciar entre la información y otros contenidos, y evaluar a los proveedores de contenido.
- Tomar decisiones informadas.
- Aprender sobre la verificación de información a través de la investigación.
- Construir un sentido de comunidad basado en hechos y derechos compartidos respetando las narrativas.
- Mantener un discurso público que favorezca la democracia y el desarrollo sostenible.
- Participar críticamente en el ciclo de vida de la información y otros contenidos.
- Comprometerse a aprender a lo largo de toda la vida.

Más allá, AMI debería estimular a que la ciudadanía se convierta en productora activa de información e innovadora de los medios y productos de información. AMI debería incentivar a que usen los medios nuevos y tradicionales para su realización, creatividad y mayor participación en la democracia de sus países y en la red de información a nivel global.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, blogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 2: AMI, participación ciudadana y derecho a la información

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Funciones de los proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, medios, empresas de comunicación digital, etc.
- ¿Qué debería esperar la ciudadanía de los proveedores de contenido?
- AMI y su importancia en la democracia y el buen gobierno.
- Libertad de expresión, derecho a la información, independencia editorial de los medios, pluralidad y diversidad de los proveedores de contenido.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Entender y describir las funciones normativas de los proveedores de contenido a medida que estos se relacionen con el derecho a la información y los datos o el acceso a la información y el conocimiento, la libertad de expresión, autoexpresión y participación en los procesos democráticos.
- Identificar las condiciones necesarias para que diversos proveedores de contenido puedan desempeñar estas funciones.

Rol normativo del periodismo

El periodismo y las fuentes de los medios son muy importantes en cada sociedad. Sin los periodistas y las noticias de los medios no habría "una ventana al mundo". Sabríamos muy poco de lo que sucede en nuestras comunidades o en el mundo más allá de nuestra inmediata experiencia. Existen varios factores claves que las prácticas periodísticas deben respetar y que la ciudadanía espera del periodismo:

- Organizar el conocimiento. Hacer que la información caótica esté organizada y sea comprensible e ir detrás de las relaciones públicas y de las posiciones oficiales para revelar intereses especiales.
- Veracidad. Que las fuentes de información en los medios estén claramente identificadas para que la ciudadanía pueda juzgar la relevancia, la confiabilidad y los posibles prejuicios; se deberían anotar las preguntas importantes que no han sido respondidas a la espera de un seguimiento, en caso de que existiesen controversias.
- Interés público. En el trabajo que realizan los periodistas pueden hacer mucho para defender el interés público al dotar a la ciudadanía de la información necesaria para que pueda tomar parte en los asuntos públicos.
- Independencia. Debería estar claro que el interés público en los debates ciudadanos debe imponerse más allá de los sesgos personales; los comentaristas deben examinar "los dos lados de la moneda" (es decir, las ideas con las cuales ellos están de acuerdo o en desacuerdo); los periodistas deben demostrar un pensamiento independiente en su trabajo.
- Foro para la crítica pública y la resolución de problemas. Los medios noticiosos deberían ofrecen varios canales para la interacción pública (cartas, correo electrónico, teléfonos de contacto o un foro público). La ciudadanía también espera que los medios le den acceso a espacios o tiempo al aire para tener conversaciones en su propio 'idioma' con sus colegas; más aún, esperan que esté presente una amplia representación de las visiones y valores en la cobertura de las noticias.
- Rendición de cuentas. Los medios deben monitorear todos los ejercicios de poder, no solo de los gobiernos, sino también de importantes entidades públicas y privadas; al hacer que los poderosos rindan cuentas, los medios pueden proveer de información al pensamiento comunitario. Los medios también deben tener sistemas que permitan que los periodistas y sus directores rindan cuentas.
- Noticias proporcionales y relevantes. La ciudadanía necesita un conocimiento oportuno de los temas importantes y tendencias; los informes no deben exagerar o subestimar la verdadera naturaleza de las amenazas o riesgos.
- Equilibrio entre la privacidad y el derecho a saber. La ciudadanía espera que los profesionales de los medios encuentren un equilibrio entre el derecho público a saber y el derecho personal a la privacidad (cf. Fackson Banda, UNESCO, 2009).

Derecho a la información o acceso a la información

El derecho a la información, la libertad de información y el acceso a la información a menudo se utilizan para decir lo mismo. Algunos expertos sostienen que el acceso a la información es un concepto más generalizado y amplio que los otros dos. El derecho a la información es esencial tanto para la democracia como para el desarrollo. La ciudadanía tiene derecho a la libertad de palabra y el derecho de acceso a la información pública como derechos humanos básicos. La UNESCO define la libertad de información como el derecho a acceder a la información en poder de los organismos públicos o de los organismos privados que desempeñan funciones

públicas o que desempeñan funciones de interés público. La información de dominio público es también propiedad de la ciudadanía. Los proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital deben ayudar a garantizar el derecho a la libertad de información para la ciudadanía.

El papel de los proveedores de contenido cambia con el rápido esparcimiento de las tecnologías digitales como las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), redes sociales e Inteligencia Artificial. Las TIC proveen acceso a la información y al conocimiento casi instantáneamente. Los proveedores de contenido, incluidas las autoridades públicas que poseen registros oficiales, pueden prestar nuevos servicios. Estas ofrecen nuevas oportunidades para cubrir las necesidades de la ciudadanía de manera eficaz y eficiente para el aprendizaje a lo largo de la vida, la investigación y el entretenimiento, y para conectar a las comunidades. En este contexto, el acceso a datos y algoritmos que organizan los datos como información se está convirtiendo en un tema importante.

Los proveedores tienen varias funciones claves, que incluyen:

- Permitir el acceso abierto a las fuentes de información sin ninguna restricción racial, de género, ocupacional o religiosa; en especial que las bibliotecas públicas provean acceso gratuito.
- Proteger la privacidad y confidencialidad de los lectores en términos del contenido consultado en las instalaciones o en línea.
- Proveer acceso a las fuentes de información diversas y plurales, basándose en el profesionalismo y sin sesgos políticos, religiosos o morales.
- Recolectar y preservar la información para futuras generaciones.
- Contribuir a garantizar la autenticidad, confiabilidad y veracidad de la información.
- Responder a las solicitudes de información y datos.
- Desarrollar, implementar y garantizar el compromiso de las personas con el derecho a la información o el acceso a las políticas de información.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Guíe a los estudiantes para investigar si su país de residencia tiene una ley sobre derecho a la información o políticas nacionales de acceso a la información. Oriéntelos para que accedan a la ley o la política: hasta qué punto abordan cuestiones como la salud, la educación, la agricultura, las elecciones, las entidades gubernamentales, el sector privado y otras prioridades de desarrollo. Si no hay acceso a la ley de información en el país, organice un debate sobre lo que se podría hacer para abogar pacíficamente por tales leyes y políticas. Un buen punto de partida es explorar cómo se podría interactuar con el ministerio que se ocupa de las cuestiones de información, los parlamentarios, la autoridad del gobierno local o las entidades relacionadas en el país.

- Guíe a los estudiantes a explorar si las leyes existentes sobre el derecho a la información en sus países tienen cláusulas que aborden la educación pública sobre las leyes o políticas de acceso a la información. ¿Se están aplicando estos programas de educación pública? Promover la AMI es una forma de ayudar a las personas a comprender mejor cómo usar las leyes de acceso a la información y cómo estas leyes se relacionan con sus vidas diarias. Por favor, busque recursos con buena reputación que puedan ayudar a enseñar sobre el derecho a la información.
- Divida a los estudiantes de tres a cinco grupos. Guíelos para seleccionar uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que sea de importancia prioritaria para ellos. Luego ayúdelos a familiarizarse con el repositorio oficial de metadatos de los ODS de las Naciones Unidas, https://unstats.un.org/sdgs/metadata/. Pídales que se centren por un momento en la lista oficial de indicadores y datos que son recopilados para informar sobre estos Objetivos. Puede hacer que discutan y escriban de 5 a 10 puntos sobre por qué el derecho a la información o la ausencia de este derecho puede acelerar u obstaculizar el logro de los ODS. También deberían responder a preguntas tales como ¿cómo puede AMI ayudar a la ciudadanía a buscar, entender y monitorear el progreso de los ODS como lo muestran los datos recopilados a través de estos indicadores? ¿Qué pueden hacer como individuos, grupos y comunidades para educar a sus compañeros sobre los ODS y cómo pueden ayudar a sus esfuerzos?
- Organice una discusión sobre este proceso para solicitar acceso a ciertos documentos. El proceso es generalizado a partir de un ejemplo real de Australia[32]: 1) hacer la solicitud por escrito, 2) indicar bajo qué disposición de la Ley de Libertad de Información se está haciendo la solicitud, 3) ser muy claro sobre qué documento se está buscando, proporcionando la mayor cantidad de información posible, 4) aportar un número de teléfono y/o dirección de correo electrónico de contacto, 5) proporcionar una dirección postal a la que se puede enviar la respuesta a la solicitud. Algunos países o autoridades pueden tener un formulario en línea a ser diligenciado. Haga una investigación en línea para asegurarse que los datos que solicita no estén en línea como parte de la transparencia proactiva del gobierno.
- Utilizando recursos relevantes de las bibliotecas o de Internet, investigue entre 5 a 10 noticias durante el pasado año, a nivel nacional o mundial. Identifique cuáles de estas expectativas antes mencionadas se cumplen en cada una de las noticias. ¿Cuáles son los elementos claves en estas noticias para que sirvan de buenos ejemplos? Para aquellas noticias que no llenaron estas expectativas, sugiera cambios que se podrían hacer para mejorarlas.
- Escriba un breve ensayo argumentando que los líderes tienen la obligación de enfocar las noticias con una mentalidad abierta y no solo con el deseo de que las noticias refuercen las opiniones existentes.
- Escoja el cubrimiento de un tema o una historia local para examinarla detenidamente. Parte de ser alfabetizado en medios e información es tener la conciencia y la habilidad de aplicar los criterios antes mencionados en la cobertura que se da a

32. ACT Government, Education. https://www.education.act.gov.au/about-us/freedom_of_information.

los varios temas. ¿Hasta qué punto las expectativas de la ciudadanía se cumplen en el ejemplo local? ¿Qué impacto potencial tuvo la cobertura en la comunidad local? ¿Cuáles son las expectativas de la ciudadanía que no se cumplen? ¿Qué recursos tenía la ciudadanía para enfrentar estos problemas? ¿Qué papel puede tener la Alfabetización Mediática e Informacional para apoyar a la ciudadanía?

- ¿Está usted de acuerdo con que una ciudadanía bien informada está mejor preparada para tomar decisiones y para participar en una sociedad democrática? ¿Por qué? Escriba un editorial expresando su opinión.
- Debata: ¿cómo se ve y se valora el rol de la información en su sociedad? ¿Cuál cree usted que es la relación entre la información y el conocimiento y entre la información y el poder?

Libertad de expresión, independencia editorial, pluralidad y diversidad

La libertad de información y expresión apuntalan a la Alfabetización Mediática e Informacional. En este contexto, el uso del término relacionado con *libertad de información* se refiere al acceso a la información pública. La información es clave para entender el mundo que nos rodea, para nuestra habilidad de encontrar un papel importante en él y para nuestra capacidad para sacar ventaja de los recursos que están disponibles para nosotros. Cuando la información se concentra en las manos de unos pocos, se reduce la habilidad del público tanto para tomar decisiones como para evaluar las mismas. Un medio ético y pluralista puede garantizar la transparencia, la rendición de cuentas y el estado de derecho (Paquete de Herramientas para la Libertad de Expresión de la UNESCO). Los medios independientes obtienen su poder de informar profesionalmente a las comunidades que sirven.

Libertad de expresión y la prensa

La libertad de expresión incluye la libertad de expresar e intercambiar visones y opiniones sin miedo a amenazas o acciones punitivas. La libertad de expresión es un derecho humano fundamental. El derecho a la libertad de expresión protege no solo a la libertad de palabra, sino a cualquier acto de buscar, recibir o impartir información o ideas, sin tomar en cuenta el medio que se utilice. La libertad de prensa es un pilar fundamental de este derecho ya que posibilita que la libertad de expresión sea pública y compartida; por lo tanto, es esencial para la construcción y el apoyo a las comunidades y a la sociedad civil. La libertad de expresión puede promover un verdadero sentido de propiedad dentro de una sociedad al permitir que los individuos comunes puedan examinar y expresar diferentes pensamientos y opiniones. La libertad de expresión *es una parte integral de* la participación cívica, y es esencial para un pensamiento crítico. Las restricciones a la libertad de expresión se permiten solo por razones limitadas, como la protección de la libertad de otros y cuando estas restricciones son necesarias y proporcionales. Las limitaciones, como las leyes que impiden la incitación al odio, deben definirse estrictamente para evitar su uso indebido (Tendencias Mundiales en Materia de Libertad de Expresión y Desarrollo de los Medios).

El pluralismo en los medios

Un sector de medios pluralistas –uno que pasa a través de plataformas mediáticas (imprenta, difusión, en línea), ubicaciones (nacional, provincial y comunitario) y perspectivas políticas– ayuda a las sociedades a reflexionar de una mejor manera sobre sí mismas. Cuando la operación de los medios pasa a ser manejada por muchas manos, las opiniones que no son populares aún pueden encontrar un foro. Una mezcla eficaz de medios internacionales, nacionales y locales puede dar a las personas medios para participar en los procesos democráticos. La forma más amplia de diseminación de la información desde fuentes diversas y antagonistas contribuye al bienestar de las personas. Mientras los periódicos y difusores que son de distintos propietarios generalmente critican el contenido de otros, la concentración de los medios bajo una propiedad común está lejos de ofrecer una crítica mutua y podría terminar en la captura de los medios para propósitos manipulativos. El pluralismo de los medios también significa el reconocimiento de los sectores mediáticos público, privado y comunitario. Los medios públicos requieren noticias y puntos de vista equilibrados; los medios privados pueden inclinarse en direcciones partidistas; los medios comunitarios deben dar voz al público.

Independencia editorial

La independencia editorial se refiere a la libertad profesional que se da a los editores para que realicen decisiones editoriales sin interferencia de los propietarios de los medios o cualquier otro estado o actores no estatales. La independencia editorial se prueba, por ejemplo, cuando una organización de medios saca artículos que pueden ser impopulares para sus propietarios o anunciantes. La independencia no es una licencia libre para hacer cualquier cosa; debe ser moldeada positivamente por una aspiración a la ética y los estándares del periodismo profesional. Esto significa evitar o rechazar la influencia que podría comprometer prácticas como la verificación antes de la publicación, la divulgación de intereses, la defensa del interés público en lugar de los intereses privados o gratuitos, etc.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Utilizando Internet y los recursos de las bibliotecas, investigue sobre la propiedad y el control de las principales empresas de medios y las operaciones de los medios de propiedad estatal, incluyendo cómo las autoridades asignan sus gastos de publicidad a los diferentes medios. Enumere sus principales participaciones. ¿Qué impacto podría tener esta propiedad y control sobre el acceso, elección y libertad de expresión? Investigue las leyes vigentes en su país o comunidad para regular la propiedad y control de los medios.
- **Consulte los Módulos 11 y 13** para conocer las actividades relacionadas con la propiedad y el uso de la IA, las redes sociales y la ética relacionada.

- Evalúe el papel de los medios alternativos o independientes en su comunidad. Elija un ejemplo y describa los elementos claves que lo hacen ***independiente***. ¿De qué forma permite que las personas participen en el proceso democrático? ¿De qué manera se diferencia de los medios convencionales?
- Evalúe la situación de los medios comunitarios en el país. ¿Las comunidades están realmente involucradas en la gobernanza y la programación? ¿Es el canal un foro para la comunidad geográfica o las comunidades de interés? ¿Opera el medio indistinguiblemente de los canales comerciales o estatales, o está haciendo una contribución distintiva?
- Investigue el trabajo de las organizaciones que promueven la libertad de expresión o protegen a los periodistas, tal como el Article 19, el Comité para la Protección de los Periodistas, Reporteros Sin Fronteras, u ONG regionales o nacionales. Enfóquese en el trabajo de los periodistas apoyados por estas organizaciones e identifique los elementos claves del trabajo de estos periodistas que hace que sean merecedores de dicho apoyo.
- Discuta sobre el por qué los gobiernos y los dueños de los medios privados deben respetar los derechos de independencia editorial, y en especial, deben abstenerse de ejercer presión sobre los medios en relación con sus noticias y a la cobertura de los asuntos de actualidad.
- Expanda la discusión hacia otras influencias potenciales sobre la independencia editorial y sugieran como tales influencias negativas podrían ser prevenidas.
- Debata sobre qué es lo que se quiere decir con una ley de definiciones estrictas en la que la ciudadanía puede saber claramente cuándo entra en el ámbito de su competencia, a diferencia de las leyes vagas y amplias que permiten una interpretación selectiva.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 3: Interacción con los medios y otros proveedores de contenido como bibliotecas, archivos y empresas de comunicaciones por Internet

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Cómo las instituciones que proporcionan contenido comunican el significado.
- El tema de representación: cómo los proveedores de contenido presentan la información, las personas, las culturas, las imágenes, los lugares, etc.
- Información académica y científica.
- El rol de los usuarios, la ciudadanía y las audiencias.
- Compromiso con las empresas de comunicaciones digitales a través de la producción de contenido generado por los usuarios.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Comprender y describir los conceptos claves que utilizan los proveedores de contenido, incluidos los medios y las empresas de comunicación digital.
- Comprender cómo el conocimiento de estos conceptos puede ayudar a usuarios/ciudadanía a interactuar de una manera crítica con los proveedores.

Selección de contenido

Una parte clave de la Alfabetización Mediática e Informacional es entender cómo los medios construyen diferentes tipos de historias, cómo le dan forma al contenido al presentarlo y qué técnicas utilizan para organizar contenidos de información, incluyendo el material que de otra forma sería caótico y difícil de entender.

Todos los proveedores de contenido, desde bibliotecas hasta YouTube, seleccionan sus existencias de contenido en términos de lo que incluyen y excluyen, y cómo presentan y organizan el acceso a diferentes componentes en lugar de otros.

Es importante tener un entendimiento básico de las diferentes técnicas que se emplean en los diferentes proveedores de contenido, incluidos los medios. Preste atención a los "códigos" que utilizan y cómo interpretarlos. También podría ser relevante considerar quién está produciendo y arreglando el material y qué tan activos o interactivos son los consumidores de los medios e información, si es que sus propias percepciones tienen impacto sobre la forma en cómo se presenta la información.

Con respecto a cualquier tipo de contenido, es vital identificar la verdad verificada. Esta se encuentra en los textos académicos, científicos, oficiales (gubernamentales) y culturales publicados, impresos o transmitidos en línea, ya sea electrónicamente o en papel. Esto significa ser capaz de escanear textos, identificar la fecha de publicación y la cobertura geográfica, sesgo potencial, errores o, en otras palabras, decidir si el contenido es válido o no. Los usuarios deben interactuar con las instituciones que adquieren, organizan y prestan/comparten/distribuyen materiales de información. Un ejemplo serían los diferentes tipos de bibliotecas: escolar (desde el jardín de infantes hasta la escuela secundaria); pública (pueden ser bibliotecas municipales, estatales e incluso federales abiertas al público en general, por lo general de forma gratuita); académica (universidad, centros de investigación y otras instituciones de educación superior); especial (empresas, gobiernos, ONG, etc.) y nacional (todas las publicaciones nacionales publicadas en el país o en el extranjero se conservan para la posteridad). La gama de tipos subinstitucionales es aún más amplia en lo que respecta a los medios y las empresas de Internet.

En las bibliotecas, pero también en las colecciones de los museos, donde cada pieza puede ser una fuente de datos o información, se pueden encontrar contenidos muy bien seleccionados. Del mismo modo, los archivos son excelentes fuentes de información primaria. Los repositorios de acceso abierto ofrecen una miríada de revistas, libros y fuentes primarias, como el Directorio de Revistas de Acceso Abierto (DOAJ). Este último es un directorio en línea seleccionado por la comunidad que indexa y proporciona acceso a revistas de acceso abierto y revisadas por pares. El DOAJ se financia con donaciones, el 18% de las cuales provienen de patrocinadores y el 82% de miembros que publican (https://doaj.org/). Otros ejemplos incluyen LA Referencia, que da visibilidad a las producciones científicas de instituciones de educación superior y centros de investigación de América Latina, promoviendo el acceso abierto y la información de texto completo gratuita (http://lareferencia.info/es). Internet también contiene una amplia gama de información disponible para los lectores o usuarios potenciales, proporcionada por universidades, institutos, museos y otros institutos, así como por individuos, y a menudo seleccionada con criterios de calidad diferentes y mucho más amplios que las bibliotecas.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

En cuanto a AMI, las siguientes áreas claves deben ser examinadas de cerca para poder comprender cómo operan los proveedores de contenido, cómo presentan el significado, cómo se pueden utilizar y cómo se puede evaluar el contenido presentado, incluyendo en relación a su cociente informativo y la calidad del mismo. Las áreas a continuación también soportan los siguientes módulos de este documento del Currículum AMI:

Tecnologías de contenido

- ¿Cómo utilizan los productores de contenido diferentes técnicas o formas de representar diferentes tipos de información?
- ¿Cómo el público en general identifica y acepta estos usos?
- ¿Cuáles son los códigos y convenciones o los 'ingredientes claves' o gramática de un proveedor en particular?
- Un comentarista de los medios, Marshall McLuhan, escribió que 'el medio es el mensaje'[33] implicando que el medio en sí (impreso, difusión, Internet) afecta la forma cómo entendemos el mundo. ¿Cómo la elección de tecnología influye en el tipo de información que recibimos? ¿Cómo influye esto en el mensaje transmitido, si es que lo hace?

Representación en los medios e información

- Examine las imágenes como una forma de representación.
- Analice el texto alfabético.
- Analice el contexto.
- ¿Quién se beneficia al aceptar las representaciones y quién pierde? ¿Cómo influyen estas imágenes en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y a otros?
- ¿De qué forma influye nuestro conocimiento y entendimiento del mundo más allá de nuestra experiencia inmediata?
- ¿Cómo influyen en nuestra visión de equidad de género, en el empoderamiento de las mujeres, en los grupos de género, de personas discapacitadas, de personas indígenas y de minorías étnicas?
- Examine hasta qué punto la independencia editorial se refleja en textos mediáticos.

Producción/contenido generado por usuarios

- Aquí es importante la noción de voluntad o autonomía humana. ¿Quién crea los textos y por qué? ¿Cuáles son los intereses institucionales e individuales en juego?
- ¿Cómo conecta esto con los derechos de comunicación y de expresión de la ciudadanía y del profesional?
- ¿Cómo se conecta con la libertad de expresión, la ciudadanía activa y la Alfabetización Mediática e Informacional?
- Aquí se toman en cuenta los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) y las regulaciones.

La audiencia como ciudadanía y usuarios/consumidores

- Audiencias seleccionadas y activas.
- Ciudadanía activa y usuarios/consumidores negocian sus propios significados basados en lo que ellos aportan a un texto.
- Las audiencias tienen expectativas en los proveedores de contenido basadas en la utilidad, la transparencia, la rendición de cuentas e imparcialidad que sustentan la marca del proveedor y la confiabilidad.
- Los usuarios/consumidores tiene necesidades de información personales, económicas, sociales y culturales.

33. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects.* Penguin Modern Classics.

La ciudadanía como usuaria/consumidora de los servicios de los proveedores

- ¿Cómo los proveedores de contenido seleccionan los recursos y cuáles son los principales criterios de selección?
- ¿Cómo suscriben o compran los recursos de información como libros, publicaciones periódicas y bases de datos los proveedores de información, como las bibliotecas? Con su presupuesto limitado, ¿qué priorizan y por qué?
- ¿Cómo comprometerse con las entidades gubernamentales que proporcionan información?
- ¿Cómo se financian los proveedores de contenido? Consulte los Módulos 10 y 13.
- ¿Cómo generan los proveedores de contenido los ingresos a partir de sus servicios? Consulte el Módulo 10.
- Solicitar información sobre usted almacenada por las empresas de comunicación digital, incluidas las redes sociales. Consulte el Módulo 8.

Preguntas claves

- ¿Cuál es el propósito de este texto? ¿Cómo ha sido producido?
- ¿Quién lo creó?
- ¿A qué audiencia está dirigido? ¿Cómo lo sabe? ¿Cuál es el principal mensaje?
- ¿Quién se beneficia y qué ganan? ¿Cuáles son mis necesidades de información?
- ¿Cómo puedo identificar y definir esta necesidad?
- ¿Acaso la información que yo necesito existe de la manera en que la necesito? ¿De lo contrario, qué acción puedo tomar? ¿Cómo entender, organizar y valorar la información hallada?
- ¿Cómo puedo presentar esta información en formatos que se puedan utilizar?
- ¿Cómo puedo preservar, almacenar y reutilizar, grabar y archivar la información?
- ¿Cómo puedo o debo compartir este contenido?

Actividades

- Seleccione un texto visual u otro texto de su elección y aplique las preguntas claves enumeradas anteriormente. ¿Qué es lo que puede aprender las instituciones, los mensajes que transmiten, así como la audiencia seleccionada?
- Piense sobre una actividad personal o económica que a usted le gustaría emprender. Anote lo siguiente. Aplique las preguntas claves antes mencionadas que empiezan con "¿cuáles son mis necesidades de información?"
- Anote todas las actividades que usted hace durante el día, desde el momento en que se despierta en la mañana hasta cuando se acuesta por la noche. Analice en pequeños grupos: ¿necesita información para participar en estas actividades? Escriba junto a cada actividad la información que usted necesita. Por ejemplo, necesita saber a qué temperatura está afuera para poder vestirse; necesita saber la situación del tránsito antes de tomar el bus; necesita saber acerca de la economía si es que va a solicitar un préstamo. Discuta: ¿Qué tan importante es la información en su vida diaria? ¿Cuántas decisiones serían difíciles de tomar sin tener la información?

- Utilizando la biblioteca o el Internet, investigue sobre los principales programas de televisión o radio, películas o propagandas del año pasado. ¿Cuáles son los temas claves de la lista antes mencionada que fueron importantes para el éxito? Describa las formas en las cuales uno o más de los temas anteriores son realzados con este(os) ejemplo(s).
- Escriba un párrafo sobre la importancia de las citas, referencias y bibliografías en libros y artículos de revistas. Científicos y estudiantes deben citar y proporcionar información sobre las fuentes de información que utilizaron. Los periodistas hacen lo mismo, pero dependiendo de ciertas fuentes (podría ser una persona o documentos clasificados) y de lo sensible que pueda ser cierta información, tienen que hacerlo de manera diferente con el fin de proteger sus fuentes para el interés público y respetar las normas periodísticas internacionales sobre ética y prácticas periodísticas profesionales. Al hacerlo, los periodistas están obligados a verificar sus hechos y fuentes (Carta Ética Mundial de los Periodistas de la Federación Internacional de Periodistas[34]).
- Explique por qué los periodistas deben tener el derecho a no revelar las fuentes de su información, solo a sus editores. Guíe la discusión sobre los puntos a favor y en contra de esta realidad.
- Debata acerca de 'El periodismo es una disciplina de verificación', es decir, las técnicas que utilizan los periodistas para verificar los hechos y autenticar las fuentes.
- OpenDOAR: Identificación de Repositorios Relevantes. Busque en bibliotecas o en Internet el sitio web de repositorios abiertos OpenDOAR y localice repositorios que estén en su idioma. Enumere 10 repositorios en su idioma y cinco que sean relevantes para usted en otros idiomas. Escriba un párrafo sobre cuál es el objetivo que puede tener este directorio y por qué se creó y cómo puede beneficiarle a usted y a su comunidad.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

34. https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html.

Unidad 4: AMI, habilidades digitales, participación/creatividad cultural y emprendimiento

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Participación cultural a través de proveedores de contenido.
- Producción cultural en la era digital.
- Pensamiento crítico e investigación en emprendimiento cultural.
- Creatividad digital.

Objetivos de aprendizaje

Al final de esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Describir cómo varios proveedores de contenido median la participación cultural.
- Comprender cómo la AMI como pensamiento crítico puede contribuir a productos, prácticas y diálogos culturales éticos y diversos.
- Utilizar los proveedores de contenido como medios digitales y herramientas para el intercambio cultural y el emprendimiento.

Alfabetización cultural

La UNESCO y sus asociados de todo el mundo promueven conceptos relacionados con la AMI, como la alfabetización cultural y las competencias interculturales.

La alfabetización cultural puede contribuir a:

- Comprender mejor los valores y percepciones de una sociedad, incluido el conocimiento de sus referencias históricas, patrimonio y lenguajes comunitarios, y decodificar el entretejido de contextos detrás y más allá de los aspectos políticos y económicos.
- Ampliar el acceso a contenidos culturales diversificados, lo que responde al compromiso global de promover los derechos humanos, siendo parte integral el derecho a la diversidad de la expresión cultural. Como tal, la promoción de la alfabetización cultural se vuelve cada vez más urgente en el contexto, tanto del potencial globalizado de los contenidos de diferentes partes del mundo, como de la brecha digital, aunque también evidente con los medios impresos y de difusión.
- Alentar el intercambio de la propia cultura y estar abierto a aprender de otras culturas, fomentando así la comprensión mutua y el diálogo, luchando contra los estereotipos, la discriminación, la xenofobia y otras formas conexas de intolerancia, y contribuyendo al acercamiento de las culturas.

- Fortalecer los resultados del aprendizaje y cultivar competencias como la empatía, el pensamiento crítico y la creatividad, destacando la importancia de los contenidos culturales y artísticos y mostrando cómo estos son complementarios a la educación en Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM).

AMI desempeña un papel vital para mejorar la participación crítica de las personas en la promoción del respeto a la diversidad cultural (incluida la diversidad lingüística), así como para aprovechar la cultura y las artes en el desarrollo creativo de los bienes y servicios culturales tanto en los medios convencionales como en el entorno digital. Esto, a su vez, puede conducir a una expansión de las opciones de las personas, una mayor inclusión social, abordar las necesidades de la población desfavorecida y vulnerable, particularmente las mujeres y los jóvenes, así como las de los grupos minoritarios, incluidos los pueblos indígenas, y mejorar el sentido de convivencia en las sociedades cada vez más multiculturales de hoy en día.

La Declaración Universal de Derechos Culturales de 2001[35] aboga por el pluralismo de los medios de comunicación, el acceso a los medios de expresión y difusión, como forma de contribuir al acceso de todas las personas a la diversidad cultural, y la igualdad de acceso al arte, los conocimientos científicos y tecnológicos y las formas digitales. (Artículo 6). Estos también son entornos propicios para la competencia de AMI. La Declaración también pide acciones sobre "alfabetización digital" y para asegurar un mayor dominio de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que deben ser vistas tanto como disciplinas educativas como como herramientas pedagógicas capaces de mejorar la efectividad de los servicios educativos (Anexo II, Principales líneas de plan de acción).

Tabla 1.2. AMI, diálogo intercultural y diversidad cultural: una sinergia conceptual

Dentro del marco de AMI	Dentro del marco de la promoción del diálogo intercultural y la diversidad cultural
Ciudadanía alfabetizada en medios e información y ciudadanía digital.	Cómo los proveedores de contenido, incluidos los que están en Internet, pueden alfabetizarse y contribuir a la promoción de principios para fomentar el diálogo intercultural y el respeto de la diversidad cultural.
Compromiso crítico en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, libertad de expresión y acceso a la información para todos.	Alentar el intercambio de la propia cultura y estar abierto a aprender de otras culturas, el reconocimiento de las identidades culturales plurales, variadas y dinámicas, aumentando así el respeto de la diversidad cultural, los derechos humanos y las libertades fundamentales.
La centralidad de los derechos humanos como base de la producción de contenido.	Respeto por las audiencias como seres humanos y ciudadanía y como productores y actores centrales en las industrias culturales y creativas, y no solo consumidores de productos de contenido. Aquí resulta crucial cómo AMI puede reforzar la participación en la vida cultural, y el acceso a los contenidos culturales y las competencias y los medios para hacerlo.

35. UNESCO. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Culturales. http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

El empoderamiento de la ciudadanía como objetivo principal de la alfabetización.	Cómo la ciudadanía se involucra activamente y negocia con los significados en los textos en relación con sus propias experiencias vividas.
El despliegue de las TIC para el desarrollo en un paradigma en evolución de las sociedades del conocimiento.	Cómo la ciudadanía comunica sus propias visiones del mundo utilizando las TIC, promoviendo así la libertad de expresión y negando o filtrando los prejuicios y estereotipos inherentes a los medios y los resultados de la información.
Diversidad cultural y lingüística.	Cómo la ciudadanía define sus propias identidades culturales y lingüísticas, y es capaz de expresarse en los medios y el idioma que elige mientras está sujeta al respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales, e interactúa de manera significativa con otros grupos culturales en un proceso de comunicación libre y abierta.

Fuente: Adoptado de las Directrices de la UNESCO sobre la Política de Alfabetización Mediática e Informacional.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Guíe a los estudiantes para explorar la Plataforma de Diálogo Intercultural de la UNESCO para aprender, investigar y participar: https://en.unesco.org/interculturaldialogue/. La plataforma ofrece diversas actividades de aprendizaje y oportunidades para aprender de otras culturas y participar en un diálogo útil.
- La protección del patrimonio y el fomento de la creatividad ocupan un lugar central en el mandato de la UNESCO y constituyen una parte importante de su labor de promoción del respeto a la diversidad cultural. Consulte los instrumentos normativos de la UNESCO sobre el patrimonio, las artes y la creatividad: https://en.unesco.org/themes/protecting-our-heritage-and-fostering-creativity. Investigue y debata cómo se están implementando estos instrumentos en su país o comunidad.
- Henry Jenkins define una cultura participativa como una cultura con barreras relativamente bajas a la expresión artística y el compromiso cívico, un fuerte apoyo para crear y compartir las propias creaciones, la disponibilidad de tutorías formales o informales donde se comparte el conocimiento, donde la ciudadanía cree que su contribución importa y siente un nivel de conexión social entre sí[36]. Dicha cultura participativa consiste en:
    - Afiliaciones.
    - Expresiones.
    - Resolución colaborativa de problemas.
    - Circulaciones/intercambio/distribución.

36. Adaptado de Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf.

Este marco se desarrolló a principios de la década de 2000 en relación con la educación mediática (ahora incluida en el concepto general de AMI). Debata con educadores y estudiantes cómo estos elementos permiten el intercambio cultural, el aprendizaje y el diálogo.

Henry Jenkins propone las siguientes habilidades que se basan en la alfabetización tradicional y el análisis crítico:

- **Juego**: la capacidad de experimentar con el entorno como una forma de resolución de problemas.
- **Desempeño**: la capacidad de adoptar identidades alternativas con el propósito de improvisar y descubrir.
- **Simulación**: la capacidad de interpretar y construir modelos dinámicos de procesos del mundo real.
- **Apropiación**: la capacidad de muestrear y remezclar contenido multimedia de manera significativa.
- **Multitarea**: la capacidad de escanear el entorno y desplazar el enfoque según sea necesario a los detalles más destacados.
- **Cognición distribuida**: la capacidad de interactuar de manera significativa con herramientas que amplían las capacidades mentales.
- **Inteligencia colectiva**: la capacidad de compartir conocimientos y comparar notas con otros con miras a un objetivo común.
- **Juicio**: la capacidad de evaluar la confiabilidad y credibilidad de diferentes fuentes de información.
- **Navegación a través de los medios**: la capacidad de seguir el flujo de contenido a través de múltiples modalidades.
- **Establecimiento de redes**: la capacidad de buscar, sintetizar y difundir información.
- **Negociación**: la capacidad de viajar a través de diversas comunidades, discernir y respetar múltiples perspectivas, y comprender y seguir normas alternativas.

Fuente: Adoptado de Jenkins *et al.* (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*[37].

Los educadores deberían desarrollar actividades creativas en torno a cada una de estas habilidades propuestas y relacionarlas con la producción cultural y el emprendimiento. ¿Son relevantes tanto para la transmisión en línea como fuera de esta de las industrias culturales y creativas? ¿Cómo se aplican algunas de las preguntas básicas de AMI en la creación cultural y artística? ¿Quién creó el contexto cultural? ¿Con qué propósito? ¿Cuáles son los mensajes? ¿Qué evidencia de respaldo se aporta? ¿Qué se incluye? ¿Qué podría haber quedado fuera? ¿Quién se beneficiará? ¿Quién podría verse afectado por este contenido?

- Tenga en cuenta los conceptos, competencias y principios relacionados con las competencias interculturales que se enumeran en el recurso de la UNESCO,

37. Adaptado de Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf. p. 56.

Competencias interculturales: marco conceptual y operativo, https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132 (pp.10-27). Desarrolle actividades para explorar cómo estas se relacionan con las habilidades de cultura participativa de Henry Jenkins mencionadas anteriormente, y que están relacionadas con AMI.

- La tecnología digital ofrece nuevos potenciales para el viejo arte de contar historias. En muchos sentidos, las redes sociales, por ejemplo, son en gran medida un guion gráfico digital de gran tamaño y una 'comunicación circular'. La UNESCO y Routledge Focus han reinventado el método de aprendizaje llamado Story Circles (Círculos de Relatos)[38]. La técnica de Story Circles se centra en los elementos fundamentales del desarrollo de competencias interculturales que incluyen respeto, escucha, curiosidad, conciencia de sí mismo y de los demás, reflexión, intercambio, empatía y construcción de relaciones. Lea más sobre los Círculos de Relatos para desarrollar competencias interculturales en el *Manual para el Desarrollo de Competencias Interculturales,* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370336. Diseñe actividades creativas utilizando este enfoque. Utilice indicaciones que se adapten al contexto tecnológico e institucional. Por ejemplo, vea el recurso creativo Flipgrid, que es una herramienta de discusión de video libre y abierta que captura la idea de Story Circles.
- Educadores y estudiantes deben considerar el papel de los proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital en la creatividad cultural y el emprendimiento. Organice a educadores o estudiantes en grupos para seleccionar un tipo de proveedor de contenido e investigar los casos de producción y distribución cultural. Use varias competencias y preguntas sobre AMI enumeradas en la Parte 1: *Currículum y Marco de Competencias de este Currículum AMI para Educadores y Estudiantes.*
- Los medios de servicio público son grandes productores, distribuidores, comisionados, divulgadores y mediadores de contenido cultural de calidad. Guíe a educadores y estudiantes a investigar hasta qué punto esto está sucediendo en su país y/o comunidad. Prepare una serie de preguntas para que respondan. Deben considerar cómo los diferentes géneros, grupos de edad y grupos étnicos se reflejan en el contenido cultural seleccionado. ¿Qué acciones pueden tomar educadores y estudiantes en respuesta a sus hallazgos? ¿Qué recomendaciones harían? Tenga en cuenta el recurso de la UNESCO en el proceso, *Informe Global 2018, Reestructuración de las políticas culturales: Avanzando en Creatividad y Desarrollo,* https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018.
- En el Informe Global 2018, *Reestructuración de las políticas culturales: Avanzando en Creatividad y Desarrollo,* https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018, consulte las estadísticas/hallazgos, *Una brecha de género persiste en la cultura* en el capítulo, *Igualdad de género: desaparecida en acción.* Ahora busque estadísticas sobre cómo las mujeres están representadas en el personal y el contenido de los medios. ¿Qué es lo que encuentra? ¿Cómo se relacionan? Los debates deberían ser guiados.

38. Deardorff, D. K. (2020). *Manual for Developing Intercultural Competences.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370336.

- La libertad artística está relacionada con la libertad de expresión y el acceso a la información. La libertad artística está relacionada con los derechos de los productores culturales y el público. También resulta crucial en entornos digitales. Guíe las discusiones en torno a los éxitos, desafíos y recomendaciones sobre libertad artística para educadores y estudiantes del entorno local, nacional o global. Busque y utilice otros recursos relacionados en el proceso. Tal vez existan recursos similares con contextos nacionales y regionales específicos.
- Debata las lógicas comerciales de los proveedores de contenido como YouTube, tanto para sí mismo como para sus colaboradores, junto con el fenómeno cultural de los "influencers" que pueden tener patrocinadores ocultos detrás de su contenido. ¿Cómo recomienda YouTube el contenido y por qué su algoritmo busca mantener y prolongar la interacción con el contenido en su plataforma?

Recomendaciones de evaluación

- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, blogs).
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Participación en la formulación de la política cultural.
- Juventud y emprendimiento cultural.
- Educación artística y AMI.
- Cultura, diálogo y los ODS.
- AMI y diálogo religioso.

Unidad 5: AMI, enseñanza y aprendizaje permanente

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Entendimiento básico de AMI y el proceso de instrucción y aprendizaje.
- Aprendizaje permanente y AMI.
- Facilitación de habilidades de AMI.
- Enfoques pedagógicos para educadores sobre y a través de AMI.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Identificar las formas en las que AMI puede mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje: AMI en el aprendizaje.
- Desarrollar estrategias de facilitación del conocimiento de AMI.
- Explorar los enfoques pedagógicos asociados con AMI.
- Desarrollar actividades particulares que utilizan estos enfoques pedagógicos.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad:

- Básico/intermedio.

Enfoques pedagógicos y actividades

La información, los medios y el desarrollo de habilidades digitales en entornos educativos, normalmente, se basan en la teoría constructivista. El enfoque ideal es aquel en el que los alumnos participan en el proceso activo de aprendizaje seleccionando y transformando la información para tomar decisiones[39] (Lau, 2018), "confiando así en su estructura cognitiva que da sentido y organización a las experiencias, yendo más allá de la información dada [Jerome Brunner, 12]". A continuación, se presentan algunos enfoques constructivistas que los educadores pueden adaptar de acuerdo con los diferentes objetivos de aprendizaje de AMI en el espacio de aprendizaje y los enfoques de aprendizaje que se resumen en los siguientes párrafos (Bruner, 1960).

Enfoques pedagógicos para enseñar AMI

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Actividades

1. Pida a los educadores que identifiquen y describan ejemplos de cualquiera de los 10 enfoques pedagógicos para la enseñanza AMI (enumerados anteriormente), con los que están familiarizados, y permita que los educadores identifiquen los componentes clave que los hacen eficaces en la enseñanza y el aprendizaje de AMI a través del trabajo en grupo. Guíe a los educadores para desarrollar actividades que ilustren estas estrategias en su propio trabajo.

2. Asignar una actividad de aprendizaje en equipos con el fin de crear un artículo (entrada) en la Wikipedia, de modo que los estudiantes desarrollen la capacidad de escribir y publicar un documento escrito en medios públicos de acceso abierto. Puede pedir a los alumnos que trabajen de forma cooperativa en un tema similar, por ejemplo, documentar la historia de su comunidad; pida a cada equipo que

39. Lau (2018). http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/whitepapers/GlobalPerspectives_InfoLit.pdf

trabaje en un subtema específico. Pida a los estudiantes que seleccionen un tema, lo investiguen y, al mismo tiempo, identifiquen fuentes de información confiables y luego procedan a escribir un texto simple para una entrada en Wikipedia. El texto tiene que cumplir con los valores y elementos editoriales de Wikipedia y debe ser único, en otras palabras, que no haya sido ya incluído por Wikipedia. Instrucciones para desarrollar esta actividad:

   a. Lea los requisitos de la política de Wikipedia y cargue un "artículo", debe ser original, justificado con citas y compilación de referencias usadas. Consulte videos en Internet que traten sobre el mismo tema y compruebe cómo se escriben otros artículos utilizando el mismo repertorio.
   b. Visite la sección “Ayuda: Tutorial de Wikipedia” para aprender a editar, subir imágenes y formatear siguiendo el enlace: https://es.wikipedia.org/wiki/Help:Tutorial.
   c. Lea en detalle la sección “Asistente para crear artículos de Wikipedia” en: https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Article_wizard.
   d. Haga uso del área de prueba de Wikipedia en todo momento en: https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About_the_sandbox
   e. Mire vídeo tutoriales sobre cómo preparar artículos para Wikipedia, si se siente perdido.

3. Asigne a los estudiantes la tarea de analizar por qué las instituciones que proporcionan contenido son importantes en sus procesos de aprendizaje y cuáles son las mejores fuentes de AMI para usar en el proceso de venta/compra de algo como un automóvil. Los estudiantes podrían dividirse en grupos para identificar fuentes de información y medios para documentar su papel como proveedores, clientes y autoridades de tráfico.

4. Haga una búsqueda documental sobre el papel de las habilidades de AMI en el proceso de aprendizaje, para responder cómo estas habilidades ayudan a los alumnos a aprender. ¿Por qué AMI es vital para tomar mejores decisiones? ¿Y por qué el aprendizaje a lo largo de la vida es más fácil para las personas competentes en AMI? Cree una tabla con las preguntas y respuestas para resumir sus hallazgos en función de su búsqueda documental.

5. Busque información sobre el impacto ambiental del uso de mascarillas COVID-19. Busque informaciones generadas en los medios (5), en libros y revistas (5). Compruebe cuáles son las fuentes más confiables en términos de dar datos completos y objetivos, citas y referencias. Cree una tabla que compare su confiabilidad, una columna para las 10 fuentes y columnas para estadísticas, citas y referencias. Asigne el grado 0 para los elementos que faltan y el número de elementos encontrados para cada fuente. Explique qué fuentes eran más confiables.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Recursos para este módulo

Acceso a recursos de información de la UNESCO. https://en.unesco.org/themes/137455/ publications/all

Alfabetización Mediática e Informacional: una guía práctica para instructores. https://www.dw.com/downloads/38871690/dwaeditionmilweb.pdf

Article 1 African Commission on Human and Peoples' Rights Resolution on the Right to Freedom of Information and Expression on the Internet in Africa - ACHPR/Res 362(LIX) 2016, meeting at its 59th ordinary session, Banjul, The Gambia.

Article 19 'Freedom of Expression Unfiltered: How blocking and filtering affect free speech' Informe de Política Diciembre de 2016.

Big6. www.big6.com

Committee of Concerned Journalists. www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights

Competencias Interculturales: marco conceptual y operativo, múltiples idiomas. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_spa

Directorio de Revistas de Acceso Abierto. https://doaj.org/

Educación Cívica para Profesionales de Medios: un manual de entrenamiento. http://unesdoc. Unesco. Org/images/0018/001804/180402e.pdf

Educación Mediática: un kit para profesores, estudiantes, padres y profesionales. http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf

El Quinto Poder. (2013). https://www.imdb.com/title/tt1837703/

Empoderar a los alumnos para crear sociedades justas: manual para docentes de educación primaria, UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371383

Empoderar a los alumnos para crear sociedades justas: manual para docentes de educación secundaria, UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371382

Enseñanza del Derecho a la información para estudiantes avanzados. https://www.Right2info.org/resources/teaching-rti

Entendiendo la Alfabetización Informacional: un Manual Básico. http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf

Lau, J. & Grizzle, A. (2019). *Evolution and History of Media and Information Literacy.*

Flipgrid which is a free Intercultural Competences: conceptual and open video discussion tool, Operational Framework, multiple languages. https://info.flipgrid.com/ https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132

Hacia los indicadores de la Alfabetización Informacional: documento sobre el marco conceptual. www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf

Hoja de ruta: el acercamiento de las culturas. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244334_spa

Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_spa Todas las referencias a Kosovo en este documento deben entenderse en el contexto de la resolución 1244 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas (1999)".

Informe del Relator Especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y Expresión, David Kaye, la regulación del "discurso de odio" en línea, sesión 74, tema 70(b) del programa, A/74/486 (9 de octubre de 2019). https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf.

Journalism.org. http://www.journalism.org/resources/printices

Kit de información de Jóvenes por los Derechos Humanos, recurso gratuito y guía de auto instrucción. https://www.youthforhumanrights.org/request-info/educators-kit.html

Koltay, T. (2011). The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy. *Sage Journals, 33*(2), 211-221. https:// doi.org/10.1177/0163443710393382

La enseñanza y el aprendizaje con Twitter, en colaboración con Twitter y la UNESCO. https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/company/twitter-for-good/en/teaching-learning-with-twitter-unesco.pdf

LA Referencia (Red de Repositorios Abiertos a la Ciencia). http://lareferencia.info/es

Libertad de Información en torno a los Recursos Globales de la UNESCO. http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-of-information/

McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects.* Penguin Modern Classics.

Media Legal Defence Initiative (MLDI). (2018). Cartografía de los derechos digitales y la libertad de expresión en línea en África oriental, occidental y meridional. https://10years.mediadefence.org/wp-content/ uploads/2019/07/Mapping-digital-rights-litigation_Media-Defence_Final.pdf

Mil Novecientos Ochenta y Cuatro. (1984). https://www.imdb.com/title/ tt0087803/?ref_=nv_sr_srsg_0

Plataforma de Diálogo Intercultural de la UNESCO. Aprenda, explore, participe. https://en.unesco.org/interculturaldialogue/

"Region: Latin America." In: Association of College and Research Libraries. Working Group on Global Perspectives for Information Literacy, Student Learning and Information Literacy Committee. Lau, J. (2017). Global Perspectives on Information Literacy: Fostering a Dialogue for International Understanding. IL: Association of College and Research Libraries. pp. 60-68.

Right to Information – Buenas Leyes y Prácticas, una recopilación autorizada de información y recursos sobre el derecho a la información. https://www.right2info.org/

Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo de Medios. https://en.unesco.org/world-media-trends

Bruner, J. S. (1960). *The Process of Education.* Harvard University Press.

MÓDULO 2:

COMPRENSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LA TECNOLOGÍA



“Una democracia fuerte requiere acceso a información de alta calidad y la capacidad de la ciudadanía de reunirse para debatir, discutir, deliberar, sentir empatía y hacer concesiones”.

– Samantha Bradshaw y Phillip Howard,
Inventario Global de Manipulación Organizada de Redes Sociales (2019).

Antecedentes y fundamentos

Con el crecimiento exponencial de las nuevas tecnologías de información y comunicación en las pasadas dos décadas, el alcance e impacto de los medios tradicionales (radio, televisión y periódicos) ha sido expandido y transformado; por lo tanto, la información y las noticias están mucho más disponibles que antes. En esta era de la información, periodistas y profesionales de la información juegan un papel fundamental al proporcionar acceso a la información más allá de su audiencia inmediata, y al facilitar la participación de la ciudadanía en la gobernanza con miras a sociedades democráticas, la paz y el desarrollo sostenible.

Este módulo discute los roles y funciones de los proveedores de contenido de noticias tradicionales y en línea. Dichas funciones incluyen empoderar a las personas y sociedades para que ejerzan sus libertades de expresión e información, permitir que las personas reconozcan la falsedad, construyan voluntad cívica y ciudadana, exijan transparencia y rendición de cuentas, y practiquen la ética de la información. También considera cómo la tecnología puede contribuir a la transformación social en las sociedades. Todas estas

son condiciones normativas básicas para una sociedad democrática. El módulo ofrece además una visión general de los roles de los medios, antes y ahora: buscar y decir la verdad, dar sentido a temas y eventos, servir como un guardián contra los abusos, trabajar como facilitador del debate público, facilitar la participación ciudadana y amplificar las voces de la gente.

El módulo permitirá que educadores exploren ulteriormente temas como libertad de información y libertad de expresión (incluyendo libertad de prensa), así como la importancia de la utilidad, inclusión, exactitud, rendición de cuentas y transparencia en los informes de noticias. Finalmente, también se examinan las dimensiones de la autonomía social y la voluntad.

Ha surgido el concepto de que muchas personas viven hoy en una era posterior a la verdad, caracterizada en parte por la proliferación de contenidos falsos o manipulados. El módulo examina este fenómeno y la disciplina de verificación de hechos. Explica además cómo la verificación, la independencia y la rendición de cuentas son lo que distingue al periodismo de las otras formas de intercambio de información.

Con las nuevas tecnologías, en gran medida utilizadas por las empresas de comunicación digital masiva, también estamos siendo testigos del advenimiento de los contenidos generados por los usuarios y la participación en el periodismo ciudadano. Mientras que este fenómeno nos da diversidad de voces y perspectivas, también refuerza la necesidad de evaluar de una manera crítica las muchas fuentes de contenido. A medida que las personas, los educadores y los estudiantes se alfabetizan en medios e información pueden analizar y evaluar en particular las noticias que reciben, ejercer un compromiso cívico crítico para exigir una información justa y precisa, y abogar por medios libres, independientes y pluralistas.

Unidad

Unidad 1:
Tecnología, medios y sociedad

Unidad 2:
Libertad, ética y rendición de cuentas social

Unidad 3:
Lo que genera noticias: explorando los criterios

Unidad 4:
El proceso de desarrollo de las noticias: más allá de los 5Ws y 1H[40]

40. The Right Questions https://therightquestions.co/beyond-the-5ws-ask-questions-as-a-philosopher-answer-as-a-visionary/
Véase también, Waisbord, S. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism. *Digital Journalism*, *7*(3), 351-358. 10.1080/21670811.2018.1545592.

Unidad 1: Tecnología, medios y sociedad

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Evolución del concepto y la práctica de la libertad de expresión y la libertad de prensa.
- Comunicaciones digitales y derechos humanos.
- Propósito del periodismo en la sociedad y su papel en la arquitectura de la democracia (p. ej., libertad, voluntad cívica, transparencia, rendición de cuentas).
- Tecnología en la sociedad.
- Rol y rendición de cuentas de los periodistas en el siglo XXI a nivel nacional y mundial (p. ej., espejo, guardián, centinela, promotor, facilitador).
- Periodismo de interés público, independencia editorial versus la influencia de los propietarios.
- Rol de la ética en la información.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Rastrear la evolución del concepto y la práctica de los conceptos de libertad de expresión y libertad de prensa.
- Delinear el propósito normativo del periodismo y su papel para fortalecer y alcanzar el buen gobierno, la democracia y el desarrollo sostenible.
- Evaluar la evolución del papel y la rendición de cuentas de periodistas y profesionales de la información, tanto en el ámbito nacional como en el mundial, en el contexto de la evolución de la tecnología, en el contexto de las empresas de comunicación digital y en el interés público.

"La civilización ha producido una idea más poderosa que las otras: la noción de que las personas se pueden gobernar a sí mismas. Y ha creado una teoría de la información, en gran parte falta de articulación, para sustentar esta idea, llamada periodismo. Las dos surgen y se desploman juntas".

– Bill Kovach y Tom Rosenstiel,
The Elements of Journalism

Compañías de comunicaciones digitales y derechos humanos

La libertad de expresión ha sido vista por mucho tiempo como un derecho fundamental, esencial para la realización de nuestro potencial humano. Es la base de otros derechos y libertades, que apuntalan el desarrollo social y económico. El ejercicio de la libertad de expresión requiere plataformas públicas que permitan el intercambio de información e ideas. Los medios y las empresas de comunicación digital, aunque no son lo mismo, juegan un papel importante en proporcionar tales plataformas. Sin embargo, a fin de cumplir con esta función, los medios necesitan ser independientes del control del estado, de las corporaciones o del gobierno. Esta libertad de la regulación, a su vez, implica que los periodistas tienen la obligación de comportarse con ética; de ahí nace el desarrollo de los códigos profesionales que tienen que ver con los estándares de los periodistas y basados en la rendición de cuentas a la ciudadanía. Se espera que las empresas de comunicación digital apoyen los derechos humanos y eviten los abusos; pero al igual que los medios, a menudo no cumplen los ideales normativos.

Los beneficios de la tecnología digital para la sociedad están bien documentados y son numerosos. Van más allá de dar voz a las personas que no la tienen y sirven como una línea vital para el acceso de las personas a la información y la participación en el desarrollo sostenible. Los beneficios de la tecnología incluyen permitir el procesamiento y la verificación de la información, la investigación, el acceso de las personas a la educación, una mejor salud, agua limpia, agricultura, un medio ambiente más limpio, procesos democráticos más justos y transparentes, la preservación de la información y el conocimiento, una mayor interacción con personas de otras culturas y, por lo tanto, un aumento de la interacción social, la tolerancia y el respeto mutuo, y la creación de nuevos empleos y oportunidades empresariales. La lista continúa. Hemos visto cómo la tecnología mantuvo a las sociedades en marcha durante la inédita pandemia de COVID-19. Los desarrollos más recientes de las tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) y Blockchain tienen mucho potencial para el desarrollo sostenible y el desarrollo económico debido a las nuevas, eficientes, estables y más poderosas formas que permiten el almacenamiento, procesamiento, gestión y protección de datos e información para la toma de decisiones (consulte el Módulo 11 para obtener más información sobre la IA). Paralelamente a estos beneficios, también hay perjuicios. La dependencia de la tecnología significa la dependencia de las instituciones cuya curaduría de la expresión puede limitar indebidamente el contenido o permitir la expresión con abuso de derechos como el derecho a la dignidad o a la salud pública. Esta dependencia puede exponer con frecuencia a los usuarios a la invasión de la privacidad y a intentos de manipulación a través de la segmentación basada en datos.

Es evidente hoy en día el crecimiento, la influencia y la dependencia de las personas en las redes sociales para las noticias y la información en general. También está el aumento de la información falsa que algunos atribuyen a la falta de cuidado por parte de las empresas y el uso de algoritmos que alimentan el protagonismo de dichos contenidos, así como a la expansión de dichas redes sociales, y a la falta de competencias de AMI entre los usuarios.

Finalmente, entre muchos otros desarrollos, hay mucho debate sobre la competencia por los ingresos publicitarios entre los medios tradicionales y las empresas de comunicación digital. Algunos están pidiendo la regulación de estas últimas empresas de la misma manera que se regulan los medios. Por ejemplo, las compañías de medios son legalmente responsables del contenido difamatorio; sin embargo, las compañías de comunicaciones digitales o de Internet dicen que son plataformas, no editores, y que la persona real que hace la difamación debería ser responsable, no ellos. Una consecuencia es que no tienen un incentivo legal para evitar que se distribuya el mismo material, a menos que un tribunal les ordene tomar medidas. Se trata de una cuestión compleja; mientras tanto, también hay llamamientos para que las empresas de Internet estén más estrictamente reguladas en términos de su extracción y uso de datos, ya que afecta a los problemas de privacidad. Otros dicen que estas compañías se han vuelto demasiado poderosas e interconectadas y quieren ver conglomerados divididos mediante la regulación. Otro argumento es que las empresas deben ser reguladas en aras de la transparencia, permitiendo así una gobernanza de estas entidades basada más en pruebas para una mejor protección de los derechos de los consumidores y el debido proceso, como tener que proporcionar oportunidades efectivas para apelar contra las decisiones empresariales y para la interoperabilidad entre diferentes entidades a fin de permitir que las personas tengan más opciones, en lugar de ser "rehenes" con sus datos y contactos personales restringidos a un "jardín amurallado". Esto significa que no existe la portabilidad de los datos (a diferencia de cuando la regulación ha permitido que el número de teléfono celular de uno sea portátil a través de diferentes empresas). Algunos cabildantes buscan una tributación más efectiva de las empresas de comunicación digital, y también una regulación que requiera que estas entidades compensen a las instituciones de medios por los contenidos que aparecen en los servicios digitales y ayudan a ganar dinero para las plataformas.

En conjunto, estas diferentes posibilidades regulatorias tienen implicaciones variables para la libertad de información, la libertad de expresión, la circulación de noticias y la ética corporativa (Ver el recurso de la UNESCO, *¿Qué pasaría si todos gobernáramos Internet? Promoción de la participación de múltiples partes interesadas en la gobernanza de Internet*).[41]

Al considerar estos temas, el facilitador de la capacitación puede escoger cualquiera de los enfoques y actividades que se encuentran a continuación.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles los diversos enfoques pedagógicos para la enseñanza y el aprendizaje de AMI. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque es el más adecuado para aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras actividades que pueda formular.

El educador podría organizar un debate en el aula sobre los beneficios y desafíos de

41. Van der Spuy, A., & UNESCO. (2017). *What if we all governed the Internet? Advancing multi-stakeholder participation in Internet governance.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717

las tecnologías digitales. Esto podría ser una discusión sobre los posibles resultados negativos y los desafíos para regular las redes sociales o las empresas de búsqueda, de la misma manera que se regulan los medios (teniendo en cuenta también que los servicios como YouTube y VK, así como Baidu Tieba, también son utilizados a menudo como motores de búsqueda por personas que buscan contenido en particular).

Se pide a los estudiantes que investiguen e informen sobre la evolución de la libertad de expresión y la libertad de prensa en sus países. El informe incluirá una línea de tiempo visual de los hitos, tales como:

- Desarrollos históricos en la evolución de la teoría y práctica de la libertad de expresión y su correlato la libertad de prensa.
- Los periodistas y/o agencias de los medios que han hecho contribuciones específicas a la libertad de prensa y a la democracia.
- Eventos de movimientos democráticos en donde los medios noticiosos y los reportes de noticias han tenido un papel significante.

Si es posible, el facilitador de la capacitación pedirá a los participantes que entrevisten a periodistas sobre sus puntos de vista acerca del papel del periodismo como promotor de la democracia. Se solicitará a los entrevistados que citen instancias específicas donde la cobertura de medios jugó un papel clave en el panorama nacional o internacional, así como el manejo de potenciales tensiones entre los intereses de los propietarios y el interés público. A continuación, los educadores escriben un trabajo de reflexión de dos páginas basado en la entrevista, indicando la función específica de los medios, las formas en las que los medios operaron y los temas claves que fueron abordados.

Podría ser un ejemplo la forma en que los periodistas exponen las deficiencias o fallas de las empresas digitales para abordar el discurso de odio y la información falsa. Las actividades sugeridas a continuación ilustran este punto.

- Considerar el papel de los medios y las empresas de comunicación digital en diversos aspectos de la vida social como la igualdad de género, la paz, la salud, los temas ambientales, la educación y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en general. Investigar y debatir los puntos a favor y en contra. Consulte los Módulos 4, 5, 6, 11, 13 y 14 para obtener más información sobre estos temas y otras actividades sugeridas.
- Considerar el uso de los siguientes marcadores de la UNESCO para clasificar la contribución de las actividades a la igualdad de género. Estos pueden ser una herramienta útil y relevante al evaluar la medida en que las políticas, actividades y programas en general, incluidos los campos de los medios y las comunicaciones digitales, abordan o afrontan las cuestiones de igualdad de género:
    - Ciego al género: no reconocer ni abordar las diferencias y desigualdades existentes entre mujeres y hombres (no tiene en cuenta el género).
    - Sensible al género: actividades que identifican y reconocen las diferencias y desigualdades entre mujeres y hombres, y destacan que requieren atención.

- Consciente del género: actividades que identifican y reconocen las diferencias y desigualdades entre mujeres y hombres, y articulan políticas e iniciativas que aborden las diferentes necesidades, aspiraciones, capacidades y contribuciones de mujeres y hombres.

- Transformador de género: actividades, políticas e iniciativas que desafían las causas profundas de las políticas, prácticas y programas existentes, sesgados/discriminatorios, que afectan el cambio buscando el mejoramiento de la vida para todos[42].

Hable sobre estos conceptos y cómo se relacionan. Organice el trabajo en grupo en el que se le pida a cada grupo que identifique y seleccione una noticia. Guíe a los grupos para evaluar hasta qué punto y por qué el contenido puede clasificarse como ciego al género, sensible al género, consciente del género o transformador de género.

Recomendaciones de evaluación

- Documento de reflexión sobre los resultados de las lecturas y/o entrevistas.
- Ensayo o blog sobre temas relacionados con los medios, la democracia y la información falsa.
- Participación en actividades de grupo (p. ej., talleres, discusiones en clase).

Temas para considerar en el futuro

- Estudios de caso sobre canales de medios controlados o capturados.[43]
- Propaganda vs. Periodismo.

Unidad 2: Libertad, ética y rendición de cuentas social

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Libertad de expresión, libertad de prensa, libertad de información y ética de la información.
- Códigos de ética, códigos de práctica y valores globales en la sala de noticias: lineamientos para profesionales de los medios y de la información.
- Ética de los periodistas en la recolección y procesamiento de noticias (comités de ética, defensor del pueblo, concejos de prensa independiente/comisiones de quejas de prensa).
- Derechos y voluntad social de la ciudadanía.

42. Women Make the News (2019). https://en.unesco.org/themes/media-pluralism-and-gender-equality/womenmakenews/2019/gendersensitiveresources
43. Dragomir, M. (2020). *Reporting facts: free from fear or favour.* UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375061

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Describir los principios universales de la libertad de prensa, libertad de expresión, libertad de información y sus implicaciones en el informe de noticias.
- Analizar cómo se aplica la ética en la práctica del periodismo y los profesionales de la información a nivel personal, profesional y global.
- Valorar el rol de los defensores de la libertad de prensa y de los fiscalizadores de los medios al dedicarse a proteger la libertad de prensa y la responsabilidad.
- Explicar los correspondientes derechos y participación ciudadana como una promulgación de justicia social y cognitiva.
- Entender y analizar el reporte o el papel de evolución de la ciudadanía y periodistas no profesionales como participantes activos en la generación de contenidos de medios y en el proceso democrático del debate público.

Rendición de cuentas

"Es la información lo que hace al sujeto ciudadano y le permite ejercer sus derechos de manera efectiva".

— Loi 'Hervouet,
Periodista y ex presidente de la Escuela de Periodismo de Lille.

Si el Estado regula en exceso los medios, interferirá en la independencia de los periodistas y en su capacidad para cubrir los acontecimientos según las normas de la información profesional y el interés público. Los medios son actores sociales que pueden ejercer gran poder en la sociedad, y por ende es importante que estén a la altura de las normas esperadas para el periodismo. Por lo tanto, se cree que los periodistas necesitan regularse a sí mismos al adoptar códigos de conducta ética o establecer lineamientos profesionales de cómo deben ser cubiertos las noticias o eventos. Junto con esto, los periodistas y la ciudadanía tienen la obligación de garantizar la distribución de información precisa que sea representativa de una variedad de perspectivas creíbles.

Aplicación: código de ética periodística

Examine un ejemplo de un código de ética establecido por asociaciones internacionales de periodistas u organizaciones nacionales de medios (un ejemplo es el código de ética establecido por la Federación Internacional de Periodistas, otro ejemplo serían los estándares profesionales de la BBC). Evalué el propósito de cada elemento del código.

- Debata sobre la razón por la cual se debe desarrollar un código de ética que tiene que recibir la aprobación de todos los miembros de la profesión y que no debe ser impuesto por agentes o autoridades externas.
- Debata sobre los mecanismos necesarios para implementar el código de ética.

- Busque modelos y examine las diferencias entre, por ejemplo, 1) el código de ética y 2) el código de ética de conducta establecido por asociaciones internacionales de periodistas u organizaciones nacionales de medios
- Discuta la autorregulación, las formas de regulación mutua y la regulación legal. ¿Cuáles son los puntos a favor y en contra de cada uno para el periodismo profesional e independiente?

Aplicación: código de ética profesional para los profesionales de la información

Examine un código de ética establecido por los profesionales de la información, tales como bibliotecarios o archivistas, incluyendo los principios y los valores más importantes[44]). Vea cómo este código podría diferir de un código de conducta establecido por asociaciones internacionales de periodistas u organizaciones nacionales de medios.

- Discuta las diferencias entre los códigos direccionales y aspiracionales.
- Discuta las diferencias entre los códigos de conducta y los códigos de ética.
- Debata sobre la ética de información en temas relacionados con la precisión, transparencia, propiedad, acceso, privacidad, seguridad y comunidad.
- Debata sobre cómo la ética de la información puede influir en las decisiones personales, la práctica profesional y las políticas públicas.
- Debata sobre cómo los nuevos formatos y necesidades de información en evolución influyen en los principios éticos y cómo se aplican estos códigos (p. ej., políticas de redes sociales, preservación digital, privacidad, acceso a la información pública).

Aplicación: ¿cuál es nuestra voluntad social?

Visite el sitio web de Ciudadanía Digital y revise los nueve elementos de la ciudadanía digital.[45] Estos nueve elementos requieren que las personas lideren y ayuden a otros dentro de la comunidad a convertirse en ciudadanos digitales activos, reconozcan las consecuencias positivas y negativas de las acciones y practiquen buenos hábitos. La justicia cognitiva también reconoce la importancia de representar el contenido procedente de los grupos minoritarios, utilizando recursos menos conocidos, pero válidos y promoviendo el conocimiento indígena.

- Proporcione ejemplos basados en su experiencia personal relacionada con cada uno de los nueve elementos.
- Evalúe su propia competencia en relación con estos elementos y considere qué aspectos requieren mejora.
- Debata cómo la información y el acceso digital influyen en su capacidad para evaluar la información.

Vea más sobre las audiencias y la ciudadanía global en el Módulo 5.

44. Por ejemplo, 1) el Código de Ética para bibliotecarios y otros trabajadores de la información de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas y 2) el grupo de códigos de ética para los archivistas establecido por el Consejo Internacional de Archivos o los códigos de ética profesional desarrollados por países individuales para bibliotecarios, tal como la Asociación Americana de Bibliotecas.
45. https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Guíe a los participantes para debatir sobre índices tales como el Índice de Libertad de Prensa de Freedom House[46], el Índice Mundial de Libertad de Prensa de Reporteros Sin Fronteras[47], o una medida regional relevante, tal como el Afrobarómetro de los medios. El estudiante deberá: (1) explicar si cree que tales índices son relevantes o útiles para el desarrollo; (2) identificar y explicar los factores o variables que han afectado a la libertad de prensa. Los criterios cubiertos en estos índices incluyen lo siguiente:

- Grado de libertad de impresión, transmisión y medios en línea.
- Ambiente legal para los medios.
- Presiones políticas que influyen en los reportajes.
- Factores económicos que afectan al acceso a la información.
- Concentración de la propiedad de los medios.
- Ataques directos a los periodistas y a los medios.
- Presencia de monopolio estatal en los medios.
- Presencia de la censura y la autocensura en los medios.
- Dificultades para los reporteros extranjeros.
- Criterios para utilizar por la empresa de comunicaciones digitales al seleccionar el contenido de los medios en comparación con otros contenidos (p. ej., contenido personal electrónico, entretenimiento, etc.).

- Existen muchas organizaciones en el mundo que hacen campaña para defender a los periodistas. Algunas de estas son internacionales como Intenational Media Support en Dinamarca, Article 19 en Londres (Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte), el Comité para Proteger a los Periodistas en Nueva York (Estados Unidos de América), el Instituto para la Libertad de Expresión en Sudáfrica y la UNESCO, que publica el informe bienal del director general sobre la seguridad de los periodistas y el peligro de la impunidad. Considere si existen organizaciones de libertad de prensa activas en su país y cómo estas han contribuido a la protección de la libertad de prensa y libertad de expresión.

- Los educadores podrían aportar ejemplos de reportajes que demuestran prejuicios, incluyendo estereotipos, creación de mitos, obscenidades e imágenes gráficas. Los participantes deberían ser guiados a través de una discusión sobre la importancia de los estándares y los lineamientos generales para periodistas y entregarán un informe sobre los temas que se presenten en los ejemplos.

- El educador puede entrevistar o invitar a un defensor del pueblo en los medios, o a un representante de una organización de control de medios (o grupo similar) para preguntar sobre las críticas comunes o quejas de los presuntos profesionales o lapsos éticos de periodistas y/u organizaciones de noticias. El educador guía a

46. Freedom House. https://freedomhouse.org/issues/media-freedom
47. Reporters Without Borders. https://rsf.org/en

los estudiantes para revisar las disposiciones de los códigos de ética y examina si los temas planteados han sido cubiertos por los códigos profesionales existentes de una forma adecuada. Los participantes se ponen en contacto con los medios locales para revisar si cuentan con códigos de conducta para sus periodistas. Podrían hacer preguntas sobre cómo se ponen en práctica o se implementan estas disposiciones.

- El educador puede guiar a los estudiantes para hacer un inventario de la cobertura de los informes de la ciudadanía sobre un evento o tema que ha tenido gran importancia y cobertura en los medios convencionales. Los estudiantes revisan entonces si existen errores de hechos o sesgos.

- Se debería guiar a los estudiantes para que mantengan un diario o cuaderno de anotaciones donde puedan anotar sus observaciones sobre asuntos relevantes para el tema (p. ej., violaciones a la libertad de prensa, expresión, información y ejemplos de prácticas no éticas en el periodismo) para que al final del curso puedan hacer un resumen y una síntesis.

Recomendaciones de evaluación

- Registro de medios.
- Trabajos de investigación (p. ej., calificación de libertad de prensa, códigos de conducta, informe de la ciudadanía).
- Trabajos de reflexión sobre entrevistas, visualización de programas de TV/películas.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo (p. ej., talleres, discusiones en clase).
- Tablas de comparación que contienen las diferencias y similitudes de los diferentes códigos.

Temas para considerar en el futuro

- Cuestiones de gobernanza de Internet: ¿las empresas de comunicación digital deben autorregularse, regularse mutuamente o someterse a la regulación estatal y sobre qué cuestiones?
- Derecho del público a conocer los principios de libertad de información: artículo 19 de la Declaración universal de los derechos humanos.
- Libertad de información/expresión: pactos internacionales, convenciones, declaraciones y cartas constitucionales, así como leyes nacionales (disposiciones constitucionales, leyes sobre difamación, seguridad nacional).
- Acceso a leyes de información y procedimientos, así como declaraciones, actas de constitución y recomendaciones.
- Qué constituye una ley y práctica ideal para la libertad de información.
- Autorregulación y defensor de los medios.
- Derechos de los reporteros.

Unidad 3: Lo que genera noticias: explorando los criterios

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Hechos y verificación como pilares del periodismo y del trabajo de otros profesionales de la información.
- Nuevos factores o criterios para evaluar el valor de las noticias y el interés periodístico.
- Consideraciones para hacer juicios de valor sobre las noticias o dar forma a las noticias.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores podrán:

- Describir los criterios utilizados para evaluar el valor de las noticias o la actualidad de la información.
- Debatir de una forma crítica los principios básicos al hacer juicios de valor sobre las noticias o al dar forma a las mismas.

El género de las noticias

"El pensamiento crítico no significa que despreciemos todo; significa que tratamos de distinguir entre las afirmaciones que son evidentes y las que no".

– Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era,
Daniel J. Levitin, (2016).

Los periodistas tienen que evaluar y dar sentido a una gran cantidad de contenido y considerar cómo organizarlo de manera que destaquen los temas que son más importantes para una audiencia que tendrá diferentes niveles de comprensión sobre los temas en cuestión. Los juicios que se hagan incluirán la selección de historias que se consideran de valor noticioso y decidirán cómo presentar la información. Sin lugar a duda, la forma de la presentación (a veces conocida como el "encuadre") reflejará la experiencia pasada y la perspectiva de periodistas e instituciones mediáticas. Es importante que la audiencia entienda cómo se encuadran las historias y que piense de una manera crítica acerca del proceso.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se sugirió anteriormente en este Currículum (Parte 1), es posible adoptar diversos enfoques pedagógicos al implementar las actividades sugeridas a continuación. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Análisis textual

El educador analiza el interés periodístico de los artículos de cada portada de un periódico principal (o de su versión en línea), basado en el criterio para evaluar el valor de la noticia de un artículo. Esto generalmente incluye factores como:

- Actualidad.
- Impacto e importancia.
- Prominencia.
- Proximidad.
- Conflicto.
- Interés humano.
- Necesidad.
- Peculiaridad/rareza.

Además de estos atributos normativos, las noticias a menudo se seleccionan por su valor dramático e incluso de entretenimiento. También se las elige con base a ideas implícitas sobre lo que es "importante para quién" y cuál es el probable "impacto en quién".

Luego, ellos pueden analizar los artículos basados en los factores que se toman en cuenta cuando se hacen juicios sobre las noticias o para darles forma. Estos son:

- Veracidad: precisión (que los hechos estén correctos) y coherencia (que los hechos tengan sentido).
- Dedicación al interés público.
- Información al público en lugar de manipulación.
- Integridad/amplitud.
- Diversidad (inclusión de noticias de todas las comunidades, no solo de audiencias escogidas).

Estos factores normativos se pueden ver en la medida en que las noticias identifican sus fuentes, revelan la verificación utilizada (p. ej., la triangulación de las fuentes), la transparencia de las opiniones de los periodistas que afectan lo que hacen, tales como qué hechos y voces son más destacados para ellos y por qué. También se debe prestar atención a cómo se ubican los artículos, los titulares, el tamaño de letra utilizada, las fotografías y leyendas que se incluyen.

Análisis contextual

El educador revisa la cobertura de una organización mediática de elección/relevancia sobre un tema en particular y en un día en particular, y compara y contrasta los puntos de vista (es decir, presentación de un punto de vista o perspectiva en particular) y tratamiento (es decir, información realizada, fuentes citadas, entrevistas dadas y cualquier apoyo visual de las noticias) de las coberturas de al menos dos difusores.

Análisis de las noticias y autoevaluación

Se entrega a los estudiantes dos fragmentos diferentes de noticias escritas sobre el mismo tema y se les pide que expliquen qué fragmento es más fuerte, cuál es más informativo y cómo se podría mejorar el otro artículo noticioso en términos de su calidad informativa y conformidad con el género noticioso (para los criterios que se utilizarán, consulte el Análisis Textual anterior).

Haga la siguiente pregunta: ¿cómo afectan el juicio editorial y el juicio de la audiencia las selecciones de las noticias a publicar? Además, ¿cómo el juicio editorial da forma a la presentación de una historia? El juicio de la audiencia da forma a la presentación de noticias del medio para servir a una audiencia que apoya al medio de noticias, aunque algunas noticias están adaptadas para una audiencia de anunciantes o propietarios, desviándose así de los estándares normativos del periodismo.

Ejercicios en grupo[48]

Ejercicio en grupo 1: comparta sus pensamientos

- ¿Por qué son importantes las noticias?
- ¿Qué se pierde cuando a los periodistas o medios de comunicación se les impide informar sobre las noticias?

Ejercicio en grupo 2: identifique los valores que impulsan las noticias

- Identifique el artículo o la historia principal de un tema en particular de una plataforma de noticias impresa o en línea.
- Identifique los valores de las noticias que han impulsado el artículo. Explique cómo identificó a cada uno.
- ¿Hay valores múltiples? ¿La presencia de más impulsores hace que la historia sea más importante o interesante?
- Analice la actualidad del artículo. ¿Cree usted que debería haber sido publicado? ¿Por qué si o por qué no?

48. Estos son extraídos del Instituto Asiático de Cursos de Periodismo y Comunicación, 2020-2021. https://aijc.com.ph/

Ejercicio en grupo 3: sea su propio editor

- El educador muestra una lista de 15 a 20 titulares y luego pregunta a los estudiantes lo siguiente:
- ¿Cuáles son las historias importantes?
- Si usted tiene espacio/tiempo en el aire para solo cinco, ¿cuáles elegiría? Por favor, explique los motivos de su selección.
- Si usted proviene de (a) un canal de noticias de televisión, (b) un periódico de gran formato, (c) un tabloide, (d) un programa de noticias de radio o (e) una agencia de noticias internacional, ¿qué historias elegiría? Elija solo cinco.

Ejercicio en grupo 4: en la era de las noticias a través de una empresa de comunicaciones digitales

El educador guía a los estudiantes para acceder a una serie de noticias de empresas de comunicación digital y realiza un ejercicio en torno a lo siguiente:

- ¿Cómo saber si las noticias provienen de una fuente de confianza?
- ¿Cuáles son las fuentes confiables de noticias? ¿Por qué son de confianza?
- ¿Las noticias son reales o inventadas, pero disfrazadas dentro del género de las noticias? ¿Cómo puede saberlo?
- ¿Las plataformas de redes sociales se benefician de información falsa? ¿Qué pasa con los motores de búsqueda?
- ¿En qué medida las empresas de comunicación digital deben ser responsables de gestionar la información falsa en sus plataformas?

Recomendaciones de evaluación

- Un trabajo de reflexión basado en el análisis del texto, análisis de contexto y análisis de las noticias.
- Participación en actividades de grupo (p. ej., talleres, discusiones en clase).

Temas para considerar en el futuro

- Forma en la que las noticias están concebidas (influencias socioculturales, políticas y económicas sobre las noticias).
- Efecto de la configuración de las noticias en los valores de estas (impulsores) y en los procesos editoriales.
- Flujo global de la información y conformación de las noticias.
- Organizaciones mundiales de medios noticiosos (p. ej., CNN, Al Jazeera, BBC, Deutsche Welle, etc.).

Unidad 4: El proceso de desarrollo de las noticias: más allá de los 5Ws y 1H[49]

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Identificar las noticias y reconocer la historia (el proceso de desarrollo de las noticias).
- Verificación, independencia y responsabilidad como esencia del periodismo.
- Comprobación de las noticias.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Describir el proceso de cómo las noticias se desarrollan desde la idea de la historia hasta la recolección de datos y la escritura de la noticia.
- Comprender los principios centrales de la disciplina de verificación, a diferencia del periodismo de afirmación, y cómo aplicar las técnicas de verificación para cumplir con el estándar periodístico de verdad y exactitud.
- Explicar los conceptos de independencia y responsabilidad como elementos distintivos del periodismo.
- Ilustrar los métodos y herramientas de verificación de los hechos.

Visita de estudio/visita virtual a una organización de medios noticiosos

> "A medida que llegan las noticias del día a la redacción del periódico se convierten en una asombrosa mezcla de hechos, propaganda, rumor, sospechas, pistas, miedos y esperanzas, y la tarea de seleccionar y ordenar las noticias es uno de los oficios realmente sagrado y sacerdotal en una democracia".
>
> – en *News Reporting and Writing,* Walter Lippmann, (1989-1974).

Se puede organizar una visita de estudio o una visita virtual a una oficina de medios, incluido un diálogo con el editor en jefe o el editor principal. Esto permitirá a los participantes observar el proceso de desarrollo de noticias a nivel de una oficina editorial. Se pedirá que los participantes escriban un trabajo de reflexión sobre lo que han observado y las lecciones aprendidas.

49. The Right Questions. https://therightquestions.co/beyond-the-5ws-ask-questions-as-a-philosopher-answer-as-a-visionary/ Ver también: Waisbord, S. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism. *Digital Journalism, 7*(3), 351-358. DOI: 10.1080/21670811.2018.1545592

Investigación de procesos (un día en la vida de un reportero de noticias)

Los estudiantes acompañan a un reportero de noticias mientras cubre su trabajo y documentan lo siguiente: (a) qué elementos de las noticias fueron identificados y qué se escribió sobre ellos, en comparación con lo que sucedió en el campo (o el proceso de depuración de la información recolectada); y (b) cómo y por qué el reportero contó la historia (dar significado a los datos) de la manera en la que lo hizo. Una actividad alternativa sería una entrevista con un reportero de noticias.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Análisis textual

- El educador analiza los relatos de un evento o un suceso importante en los periódicos y examina la información provista. Explica la evaluación, considerando los factores y el proceso de "identificar las noticias y reconocer la historia":
    - Los elementos de las noticias (5Ws y 1H: ¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Cómo?) y su redefinición: las noticias son datos con contenido (quién es el sujeto, cuál es el argumento, en qué tiempo, dónde ocurre, por qué es el motivo o la causa, cómo es la narración).
    - La noción de noticias se ha expandido a lo largo de los años para incluir las siguientes preguntas: "¿Y qué?", lo que significa que se debe explicar el significado de la historia; "¿Cuál es la solución?" Significa que las noticias pueden ir más allá de la importante función de exponer problemas y dar exposición a la gama de posibles soluciones.
    - El periodismo como 'narrar una historia con un propósito', encontrar la información que las personas necesitan para vivir sus vidas de buena manera, y presentar la información de un modo que tenga sentido, que sea relevante y que pueda crear compromisos.
    - ¿Es posible evaluar si las noticias incluyen respuestas a las preguntas "¿y qué?" y "¿es la solución al problema que se está informando?". Si bien no todas las noticias pueden incluir estos elementos, hay un impulso general para garantizar que más historias nuevas lo hagan.

El educador revisará si se puede verificar basado en los principios centrales de la verificación, que son: no añadir; no engañar a la audiencia; ser lo más transparente posible en cuanto a métodos y motivos; depender del propio reportaje original; ejercer la humildad.[50]

El educador también aplicará por lo menos una técnica de verificación: editar de una manera escéptica; listas de comprobación de exactitud, método de verificación de hechos que se presumen, reglas de fuentes anónimas, etc. Una referencia que se puede usar es *The Elements of Journalism* by Kovach and Rosenstiel.

50. Global Media. (2008). *Journal African Edition, 2*(2). https://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/viewFile/29/63

Producción

El facilitador de entrenamiento y el educador coordinan con el asesor de una publicación escolar (o la estación de difusión de la escuela/colegio) para permitir a los participantes que desarrollen un plan sobre un tema para la próxima publicación/programa. El plan sobre el tema incluye una serie de artículos o historias que serán escritas o producidas y el sustento para su inclusión, ámbito de cada historia y el posible enfoque o tratamiento de cada una.

Registro de medios

Se requiere que los participantes mantengan un diario o un libro de registros donde registren diariamente sus observaciones sobre el tema (p. ej., valores de las noticias, juicios sobre las noticias, criterios de verificación, informes de la ciudadanía) para luego hacer un resumen y una síntesis al final del curso.

Ejercicios en grupo[51]

Ejercicio en grupo 1: ¿Cómo se producen las noticias?

Visite una organización de noticias de televisión y entreviste a los siguientes sobre sus respectivos deberes y responsabilidad:

- Editores - mesa central (radio, en línea, TV).
- Reporteros - asignados según rondas.
- Productores del segmento.
- Camarógrafos - de campo y en estudio.
- Editores de video.
- Productor ejecutivo.
- Productor supervisor.
- Presentadores - leer del apuntador.
- Otros: operador del generador de caracteres, investigadores, ingenieros y personal.

Ejercicio en grupo 2: Análisis de las fuentes de información

El grupo debe identificar un tema o historia que esté disponible en una historia de noticias impresa o en línea, así como en una publicación pública en las redes sociales que sea pública. Tenga en cuenta las siguientes preguntas:

- Basado en el proceso periodístico de verificación, independencia y rendición de cuentas, ¿hay una diferencia entre los dos? Explíquelo.
- ¿El artículo y la publicación en las redes sociales siguieron el proceso de verificación? ¿Cómo puede saberlo?
- ¿La fuente es independiente y/o autorizada? ¿Por qué?
- ¿Hay rendición de cuentas por parte de la fuente? Explíquelo.

51. Los ejemplos son extraídos del Instituto Asiático de Cursos de Periodismo y Comunicación.

Ejercicio en grupo 3: verificación, independencia y rendición de cuentas

Indique a los participantes que comparen y contrasten lo siguiente:

1. Un comunicado de prensa de una agencia gubernamental.
2. Un artículo de noticias publicado por un canal de medios establecido basado únicamente en ese comunicado de prensa.
3. Un artículo de noticias publicado por un canal de medios establecido basado en el comunicado de prensa de la agencia gubernamental, pero con indicaciones claras por parte del periodista sobre la verificación de la información presentada en el comunicado de prensa, así como información adicional como resultado del proceso de verificación.

Después de analizar los tres artículos, pregunte a los participantes qué hace que el periodismo resulte diferente a partir de la nota de prensa examinada aquí.

Ejercicio en grupo 4: comprobación de los hechos

Muestre una captura de pantalla/video de una publicación viral en una plataforma de redes sociales

1. Pregunte a los estudiantes si la afirmación es verificable.
    - ¿Se puede verificar/comprobar esta afirmación? ¿Por qué si o por qué no?
    - Si la afirmación puede ser verificada/comprobada, ¿cómo lo haría? (Pida a los estudiantes que recuerden las cosas que deben buscar al verificar los hechos).
2. A continuación, pídale al alumno que continúe con el proceso real de verificación de hechos de la afirmación. Indíqueles que documenten el proceso paso a paso, luego discutan y brinden retroalimentación sobre la forma en que llevaron a cabo su investigación.

Recomendaciones de evaluación

- Producción de registro de medios.
- Informe de las visitas de estudio, análisis de texto.
- Ejercicio en comprobación de los hechos.
- Participación en actividades de grupo, p. ej., talleres, discusiones en clase.

Temas para considerar en el futuro

Fuentes de noticias y técnicas de recopilación de noticias (incluyendo el uso de las TIC), imparcialidad y sentido apropiado de la cobertura noticiosa.

Recursos para este módulo

Article 19. (1999). Derecho a saber: Principios sobre la Legislación en materia de Libertad de Información. Serie de Estándares Internacionales. https://www.article19.org/data/files/RTI_Prinaily_Updated_EN.pdf

Asian Institute of Journalism and Communication. (2020). Developing champion teachers in news literacy: Training module [próximamente]. *Asian Institute of Journalism and Communication.*

ASLIB Training Suite. Freedom of Information. Libertad de Información. (2004). http://www.aslib.com/training

Bertrand, C. J. (2003). *Media Ethics and Accountability Systems.* Hampton Press.

Bradshaw, S., and Howard, P. (2019). *Global Disinformation Order 2019. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation.* Working Paper 2019. 2, Oxford UK Project on Computational Propaganda.

Burgess, JTF. & Knox, EJM. (2019). *Foundations of Information Ethics.* ALA Press.

Comité para Proteger a los Periodistas. http://www.cpj.org

Digital Citizenship, Nine themes of Digital Citizenship. https://www.digitalcitizens- hip.net/nine-elements.html

Ayegba Okoliko, D., & Petrus de Wit, M. (2020). From "Communicating" to "Engagement": Afro-Relationality as a Conceptual Framework for Climate Change Communication in Africa. *Journal of Media Ethics*, 1-15.

Dominick, J. R. (2007). *The Dynamics of Mass Communications.* 9th ed. McGraw-Hill

Estado de los Medios de Noticias. http://www.journalism.org

Humanext. Capacitaciones Éticas. (2009). *Equilibrio de la ética personal y profesional de Ankerstar y Dalke (programa con guía del instructor, ejercicios reproducibles, folletos, estudios de caso).* [Seminario del Dr. Louis V. Larimer sobre razonamiento ético (con perfil de indicador de tipo ético y manual de capacitación)]. http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html

Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training. UNESCO.

Kit de herramientas de género para educadores. http://portal.unesco.org/en/files/47654/12737402501Gender_Toolkit_for_Educators.pdf/Gender%2BToolkit%2Bfor%2BEducators.pdf

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Three Rivers Press of Random House.

Learning English. (2018). Lección de alfabetización noticiosa 2: Verificación, independencia, rendición de cuentas. https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html

Levitin, D. J. (2017). Weaponized lies: How to think critically in the post-truth era. Dutton.

Mencher, M. (2006). *News Reporting and Writing (10th ed.)*. McGraw-Hill

Mendel, T. (2008). Libertad de información: comparación jurídica (2da Ed.). UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158450_spa

MIL CLICKS. http://m.facebook.com/MILCLICKS/&ved=2ahUKE- j3KHxzITnA-hXRyYsBHQ4fDXIQFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw0ne6UvMTMS9c3vTB- j4rNbi&cs-hid=1579056787784

Corpus, J., & Cabanes, J. (2017). *Architects of Networked Disinformation, Newton Tech4Dev Network.* http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf

Ordway, D. (2020). *"Calificado como falso": Aquí está la nueva investigación más interesante sobre noticias falsas y verificación de hechos.* https:// www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-re- search-on-fake-news-and-fact-checking/?fbclid=IwAR2K6OPYxCwpU0m5IRkXJno- YPjww7u8h_UiHCZMoYOAk3ljiLTZIyb3wnso

Poynter Institute. http://www.poynter.org

¿Qué pasaría si todos gobernáramos Internet? Promover la participación de múltiples partes interesadas en la gobernanza de Internet. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717

Reporters Sans Frontières. http://www.rsf.org

Rosenstiel, T., & Mitchell, A. (eds). (2003). *Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making.* Columbia University Press.

Schudson, M. (2008). Why Democracies Love an Unlovable Press. In Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training.* (pp. 40-41). UNESCO.

Stony Brook Center for News Literacy Digital Resource Center. (s.f.). Lección 4: ¿Qué son las noticias y por qué? https://digitalresource. center/content/lesson-4-what-news-and-why

Stony Brook Center for News Literacy. (s.f.). V.I.A. https:// digitalresource.center/content/via

The Benefits of Technology in Education: Sangmum Lee at TEDxYouth@BIS. https://www.youtube.com/watch?v=G1YqGeVsXTU

UNESCO. (2009). Guía para radios y televisiones sobre la promoción del contenido generado por el usuario y la alfabetización mediática e informacional. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000215549

UNESCO. (2018). Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo de Medios 2017/ 2018. UNESCO. https://en.unesco.org/world-media-trends

UNESCO. (2019). Recomendaciones de Belgrado sobre el Proyecto de Normas para los Planes de Estudio de Alfabetización Mediática e Informacional (último borrador del 12 de noviembre de 2019). https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

UNESCO. (2019). Journalism, fake news and disinformation: A handbook for journalism education and training.

Vigilando a los centinelas: una caja de herramientas de género y alfabetización mediática para el sur de África. https://genderlinks.org.za/programme-web-menu/publications/watching-the-watchdogs-2009-05-28/

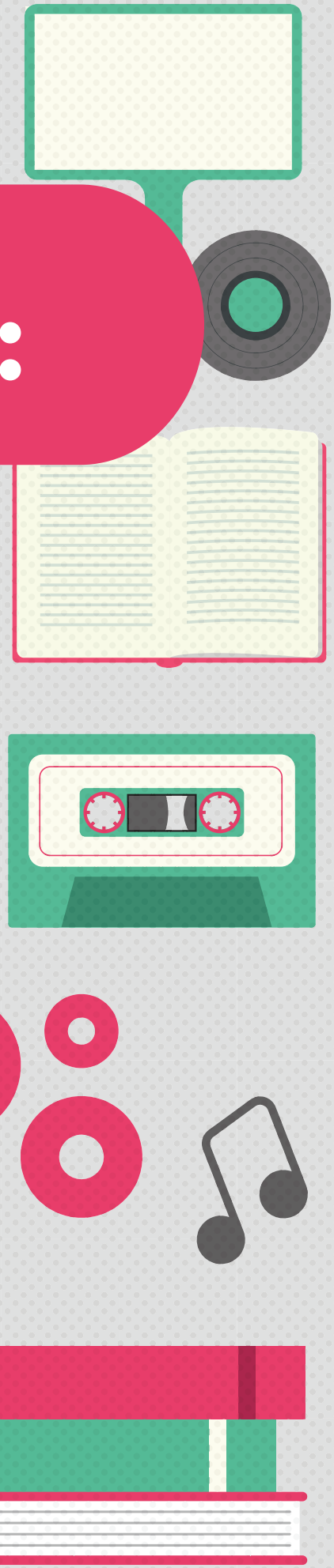
Ward, S. J. A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics 20*(1), 3-21.

White, R. A. (2010). The Moral Foundations of Media Ethics in Africa. *Ecquid Novi: African Journalism Studies, 31*(1), 42-67, DOI: 10,1080/02560054,2010.9653411.

Yonazi, E. *et al.* (2013). *eTransform Africa: the transformational use of information and communication technologies in Africa.*

MÓDULO 3:

INVESTIGACIÓN, CICLO DE LA INFORMACIÓN, PROCESAMIENTO DIGITAL DE LA INFORMACIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL



“Para ser ciudadanos en nuestra sociedad de la información, los individuos deben buscar comprender el ciclo de la información, para que puedan beneficiarse de él y contribuir a su desarrollo, sin importar si se trata de onformación oral o escrita”.

- Jesús Lau (2021).

Antecedentes y fundamentos

En el Módulo 1 y las unidades siguientes, ya se ha hecho una explicación básica de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI). Este módulo tiene como objetivo enseñar otros temas importantes de investigación e información que también son componentes vitales de AMI.

En el módulo se enfatiza los componentes básicos que contribuyen a la alfabetización informacional tradicional. Muchos cursos se concentran en la entrega de conocimiento en lugar de “aprender cómo aprender”. Sin embargo, el creciente énfasis en el valor de AMI en la educación y en una sociedad más amplia subraya la importancia de que los usuarios sean estudiantes entrenados, siendo conscientes de su papel y lugar variable en el ciclo de la información. Si bien, el concepto de "ciclo de la información" a veces se limita a los procesos de producción y consumo de los medios, el concepto puede ser mucho más amplio y abarcar la forma en que el contenido puede fluir y transformarse dentro de muchas instituciones y agentes diferentes y entre ellos. El valor es poner la atención en los flujos, en lugar de una sola instantánea, y el carácter interdependiente de las comunicaciones como lo permiten diversas entidades con poder, alcance e influencia diferenciales.

Para AMI, todo esto implica aprender en medio de un universo de contenidos variables en medios, cómo reconocer las necesidades de información. Luego, con base en esto, cómo localizar/recuperar la información de manera eficiente y eficaz; analizar, organizar y evaluar esta información; y utilizar, aplicar, reproducir y comunicarla para fines específicos de toma de decisiones y resolución de problemas (UNESCO, 2008). Básicamente, AMI también acoge las destrezas bibliotecarias, las destrezas de estudios e investigación y las destrezas de tecnología.

Cada investigación debe comenzar con una pregunta, que debe ser respondida a través de la recopilación y el análisis de datos e información, o para satisfacer una necesidad de información.

La ciencia no solo se refiere a un conjunto de conocimientos, también es una forma de conocer y aprender. Una base importante para aprender y apreciar la ciencia es la comprensión de los alumnos de la naturaleza y la estructura del conocimiento científico y el proceso por el cual se desarrolla, incluso como un fin en sí mismo. Además, la evidencia emergente de la investigación sugiere que la comprensión por parte de los estudiantes sobre las explicaciones científicas del mundo natural, y su capacidad para participar con éxito en investigaciones científicas avanzan cuando entienden cómo se construye el conocimiento científico.

Los educadores tienen que adquirir por sí mismos y desarrollar en sus estudiantes un conjunto de competencias (conocimiento, habilidades y aptitudes) para obtener, entender, adaptar, generar, almacenar, y presentar la información para el análisis de problemas y la toma de decisiones. Estas competencias son aplicables a cualquier contexto de educación y aprendizaje, el ambiente educativo, ambiente general/laboral o para enriquecimiento personal. Un educador alfabetizado en medios e información es capaz de entender mensajes de distintas fuentes de información y puede evaluar y utilizar este entendimiento apropiadamente para resolver los problemas. El educador también ha adquirido habilidades básicas de bibliotecología y puede maximizar el uso de las fuentes documentales para aprender y compartir la información. El educador que es alfabetizado en medios e información entiende y aprecia las funciones de los medios y los otros proveedores de información en la sociedad, tales como bibliotecas, museos, archivos, compañías de comunicación digital y las instituciones educativas y de investigación que trabajan en este campo.

Los proveedores de contenido ofrecen un servicio importante a las personas para que puedan tener acceso al mismo y en algunos casos guardar su propia información. Más allá de los medios, existen otras fuentes de información que las personas utilizan (p. ej., noticias de salud, informes de gobierno e información comunicada oralmente, tanto informal como a través de debates públicos). Estos se pueden hacer vía electrónica (p. ej., debates que son televisados durante las elecciones) o en sesiones cara a cara (p. ej., reuniones en la municipalidad). Estos eventos pueden ser mediados por los medios o por las personas.

Un concepto central del ciclo de vida de la información son los derechos de propiedad intelectual, de los que todos deberían tener un entendimiento básico. "Los derechos de propiedad intelectual son los derechos que se otorgan a las personas sobre la creación de su mente. Por lo general, otorgan al creador un derecho exclusivo sobre el uso de su creación durante un cierto período"[52]. Existen dos aspectos principales de la Propiedad Intelectual (PI), los derechos de autor y los derechos que se derivan de estos. Tan importante es este concepto que las Naciones Unidas creó la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) compuesta por 193 estados miembros. La OMPI sirve de foro mundial para los servicios, las políticas, la información y la cooperación en materia de PI. La mayoría de los países tienen leyes que protegen la propiedad intelectual, como las patentes, los derechos de autor y las marcas comerciales.

Este módulo se enfoca en desarrollar el entendimiento del ciclo de información, las destrezas de investigación y el respeto de la propiedad intelectual en el contexto de los medios académicos y la alfabetización de la información, las destrezas de bibliotecología y la ecología digital. El enfoque se centra en la resolución de problemas y la toma de decisiones en contextos educativos y de participación en la comunidad local. Trata de habilitar a educadores y a estudiantes para que comprendan los conceptos antes mencionados y la relación entre ellos para incrementar sus habilidades al acceder y utilizar una amplia gama de recursos de información que están disponibles en el mundo de hoy. Adquirir estas destrezas dará una oportunidad para un aprendizaje a lo largo de toda la vida, asegurando que educadores y estudiantes tengan una participación continua en una vida intelectual activa.

52. Organización Mundial del Comercio. https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel1_e.htm#:~:text=Intellectual%20property%20rights%20are%20the,a%20certain%20period%20of%20time.

Unidades

Unidad 1:
Cómo se construye la información académica y científica

Unidad 2:
Búsqueda: exploración de información estratégica

Unidad 3:
Evaluación de la información académica y científica

Unidad 4:
Conceptos y aplicación de la alfabetización informacional

Unidad 5:
Ambientes de aprendizaje y alfabetización informacional

Unidad 6:
Más sobre el procesamiento digital de la información

Unidad 7:
Propiedad intelectual y reconocimiento de la autoría

Unidad 1: Cómo se construye la información académica y científica

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Definición de ciencia.
- Definición del conocimiento científico.
- Naturaleza y estructura de la ciencia.
- Naturaleza y estructura del conocimiento científico.
- Fuentes de nuevos conocimientos.

Objetivos de aprendizaje

Mejorar la comprensión de:

- El significado de la ciencia.
- El significado del conocimiento.
- La relación entre ciencia y conocimiento.
- La naturaleza de la ciencia.
- La naturaleza del conocimiento.
- Diferentes fuentes de conocimiento.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico / Introductorio.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Los educadores han argumentado durante mucho tiempo que los estudiantes deben entender cómo se construye el conocimiento científico. Una justificación que a menudo se invoca, pero no se prueba empíricamente, es que la comprensión de la ciencia hace que la ciudadanía esté más informada y apoye la participación democrática. Es decir, la ciudadanía que entiende cómo se produce el conocimiento científico será consumidora cuidadosa de las afirmaciones científicas sobre cuestiones científicas de interés público (p. ej., el calentamiento global, la ecología, los alimentos genéticamente modificados, la medicina alternativa, las crisis sanitarias y sus respuestas, tales como pandemias y vacunas) tanto en las urnas como en sus vidas diarias.

- Un segundo argumento para justificar esta postura entre los educadores es que entender la estructura y la naturaleza de la ciencia hace que uno sea mejor haciendo y aprendiendo ciencia. Es decir, si los estudiantes llegan a ver la ciencia como un conjunto de prácticas que construye modelos para dar cuenta de los patrones de evidencia en el mundo natural, y que lo que cuenta como evidencia depende de observaciones cuidadosas, estudios de verificación y argumentos de construcción, entonces tendrán mayor éxito en sus esfuerzos por construir conocimiento. La visión de estos procesos desde la distancia, no solo poniéndolos en efecto, mejora la capacidad de los estudiantes para practicar la ciencia.
- A veces se reconocen cuatro fuentes de conocimiento: la intuición, la autoridad, la inducción racional y el empirismo científico. Las cuatro son buenas fuentes para una hipótesis de investigación, pero el empirismo científico es la única fuente aceptada de nuevo conocimiento científico.
- Se pueden distinguir dos tipos de investigación: la investigación académica y la investigación privada. La investigación académica es el tipo de investigación que se realiza en universidades, academias e instituciones científicas. A menudo es llevada a cabo por académicos y profesores. Mientras que la investigación privada es realizada por empresas privadas y se utiliza principalmente para resolver problemas relacionados con el comercio. A pesar de que hay diferencias entre los dos tipos, pueden complementarse entre sí. Las empresas privadas pueden contar con académicos universitarios para llevar a cabo investigaciones para ellas, y también utilizan la investigación académica que se lleva a cabo en las universidades. Sin embargo, esto puede plantear cuestiones sobre la inversión pública en investigación en relación con el uso de la academia y la participación de académicos para intereses y beneficios privados. También pueden surgir problemas éticos cuando las empresas privadas financian la investigación académica.
- Con el fin de comprender el tipo de habilidades que necesitamos para llevar a cabo la investigación, podemos aprender de las características de la investigación científica. La investigación científica a menudo se distingue, desde el punto de vista normativo, de otros tipos de investigación por seis características importantes: es pública, objetiva, sistemática, acumulativa, empírica y predictiva.
- Se pueden distinguir dos categorías principales de investigación científica, (1) investigación cuantitativa y (2) investigación cualitativa. Tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa pueden utilizar métodos tales como encuestas, análisis de contenido, discusiones de grupos focales, entrevistas (estructuradas, semiestructuradas y abiertas), observación y estudio de caso. Cada método utiliza diferentes herramientas para recopilar datos. Por ejemplo, el cuestionario es la herramienta de recopilación de datos para la encuesta y la hoja de análisis de contenido se utiliza con el fin de recopilar datos para el análisis de contenido.
- El proceso de investigación requiere información confiable. Esto requiere habilidades adecuadas para encontrar fuentes relevantes de información.
- La ciencia recopila datos, los organiza y los analiza de manera que se garantice que puedan proporcionar información significativa y que puedan servir de base para el conocimiento.
- Los educadores deberían garantizar la interactividad con los estudiantes en la

administración de actividades bajo esta unidad, y guiarlos para que den ejemplos acerca de:

- El significado de la ciencia.
- El significado del conocimiento científico.
- La relación entre ciencia y conocimiento.
- La naturaleza y estructura de la ciencia.
- La naturaleza y la estructura del conocimiento.
- Diferentes fuentes de nuevos conocimientos.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Articulación de hipótesis, leyes o modelos.
- Pensamiento deductivo.
- Análisis del discurso.

Unidad 2: Búsqueda: exploración de información estratégica

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Factores para restringir y enfocar su búsqueda de información.
- Palabras clave para representar sus necesidades de búsqueda de información.
- Operadores booleanos y otros comandos limitantes de búsqueda.
- Atajos de motores de búsqueda para ahorrar tiempo.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores y los estudiantes podrán:

- Desarrollar una estrategia de búsqueda de información eficiente.
- Aprender a utilizar los comandos de búsqueda en las bases de datos.
- Filtrar las salidas de información de los motores de búsqueda.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico.

Búsqueda y descubrimiento

La abundancia de contenidos disponibles significa que la información que se busca no siempre es de fácil acceso, ya que está organizada de diferentes maneras en bases de datos, repositorios, repertorios, bibliotecas, centros de información y muy a menudo se clasifica individualmente. Por lo tanto, al buscar información, es necesario desarrollar estrategias para explorar y encontrar información o datos relevantes. Algunos proveedores de recursos, como las bibliotecas, tienen formas estandarizadas de clasificar y catalogar elementos de información que faciliten la búsqueda. Sin embargo, los producidos y almacenados por otros proveedores, como los sitios web, pueden usar una cantidad de métodos de organización de la información que dificultan buscar, localizar y recuperar lo que es relevante.

Los comandos clave para recuperar los resultados relevantes de la base de datos, incluidas las búsquedas generales en Internet, ya sea por un motor de búsqueda especial o en redes sociales o servicios de comercio electrónico, utilizan operadores booleanos: AND, OR, NOT (Y, O, NO). El uso de estas palabras en la búsqueda, eliminará resultados irrelevantes y ahorrará tiempo y esfuerzo. Los motores de búsqueda utilizan delimitadores para ayudarle a encontrar lo que necesita con el mínimo de recursos irrelevantes. Algunos ejemplos se dan en una actividad a continuación.

Una buena manera de aprender a usar operadores booleanos es en la práctica. Pida a los alumnos que elijan dos temas relacionados (ya sean históricos o actuales), por ejemplo, un virus y vacunas, y cómo afectaron a su país tanto positiva como negativamente. Los estudiantes aplican operadores booleanos en la búsqueda de información sobre estos temas, ya sea en un motor de búsqueda o en una base de datos de la biblioteca, utilizando "Consejos para la base de datos" adaptada por la biblioteca del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), donde también puede encontrar información sobre el uso de otros operadores de búsqueda.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

1. Utilizando el operador Booleano AND para combinar tema, país y fecha.

Utilice AND en su búsqueda para:

- Reducir sus resultados.
- Indicar en la base de datos todos los términos de búsqueda que deben estar presentes en los registros resultantes.
- Ejemplo: clonación AND humanos AND ética.

A continuación, el diagrama de Venn representa el conjunto de resultados para esta búsqueda en el triángulo púrpura. Es un conjunto pequeño que utiliza AND, la combinación de las tres palabras de búsqueda.



Cabe señalar que en muchas de las bases de datos, pero no en todas, el AND está implícito.

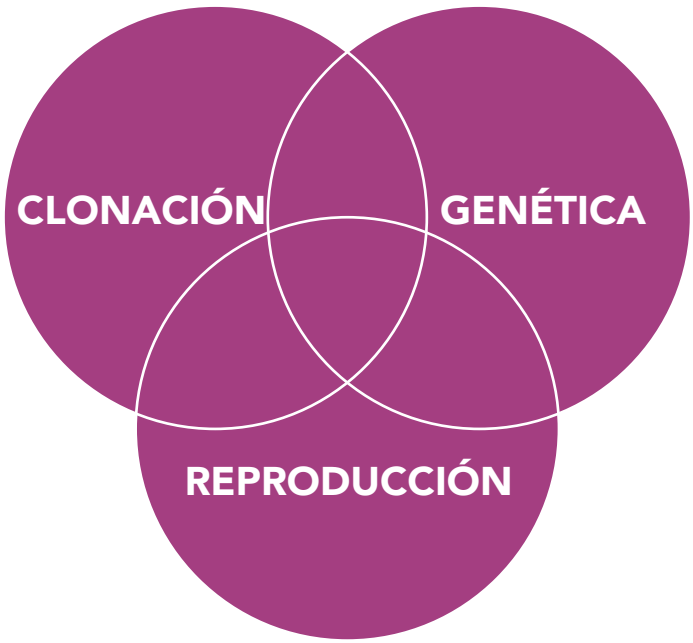
- Por ejemplo, Google coloca automáticamente un AND entre los términos de búsqueda. Aunque todos sus términos de búsqueda se incluyen en los resultados, es posible que no estén conectados entre sí de la manera que necesita.
- Por ejemplo, esta búsqueda: *estudiantes universitarios prueba ansiedad* se traduce como: estudiantes AND universitarios AND prueba AND ansiedad. Las palabras pueden aparecer individualmente a lo largo de los registros resultantes.
- Puede buscar usando frases para hacer sus resultados más específicos.
- Por ejemplo: "estudiantes universitarios" AND "ansiedad ante las pruebas". De esta manera, el resultado corresponderá de mejor manera a la información que está buscando.

2. Utilizando OR para combinar su tema con otra información tal como país y fecha.

Utilice OR en una búsqueda para:

- Conectar dos o más conceptos similares (sinónimos).
- Ampliar sus resultados, diciéndole a la base de datos que cualquiera de los términos de búsqueda puede estar presente en los registros resultantes.
- Ejemplo: clonación OR genética OR reproducción.

Los tres círculos representan el conjunto de resultados para esta búsqueda. Es un conjunto grande porque cualquiera de esas palabras es válida usando el operador OR.



3. Utilizando NOT para combinar su tema, país y fecha.

Utilice NOT en su búsqueda para:

- Excluir palabras de su búsqueda.
- Reducir su búsqueda, diciéndole a la base de datos que ignore los conceptos que pueden estar implícitos en los términos de búsqueda.
- Ejemplo: "clonación NOT oveja".

4. Orden de búsqueda.

Las bases de datos siguen los comandos que usted escribe y devuelven resultados basados en esos comandos. Tenga en cuenta el orden lógico en el que se conectan las palabras cuando se utilizan operadores booleanos:

- Las bases de datos generalmente reconocen AND como operador principal y vincularán primero los conceptos con AND.
- Si utiliza una combinación de operadores AND y OR en una búsqueda, incluya las palabras a ser vinculadas por OR entre paréntesis.

Ejemplos:

- Ética AND (clonación OR técnicas de reproducción).
- (Ética* OR moral*) AND (bioingeniería OR clonación).

5. Operadores de búsqueda de Google (considere otros motores de búsqueda como DuckDuckGo, Baidu, Yandex, Ecosia, etc.).

Una herramienta más avanzada es Google Search Operators (2020). Puede agrupar a estudiantes en equipos para usar operadores con el fin de investigar temas específicos. Busque el tema utilizando cada una de las seis categorías que se enumeran en la tabla a continuación. En consecuencia, cada equipo puede tener la tarea de presentar las ventajas de utilizar estos operadores de búsqueda para restringir los resultados de búsqueda y obtener resultados de búsqueda más efectivos. La siguiente tabla enumera las seis categorías. Los hipervínculos incluidos conducen a páginas web donde se puede obtener información completa sobre cómo utilizar estos operadores de búsqueda.

Tabla 3.1. Operadores de búsqueda de Google.

Servicio de búsqueda	Operadores de búsqueda
Búsqueda en la web	allinanchor:, allintext:, allintitle:, allinurl:, cache:, define:, filetype:, id:, inanchor:, info:, intext:, intitle:, inurl:, link:, related:, site:
Búsqueda de imágenes	allintitle:, allinurl:, filetype:, inurl:, intitle:, site:
Grupos	allintext:, allintitle:, author:, group:, insubject:, intext:, intitle:
Directorio	allintext:, allintitle:, allinurl:, ext:, filetype:, intext:, intitle:, inurl:
Noticias	allintext:, allintitle:, allinurl:, intext:, intitle:, inurl:, location:, source:
Búsqueda de productos	allintext:, allintitle:

6. Estudio de caso

Los diferentes países pueden tener diferentes regulaciones de publicidad. Busque una compañía de redes sociales o una compañía de motores de búsqueda que opere en diferentes países e investigue las regulaciones de publicidad en el país respectivo. Investigue si esa empresa de redes sociales o motores de búsqueda cumple con las diferentes regulaciones en los respectivos países, y debata temas como a) conflictos

entre los ingresos y el interés público b) cuestiones éticas entre los ingresos y la privacidad y c) la respuesta pública ante a) y b) en diferentes países.

7. Investigación poniendo en práctica otras herramientas de limitación de búsqueda

Utilizando Internet y operadores de búsqueda, investigue las regulaciones que existen en su región sobre la industria de la publicidad. Identifique dónde están ubicadas estas regulaciones y qué tan accesible es la información para la ciudadanía que necesita tener acceso a la misma. Identifique qué individuos o grupos han creado estas regulaciones. Haga un resumen de las principales ideas que cubren estas regulaciones y explique su propósito. Explique qué tanto apoyan las regulaciones los intereses de la ciudadanía y consumidores de los servicios regulados. Explique el impacto potencial de estas regulaciones en la industria. En instancias en las cuales la publicidad viola las regulaciones, investigue qué recursos tienen disponibles los consumidores. Vea más sobre la publicidad en el Módulo 10.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p2. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Articulación de hipótesis, leyes o modelos.
- Búsqueda en catálogos de bibliotecas.
- Evaluación de la credibilidad de la web.

Unidad 3: Evaluación de la información académica y científica

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Principios para evaluación de la información académica y científica.
- Criterios de evaluación de las principales fuentes de información.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Comprender los diferentes tipos de investigación que generan información y conocimiento.
- Evaluar la relevancia y confiabilidad de la información.
- Evaluar las principales fuentes de información.
- Evaluar tipos de fuentes.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente, en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Por lo general, la información se divide en fuentes primarias, secundarias y terciarias. Cualquier producto de investigación como un artículo de revista científica, tesis, informe de investigación y producción de primera mano se considera como fuente primaria siempre que presente datos originales (incluyendo estadísticas, patentes, etc.). Las fuentes secundarias son generalmente publicaciones cuyo contenido abstrae, cita o resume información primaria, como un libro, revistas, pero también artículos científicos o periodísticos. Una fuente terciaria es normalmente una compilación de fuentes como una bibliografía, una base de datos, una enciclopedia, etc. Cualquiera que sea la fuente que se utilice, se debe aplicar la evaluación crítica si el objetivo de su investigación es la toma de decisiones, pero también si está leyendo por placer.
- La evaluación de la información requiere un proceso crítico para identificar la originalidad, confiabilidad y relevancia de la información. Esto incluye qué tan actualizada/reciente es la información, así como la cobertura geográfica y temática. Confiabilidad de la información significa evaluar los siguientes elementos: autor, título, editor, lugar, fecha, revisar la tabla de contenido y bibliografía. Estos elementos existen bajo diferentes nombres para las monografías (libros, tesis, informes, folletos), como con las publicaciones seriadas (revistas, revistas, anuales, actas), fuentes web (sitios web, medios de comunicación, charlas, tweets, etc.) y otro tipo de fuentes como patentes, estándares y mensajes de los medios. Las principales fuentes académicas en los entornos de aprendizaje y en el mundo académico son normalmente las revistas y los libros.

A continuación, se muestra un ejemplo de cómo evaluar la relevancia de las fuentes al buscar información específica:

1. *Título.* El primer elemento por comprobar es el título. ¿Indica relevancia para sus necesidades de información? ¿Le motiva a leerlo? Un buen título reflejará el contenido de la publicación.

2. *Autor*. Revise el peso como autoridad del autor (o autores), es decir, cuánto conocimiento y experiencia han demostrado en publicaciones o resultados de investigaciones anteriores. La afiliación del autor es otro factor por considerar que puede darle una idea si el autor tiene sesgos eventuales.
3. *Editor*. Compruebe el editor que ha impreso la publicación. Si el editor es una empresa u organización bien establecida (p. ej., una empresa comercial, un centro de investigación, una universidad o un organismo gubernamental), es probable que la publicación haya sido sometida a un largo proceso editorial que incluya la revisión por pares, el contenido y la evaluación del estilo. Una fuente menos confiable será, por ejemplo, un libro autopublicado.
4. *Fase secundaria – Examinar preliminares*. Una vez evaluado el autor y el título, en la monografía y la publicación seriada, compruebe la fecha, vaya a las secciones preliminares de la publicación, como la tabla de contenido y la bibliografía. Estos elementos le darán una mejor idea sobre la relevancia de este material para su trabajo.
5. *Tercera fase – Examinar contenido*. Lea la introducción y las conclusiones, además de navegar por capítulos o secciones del artículo. Al leer los productos de investigación, es importante verificar si la metodología fue apropiada, si la muestra fue lo suficientemente grande, entre otros elementos de la metodología de investigación.

- La evaluación de todos los elementos mencionados se puede verificar en línea utilizando un motor de búsqueda. Tal evaluación de cotejo puede ser necesaria especialmente para publicaciones que constituirán la base para su investigación o decisión. A medida que se familiarice con un tema será más fácil evaluar la relevancia y confiabilidad de las fuentes.
- Encontrar los recursos adecuados requiere habilidades para localizar y recuperar información que debe ser evaluada para identificar la validez del sujeto, la cobertura geográfica y su relevancia contemporánea, entre otros factores, como se mencionó anteriormente. Normalmente, la información es generada después de un largo proceso. La información emitida por instituciones académicas y científicas, o datos gubernamentales, se somete a procesos de validación, como la edición en el caso de libros y la revisión por pares en relación con los artículos de revistas. Las contribuciones se publican en todo tipo de monografías y publicaciones periódicas. Las publicaciones de mayor calidad a menudo forman parte de revistas por suscripción que generalmente se indexan y distribuyen a través de bases de datos que normalmente tienen altos costos de suscripción. Además de las bases de datos de suscripción de pago con acceso a revistas, libros electrónicos y otros tipos de material, incluida la información comercial como las patentes y las normas, hay publicaciones de acceso abierto que están cobrando importancia.
- Los repositorios de acceso abierto son compilados por universidades, organizaciones de conocimiento y gobiernos. Existen repositorios institucionales, regionales, nacionales e incluso internacionales que se construyen bajo estándares de compatibilidad internacional. Las bibliotecas, ya sean académicas, públicas,

escolares, especializadas y nacionales, son, por otro lado, las mejores fuentes de información de calidad a medida que la adquieren, organizan y distribuyen a sus comunidades, y actúan como puertas de entrada a información confiable de acceso abierto disponible en Internet, ya que a menudo tienen servicios de referencia que proporcionan orientación y asistencia en materia de información a los usuarios.

Ejercicio de aprendizaje

Los educadores pueden pedir a los estudiantes que realicen actividades de aprendizaje que les permite evaluar de manera crítica el contenido de diferentes fuentes, tales como:

1. **Libros:** pida a los participantes que busquen tres libros sobre un tema de su elección y que los evalúen utilizando los criterios descritos.
2. **Artículos de revistas:** agrupe a los participantes en equipos y guíelos para identificar un problema en su comunidad. Deberían encontrar tres artículos académicos que cumplan con los criterios de confiabilidad descritos. Los artículos pueden sugerir soluciones parciales o, posiblemente, completas al problema comunitario. Pida a los estudiantes que escriban por qué los artículos seleccionados son confiables.
3. **Los autores** que son líderes en su campo normalmente tienen varias publicaciones. Guíe a los estudiantes para que identifiquen, por ejemplo, a un ganador del Premio Nobel; busquen en sus publicaciones y evalúen cuáles son las más prestigiosas en términos de quién fue el editor y la institución de afiliación.
4. **Editores:** oriente a los alumnos para identificar cuáles son los editores más conocidos en un campo genérico de su elección. Cuanto más específico sea el tema, menos editores especializados habrá.
5. **Topología de los medios y de la información:** haga una búsqueda para identificar cuántas categorías primarias, secundarias y terciarias y tipos de medios e información puede haber. Clasifique de 1 a 10 cada categoría o tipo de información y medios encontrados de acuerdo con la confiabilidad; por ejemplo, según la revisión por pares o el proceso editorial al que se someten.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Realizar una revisión de la literatura.
- Técnicas de análisis de datos.
- Detección de patrones y tendencias en los hallazgos de la investigación.

Unidad 4: Conceptos y aplicación de la alfabetización informacional

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Introducción a la información y a la alfabetización informacional.
- Conceptos claves en la alfabetización informacional.
- Impacto de la información en las sociedades y las nuevas destrezas.
- Estándares y aplicaciones en la alfabetización informacional.
- Etapas de la alfabetización informacional.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Describir el papel y la importancia de la información y la necesidad de las destrezas en la alfabetización informacional en las sociedades de la información y el conocimiento.
- Demostrar las etapas de entendimiento/principales elementos de las destrezas de alfabetización informacional que se pueden aplicar en todos los campos.
- Identificar y explorar las fuentes de información generales (impresa y electrónica).
- Analizar los estándares de alfabetización informacional.
- Identificar y discutir los temas de ética y de responsabilidad en el uso las herramientas de información y los recursos.

Conceptos

Los términos "información", "alfabetización informacional", "TIC" y "destrezas claves" para el siglo XXI se utilizan frecuentemente en discusiones sobre la sociedad de la información y el conocimiento. La ciudadanía requiere nuevas competencias (conocimientos, destrezas y actitudes) para participar. Es importante tener una comprensión de estos términos antes de comprometerse en la capacitación y antes que nada se debe empezar con una comprensión clara del concepto de información. Consulte la Parte 1, Currículum y Marco de Competencias, y el Módulo 1 de este Currículum para obtener más información sobre cómo los términos mencionados anteriormente se relacionan con la alfabetización mediática, la alfabetización digital,

la alfabetización en redes sociales, las habilidades bibliotecarias y otros términos que la UNESCO agrupa bajo el paraguas de la Alfabetización Mediática e Informacional.

Definición de información

Debata sobre las definiciones de información que se encuentran a continuación:

- La información es un conjunto de datos recolectados, procesados e interpretados de manera que puedan ser presentados de forma utilizable.
- Información es aquello "que nos cambia" (Stafford Beer, 1979).
- Información es "aquello que llega a la conciencia del hombre y contribuye a su conocimiento" (Blokdjik y Blokdijk, 1987).
- "Información son los datos que han sido procesados en una forma que tienen sentido para el receptor y que es real o de un valor percibido en acciones o decisiones del presente o futuro" (Davis y Olsen, 1984).

¿Qué tienen estas definiciones en común? ¿Cree usted que son relevantes en el siglo XXI? Busque otras definiciones de información. ¿Puede encontrar otras definiciones que dan una descripción más amplia del término? Tenga en cuenta que la información en sí puede servir como datos, que a su vez se pueden procesar como información adicional, que, si luego se pone en uso, se convierte en conocimiento.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Defina qué es el pensamiento crítico. Debata sobre el papel del análisis, síntesis y evaluación de la información en el pensamiento crítico. Presente un caso que tenga significado y valor en el contexto de la vida diaria de los estudiantes.
- Defina el término "sobrecarga de información" y relaciónela con el concepto de una "infodemia" en la que las personas luchan por distinguir entre el contenido de la información y el de información falsa.

Las etapas de entendimiento/principales elementos de alfabetización informacional:

- Identificar/reconocer las necesidades de información.
- Determinar las fuentes de información.
- Localizar o buscar información.
- Analizar y evaluar la calidad de la información.
- Organizar, almacenar y archivar la información.
- Utilizar la información de manera ética, eficaz y eficiente.
- Crear y comunicar el nuevo conocimiento.

- Debata, en general, sobre las etapas de entendimiento/principales elementos de la alfabetización informacional (ver Woody Horton Jr., 2007 Understanding Information Literacy - a Primer. París, UNESCO, páginas 9 a 13 y Anexo B).
- Pida a los participantes que preparen una lista de comprobación de las principales destrezas que necesitan en cada etapa/elemento del proceso de la alfabetización informacional. ¿De qué manera se aplica esto en los distintos contextos de resolución de problemas? ¿Cómo identificaría usted y definiría de una manera precisa la información que se necesita para resolver un problema o tomar una decisión específica? (p. ej., 'consejo financiero para manejar un problema financiero').
- Podemos agrupar las fuentes de información en tres grandes grupos: fuentes primarias, secundarias y terciarias. Describa estas fuentes de información a los educadores y guíelos para que puedan dar ejemplos de dichas fuentes.

Sociedad de la información y sociedades del conocimiento

- Hay un cambio significativo en el funcionamiento del mundo actual. El rápido crecimiento tecnológico ha permitido que la información y el conocimiento se hayan convertido en el motor de la vida económica, social, política y cultural. De este fenómeno emerge lo que se ha denominado sociedad de la información, con el objetivo de convertirse en "sociedades del conocimiento".
  - Lleve a cabo una investigación en su biblioteca o en Internet sobre el término 'sociedad de la información'. Describa cuáles son los supuestos claves que subyacen a la sociedad de la información. Hable sobre la importancia de estos supuestos de la vida y el aprendizaje en la sociedad actual. Haga lo mismo con el término "sociedades del conocimiento". Observe cómo la UNESCO usa este término en plural, para reflejar la diversidad. ¿Cuáles son las similitudes y diferencias que se perciben entre los dos conceptos, en su caso?
  - Solicite a educadores y estudiantes que escriban lo que ellos piensan sobre lo que involucra la alfabetización informacional, incluyendo las destrezas de bibliotecología, basándose en sus propios conocimientos. También deberán anotar cinco razones de por qué es importante tener estas destrezas para moverse en la sociedad de la información de hoy.
  - Solicite a los educadores que dibujen un diagrama con las debidas anotaciones, describiendo las relaciones entre información, sociedad de la información, TIC, sobrecarga de información y Alfabetización Mediática e Informacional (AMI). Discuta la elección del diagrama utilizado y cómo decidieron colocar los diferentes conceptos en ciertas posiciones.
  - Debata con educadores y estudiantes sobre cómo el nivel de la alfabetización informacional se ha cambiado/incrementado en nuestras vidas, particularmente en los niveles universitarios hasta los niveles de postgrado y de profesionales (en el contexto del aprendizaje a lo largo de la vida). Hable sobre el círculo de producción de información y conocimiento. Analice el papel, las funciones y la rendición de cuentas de los proveedores de contenido en la sociedad. Debata sobre cómo se desarrollan las destrezas de alfabetización informacional utilizando las TIC.

- Describa qué hace a un estudiante estar alfabetizado en informática.
- Compare y contraste cómo se generan diferentes tipos de información, sus características comunes, y sus usos y valor para la salud y el bienestar, en la sociedad civil, en el sector educativo y para el trabajo y la actividad económica.

- Investigue y debata sobre uno o varios de los temas presentados a continuación:
  - La información es un aporte para la acción o la toma de decisiones, y no solo un "commodity" comercial (para mayor referencia ver *Towards Literacy Indicators*, UNESCO, 2008, página 14).
  - El suministro de y el acceso a la información es una fuente de poder y control en la sociedad.
  - ¿La alfabetización informacional requiere destrezas distintas a las del uso de las TIC (es decir, destrezas vinculadas a la alfabetización digital)? Por ejemplo, ¿pueden las personas ser alfabetizadas en medios e información en ausencia de alfabetización digital... y viceversa?
  - Debata sobre las actitudes culturales hacia la información. ¿Cómo se ve y se valora la información en su sociedad? ¿Cómo los puntos de vista de la información impresa (p. ej., de los principales periódicos) se comparan con la información que aparece en las pantallas? ¿Cuál es la relación entre la información y el poder, y entre los medios impresos y los medios digitales? ¿Cuál es la identidad de la(s) persona(s) detrás de la información generada? ¿El conocimiento de esta información es importante y por qué? Proponga las siguientes actividades a los educadores:
    1. Evalúe el valor de la información de los medios impresos (p. ej., periódicos, revistas, etc.) y los costos asociados con su almacenamiento, recuperación y uso. La investigación también debe tomar en cuenta los siguientes puntos: el valor de la información basada en los beneficios que genera, el valor real de la información basada en su disponibilidad o no-disponibilidad, y las consecuencias para los usuarios si la información no está disponible.
    2. Debata de qué manera las destrezas de la Alfabetización Mediática e Informacional son relevantes para combatir las enfermedades, mejorar las oportunidades de empleo y mejorar las prácticas pedagógicas de los profesores en las clases.
    3. Usando Internet, una biblioteca o ambos, identifique un problema o un tema para investigar en una de las siguientes áreas: educación cívica, ciencias, estudios sociales, historia o geografía. Dé a conocer los resultados de su investigación usando plantillas de software para presentaciones. Después, reflexione sobre lo siguiente: ¿Cómo seleccionó lo que quería presentar entre una gran variedad de información disponible sobre el tema? ¿Sobre qué tema quería tener más información y no pudo tener acceso, o cómo afectó esto su presentación? Finalmente, ¿transformó la información que recopiló para aplicar su contexto particular? ¿Cómo y por qué?

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 5: Ambientes de aprendizaje y alfabetización informacional

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- El Big 6: una guía a la resolución de problemas de información en seis etapas.
- Uso de bibliotecas.
- Ambientes de aprendizaje y proveedores de contenido.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Entender las diferencias entre la transmisión de información y la información para el aprendizaje.
- Describir y demostrar que comprenden los aspectos claves para organizar la información, es decir, utilizar esquemas de clasificación para localizar información y conocimiento (p. ej., clasificaciones de colecciones bibliotecarias, índices, abstractos, bibliografías, bases de datos, etc.).
- Utilizar una biblioteca de manera eficaz para el aprendizaje, evaluando las oportunidades que una biblioteca presenta para investigar un tema o asunto específico.
- Aplicar las etapas de Big 6 para la resolución de problemas de información.

Enfoques pedagógicos y actividades

Como se discutió anteriormente, en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Solicite a los educadores que consideren el siguiente marco de seis etapas para la alfabetización informacional y la resolución de problemas de información. (Si desea una descripción más detallada del marco, vea la tabla al final de esta unidad):
  - Definición de tarea: defina el problema de la información e identifique la información necesaria.
  - Estrategias de búsqueda de información: determine todas las fuentes posibles y seleccione las mejores.
  - Localización y acceso: ubique las fuentes y encuentre la información dentro de las mismas.
  - Uso de la información: capte (p. ej., lea, escuche, vea, toque) y extraiga la información relevante.
  - Síntesis: organice la información de las múltiples fuentes y presente la información
  - Evaluación: juzgue el producto (efectividad) y el proceso (eficacia).
- Compare esto con otras taxonomías de ciclos de información, como aquellas en el proceso desarrollado por Woody Horton, Jr. (2007) o la Taxonomía revisada de Bloom para alfabetización informacional. ¿Está usted de acuerdo con que las seis etapas del Big 6 forman los elementos básicos de la alfabetización informacional? Si no es así, ¿qué es lo que usted añadiría y por qué? ¿Cree usted que estas seis etapas ocurren en un claro orden secuencial como se presentan?
- Ahora guíe a los educadores a través de cada etapa del proceso de resolución de problemas de información de acuerdo con la tabla que se presenta al final de la unidad, asegúrese que tengan el tiempo necesario para abordar todos los temas/preguntas que se detallan en ella.
  - Busque una revista relevante de educación en la biblioteca de su espacio de aprendizaje (o la principal biblioteca en su ciudad o pueblo) (p. ej., educación de educadores, educación especial, educación comparativa, etc.). En la revista, identifique un tema sobre el cual usted quiera conocer más. Haga un resumen de los principales hallazgos o argumentos en los artículos. ¿Qué tan útil es la información para su práctica profesional como educador? ¿La información es aplicable para el contexto de su país? De ser así, ¿de qué manera usted usaría esta información?
  - Los participantes se reúnen con un bibliotecario en su espacio de aprendizaje y discuten las habilidades de información que necesitan para asegurarse de que están equipados para hacer pleno uso de la biblioteca. Establezca tareas que requieran que los estudiantes utilicen todos los recursos disponibles en la biblioteca, y haga que comparen la información que han adquirido en la biblioteca con otras fuentes (p. ej., Internet) y evalúen su utilidad en función de las especificaciones de la tarea.
  - Evalúe el ambiente de la escuela/colegio con relación a las necesidades de alfabetización informacional y haga recomendaciones específicas que mejorarían la alfabetización informacional de los estudiantes.

- El Big 6 y la resolución de problemas en información: utilice los recursos de información de la biblioteca para explorar un tema o un tema de actualidad (p. ej., derecho al voto, democracia, VIH/SIDA, etc.). Aplique las etapas del Big 6 para explorar este tema.
- Hable sobre la posibilidad de instalar una radiodifusora en una biblioteca. Puede ser una radiodifusora en línea o una que emita en el espectro. Guíe una lluvia de ideas sobre este posible proyecto. Planifique una discusión con las autoridades competentes y desarrolle un plan de acción. ¿Cómo cree usted que una radiodifusora en una biblioteca podría ser usada creativamente para estimular el acceso a la información y el aprendizaje? ¿Cuáles son algunos puntos a favor y en contra?
- Utilice el Internet para tener acceso a la información en temas de interés y presente la información (textual o numérica) en una tabla o en un formato gráfico. Compare la cantidad, calidad y utilidad de la información de sus recursos bibliotecarios con la información del Internet.
- Escriba un ensayo sobre cómo el uso de la radio y la telefonía móvil está cambiando la cara de la generación de la información y su uso en su país. Entregue sus descubrimientos en una presentación o compártalos en línea, después de una cuidadosa validación con sus compañeros o expertos.

Tabla 3.2. Marco de seis etapas para la Alfabetización Informacional y la resolución de problemas en información

Etapas	Temas / Preguntas
Etapa 1: Definición de las necesidades o problemas de información	¿Qué es lo que quiero conocer? ¿Qué problema estoy tratando de resolver? ¿Entiendo la naturaleza del problema o el tema que estoy investigando? ¿Puedo definir claramente mis necesidades de información o el problema? ¿Qué conocimiento previo tengo sobre el tema? ¿Cuánta información quiero sobre el tema?
Etapa 2: Estrategias para buscar información	¿Cuánto tiempo tengo para encontrar esta información? ¿Dónde debo buscar la información? Se debe guiar a los educadores hacia los mejores recursos para ciertos tipos de información y el por qué. Dependiendo del contexto, esto puede incluir 1) fuentes primarias, que son fuentes originales, donde la información no está interpretada, como informes de investigación, recibos de venta, discursos, correos electrónicos, obras de arte originales, manuscritos, fotos, diarios, cartas personales, historias orales/entrevistas o registros diplomáticos; 2) fuentes secundarias, proporcionadas por proveedores de contenido, donde la información ha sido interpretada, analizada o resumida (p. ej., libros académicos, revistas, críticas o interpretaciones); y 3) fuentes terciarias, que incluyen compilaciones, índices u otras fuentes organizadas (p. ej., abstractos, bibliografías, manuales, enciclopedias, índices, cronologías, bases de datos, etc.). ¿Busco, en la biblioteca física, Internet (incluyendo las bibliotecas digitales), museos, archivos, etc.? ¿A quién puedo solicitar ayuda?

Etapa 3: Localización y acceso	Aquí se debe guiar a los educadores para buscar la información de una manera eficiente en las fuentes antes mencionadas en la Etapa 2. Esto debería incluir: 1) Consejos para buscar en Internet, incluyendo una búsqueda general y una búsqueda especializada en un campo en especial (p. ej., en el país de los estudiantes); entender los nombres de los dominios (p. ej., .edu, .gov, .org, etc.), buscar en la red fotos y sonido (audio y video) y buscar en sitios académicos en la web (p. ej., vía Google Scholar); 2) Usar el índice y la lista de contenidos para buscar eficazmente en un libro, y buscar dentro de diversos formatos electrónicos tales como archivos PDF, etc. 3) Utilizar las bibliotecas (buscar catálogos de bibliotecas, publicaciones periódicas, índices y abstractos y libros de referencia); 4) Investigar bases de datos (ejemplos de bases de datos populares como AGRICOLA, AGRIS7CARIS, EBSCO o Expanded Academic ASAP, y otras en el país y la región de los estudiantes); consejos para búsqueda de bases de datos (búsquedas por palabras claves, identificación de sinónimos y variaciones de ortografía, búsqueda por tema o autor, combinar palabras claves como "and", "or" y "not", uso del truncamiento y caracteres comodín, y buscar por límites, tales como fecha, idioma, tipo de publicación y trabajos revisados por pares; y 5) Utilizar el canal RSS para recibir la información que necesita automáticamente.
Etapa 4: Evaluación crítica	Criterio de evaluación necesario para valorar/validar la confiabilidad, autenticidad o calidad de la información en los libros, sitios en red, otros recursos en línea, etc.
Etapa 5: Síntesis	¿Qué es una síntesis? ¿Cuál es mi síntesis de la información recopilada? ¿De qué forma se relaciona con el problema que quiero resolver? ¿Cómo puedo organizar la información relevante que proviene de múltiples fuentes de una manera eficaz? ¿Cómo presento la información? ¿Qué herramientas están disponibles? ¿Qué herramientas necesito?
Etapa 6: Uso de la información, compartir y distribución	Aplicar la información que he localizado para resolver mi problema. Fuentes de referencia/rastreo, uso de la bibliografía/herramientas de referencia disponibles como zotex, refwork, etc. Herramientas que están disponibles para compartir, distribuir y cooperar con otros que tienen necesidades de información similares o problemas (p. ej., Google Documents, wikis, Slash, etc.). Comprensión sobre los derechos de autor y el plagio.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación

Temas para considerar en el futuro

- Relacionar los Big 6 con los medios y el entorno digital.
- Revisar el modelo de e-ARTISTS de AMI.[53]

53. http://krmedia.org/pages/download.php?sn=701&fname=m238/2001/07/20200107_ed7810b04dbc1e-f7f56f5488f9f471f2

- Otros modelos de procesamiento de la información.

Unidad 6: Más sobre el procesamiento digital de la información

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- La naturaleza de la información en línea.
- Explorando el hardware y el software de las computadoras.
- Leyes de propiedad intelectual en la era de la información digital.
- Protección de programas informáticos y datos electrónicos.
- Servicios digitales, incluyendo la traducción por computadora, voz a texto y transcripción de audio; aprendizaje a través del Internet (es decir: aprendizaje en línea).
- Preservación digital y formatos digitales.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Describir la información digital vs. la analógica, incluyendo la creación, almacenamiento, transporte, distribución y preservación de las fases de la información digital vs. analógica.
- Utilizar las características básicas de las herramientas de productividad para el procesamiento de palabras, almacenamiento de archivos, acceso a fuentes remotas de información y la comunicación interpersonal.
- Utilizar la tecnología de la información para redefinir muchos aspectos de la experiencia académica y personal.
- Comprender y aplicar las leyes de la propiedad intelectual incluyendo los bienes comunes creativos y las licencias de derecho de autor.
- Buscar en el Internet utilizando técnicas relevantes (motores de búsqueda, directorios de temas y puertas de enlace/gateways).
- Entender el papel de los proveedores de contenido (p. ej., bibliotecas, museos y archivos) a fin de preservar la información digital y los desafíos para la preservación con las empresas de comunicación digital.

AMI y TIC

Almacenar información en formato digital permite que sea accesible utilizando una amplia gama de dispositivos, no como en otras formas de información analógica. Este acceso flexible hace que la digitalización de la información sea

particularmente importante, y también da énfasis a la necesidad de aprender destrezas digitales junto con las destrezas de información. Esencialmente, la Alfabetización Mediática e Informacional incluye el analizar, localizar, organizar, evaluar, crear y utilizar la información usando la tecnología digital. Debata sobre las ventajas de tener la información en un formato digital (transmisión eficaz, almacenamiento, investigación, manipulación, compatibilidad recíproca, etc.).

Enfoques pedagógicos

Como se discutió anteriormente, en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Si educadores o estudiantes tienen un conocimiento limitado o no tienen conocimiento sobre las computadoras y el software, planifique una serie de sesiones en un laboratorio de computadoras (física o virtual). Guíe a los participantes para que se familiaricen con lo básico del hardware, software, redes y servidores. Esto también puede incluir las destrezas básicas de teclado y "mouse", tipos de archivos y documentos. También se debe exponer a los participantes a los elementos básicos del software de fuentes abiertas y a la tecnología de bajo costo. Entregue a los educadores una lista de software con licencia y dispositivos populares de hardware de computadora. Solicite a los educadores que investiguen en Internet y que hagan una lista de por lo menos dos ejemplos de software abierto y dispositivos de hardware de computadora de bajo costo con funciones similares a las de las herramientas seleccionadas que requieren licencia. Evalúe de una forma crítica las posibles ventajas y desventajas de cada una.
- Los teléfonos móviles plantean problemas distintivos sobre su uso en la búsqueda, visualización, organización y almacenamiento de información.

Tenga en cuenta que la Inteligencia Artificial y el Aprendizaje Automático son dos de las formas más avanzadas de almacenar y procesar información, y de tomar decisiones o ayudar en la toma de las mismas. Obtenga más información sobre estos temas en el Módulo 11.

Actividades

- Investigue en Internet y en otros recursos en línea, tales como bases de datos y bibliotecas electrónicas para recolectar información sobre un tema específico de investigación. Reduzca las fuentes de información para que estén acorde con su propósito de investigación. Busque palabras clave, operaciones lógicas (p. ej., ‘y’, ‘o’) y determine qué elementos trabajan mejor y por qué.
- Cree un plan de actividades o un conjunto de actividades para que los participantes utilicen varios recursos de los medios digitales para preparar un proyecto, evaluación o tarea en casa. Hable sobre las características que las nuevas tecnologías brindan a las personas con discapacidad para que tengan acceso a la información digital (p. ej., acceso a la red y la creación de documentos digitales en formatos accesibles).

- Estudie un sitio en Internet que se utilice para dar cursos sobre educación a profesores o cualquier otro programa educativo. Revise cómo se organiza esta información y cómo se tiene acceso al sitio. ¿Qué recursos de información digital se utilizan? ¿Cómo se integran los recursos digitales a los materiales del curso? Practique hacer uso de este sito y hable sobre lo útil que puede ser para el aprendizaje y cuáles son las limitaciones. Debata sobre las ventajas y desventajas.
- Visite varios 'blogs' y 'wikis' que han sido creados por individuos o en colaboración con otras personas. ¿Qué tipo de intercambio de información se da en estos medios en línea? ¿Para qué propósito sirve la información? ¿Quién provee la información? ¿Cuáles cree usted que son las motivaciones y los motivos?
- Visite un sitio Wiki educativo y analice como presenta y enseña su curso o currículum. Cree un sitio Wiki sobre un tema de actualidad en educación (p. ej, mejorar las destrezas básicas de lectura y matemáticas en los primeros años de escuela). Organice un foro para una capacitación de educadores sobre el Wiki y revise los beneficios y limitaciones de compartir la información utilizando esta plataforma.
- Experimente creando un blog sobre un tema relacionado con la educación en su país. Debería ser un tema de actualidad que atraiga el interés y la capacidad de respuesta (p. ej., mejorar el acceso a la educación primaria y secundaria para los más pobres de la sociedad, diversificar el acceso a la información para los estudiantes para mejorar la calidad de la enseñanza, por qué los pobres se hacen cada vez más pobres en una época de mayor conocimiento e información, etc.)
- Debata desde el punto de vista de los estudiantes acerca de ¿qué información digital debería ser preservada? ¿Cuáles son los principales criterios de selección y las soluciones técnicas disponibles, y cómo se puede asegurar la sostenibilidad? ¿Cuáles son otros aspectos de este tema de preservación?
- Identifique los instrumentos y programas internacionales para la preservación de la información digital (p. ej., la Carta de la UNESCO sobre la Preservación del Patrimonio Digital, lineamientos archivo y preservación digital; proyecto PERSIST de la UNESCO, Programa de Información para Todos de la UNESCO [IFAP]).
- Visite el sitio web de la Biblioteca del Patrimonio Mundial y el sitio web del Programa de Memoria del Mundo: https://en.unesco.org/programme/mow. Discuta cómo el patrimonio documental es relevante para el pensamiento crítico, la verificación de información, los prejuicios, la representación y la Alfabetización Mediática e Informacional en general.
- Debata sobre la importancia de la preservación y la promoción del patrimonio documental dentro del contexto de un desastre natural, como un terremoto en un país, y hable sobre el trabajo realizado por los archivistas del Archivo Nacional de ese país. Encuentre el artículo que ilustra la situación del país después del desastre natural.
- Pregunte a los estudiantes por qué se necesita un archivo en la red y cómo se hace.
- Discuta los desafíos de la portabilidad de datos, como la capacidad de uno mismo para recuperar, almacenar y reutilizar el contenido publicado en las redes sociales,

y lo que se necesitaría para que haya interfaces interoperables entre diferentes servicios, y también para poder retirar y transferir todos los datos personales entre dichos servicios si así se elige.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 7: Propiedad intelectual y reconocimiento de la autoría

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Definición de propiedad intelectual.
- Diferentes tipos de propiedad intelectual.
- Diferentes tipos de leyes que protegen diversos tipos de propiedad intelectual.

Objetivos de aprendizaje

- Comprender el significado de propiedad intelectual.
- Entender la diferencia entre autoría y propiedad.
- Ser capaz de comprender los diferentes tipos de propiedad intelectual.

Aspectos del derecho de autor

- Las fuentes de información, aunque sean de acceso abierto, están sujetas a la propiedad intelectual. Los usuarios tienen que reconocer la autoría y seguir estándares bibliográficos que varían según cada disciplina e incluso en las instituciones. La falta de respeto de la propiedad intelectual se considera a menudo piratería. Al escribir se puede utilizar software que ayuda a mantener la integridad académica. A menudo hay programas de suscripción de pago. Algunos están disponibles de forma gratuita.
- Las cuestiones relativas a la propiedad intelectual son a menudo complejas y se encuentran entre las más debatidas en la actualidad. La situación se complica aún más por el uso generalizado de los medios digitales. Las situaciones y las leyes que

organizan la propiedad intelectual varían de un país a otro. En muchas tradiciones, aunque los acuerdos contractuales pueden afectar la situación, la propiedad intelectual de una obra pertenece a su autor. Esto significa que las obras están automáticamente protegidas y, por lo tanto, el registro formal no es necesario para reconocer y respetar la autoría de estas obras. En términos generales, la propiedad intelectual es cualquier producto del intelecto humano que la ley protege del uso no autorizado por parte de otros. La titularidad de la propiedad intelectual crea intrínsecamente un monopolio limitado en la propiedad protegida.

- También es importante distinguir entre dos términos comúnmente utilizados a este respecto: propiedad y autoría. Un autor escribe un manuscrito y vende (es decir, "cede") los derechos de propiedad a una empresa editora. Por lo tanto, el autor ha renunciado a al menos algunos derechos de propiedad sobre ese manuscrito.
- A continuación, se enumeran cuatro tipos de derechos y protecciones de propiedad intelectual frecuentemente identificados. Es importante garantizar la protección correcta de la propiedad intelectual, razón por la cual puede ser útil consultar a un experto jurídico. Hay mucho debate sobre si el interés público debe prevalecer sobre los derechos de autor de las empresas, incluida la duración del período de protección. Las cuatro categorías comunes de protección de la propiedad intelectual incluyen:

Secretos comerciales

Los secretos comerciales se refieren a información privada específica que es importante para una empresa, porque le da a la misma una ventaja competitiva en su mercado. Si un secreto comercial es captado por otra empresa, podría perjudicar al titular original. Ejemplos de secretos comerciales incluyen recetas para ciertos alimentos y bebidas, nuevas invenciones, software, procesos e incluso diferentes estrategias de mercadeo. Cuando una persona o empresa tiene una protección de secreto comercial, otros no tienen derecho a copiar o robar la idea. Para establecer la información como un secreto comercial e incurrir en las protecciones legales asociadas con los secretos comerciales, las empresas deben comportarse activamente de una manera tal que demuestre su deseo de proteger la información.

Los secretos comerciales están protegidos *sin* registro oficial; sin embargo, un propietario de un secreto comercial cuyos derechos son violados, es decir, alguien roba su secreto comercial, puede pedir a un tribunal que actúe contra esa persona o empresa e impida que utilicen el secreto comercial.

Patentes

Tal como lo define la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (conocida en inglés como la United States Patent and Trademark Office - PTO o USPTO), una patente es un tipo de protección de duración limitada que se puede utilizar para proteger invenciones (o descubrimientos) que son nuevos, no obvios y útiles, tal como un nuevo proceso, máquina, artefacto de fabricación u otro compuesto de materia. Cuando un propietario posee una patente, la ley impide que otros ofrezcan para la venta, fabriquen o usen el producto sin autorización.

Derechos de autor

Los derechos de autor y las patentes no son lo mismo, aunque a menudo se confunden.

Un derecho de autor es un tipo de protección de la propiedad intelectual que protege las obras originales en *autoría*, que pueden incluir obras literarias, música, arte y más. Hoy en día, los derechos de autor también protegen el software de la computadora y la arquitectura. Las protecciones de derechos de autor son *automáticas*; una vez que usted crea algo, es suyo a menos que renuncie o transfiera el derecho o ciertos aspectos del mismo. Si bien, los derechos de autor a menudo son exigibles por ley, ha surgido un influyente conjunto voluntario de normas para la condición de uso y reutilización de contenido, conocido como Creative Commons. Sin embargo, si se infringen los derechos protegidos por derechos de autor y el titular de estos desea presentar una demanda, será necesario registrarlos.

Marcas registradas

El cuarto tipo de protección de la propiedad intelectual es la protección de las marcas registradas. Recuerde, las patentes se utilizan para proteger las invenciones y los descubrimientos y los derechos de autor se utilizan para proteger las expresiones de ideas y creaciones, como el arte y la escritura. Las marcas registradas, entonces, se refieren a frases, palabras o símbolos que distinguen la fuente de un producto o servicios de una parte de las de otra. Por ejemplo, el símbolo de Nike, que casi todos podrían reconocer e identificar fácilmente, es un tipo de marca comercial. Si bien las patentes y los derechos de autor pueden caducar, los derechos de marca provienen del uso de la marca y, por lo tanto, pueden conservarse indefinidamente. Al igual que los derechos de autor, el registro de una marca no es obligatorio, pero el registro puede ofrecer ventajas adicionales.

- Las actividades de esta unidad se basan principalmente en la interactividad entre educadores y estudiantes. Oriente a los estudiantes a investigar, presentar y discutir ejemplos de acuerdo con los siguientes temas:
  - El significado de propiedad intelectual.
  - Las diferencias entre autoría y propiedad.
  - Los diferentes tipos de propiedad intelectual.
  - Ejemplos de diferentes tipos de propiedad intelectual.
  - Ejemplo de violación de los derechos de propiedad intelectual.
  - Uso justo de la propiedad intelectual.
  - Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y otras entidades y organizaciones pertinentes.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).

- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Normas internacionales sobre los derechos de propiedad intelectual.
- Transferencia de tecnología.
- Derechos morales.
- Comprensión del equilibrio entre los derechos de propiedad intelectual tradicionales y las iniciativas de acceso abierto.

Recursos para este módulo:

Anderson, R. (2018). Scholarly Communication: What Everyone Needs to Know. Oxford University Press.

Avedian, A. (2014). Survey Design, Harvard Law School, 1-34. http://hnmcp. law.harvard.edu/wp-content/uploads/2012/02/Arevik-Avedian-Survey-Design- PowerPoint.pdf

Association of College & Research Libraries. (2016). Marco para la Alfabetización Informacional. http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/infolit/framework1.pdf

Badke, W. (2017). *Research Strategies. iUniverse.*

Bruce B. F. (2018). *The Sage Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation.*

Ndemo, B., & Weiss, T. (2017). Making Sense of Africa's Emerging Digital Transformation and its Many Futures, *Africa Journal of Management, (3*)3-4, 328-347, DOI: 10.1080/23322373.2017.1400260

Check, J., & Schutt, R. K. (2011). Research Methods in Education. *SAGE Publications*,

1-27. https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/43589_8.pdf

Dainik, S. (2019). "Encuestas en los medios de comunicación". https://www.academia.edu/40048140/QUESTIONNAIRE_SURVEYS_IN_MEDIA_RESEARCH

El dilema social. (2020). https://www.imdb.com/title/tt11464826/?ref_=nv_sr_srsg_0

Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., & Swain, E. (2007). *Handbook for Teaching Information Literacy.* Cardiff University.

Google. (2020). Operadores de Búsqueda de Google. http://www.googleguide.com/advanced_operators_reference.html

Tutoriales sobre información y alfabetización digital: https://www.sheffield.ac.uk/library/idlt Este sitio discute las características para la información y la alfabetización digital. También proporciona enlaces a otros sitios web y varios recursos.

Kebede, G. (2004). Las necesidades de información de los usuarios finales del África subsahariana en el entorno de la información digital. *International Information & Library Review, 36(3)*, 273-279. doi:10.1080/10572317.2004.10762644.

Bibliotecas del MIT (Massachusetts Institute of Technology). (2020). Consejos para la base de datos. https://libguides.mit.edu/c.php?g=175963&p=1158594

Myers, G. (2017). *Principles of Intellectual Property Law.* West Academic Publishing.

Owens, L. (2002). Introducción al diseño de encuestas, 1-19 https://www.researchgate.net/publication/253282490_INTRODUCTION_TO_SURVEY_RESEARCH_DESIGN

El dilema social. (2020). https://www.imdb.com/title/tt11464826/?ref_=nv_sr_srsg_0

Tayie, S. (2005). *Research Methods and Writing Research.* Center for Advancement of Post-Graduate Studies and Research in Engineering Sciences, Faculty of Engineering, Cairo University. (pp1-136). http://www.pathways.cu.edu.eg/subpages/training_courses/C3-Research-EN.pdf.

Tayie, S. (2013). *Media Research Methods.* Cairo University Press.

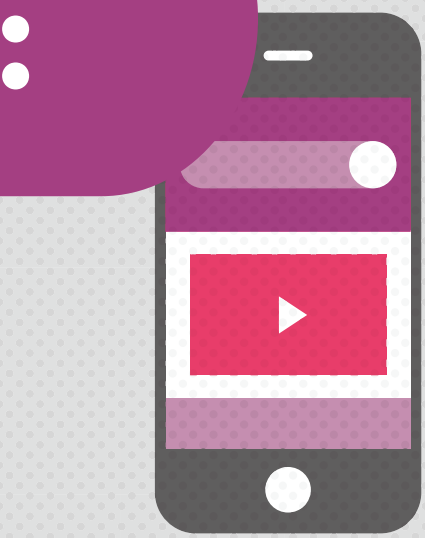
UNESCO. (2008). *Hacia los indicadores de Alfabetización Informacional*. [Documento marco conceptual]. UNESCO.

http://www.big6.com. Este sitio web cuenta con una gran cantidad de recursos relacionados con las etapas de alfabetización informacional.

Wimmer, R.D., & Dominick, J.R. (2014). Mass Media Research: An Introduction. Boston, Mass: Wadsworth Cengage Learning.

MÓDULO 4:

COMPETENCIAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL PARA ABORDAR LA INFORMACIÓN FALSA, LA DESINFORMACIÓN Y EL DISCURSO DE ODIO: EN DEFENSA DE LA BÚSQUEDA DE LA VERDAD Y LA PAZ







"La falsedad vuela y la verdad viene cojeando tras ella, de modo que cuando los seres humanos logran desengañarse ya es demasiado tarde; la broma ha terminado, y el cuento ha tenido su efecto: como un ser humano, que ha pensado en una buena réplica cuando ya el discurso ha cambiado, o la compañía ya se ha apartado; o como un médico, que ha encontrado una medicina infalible después de que el paciente ya ha muerto".

– Jonathan Swift (siglo XVI)

Antecedentes y fundamentos

La búsqueda de la verdad es la historia de la humanidad. En las últimas décadas, hemos sido testigos de innovaciones sin precedentes en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de una velocidad y alcance hasta ahora inimaginables. Pero tales inventos e innovaciones

no siempre avanzaban en la búsqueda de la verdad. De hecho, lo que dijo el escritor angloirlandés Jonathan Swift en el siglo XVI todavía resuena hoy: "La falsedad vuela y la verdad viene cojeando tras ella". El estudio del Media Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) de 2018 sobre Twitter valida la sátira al concluir que "las falsedades se difundieron más lejos, más rápido, más profundo y más ampliamente que la verdad en todas las categorías de información"[54].

Este módulo, Competencias de Alfabetización Mediática e Información para abordar la información falsa, la desinformación y el discurso de odio, se divide en dos partes principales. En la primera parte se examinan los diferentes tipos de información falsa que impregnan la llamada era de la posverdad. En la segunda parte se ilustra cómo la información falsa puede generar desconfianza, división e intolerancia. El módulo refuerza varios módulos anteriores, destacando para los lectores cómo las competencias y herramientas de AMI pueden aplicarse en la búsqueda y defensa de la verdad, evitar la propagación de información falsa y crear una sociedad inclusiva, participativa y abierta.

El módulo utiliza "noticia falsa" como un término genérico, aunque también, en otro nivel, distingue entre desinformación, información falsa e información errónea, incluidas las teorías de conspiración. Desacredita el popular término "noticia falsa" y lo denomina como lo que realmente es: contenido falso o engañoso. La UNESCO desaconseja el término noticias falsas, sobre la base de que, si el contenido es falso, no es noticia. Educadores y estudiantes deberían examinar cuidadosamente la información falsa por las muchas tribulaciones que ha causado y continúa causando a los individuos y las sociedades. Estos incluyen una desconfianza generalizada en los medios informativos objetivos, en la ciencia y las instituciones establecidas, el aumento del discurso de odio, la intolerancia y la polarización, la perturbación de los procesos democráticos (especialmente las elecciones libres), la amenaza para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y, últimamente, el surgimiento de la “desinfodemia” en relación con la crisis del coronavirus que ha envuelto al mundo en el momento de escribir este artículo. Estos son solo algunos de los daños de la información falsa.

En segundo lugar, el módulo nos permite entender cómo las noticias y la información pueden corromperse para crear desconfianza, división, intolerancia y prejuicios entre individuos y sociedades. Examina la percepción de que los medios masivos y los medios sociales son ‘plataformas de

54. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science,* 359, 1146-1151. 10.1126/science.aap9559.

elección' en la propagación del discurso de odio, la discriminación, las teorías o mitos de conspiración, la radicalización y el extremismo violento.

AMI proporciona las competencias y herramientas que nos permiten prevenir la propagación de información falsa y hacer retroceder a los proveedores de engaño e intolerancia y a los modelos de negocios digitales que amplifican dichos contenidos y las conexiones entre quienes los proporcionan. AMI permite a los estudiantes (1) identificar información falsa y contenido dañino; (2) desacreditarlos a través de la verificación de datos y (3) cuando sea necesario, contrarrestarlos sin amplificarlos aún más a través de informes y/o mensajes de respuesta. Este módulo presenta herramientas y aplicaciones de verificación de datos que pueden incluirse en un kit de herramientas de AMI. La Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas sobre discurso de odio[55], Compromiso 7, Acción 20 acentúa la necesidad de utilizar la educación como una herramienta para abordar y contrarrestar el discurso de odio mediante la promoción de los valores y habilidades de la educación para la ciudadanía global y mejorar la Alfabetización Mediática e Informacional. La nota de orientación de las Naciones Unidas sobre cómo abordar y contrarrestar el discurso de odio relacionado con el COVID-19[56], asocia a su vez el discurso de odio con la desinformación, al tiempo que alienta respuestas que se centran en el pensamiento crítico, las habilidades sociales y emocionales y el compromiso responsable, a través de la ciudadanía global y la educación en derechos humanos. AMI trata sobre el pensamiento crítico y la habilitación de la ciudadanía global y la conciencia de los derechos humanos de manera que contrarreste la información falsa.

La manera en que los programas de la AMI promueven la inclusión, la igualdad de género, la diversidad y el pluralismo también es clave para combatir la información falsa. Una AMI sensible al género que fomenta la verdad sobre los roles de las mujeres en varios de los desarrollos sociales en el mundo. Por ejemplo, la comunicación intercultural (interétnica) y los diálogos interreligiosos (interconfesionales) pueden ayudar a contrarrestar la masculinidad tóxica, la discriminación, las representaciones estereotipadas y los prejuicios. AMI puede ayudar a fortalecer los puntos de vista desde múltiples perspectivas y la alfabetización histórica. En las últimas décadas hemos sido testigos de avances tecnológicos que, en algunos casos, también han llevado a enigmas tecnológicos, silos informativos e incluso a rupturas éticas.

55. United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_EN.pdf
56. United Nations Guiding Note on Addressing and Countering COVID-19 related Hate Speech. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf.

Este módulo cubre las siguientes unidades:

Unidad 1:
La verdad es importante

Unidad 2:
El ecosistema de la información falsa y desinformación

Unidad 3:
Medios e información falsa

Unidad 4:
Impactos del contenido falso y engañoso en las personas y la sociedad

Unidad 5:
Alfabetización Mediática e Informacional y la información falsa

Unidad 1: La verdad es importante

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Reflexión acerca de las teorías sobre la verdad.
- La llamada "era posterior a la verdad".
- La verdad como la esencia del periodismo y la biblioteconomía.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Explicar teorías sobre la verdad.
- Analizar las condiciones que ilustran, por ejemplo, la era posterior a la verdad.
- Defender por qué decir la verdad es la esencia del periodismo y la biblioteconomía.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular. A continuación, se enumeran algunos ejemplos. Consulte la Parte 1 para conseguir otros y obtener orientación más detallada sobre ellos.

- Enseñanza reflexiva: planifique actividades que investiguen o pesquisen sobre la verdad en el contexto de los temas enumerados anteriormente.
- Estudio de caso/ejemplos de caso: identifique y discuta varios ejemplos de la vida real en la búsqueda de la verdad y las perspectivas en conflicto. Piense en los relatos históricos de ciertos eventos bien conocidos. Considere también el papel de la mujer en la historia y/o su contribución a la independencia de diversos países de elección.
- Juegos: busque en Internet juegos (digitales/electrónicos o de otro tipo) que promuevan la búsqueda de la verdad, el razonamiento y la lógica, el pensamiento crítico o los medios y la información, etc. Use estos juegos en las actividades del aula. Vea, por ejemplo, el galardonado juego ¡Go Viral! del laboratorio de toma de decisiones sociales de la Universidad de Cambridge https://www.goviralgame.com/books/go-viral/. Busque juegos similares en su región y país.
- Análisis textual/contextual: identifica libros de no ficción, artículos de revistas, videos que ofrecen hallazgos de investigaciones de temas sociales particulares o dan informes de la historia. Discuta y analice los argumentos y las pruebas proporcionadas. Mire este breve video, *5 consejos para mejorar tu pensamiento crítico* https://www.youtube.com/results?search_query=Critical+thinking+
- Los educadores deberían hacer un censo rápido (mano levantada) de los estudiantes que escuchan o se encuentran con el término "noticias falsas" con más frecuencia

que cuando se encuentran con el término información falsa y desinformación. Repita este censo, pero esta vez concéntrese en las personas que usan el término "noticias falsas" con más frecuencia que información falsa o desinformación. Guíe a los estudiantes a reflexionar por qué usan cada término. Pídales que reflexionen si ven un problema con el término "noticias falsas". Explíqueles qué es la noticia y su importancia para la sociedad. Consulte los módulos 1, 2 y 13 para obtener más información sobre las noticias y los medios en relación con el desarrollo. Guíe a sus estudiantes a comprender que las noticias profesionales deberían ser información verificada. Por lo tanto, si el contenido es falso, no puede ser noticia. Explique a sus estudiantes que el uso del término noticias falsas se puede instrumentalizar para suprimir las noticias legítimas. Guíe una discusión sobre esta perspectiva. Haga otro censo para ver cuántas personas están listas para dejar de usar el término "noticias falsas" y use expresiones como contenido falso o engañoso, información falsa y desinformación. Consulte el Glosario de términos para obtener definiciones de información falsa y desinformación.

- Organice a sus estudiantes en dos o más grupos, preferiblemente de 5 a 7 miembros por grupo. Pida que cada grupo haga un círculo. Indique a cada miembro del grupo que piense en tres declaraciones sobre sí mismo. Dos deben ser afirmaciones verdaderas y una debe ser falsa. Las declaraciones deben ser interesantes y no genéricas o comunes. Para jugar una ronda, cada persona comparte las tres declaraciones (en cualquier orden) con el grupo. El objetivo del juego es que los miembros determinen qué declaración es falsa. Cada miembro elige qué declaración cree que es mentira. Al final de cada ronda, cada miembro revela cuál fue la mentira (adoptado de icebreakers.ws - https://www.icebreakers.ws/small-group/two-truths-and-a-lie.html). Para animar el juego, deje que cada grupo o todo el grupo responda las siguientes preguntas y piense en los demás: ¿fue difícil para usted pensar en declaraciones verdaderas y falsas? ¿Por qué sí o por qué no? ¿Qué estrategia utilizó para discernir qué declaración era verdadera o falsa? ¿Observó algún patrón en cuanto a los temas/asuntos de donde provienen la mayoría de las declaraciones falsas?
- Los educadores podrían entrevistar o guiar a los estudiantes para entrevistar a un reportero de noticias y un editor de la misma organización noticiosa. Haga las siguientes preguntas al reportero y piense en otras: ¿Qué criterios utiliza al seleccionar datos o información para garantizar la precisión en la presentación de informes? ¿Qué técnicas de recopilación de información utiliza para obtener datos e información fáctica? ¿Cómo corrige los errores de hecho en sus historias publicadas? Para el editor, haga las siguientes preguntas: ¿Cómo verifica que los datos o la información proporcionada por sus reporteros sean precisos o fácticos? ¿Tiene su organización noticiosa estándares relacionados con la precisión? Si es así, por favor descríbalos. ¿Qué hace su organización noticiosa para corregir los errores de hecho en sus historias publicadas? ¿Existen normas internas que garanticen las perspectivas de las diversas partes involucradas en verificar la información? ¿Se consideran las perspectivas de género en los procesos de verificación de información?

- Los educadores podrían entrevistar o guiar a los estudiantes para entrevistar a bibliotecarios, archivistas o curadores de museos en sus comunidades. Haga las siguientes preguntas (se pueden añadir más): ¿Qué criterios utiliza al seleccionar libros de no ficción, documentos originales o artefactos para la biblioteca/archivo/museos sobre diversos temas para garantizar la precisión y la autenticidad? ¿Qué técnicas de recopilación de información utiliza para recopilar datos e información sobre los libros, documentos originales o artefactos a elegir? ¿Cómo corrige los errores cuando descubre que después de nuevos desarrollos e investigaciones ciertos libros, documentos originales o artefactos ya no son verdaderos o completamente auténticos? Para el bibliotecario jefe/archivista/director del museo, realice las siguientes preguntas: ¿Cómo verifica que los datos o la información sobre libros u otros recursos de la biblioteca, documentos originales o artefactos proporcionados por su personal/colegas sean precisos o reales? ¿Tiene su organización estándares relacionados con la precisión? Si es así, por favor descríbalos. ¿Existen reglas para garantizar el equilibrio de género en la autoría o la representación de género no estereotipada en la recopilación de libros u otros recursos de la biblioteca, documentos originales o artefactos?
- Invite a un historiador al espacio de aprendizaje para explicar y discutir los temas del revisionismo histórico y el negacionismo. Los temas de discusión pueden incluir lo siguiente: ¿Cuáles son las diferencias entre el revisionismo histórico y el negacionismo? Considere también diversos grados de revisionismo y negacionismo, incluida la distorsión y la banalización; por ejemplo, en el caso del Holocausto/genocidio del pueblo judío. Vea más sobre la Alianza Internacional para la Memoria del Holocausto (AIMH) y el sitio web de la UNESCO www.AgainstHolocaustDistortion.org, que crea conciencia sobre la distorsión del Holocausto, los motivos relacionados y sus efectos nocivos. ¿Cuáles son algunos temas y eventos globales y/o nacionales que ahora son objetivos del revisionismo o el negacionismo? ¿El revisionismo histórico y el negacionismo son consistentes en la búsqueda de la verdad? ¿Qué motiva a algunos individuos a reivindicar estos dos conceptos? Realice una presentación frente al grupo y guíe la discusión sobre los aspectos más destacados de su entrevista utilizando cualquier software de presentación de diapositivas.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.

Temas para considerar en el futuro

- Libertad de expresión y libertad de información.
- Código de conducta y ética de periodistas y profesionales de la información.
- Alfabetización histórica.
- Revisionismo histórico y negacionismo histórico.

- Minería de datos, análisis de datos y determinación de la verdad.

Unidad 2: El ecosistema de la información falsa y desinformación (origen, definición, características distintivas, motivaciones, etc.)

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Elementos de contenido falso y engañoso: desinformación, información falsa y malinformación, incluidas las teorías de conspiración.
- Categorías comunes (p. ej., contenido engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, conexión falsa, contexto falso y contenido manipulado).
- Información falsa y discurso de odio.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Distinguir los diferentes tipos de contenido falso y engañoso, es decir, desinformación, información falsa y malinformación, incluyendo las teorías/mitos en términos de características, motivaciones, etc.
- Ilustrar ejemplos de categorías comunes de contenido falso y engañoso que se encuentran en diferentes plataformas de medios.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular. A continuación, se enumeran algunos ejemplos. Consulte la Parte 1 para conseguir otros y obtener orientación más detallada sobre ellos.

- Estudios de caso/ejemplos de formas comunes de contenido falso y engañoso.
- Enfoque de enseñanza reflexiva.
- Investigación.
- Producción.
- Análisis de contenido/contexto.
- Las categorías comunes de información falsa e información falsa y desinformación incluyen:
  - Contenido engañoso.

- Contenido impostor.
- Contenido fabricado.
- Conexión falsa.
- Contexto falso.
- Contenido manipulado.
- Teorías de conspiración.
- Mito.

Tenga en cuenta que el contenido odioso no es necesariamente lo mismo que el contenido falso, por ejemplo, las falsedades contra la vacunación rara vez se combinan con el odio. Sin embargo, aunque distinto, también es el caso de las expresiones de odio y hostilidad que a menudo se ven súper cargadas con contenido falso y engañoso.

Vea las definiciones de cada término en el Glosario de términos al final del Currículum AMI, o lea más sobre estos en los recursos de la UNESCO y sus asociados, a continuación. Puede buscar recursos similares en línea en su idioma local. Guíe las discusiones en el aula para comparar o contrastar los diferentes términos. Una vez que haya una comprensión clara, divida a los estudiantes en grupos y pídales que investiguen y presenten ejemplos de cada categoría de información falsa que encontraron en sus páginas de redes sociales.

- Periodismo, Noticias falsas y Desinformación: un Manual para la Educación y Formación en Periodismo. https://en.unesco.org/fightfakenews
- Una prueba innovadora enseña el ABC de la desinformación: https://en.unesco.org/news/innovative-test-teaches-abcs-disinformation.
- Acto de Equilibrismo: contrarrestar la Desinformación Digital respetando la Libertad de Expresión. https://en.unesco.org/publications/balanceact
- Alfabetización Mediática e Informacional en el Periodismo: Un Manual para Periodistas y Educadores en Periodismo. https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_eng.pdf
- Recursos para Micro-aprendizaje de Alfabetización Mediática e Informacional. https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources
- Guía a las Teorías de Conspiración, https://conspiracytheories.eu/_wpx/wp-content/uploads/2020/03/COMPACT_Guide-2.pdf
- El Manual de Teorías de Conspiración. https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/03/ConspiracyTheoryHandbook.pdf
- La UNESCO y sus socios #ThinkBeforeSharing realizan una campaña para contrarrestar la propagación de las teorías de conspiración. https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing.

- Divida la clase en parejas o pequeños grupos. Pida a cada grupo que busque en general, en Internet y fuera de este, revisando contenido de diferentes plataformas (medios de comunicación, medios en línea, redes sociales, libros) y recupere ejemplos que encajen en categorías de contenido falso y engañoso. Una vez que estén hechas todas las presentaciones, aporte al debate respondiendo estas preguntas (se pueden añadir más): ¿De qué plataforma provienen la mayoría de los ejemplos? ¿Cuáles fueron los temas más comunes presentados en general y por categoría de contenido falso y engañoso?

- En el momento de escribir este documento, entre los temas más comunes para la información falsa/desinformación se encuentra el cambio climático, la vacunación y la pandemia de COVID-19 (y otras epidemias). Realiza una investigación en línea/fuera de línea sobre la información falsa/desinformación específica común en estas áreas. Después de incluirlos en la lista, realice una investigación de seguimiento sobre la información basada en evidencia que desacredite la información falsa. Entre las fuentes de información auténtica y fidedigna, considere la información de la Organización Mundial de la Salud, su autoridad sanitaria local, la UNESCO y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente sobre el cambio climático. Identifique las instituciones creíbles que utilizó para desacreditar la información falsa. ¿Por qué considera que son fuentes de información creíbles?
- Organice el debate entre los estudiantes. Averigüe si se han encontrado con teorías de conspiración. Si es así, ¿cuáles? ¿Dónde las encontraron, en línea o fuera de esta? ¿Pudieron detectar que la información que recibieron eran teorías de conspiración? Si fue así, ¿cómo? ¿Creen que existen verdaderas conspiraciones? ¿Pueden compartir algunas de estos? Guíe a los estudiantes a buscar algunas de las teorías de conspiración ampliamente conocidas. Ahora considere el conjunto de recursos de aprendizaje desarrollados por la UNESCO, la Comisión Europea y Twitter, y vinculados a la campaña #ThinkBeforeSharing sobre cómo identificar, desacreditar por adelantado y desacreditar en su momento las teorías de conspiración, https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing. Organice grupos pequeños de discusión, actividades y presentaciones/comentarios sobre estos recursos.
    - Las teorías de conspiración a menudo se presentan como periodismo de investigación. Consulte también los recursos sobre cómo identificar la calidad y el periodismo profesional desarrollados por la UNESCO https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources Organice actividades similares a las anteriores. Vea más recursos relacionados con la UNESCO en las páginas de redes sociales MIL CLICKS de la UNESCO, https://en.unesco.org/milclicks.
- No existe una definición de discurso de odio que sea aceptada internacionalmente por todos. Busque en Internet varias descripciones ofrecidas por organizaciones internacionales, regionales y nacionales de renombre. Organice a los estudiantes en grupos y guíelos para que evalúen las diferencias entre las diversas definiciones ofrecidas. Ellos debern reflexionar sobre cuál es el riesgo de centrarse en una definición y no en otra. ¿Qué se omite? ¿Qué se mantiene? ¿Quién debería decidir? ¿Cuáles son las implicaciones?
- Busque o preseleccione publicaciones de muestra que presenten diferentes tipos de discurso de odio, como las relacionadas con la identificación de sesgos, prejuicios y motivos subyacentes, incluida la discriminación por género, el racismo, el antisemitismo, el odio dirigido a la comunidad LGBTQI+, etc. Repita las dos actividades propuestas anteriormente y describa qué tipo de contenido falso y engañoso se utilizó. Esta vez concéntrese en los tipos de discurso de odio. Si lo

desean, guíen a los estudiantes para que compartan experiencias anteriores de odio o intolerancia, o si fueron testigos de alguien que vivió esta experiencia en línea o fuera de esta. ¿Cómo respondieron? ¿Por qué respondieron o no? Tenga en cuenta los siguientes recursos de la UNESCO y sus asociados:

- Contra el discurso de odio en línea. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233231
- Repensar el aprendizaje: una revisión del aprendizaje social y emocional para los sistemas educativos. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373890?locale=en
- Abordar el antisemitismo a través de la educación: pautas para los responsables de la formulación de políticas. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000263702

- En la Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas sobre el Discurso de Odio[57], Compromiso 7: *El uso de la educación como herramienta para abordar y contrarrestar el discurso de odio estipula que las entidades de las Naciones Unidas deben tomar medidas en la educación formal e informal para implementar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4, promover los valores y habilidades de la Educación para la Ciudadanía Mundial y mejorar la Alfabetización Mediática e Informacional*. El documento también sugiere *apoyar programas, proyectos y actividades sobre Alfabetización Mediática e Informacional, incluida la alfabetización digital o tecnológica, que alienten el pensamiento crítico y las competencias críticas de las personas.* Acceda a estos documentos a través de los enlaces que figuran en la nota a pie de página. Planifique varias actividades de aprendizaje sobre el contenido de los recursos; por ejemplo, organice a los estudiantes en grupos y pídales que investiguen hasta qué punto se están implementando este tipo de acciones en sus comunidades o regiones.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Propaganda e información falsa y desinformación.
- Técnicas de propaganda computacional.

57. United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_EN.pdf Véase también: United Nations Guiding Note on Addressing and Countering COVID-19 related Hate Speech. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on % 20COVID-19% 20related%20Hate %20Speech.pdf.

- Implicaciones de la IA para la información falsa y la desinformación.
- Montajes ("Deepfakes") y otras formas de medios sintéticos (incluidas las tecnologías de manipulación audiovisual).

Unidad 3: Medios e información falsa

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Desinformación y manipulación de medios.
- Las redes sociales como plataforma de elección para la desinformación.
- La arquitectura de la desinformación y el contenido de "trolling/clickbait".

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Explicar las cualidades o características que hacen de las redes sociales las plataformas de elección para la desinformación en algún contexto.
- Describir cómo funcionan el trolling/el clickbait, incluso en relación con la desinformación.
- Evaluar los mecanismos existentes y la eficacia de los intermediarios de Internet para hacer frente a la desinformación y el odio.
- Preparar un plan de trabajo sencillo sobre cómo abordar el contenido falso y engañoso en un entorno de espacio de aprendizaje.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular. A continuación, se enumeran algunos ejemplos. Consulte la Parte 1 para conseguir otros y obtener orientación más detallada sobre ellos.

  - Estudios de caso/ejemplos de casos de formas comunes de contenido falso y engañoso.
  - Enfoque de enseñanza reflexiva.
  - Investigación.
  - Análisis de contenido/contexto.
  - Producción.
- Divida la clase en grupos y pida a cada grupo que prepare un plan de trabajo sencillo sobre cómo abordar la información falsa en los entornos del espacio de aprendizaje. El plan de trabajo puede incluir los siguientes elementos: audiencias, objetivos, mensajes, estrategias y actividades. Solicite a los estudiantes que

traduzcan sus mensajes clave a materiales de campaña (cartel, infografía, anuncio de bien público, tarjeta de redes sociales, meme) utilizando la(s) plataforma(s) de su elección, por ejemplo, impresa, de difusión y digital.

- Discuta cómo es un "bot" y cómo reconocerlo. Ver https://firstdraftnews.org/latest/how-to-spot-a-bot-or-not-the-main-indicators-of-online-automation-co-ordination-and-inauthentic-activity.
- En un grupo pequeño (de 4 a 5 participantes), pregúntele a cada participante sobre su experiencia con contenido falso al usar una plataforma de redes sociales. Los educadores pueden guiar a los estudiantes con las siguientes preguntas: ¿Ha compartido contenido falso en Internet en el pasado? ¿Por qué le gustó el contenido falso o qué le motivó a compartirlo? ¿Sabía que era un contenido falso antes de que le gustara/lo compartiera? ¿Cuál fue su reacción inicial cuando descubrió que era un contenido falso (asumiendo que no estaba al tanto antes de gustarle/compartir el contenido)? ¿Cuáles son sus recomendaciones a otros jóvenes sobre cómo ser más exigentes en el uso de las cuentas de redes sociales? (Nota: si los participantes no tienen experiencia con contenido falso, pueden entrevistar a otros jóvenes que les gusta el contenido falso o les agrada compartirlo).
- Discuta cómo los algoritmos amplifican y recomiendan contenido y grupos que propugnan por el odio y/o la desinformación. ¿Cuáles son las obligaciones de las empresas respecto a esto? ¿Se debería notificar a los usuarios si han estado expuestos a dicho contenido?
- ¿Algunos canales de medios noticiosos presentan desinformación o narrativas engañosas? ¿Dónde termina el pluralismo de los medios de comunicación y dónde comienzan los proveedores de desinformación? ¿Por qué algunos medios noticiosos son "capturados" para producir, legitimar y difundir falsedades y/u odio?
- Entreviste u organice una visita a bibliotecarios, archivistas o curadores de museos para hablar sobre cómo y si pueden identificar libros, documentos o artefactos históricos que propagan desinformación, tergiversación o si hay evidencia o perspectivas contradictorias sobre la veracidad de la autenticidad completa de estos y otros recursos relacionados. Considere, por ejemplo, los casos en que las mujeres de una raza/origen en particular fueron excluidas o no fueron destacadas lo suficiente en los relatos históricos. ¿Cómo se manejan estos asuntos?

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias y estudios de caso.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Teorías de conspiración.
- Facilitadores de software de información falsa, por ejemplo, inteligencia artificial, algoritmos y bots.

Unidad 4: Impactos del contenido falso y engañoso en las personas y la sociedad

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Impacto de la información falsa y la desinformación en la confianza en el periodismo (medios de comunicación).
- "Desinfodemia" y pandemia de COVID-19. Impacto en la salud y seguridad individual y pública. https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic
- Desinformación y democracia (incluyendo Elecciones). Véase "Elecciones y medios de comunicación en la era digital", Informe de tendencias mundiales de la UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371486
- Información falsa y economía.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Analizar el impacto de la información falsa y la desinformación en la confianza pública de las organizaciones mediáticas.
- Detallar cómo la "desinfodemia" ha afectado el comportamiento y las prácticas de búsqueda de salud, especialmente de los padres y los jóvenes.
- Ilustrar cómo las técnicas de desinformación han afectado la participación de la ciudadanía en la gobernanza, incluidas las elecciones.
- Explicar cómo diversos tipos de información falsa pueden afectar a la economía.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular. A continuación, se enumeran algunos ejemplos. Consulte la Parte 1 para conseguir otros y obtener orientación más detallada sobre ellos.

- Estudios de caso/ejemplos de casos de formas comunes de contenido falso y engañoso.
- Enfoque de enseñanza reflexiva.
- Investigación.
- Producción.
- Análisis de contenido/contexto.
- Divida la clase en parejas o pequeños grupos. Pida a cada pareja o grupo que entreviste a funcionarios/trabajadores de salud pública sobre el impacto de la "desinfodemia" en el comportamiento de búsqueda de salud y las prácticas de salud de las personas, especialmente los padres, en particular sobre la prevención de la pandemia de COVID-19, la inmunización (vacunación) y otros problemas de salud prioritarios. Los temas de la entrevista pueden incluir información falsa y desinformación común sobre preocupaciones de salud y estrategias para abordar la "desinfodemia".
- Lea el resumen ejecutivo de *Arquitectos de desinformación en red* (Consulte http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/Architects-of-Networked-Disinformation-Executive-Summary-Final.pdf). Escriba un ensayo/blog o produzca un vlog sobre técnicas de comunicación persuasivas que los "arquitectos de la desinformación en red" utilizaron para movilizar el sentimiento populista a favor de las agendas de los políticos. Puede entrevistar a expertos locales para proporcionar una comparación con el contexto local en su ensayo/blog o vlog. (Nota: el informe completo también está disponible en https://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y lecturas.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Relato/informe de investigación.

Temas a considerar en el futuro

- Información falsa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- El derecho a la privacidad.
- Teorías de sesgos cognitivos.
- La verdad en la publicidad y las relaciones públicas.

Unidad 5: Alfabetización Mediática e Informacional y la información falsa

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Comprobación de hechos y otras herramientas.
- Competencias AMI para abordar el trastorno de la información.
- Modelos de programas y proyectos de AMI que abordan la desinformación.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Ilustrar cómo llevar a cabo la verificación de datos y las técnicas y herramientas relacionadas para combatir la información falsa y la desinformación.
- Traducir las competencias AMI en indicadores de desempeño específicos como se manifiesten en términos de conocimientos, actitudes y habilidades.
- Preparar un programa de acción/proyecto para abordar la información falsa.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas más adelante y a otras que pueda formular. A continuación, se enumeran algunos ejemplos. Consulte la Parte 1 para conseguir otros y obtener orientación más detallada sobre ellos.

- Estudios de caso/ejemplos de casos.
- Enfoque de enseñanza reflexiva.
- Investigación.
- Análisis de contenido/contexto.
- Producción.

Ejercicio grupal sobre verificación de hechos: analice un discurso o una declaración de un funcionario del gobierno en los entornos de aprendizaje. Mencione citas del discurso o declaración. Pregunte a los estudiantes si cada cita es una afirmación verificable o simplemente una opinión. ¿Se puede verificar/comprobar esta afirmación? ¿Por qué sí o por qué no? Si la afirmación pudiera ser verificada/comprobada, ¿cómo lo haría? A continuación, pídale a los estudiantes que continúen con el proceso real de verificación de hechos de la afirmación. Indíqueles que documenten el proceso paso a paso, luego discutan y critiquen la forma en que llevan a cabo la investigación.

Para enriquecer la discusión, analice las implicaciones de las afirmaciones falsas tales como, por ejemplo, ¿Cómo afectó este contenido a la ciudadanía? ¿Quién es responsable de abordar los efectos/consecuencias de las afirmaciones falsas? ¿Se está haciendo algo para abordar los efectos/consecuencias de las afirmaciones falsas?

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, lecturas y visualizaciones de AV.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Relato/informe de investigación.

Temas para considerar en el futuro

- Recomendaciones del grupo de expertos de alto nivel de la Comisión Europea sobre noticias falsas y desinformación en línea.[58]

Recursos y referencias:

Unión Internacional de Telecomunicaciones & UNESCO. (2020). Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression. Broadband Commission for Sustainable Development https://www.broadbandcommission. org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf

Artículo 19. (2015). El discurso de odio explicado. https://www.article19.org/resources/hate- speech-explained-a-toolkit/

Bradshaw, S., & Howard, P. (2019). Global Disinformation Order 2019. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2019. 2, Oxford UK Project on Computational Propaganda.

Cyberbully (2011). https://www.imdb.com/title/tt1930315/?ref_=nv_sr_srsg_0

David, M. (2004). Theories of Truth in Handbook of Epistemology edited by Ilkka Niiniluoto, Matti Sintonen and Jan Woleński. *Springer Science+Business Media Dodrecht.*

European Commission Directorate -General for Communication Networks, Content and Technology. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High-Level Group on fake news and online disinformation. European Union.

58. Dirección General de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología de la CE. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High-Level Group on fake news and online disinformation. European Union.

Ireton, C., & Posetti, J. (Eds.) (2018). Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training. UNESCO.

Jackson, D. (2017). *Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and "Fake News."*

Kovach, B., & Tom R. (2014). The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect (Revised and Updated). Three Rivers Press.

Learning English. (2018). *New literacy lesson 2: Verification, independence, accountability.* https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html

Levitin, D. J. (2017). *Weaponized lies: How to think critically in the post-truth era. Dutton.*

Nery, J. (2019). "Democratic decay and disinformation in the digital age," Friedrich Nauman Foundation for Freedom, 1-36. https://asia.fnst.org/sites/ default/files/uploads/2019/04/26/democracydecayanddisinformationinthedigitalage.pdf

Corpus, J., & Cabanes, J. (2017). *Architects of Networked Disinformation, Newton Tech4Dev Network.* http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf

Ordway, D. (2020). "Rated false": Here's the most interesting new research on fake news and fact checking. https://www.niemanlab.org/2020/01/rated- false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/?fbclid=IwAR2K6OPYxCwpU0m5IRkXJnoYPjww7u8h_UiHCZMoYOAk3ljiLTZIyb3wns

Silverman, C. (2020). Verification Handbook for Disinformation and Media Manipulation. European Journalism Centre. https://s3.eu-central-1. amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3.pdf

Silverman, C. (2014) Verification Handbook for Investigative Reporting. European Journalism Centre. http://verificationhandbook.com/downloads/ verification.handbook.2.pdf

UNESCO. Think Before Clicking, Think Before Sharing. https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources

UNESCO #ThinkingBeforeSharing. https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* Public Affairs.

MÓDULO 5:

LAS AUDIENCIAS COMO CIUDADANÍA



Antecedentes y fundamentos

Todos tenemos diferentes experiencias como audiencia de contenido, tanto en linea como fuera de ella. Lo anterior se evidencia, cada vez más, a través de empresas de comunicación digital y emprendedores digitales impulsados por las redes sociales y la tecnología digital, como los teléfonos móviles y las aplicaciones. En muchas regiones, tanto niños como adultos pasan una gran cantidad de su tiempo cada día interactuando con los medios y con actividades de comunicación digital. En la última parte del siglo XX, una suposición común era que una audiencia dada puede haber sido un grupo homogéneo de individuos pasivos o receptivos que interpretarían un texto o una forma de medios de la misma manera o de manera similar. Este fue a menudo el caso de la televisión, especialmente en su fase temprana, en que la comunicación no era generalmente multidimensional con múltiples bucles de retroalimentación. El contexto actual basado en Internet ha complicado enormemente no solo las formas en que nos comunicamos, sino también con quién nos comunicamos. Ahora podemos ser considerados, al mismo tiempo, consumidores (a veces denominados "públicos objetivo", incluidos los objetivos de publicidad basada en datos y elementos de contenido seleccionados), así como participantes activos, lo que significa que también somos productores y creadores de contenido.

El público objetivo es el grupo de lectores, espectadores, oyentes y usuarios, que se definen por características demográficas y específicas de otro tipo, como la edad, el origen etnocultural, la situación socioeconómica, el género, la identidad o los intereses. Estos públicos podrían considerarse un grupo específico para el cual varios actores desarrollan y dan forma a los mensajes. Por ejemplo, tradicionalmente, los anunciantes han estado pendientes de comprar el tiempo o espacio que les dará acceso a un grupo demográfico específico y a una audiencia seleccionada. En la industria de la televisión, los anunciantes comprarán unidades de tiempo de una cadena durante un programa particular, si es que el programa atrae a la audiencia a la que ellos esperan llegar. Muchos programas están diseñados desde el principio para atraer tipos de publicidad. En la actualidad, dentro del contexto de los nuevos medios y las redes sociales, en particular, hay algoritmos, medidas de rastreo y huellas digitales que pueden identificar o aislar a los usuarios. Por lo tanto, se pueden desarrollar sofisticados esquemas de mercadeo para presentar a los usuarios anuncios y otros contenidos sin que una audiencia los solicite o incluso sea consciente de que los anuncios están entrelazados en su consumo. Por ejemplo, alguien interesado en viajar a un destino específico puede buscar información a través de un navegador web y luego encontrar anuncios emergentes a través de sitios de redes sociales a los

que accede posteriormente de una manera fluida, ilustrando cómo el acceso, el uso, la información y los mensajes dirigidos pueden estar entretejidos exponencialmente. Consulte el Módulo 10 para obtener más información sobre la publicidad.

Sin embargo, las personas son ciudadanía y no meras audiencias. Las personas tienen un valor muy superior a los relacionados con el consumo de contenido. La forma en que interpretamos los mensajes e interacciones puede relacionarse con nuestras experiencias socio-sicológicas vividas, así como con nuestros valores, actitudes y comportamientos, dadas nuestras identidades culturales, económicas, etnorraciales y otras. Si bien todavía hay desigualdades, barreras, obstáculos y divisiones que pueden obstaculizar y disminuir las relaciones sociales en todo el mundo, también hay innumerables posibilidades y oportunidades para interactuar y comunicarse con los demás a través de las fronteras lingüísticas, geográficas, culturales y políticas. Esta realidad, combinada con graves cuestiones que trascienden las preocupaciones nacionales y locales, como el medio ambiente, la migración, el racismo, los conflictos, la pobreza y las políticas económicas, se relacionan directamente con la ciudadanía global. Con la creciente movilidad de las personas (amenazada por la crisis del COVID-19 en el momento de redactar este documento), el acceso a las comunicaciones basadas en Internet y la circulación de las ideas, la cultura y la educación, la ciudadanía global se hace cada vez más necesaria para hacer frente a los problemas de larga data, y para luchar por la paz, la igualdad social y la supervivencia cultural, en particular para los grupos marginados y los pueblos indígenas. Según IDEAS (y Oxfam):

Un ciudadano global es aquel que:

- Es consciente del mundo en general y tiene un sentido de su propio papel en este.
- Respeta y valora la diversidad.
- Tiene una comprensión de cómo funciona el mundo.
- Está indignado por la injusticia social.
- Participa en la comunidad en una variedad de niveles, desde el local hasta el global.
- Está dispuesto a actuar para hacer del mundo un lugar más equitativo y sostenible.
- Asume la responsabilidad de sus acciones.

La UNESCO aborda el tema de la siguiente manera: “Se discute la definición de ciudadanía y no hay una definición ampliamente acordada de ciudadano global. En todos los casos, la ciudadanía global no conlleva un estatus legal. Se refiere más a un sentido de pertenencia hacia la comunidad global y a un sentido común de humanidad, con sus presuntos miembros, experimentando solidaridad e identidad colectiva entre ellos y responsabilidad colectiva a nivel global. La ciudadanía global se puede ver como una ética o una metáfora más que como una membresía formal. Siendo un marco para la acción colectiva, la ciudadanía global puede, y se espera que genere, acciones y compromiso, entre y para sus miembros a través de acciones cívicas con el fin de promover un mundo y un futuro mejor".[59]

Para ser eficaces, la ciudadanía global, los jóvenes y los adultos deben ser flexibles, creativos y proactivos. Necesitan ser capaces de resolver problemas, tomar decisiones, pensar críticamente, comunicar ideas de manera efectiva y trabajar bien dentro de equipos y grupos. Estas habilidades y atributos son cada vez más reconocidos como esenciales para tener éxito en otras áreas de la vida del siglo XXI, incluyendo muchos lugares de trabajo. Estas habilidades y cualidades no pueden desarrollarse sin el uso de métodos de aprendizaje activos a través de los cuales los alumnos aprenden haciendo y colaborando con otros.

La educación y, para nuestros propósitos, la Educación para la Ciudadanía Mundial (Global Citizenship Education - GCED en inglés), tiene una enorme relevancia para la ecuación de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI). Como se ilustrará a continuación, la AMI y la ECM tienen algunos objetivos comunes.

Este módulo explorará diferentes preguntas:

1. ¿Cómo afecta la ciudadanía global a las formas en que podríamos considerar la noción de audiencia en relación con el contenido, las instituciones y las tecnologías?
2. ¿Cómo el antecedente y experiencia de un productor/autor puede influir en el entendimiento de un texto en todas sus formas?
3. ¿Cuáles son los otros factores que determinan cómo se interpreta el contenido, incluidas las variables culturales, educativas e identitarias?
4. ¿Cómo podría la construcción de una guía de texto, o un modelo de Alfabetización Mediática e Informacional, fortalecer un proceso de interpretación crítico?
5. ¿Cómo utilizan las audiencias la ecología de las comunicaciones en sus vidas diarias y cuál es el impacto?

59. UNESCO. (2017). *The ABCs of global citizenship education.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248232.locale=en

Este módulo cubre las siguientes unidades:

Unidad 1:
Entendimiento de la ciudadanía global

Unidad 2:
Las audiencias: contextos nacionales y globales

Unidad 3:
AMI, medios digitales y compromiso cívico

Unidad 4:
Información ciudadana y periodismo ciudadano

Unidad 1: Entendimiento de la Ciudadanía Global

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Las competencias de AMI necesarias para analizar y trabajar con el fin de resolver los desafíos de la vida real.
- La importancia de la Alfabetización Mediática e Informacional en relación con la ciudadanía global.
- La necesidad de cooperación de múltiples partes interesadas dentro y fuera del espacio de aprendizaje.
- Reconocer nuestras suposiciones, experiencias, antecedentes, creencias y cómo afectan a nuestra visión del mundo.
- Cómo la globalización de la información y la comunicación puede impulsar la ciudadanía global. Consulte los módulos 13 y 14 para obtener más información sobre este tema.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Describir el vínculo entre la AMI y la ECM y su relevancia para el aprendizaje.
- Comprender la importancia de pensar críticamente y actuar con respeto y ética hacia los problemas globales, regionales, nacionales y locales, y reconocer la interconexión e interdependencia de diferentes países y poblaciones.
- Enumerar los beneficios de pertenecer a una humanidad común, con valores compartidos y la voluntad, la empatía, la solidaridad y el respeto por las diferencias y la diversidad.

ECM desembalada

Casi todos los aspectos cubiertos en este Currículum AMI están relacionados con ECM. La UNESCO ha desarrollado muchos recursos de enseñanza y evaluación sobre la ECM. Muchos de estos se enumeran en la sección de Recursos más adelante. El objetivo de esta unidad, por lo tanto, es proporcionar a los usuarios información sobre cómo AMI se relaciona con ECM y dirigirlos a los recursos de ECM de la UNESCO y otros asociados.

La UNESCO define la ECM de la siguiente manera:

> La Educación para la Ciudadanía Mundial tiene como objetivo ser transformadora, construyendo el conocimiento, las destrezas, los valores y las actitudes que los estudiantes necesitan para poder contribuir a un mundo más inclusivo, justo y pacífico. La Educación para la Ciudadanía Mundial adopta "un enfoque polifacético, empleando conceptos y metodologías ya aplicados en otras esferas, como la educación para los derechos humanos, la educación para la paz, la educación para el desarrollo sostenible y la educación para la comprensión internacional, y tiene por objeto promover sus objetivos comunes. La Educación para la Ciudadanía Mundial aplica una perspectiva de aprendizaje permanente, comenzando desde la primera infancia y continuando a través de todos los niveles de educación y hasta la edad adulta, lo que requiere enfoques formales e informales, intervenciones curriculares y extracurriculares, y vías convencionales y no convencionales para la participación[60]".

Cuando consideremos la "audiencia", hay que pensar también en el contexto de la ciudadanía global. Es importante no ver a la audiencia de una manera singularmente aislada, ya que hay muchos públicos divergentes y superpuestos y "minipúblicos" que pueden formar e informarse fácilmente no solo como receptores, sino también como productores y distribuidores de contenido. Los medios de comunicación convencionales y oficiales, aunque siguen siendo importantes, ahora pueden ser desafiados, moldeados y oscurecidos por una multiplicidad de proveedores de contenido, redes, aplicaciones y sistemas alternativos. Es posible que no estemos exactamente seguros de quién está leyendo, viendo, escuchando o participando de otra manera con el contenido en un momento dado. Esto es significativo porque algunos de nuestros mensajes, videos, podcasts, comentarios, imágenes, etc., pueden volverse "virales" o pueden ser ignorados, o pueden ser malinterpretados, o pueden encontrar nuevas audiencias desconocidas con las que y con quién construir alianzas. Pueden mezclarse, revisarse en diferentes contextos y mezclarse con otros elementos (p. ej., diferentes aspectos visuales o de audio). Esta realidad tiene varias implicaciones. Puede comprometer o permitir los objetivos declarados de la ciudadanía global mencionados anteriormente. Crea repercusiones tanto para los productores/proveedores de contenido como para los consumidores. Esto se suma a los desafíos en el sector educativo, que debe mediar el uso, la interpretación y el compromiso con los productos de contenido en un sentido amplio. Al mismo tiempo, la ecología de la información y la comunicación está impregnada de consideraciones de ciudadanía global. Los jóvenes, en particular, están preocupados por el tipo de mundo que están viendo, heredando y al que están contribuyendo.

Educación para la Ciudadanía Mundial y AMI

La UNESCO y muchas partes interesadas de todo el mundo promueven el concepto de Educación para la Ciudadanía Mundial. Según el marco de la UNESCO, hay varias dimensiones distintivas de la ECM. En la introducción a este módulo enfatizamos en la importancia del aprendizaje social y el aprendizaje socioemocional. Hay dos elementos clave de la Educación para la Ciudadanía Mundial que son pertinentes para el aprendizaje social y para ser un ciudadano digital activo. Consulte una lista detallada de los objetivos de la Educación para la Ciudadanía Mundial en el recurso de la UNESCO *Educación para la Ciudadanía Mundial: Temas y objetivos de aprendizaje*; https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993

La Tabla 5.1. a continuación, ilustra esta relación y cómo las redes sociales pueden usarse para el aprendizaje creativo, con actividades sugeridas relacionadas con los propósitos de la Educación para la Ciudadanía Mundial.

60. UNESCO. (2015). Global citizenship education: topics and learning objectives. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993

Tabla 5.1. Alfabetización Mediática e Informacional y Educación para la Ciudadanía Mundial

Propósitos de la Educación para la Ciudadanía Mundial[61]	**Propósito de la Alfabetización Mediática e Informacional**	**Vinculación entre la Educación para la Ciudadanía Mundial y la AMI**	**Actividades: uso de las redes sociales para el aprendizaje creativo y la Educación para la Ciudadanía Mundial**
Anime a los estudiantes a analizar los problemas de la vida real de manera crítica e identificar posibles soluciones de manera creativa e innovadora.	La AMI se trata de adquirir competencias para analizar críticamente y comprometerse con problemas de la vida real que son reflejados y a veces amplificados por proveedores de contenido individuales o institucionales en varias plataformas tecnológicas.	AMI es una forma de estimular el pensamiento crítico de las personas y tiene más fuerza cuando se integra con otras competencias sociales, como las competencias interculturales o la alfabetización cultural.	Las redes sociales son recursos seleccionados algorítmicamente e impulsados comercialmente que le permiten descubrir, evaluar y analizar discusiones o problemas que están teniendo lugar en nuestro país o en el mundo. Las redes sociales pueden habilitar plazas públicas en línea, pero también comunidades fragmentadas e incluso polarizadas. Los educadores y los estudiantes podrían identificar temas que son de interés específico para ellos y sus objetivos de aprendizaje. A partir de allí, pueden analizar críticamente y discutir los elementos del debate sobre ese tema que está en curso en las redes sociales: el contexto, los actores, los problemas o las perspectivas de la discusión; ¿cuál es la narrativa más dominante? ¿Todos los actores tienen igual acceso al debate? ¿Es representativo? ¿Cómo influye esto en la formulación de políticas? Hay una variedad de maneras en las cuales podemos diseñar actividades de pensamiento crítico que permitan a las personas examinar los debates del mundo real. Los educadores también pueden desarrollar actividades para enseñar a los estudiantes cómo pueden practicar sus técnicas de investigación y cómo pueden verificar la información a través de múltiples fuentes en las redes sociales. Estas fuentes pueden ser referenciadas y verificadas con otras fuentes confiables de información, tales como sitios de noticias o reporteros creíbles. (Consulte la sección sobre Actividades a continuación en la Unidad 2 para obtener más ejemplos). Véanse los ejemplos anteriores. (Consulte la sección sobre Actividades a continuación en la Unidad 2 para obtener más ejemplos).
Preste apoyo a los estudiantes para revisar los supuestos, las visiones del mundo y las relaciones de poder en los discursos principales y tenga en cuenta a las personas/ grupos que están subrepresentados/ marginados.	Una parte crucial de AMI es permitir que las personas evalúen críticamente cómo los proveedores de contenido afirman el poder, privilegian algunos contenidos o permiten una diversidad de voces y libertad de expresión, representan la realidad, información, política, grupos sociales, etnia, género, razas, etc. Este entendimiento incluye la evaluación de si los proveedores de contenido apoyan, permiten o perpetran abusos a los derechos de las personas. Esto se relaciona con el papel del individuo en todo y a lo que Frau-Meigs (2013), se refiere como "autogestión, así como participación[62]" (p. 183 citado en ibid).	AMI es tanto un medio como un fin para lograr la Educación para la Ciudadanía Mundial.	Véanse los ejemplos anteriores. (Consulte la sección sobre Actividades a continuación en la Unidad 2 para obtener más ejemplos).

Centrarse en la participación en la acción individual y colectiva para lograr los cambios deseados.	AMI permite que las personas consideren sus estructuras y entornos sociales. Les faculta para operar de forma individual, colaborativa y autónoma en su ecología comunicativa, realizando acciones que pueden conducir a efectos positivos, cambio, debate u objetivos deseados.	AMI es una forma de compromiso cívico.	Como se mencionó anteriormente, los educadores podrían desarrollar actividades en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU para explorar con los estudiantes cómo un individuo o grupo provocó cambios en los discursos sociales o cambios en el sector privado o las políticas públicas. Al llevar a cabo este tipo de actividades, asegúrese de que haya un equilibrio entre los movimientos o acciones que han tenido éxito y los que no; explore por qué esto puede ser el caso.
Involucrar a múltiples partes interesadas, incluidas aquellas fuera del entorno de aprendizaje, en la comunidad y en la sociedad en general.	AMI abarca el aprendizaje en el aula y el que tiene lugar fuera del aula, lo que permite a ambos enriquecerse mutuamente.	La AMI permite establecer vínculos críticos entre el contenido, las instituciones y las partes interesadas en los entornos de aprendizaje formal.	Las redes sociales pueden ser herramientas para aprender fuera del aula, así como dentro de la misma. Los educadores podrían diseñar actividades que se basen en las experiencias de aprendizaje de las personas/ciudadanía fuera del aula e integrarlas en los entornos de aprendizaje formal. Explore qué constituyó el aprendizaje en este contexto, qué contenido condujo al aprendizaje, si existe una contradicción entre lo que se aprendió en línea, por ejemplo, y las realidades fuera de línea; explore qué partes interesadas influyeron en el contenido, con qué propósito y si el aprendizaje se benefició como resultado de sus aportes ¿o no? (Consulte la sección sobre Actividades a continuación en la Unidad 2 para obtener más ejemplos).

61. UNESCO. (2014). *Global Citizenship Education Preparing learners for the challenges of the twenty-first century.* UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729?posInSet=1&queryId=36ccc9a-72ad-4fae-86f8.
62. Frau-Meigs. (2013). In Carlsson & Culver. (2013). Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue. Yearbook 2013, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. University of Gothenburg.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 2: Las audiencias: contextos nacionales y globales

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Desarrollar y dirigirse a las audiencias.
- Cómo negocian las audiencias el significado.
- Cómo se ven afectadas las audiencias por la noción de ciudadanía global.
- Cómo consideramos a los usuarios de los medios como consumidores activos, productores y usuarios.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Explorar la noción de audiencia, incluidos los factores que pueden afectar la forma como las personas y las audiencias interpretan el contenido de manera diferente.
- Analizar cómo se identifican y se escogen a las audiencias, explícita e implícitamente.
- Explicar cómo las audiencias eligen consumir e interactuar con tipos específicos de información, medios impresos y cómo esta es una situación fluida.
- Analizar cómo las audiencias responden a la información, los medios impresos y los textos digitales, y explicar los factores determinantes, especialmente dentro del contexto de la ciudadanía global.
- Examinar las relaciones dinámicas, interrelacionadas y potencialmente transformadoras entre producción, mensaje, compromiso y audiencia.
- Considerar la importancia de la Educación para la Ciudadanía Mundial en la producción, el consumo y el compromiso con los medios.

Las audiencias y la exclusión

La negociación del significado a partir de textos (incluyendo imágenes, videos y medios interactivos como juegos electrónicos), en general, puede verse influida por una serie de factores en los niveles de producción e interpretación de la audiencia. El mismo contenido se puede entender de manera muy diferente, dependiendo de quién sea la audiencia. Por ejemplo, la presencia u omisión de mujeres jóvenes en los medios de comunicación puede enviar mensajes y significados explícitos e implícitos a los destinatarios. No hay neutralidad en la forma en que la gente deduce el significado de lo que ellos ven, ya que todos estamos sesgados, debido a nuestras experiencias de la vida real. Considere esta pregunta como un ejemplo: ¿qué se considera racista o discriminatorio en una narrativa o conjunto de discursos determinado? Dependiendo de quién sea consultado, la respuesta puede variar ampliamente. Las redes sociales juegan un papel importante al permitir que las personas desarrollen la compasión, la comprensión y formen alianzas en solidaridad, al tiempo que también pueden proporcionar nichos y espacios donde se puede fomentar una mayor discriminación, estereotipos y marginación.

Funk, Kellner y Share (2016) han destacado las dimensiones de la audiencia, y otras preguntas clave, dentro de su marco sobre Alfabetización Mediática Crítica (AMC). También podemos decir la Alfabetización Mediática e Informacional crítica para tener una referencia más amplia y adaptar sus ideas en la tabla a continuación.

Preguntas sobre AMC	Conceptos de AMC
1. ¿Quiénes son todas las personas posibles que tomaron decisiones que ayudaron a crear este texto?	Constructivismo social: toda la información es construida conjuntamente por personas y/o grupos de personas que toman decisiones dentro de contextos sociales de poder e influencia.
2. ¿Cómo se construyó y entregó/accedió a este texto?	Lenguajes/semiótica: cada proveedor de contenido institucional utiliza un lenguaje con gramática y semántica específicas, incluidos los géneros visuales y de audio. Consulte el Módulo 7 para obtener más información sobre este tema.
3. ¿Cómo podría entenderse este texto de manera diferente?	Audiencia/posicionalidad: las personas y los grupos entienden los mensajes de los medios de manera similar y/o diferente dependiendo de múltiples factores contextuales.
4. ¿Qué valores, puntos de vista e ideologías están representados o faltan en este texto o son influenciados por el proveedor?	Política de representación: los mensajes y las instituciones a través de las cuales viajan siempre tienen un sesgo; apoyan y/ o desafían a las jerarquías dominantes de poder, privilegio y placer.
5. ¿Por qué se creó y/o compartió este texto?	Producción/instituciones: todos los textos tienen un propósito (a menudo comercial o gubernamental) que es moldeado por los creadores y/o sistemas dentro de los cuales operan.
6. ¿A quién beneficia y/o pone en desventaja este texto?	Justicia social: el contenido es un terreno de lucha que perpetúa o desafía ideas positivas y/o negativas sobre personas, grupos y problemas; nunca es neutral.

Este modelo, además del contexto de la ciudadanía global (GCED) y los antecedentes sobre el entorno de los medios de comunicación de rápida evolución, subraya cuán dinámico, de gran alcance e impactante puede ser el compromiso en la ecología de la información y la comunicación. Incluso cuando no estamos comprometidos con los medios, a menudo somos influenciados y moldeados por ellos, dado que ciertas formas culturales y eventos globales pueden infundirse abrumadoramente en el discurso local y la difusión de información. Por esta razón, debemos preocuparnos por el control hegemónico y la influencia a través de la ecología de la información y la comunicación, que puede poner en desventaja y marginar desproporcionadamente a los grupos e incluso a las sociedades o regiones.

Enfoques pedagógicos y actividades

- En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.
- Recolecte y describa ejemplos de cómo las personas utilizan diversos proveedores de contenido y las TIC en sus vidas diarias. Explore y examine el enfoque de las celebridades del entretenimiento, y discuta cuál podría ser el público objetivo. ¿Quién está incluido, quién está omitido y cuáles son los temas e indicadores centrales que pueden reafirmar la identidad y la audiencia? ¿Qué le dicen estas fuentes sobre cómo las audiencias usan el contenido? ¿De qué manera estos usos podrían ser diferentes a lo que los productores esperaban?
- Imagínese cómo una familia, con un pasado totalmente diferente a las que aparecen en el 'reality show', el espectáculo de entretenimiento, las noticias, etc., interpreta algunos de los programas de televisión o anuncios actuales. ¿Qué diría esto sobre los proveedores de contenido y las audiencias hoy en día? ¿Cuáles son las implicaciones para la sociedad?
- Considere cómo los grupos marginados, que podrían incluir pueblos indígenas, grupos racializados, grupos con un estatus socioeconómico bajo o aquellos en la pobreza, minorías étnicas y religiosas, mujeres, miembros de la comunidad LGBTQI+ (los grupos pueden variar según el contexto), se relacionan con los medios de comunicación en términos de representaciones de los medios y respuesta de la audiencia.
- Examine las diferencias entre los medios de comunicación convencionales y tradicionales, incluidos los periódicos, la televisión y la radio convencionales, y los proveedores alternativos más nuevos, como las redes mediáticas alternativas y los grupos de activistas formados en línea, etc.
- Debata cómo las personas, especialmente los estudiantes, interactúan con las redes sociales y cómo su compromiso con ellas afecta sus vidas diarias en términos de actitudes, comportamientos y acciones. ¿Cuáles son las implicaciones? ¿Su participación en las redes sociales se produce junto con una mayor participación ciudadana o no? ¿Hay un aumento en el "activismo de salón", lo que significa que las acciones cívicas se limitan a hacer clic en los botones 'me gusta' o 'compartir'

publicaciones? ¿Cuáles son sus principales preocupaciones e intereses? Los educadores deben investigar y desarrollar otras actividades en relación con el nexo entre la ciudadanía global y las redes sociales.

- Considere cómo los anuncios afectan nuestro uso, interpretación y comprensión de los proveedores de contenido y del mismo. ¿Somos conscientes de que los anuncios están siendo plantados subrepticiamente en películas, televisión, publicaciones impresas, radio y a través de Internet? ¿Cómo entendemos los algoritmos que infunden nuestra lectura del mundo y el uso de los medios con anuncios que se programan en función de nuestras huellas digitales o lo que los tomadores de decisiones creen que nos interesará individualmente? Analizar los anuncios en las redes sociales podría ser un punto de partida para determinar cómo estamos siendo tomados como objetivo. Pida a los alumnos que se interroguen sobre las dimensiones económicas de los anuncios, y sobre cómo esto puede afectar a lo que sabemos, incluso a la forma en que se nos anima a participar ¿Pueden existir medios y plataformas digitales sin anuncios o al menos sin publicidad microdirigida basada en datos que sea capaz de manipular comportamientos? ¿Cuáles serían los modelos de negocio alternativos? Vea más sobre la publicidad en el Módulo 10.
- Examine cómo presentan los datos los motores de búsqueda de Internet. Debata cómo los anunciantes o productores pueden comprar clasificaciones más altas en la forma en que las búsquedas en Internet incluyen cierta información más que otras. ¿Cómo se considera el contexto local cuando se utiliza Internet? Es importante destacar, ¿qué información, imágenes, ideas y preocupaciones no se enfatizan u omiten, y cuáles se muestran más predominantemente? ¿Cuáles son las implicaciones para el consumo de contenido, la producción y la ciudadanía global?
- Analice los mensajes y los valores que se transmiten a través de un texto mediático popular como un programa de televisión y en las redes sociales. ¿Cómo los mensajes podrían cambiar si incluyeran personas de diferentes grupos sociales (p. ej., edad, origen étnico), o si los personajes femeninos y masculinos cambiaran de papeles? ¿Cómo podría impactar esto en la audiencia? ¿Qué cambiaría, por qué y cuáles podrían ser las consecuencias si estos cambios tuvieran lugar?
- Analice cómo el lenguaje es un factor clave para determinar qué contenido se presenta, cómo, en qué medida, y cómo puede afectar a lo que sabemos y a cómo actuamos ¿Están los idiomas locales tan fácilmente disponibles, presentados e influyentes como algunos otros idiomas? ¿Cuál es el impacto de que algunos idiomas sean más predominantes que otros? ¿Eso forma nuestra base de conocimientos a favor de valores, actitudes y comportamientos que pueden no coincidir con nuestros valores culturales locales? ¿Se puede transformar la hegemonía en diversidad?
- Vea y discuta los *memes* que se difunden en las redes sociales y busque comprender quién puede ser la audiencia para ellos. Elija unos memes y analice lo que se requiere para entenderlos, y si se entenderían de manera diferente según la audiencia. Haga que los estudiantes construyan memes para contextualizar y aclarar problemas e incidentes dentro de sus propias sociedades. Luego discuta las implicaciones de cómo se usan, diseminan (a veces se vuelven virales) e

interpretan los memes. Incluya en el análisis las variables de humor, ironía, creatividad, conocimiento cultural e interpretación de la audiencia como medio para evaluar la influencia de los memes en la ciudadanía global.

- ¿Qué se puede decir en y a través de los medios y qué se bloquea o excluye y por qué? ¿Cómo se utilizan las imágenes para transmitir mensajes? Debata por qué algunos temas parecen ser tabú y son perfilados menos que otros. ¿Qué dice esto sobre la audiencia y las relaciones de poder en relación con los proveedores de contenido?
- Examine el material promocional que está disponible para las universidades en su región. Si este material se les muestra a los estudiantes, ¿cómo se ven? ¿Qué están haciendo? ¿Qué imagen de la escuela/colegio se presenta a través de este material? ¿Qué impresión dan de la escuela/colegio que representan? ¿Son estudiantes verdaderos o solo modelos? ¿Existe un sesgo de género? ¿Si los estudiantes no aparecen, qué imágenes se han escogido y qué dicen acerca de la institución? Basado en su análisis del material, ¿cuál es el público objetivo? ¿Cuál es el mensaje que se transmite? ¿Cómo afecta el encuadre previsto a la recepción?

Recomendaciones de evaluación

- Desarrollo de un modelo, tabla o instrumento de evaluación para determinar quién es la audiencia para tipos específicos de contenido.
- Realización de un 'collage' de mensajes en medios y en línea junto con un mapa de palabras, o Wordle, que describa las principales influencias, así como las audiencias.
- Análisis textual de los principales medios y plataformas digitales (la orientación, el enfoque, el impacto potencial, la audiencia, etc.).
- Análisis textual de las redes sociales (es decir, Facebook, WeChat, VK, Twitter, Instagram, TikTok, Taringa!, YouTube, etc.) para determinar los factores clave (la orientación, el enfoque, el impacto potencial, la audiencia, etc.).
- Diseñar y lanzar una pequeña encuesta sobre la comprensión de las personas de la importancia de la ciudadanía global en relación con las audiencias, el contenido y las instituciones que proporcionan contenido.

Unidad 3: AMI, medios digitales y compromiso cívico

DURACIÓN: 2 HORAS

Hoy en día, la necesidad y el interés por la "ciudadanía global" y el "compromiso cívico" parecen haber adquirido una nueva urgencia, causada, al menos en parte, por el acceso sin precedentes a los proveedores de contenido y las herramientas digitales que las personas tienen hoy en día, y que permiten la colaboración, la comunicación y la participación en una escala que nunca hemos visto antes.

Hace más de medio siglo, el experto en comunicaciones Marshall McLuhan desarrolló muchas de las ideas que llegarían a tener una influencia significativa en la forma en que definimos nuestra "conciencia global". McLuhan era consciente del profundo impacto de la tecnología en nuestra identidad, nuestras relaciones y nuestras comunidades, incluidas las formas en las que podíamos participar en ellas. Mucho antes del uso de Internet y las redes sociales, acuñó la frase "la aldea global" para describir las formas en las cuales los proveedores de contenido conectarían a las audiencias y los usuarios. De hecho, creía que los proveedores de contenido influirían en nuestras acciones, actitudes y comportamientos, incluida la forma en que pensamos sobre el mundo y sobre nosotros mismos. McLuhan (1964) dijo: "Damos forma a nuestras herramientas y, a partir de entonces, nuestras herramientas nos dan forma".

Yendo más lejos hoy, los eruditos examinan más de cerca quién es este "nosotros". Preguntan qué entidades crean las herramientas y por qué, cuál es su modelo de negocio y si hay internalidades y externalidades que sean potencialmente dañinas. Esto a su vez apunta a evaluar quién se beneficia y quién no, con el crecimiento de las TIC en el mundo actual.

La infusión del uso de las redes sociales, el consumo, la producción, el compromiso y la creatividad en todos los aspectos de nuestra vida personal, social, profesional y comunitaria ha alterado las formas en que pensamos sobre la ciudadanía, la democracia y la participación cívica. Por lo tanto, la cuestión de la AMI resulta fundamental para esta nueva ecología de la comunicación y la información, abriendo la interrogación sobre cómo nos relacionamos con los demás y con las audiencias, conocidas y desconocidas, visibles e invisibles, comprometidas y casuales, y cuál podría ser el impacto potencial de este compromiso.

Temas claves

- Las implicaciones de las nuevas tecnologías para la ciudadanía global y el compromiso cívico.
- El papel de la voz y la "voluntad" colectiva e individual en el compromiso cívico.
- Estrategias pedagógicas que enfatizan la participación activa con las redes sociales y que las conectan con los derechos democráticos, la ciudadanía activa y las competencias.
- Ejemplos de estrategias que reconocen y promueven una diversidad de usuarios, empresas de comunicación digital y oportunidades para la participación cívica.
- El potencial de la Alfabetización Mediática e Informacional y la participación cívica en el aula, en la comunidad y en las instituciones cívicas.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Examinar las estrategias que se utilizan para atraer a las audiencias a varios espacios en línea.
- Identificar los roles que los participantes pueden asumir en los espacios en línea.
- Analizar las formas en las cuales la identidad, el propósito y la audiencia prevista son creadas y comunicadas a través de varias redes sociales y otros proveedores de contenido.
- Identificar las formas en las cuales las audiencias pueden involucrarse en el compromiso cívico o la acción social a través de las empresas de comunicación digital.

Compromiso cívico y el entorno del aula

Al explorar las posibilidades de compromiso cívico, muchos educadores y estudiantes se involucran en un proceso de investigación donde analizan las redes sociales y las formas en las cuales pueden ser utilizadas para las acciones sociales. Discuten las formas en las cuales las empresas de comunicación digital crean espacios en línea donde las personas que comparten un interés en un tema similar o "afinidad" pueden reunirse, y donde la información se puede obtener fácilmente y distribuir ampliamente a través de las redes sociales existentes (Jones & Hafner, 2012).

Estas experiencias en el aula destacan la necesidad de una pedagogía crítica que se centre en la tecnología y su uso. La pedagogía crítica, desarrollada por Paulo Freire y retomada por muchos otros académicos y activistas, tiene como objetivo examinar y problematizar las relaciones de poder inequitativas y el significado de la opresión en las relaciones sociales, buscando conducir a la emancipación y la concientización. En pocas palabras, la pedagogía crítica no es una metodología, sino más bien un proceso interminable de considerar cómo cultivar y lograr una educación transformadora significativa y comprometida críticamente para todos los estudiantes y miembros de la sociedad.

La pedagogía crítica en la AMI invita a los alumnos a considerar cómo se puede utilizar la tecnología para mejorar o suprimir las oportunidades de participación y transformación cívica. AMI requiere que los educadores creen oportunidades para que los estudiantes no solo utilicen nuevas tecnologías para explorar temas y temas relevantes para sus aulas (es decir, para enseñar a través de diversas tecnologías), sino que también utilicen estas oportunidades para enseñar críticamente sobre la tecnología. Esto implica brindar a los estudiantes la oportunidad de pensar de manera crítica sobre los espacios en línea, el contenido en línea, las técnicas para atraer a las audiencias, su propio comportamiento en línea y los aspectos clave del proceso de participación. La forma en que los propios alumnos utilizan las redes sociales, las aplicaciones y las prácticas relacionadas son temas importantes para cualquier aula.

El análisis y la evaluación de un espacio en línea, incluidas sus implicaciones sociales y políticas, se basan en tres áreas clave: 1) identificar el propósito del espacio en sí, y

examinar la ideología y los valores que sustentan y están representados en el espacio; 2) identificar quién creó y controla el espacio, y analizar por qué está diseñado de una manera particular; 3) identificar quién es el público objetivo para el espacio, cómo lo usan las personas y quién se beneficia como resultado.

Los educadores y estudiantes pueden utilizar las siguientes preguntas para promover esta línea de investigación y estas pueden ayudar a desarrollar un marco para analizar críticamente y entender a las empresas de comunicación digital como "espacios" construidos, que representan ciertas ideologías y valores, y que pueden ser utilizados de diferentes maneras por diferentes audiencias.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- ¿Cómo estos espacios unen a las personas o las llevan a cámaras de eco y comunidades potencialmente exclusivistas? ¿Son diferentes de las formas en las que podrían reunirse fuera de línea? ¿Qué tipo de relaciones sociales se crean a través del sitio?
- ¿Qué tipo de comunicación o interacción es posible? ¿Uno-a-uno, uno-a-muchos, muchos-a-muchos? ¿Cuál es el efecto de este tipo de comunicación? ¿Cuáles son las reglas o normas para la interacción? ¿Cómo se aprenden estas reglas?
- ¿Qué sabe sobre las personas en la red? ¿Qué saben ellos de usted? ¿Qué información es pública y cuál es oculta? ¿Por qué es este el caso?
- ¿Qué valores se promueven en este espacio? ¿Cómo se hacen visibles estos valores? ¿El espacio es propiedad y está controlado por un individuo, institución o corporación? ¿Cómo lo sabe?
- ¿Quién tiene acceso al sitio? ¿Cuál es el "costo" o el método para formar parte de, o comunicarse en este espacio? ¿Qué otras oportunidades de participación existen? ¿Qué tan efectivas/accesibles son?
- ¿Qué herramientas utiliza el sitio para atraer la atención de otros o para compartir información? ¿Qué estrategias se utilizan para involucrar a los participantes y comprometerlos en algún tipo de acción?
- ¿Cómo utiliza el espacio el texto y los elementos visuales para crear y transmitir significado? ¿Cuáles son los elementos claves que definen o construyen el espacio? ¿Cuál es el tipo de “realidad” o comunidad que se crea como resultado? (Jones y Hafner, 2012).
- Investigue las empresas de comunicación digital que utilizan las agencias de desarrollo y/o las ONG para fomentar el compromiso cívico. ¿Cuáles son los factores que, en su opinión, contribuirán a su éxito?[63]

Recomendaciones de evaluación

63 Adaptado de: Johnson, M., & Wilson, C. “Media Literacy, Digital Technologies and Civic Engagement: A Canadian Perspective”. In Carlsson & Culver. (2014). Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue Yearbook, Global Citizenship in a Digital World. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. University of Gothenburg.

- Desarrollar un plan para crear un espacio en línea con el fin de promover un tema global actual entre una audiencia juvenil. Se deberían considerar estrategias que "empujen" la información y "atraigan" a una audiencia juvenil al espacio.
- Analizar los espacios en línea para conocer sus elementos de diseño, los mensajes y los valores que se transmiten, las oportunidades de participación, el impacto potencial en las audiencias, etc.
- Crear perfiles de audiencia para las empresas de comunicación digital existentes. El perfil debería resaltar qué características de los sitios son clave para determinar la audiencia objetivo.
- Diseñar y lanzar una pequeña encuesta para determinar el impacto de los espacios en línea en la comprensión de las personas de los problemas globales y su disposición a involucrarse en la acción social.
- Analizar un espacio en línea para determinar los problemas de propiedad y control, cómo se financia el espacio y si está o no conectado a una red o comunidad en línea más grande.

Unidad 4: Información ciudadana y periodismo ciudadano

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Comprender el concepto de información impulsada por la ciudadanía para el bien público desde las perspectivas de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI).
- El periodismo ciudadano en relación con la información ciudadana.
- Ciudadanía Alfabetizada en Medios e Información como base intelectual para la información impulsada por la ciudadanía.
- El papel del periodismo ciudadano en la sociedad abierta y la democracia liberal.
- Información ciudadana para la participación ciudadana y el diálogo intercultural.
- Periodismo ciudadano impulsado por la Alfabetización Mediática e Informacional.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Describir el vínculo entre la información ciudadana y el periodismo ciudadano.
- Comprender la importancia de la Alfabetización Mediática e Informacional en la

información verificable impulsada por la ciudadanía en los compromisos cívicos y el diálogo intercultural significativo.

- Comprender el papel de los periodistas ciudadanos alfabetizados en medios e información en la defensa de la sociedad abierta y democrática, y la información para el beneficio público.
- Describir el beneficio de los periodistas ciudadanos alfabetizados en medios e información como "influencers" en el ecosistema de la información y la comunicación de la esfera pública de hoy.

Ciudadanía e información

El avance de la educación para el desarrollo sostenible y la Educación para la Ciudadanía Mundial plantea cuestiones como: 1) toma de decisiones y acción informada de la ciudadanía (p. ej., consultas a la ciudadanía y aportes a la implementación y monitoreo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible o patrones de votación basados en el debate), 2) compromiso cívico y participación masiva en la información para el bien público; gobernanza, realización de negocios, líderes comunitarios locales, funcionarios públicos y aquellos en el poder, a la rendición de cuentas y transparencia; propiedad y democratización de los canales de comunicación; participación cívica, acceso público a la información y garantía de un acceso equitativo; debate público y democratización de ideas en la esfera pública, etc.

Basado en los principios de compromiso cívico en el desarrollo y la representatividad democrática, el periodismo basado en instituciones puede ser cuestionado basado en cómo representa a las diversas poblaciones multilingües. Esta es la razón por la que la UNESCO y sus asociados son defensores de la radio comunitaria**. https://en.unesco.org/themes/community-media-sustainability.** Al mismo tiempo, los medios convencionales y las empresas de comunicación digital deberían democratizar sus prácticas para obtener opiniones diversas y más comprometidas. Esta consideración debe constituir la base para la pluralidad de los medios y las plataformas digitales, proporcionando así más oportunidades para que la ciudadanía posea sus propios medios, compita por más fuentes de información y contrarreste los efectos de años de brechas, omisiones o informes marginales sobre ciertos problemas sociales, ocasionados por la concentración de la propiedad de los medios y la amplificación algorítmica de un número limitado de "influencers" por parte de las empresas de comunicación digital.

Con el advenimiento de los nuevos medios y las redes sociales ofrecidas por las nuevas tecnologías de información y comunicación, la ciudadanía está siendo cautivada con un contenido prolífico que ahora se ha convertido en un desafío. Este último, en muchos países de la esfera pública de hoy, ya no es una carencia o escasez de información, sino la sobrecarga con toda su confluencia de información falsa, desinformación, discurso de odio y falsificaciones profundas. A fin de lograr información para el bien público, la ciudadanía debe ser alfabetizada en medios e información.

En otras palabras, la ciudadanía en el actual siglo XXI necesita las habilidades de pensamiento crítico para evaluar diversos contenidos, contribuir a la información

para el bien público y navegar eficazmente por la 'infodemia' al tomar decisiones informadas. En este sentido, la Alfabetización Mediática e Informacional es en sí un bien público. La contribución de la información por parte de la ciudadanía puede tomar muchas formas: desde correcciones publicadas en las redes sociales hasta entradas en la Wikipedia e incluso periodismo ciudadano, que involucran reportajes y ética profesional.

Enfoques pedagógicos y actividades

- En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.
- ¿Cuál es su comprensión del periodismo ciudadano? Debata, entreviste y coteje la visión divergente de la comprensión de las personas (en diferente estatus social y económico) sobre el periodismo ciudadano. Resuma sus diferentes perspectivas. ¿Nota tendencias exigentes?
- ¿Cómo ven los medios convencionales la noción de periodismo ciudadano? Haga un esfuerzo deliberado para entrevistar a diferentes personas en los medios convencionales con el fin de conocer su percepción sobre el periodismo ciudadano y comparar con los resultados del ejercicio anterior. ¿Nota alguna diferencia en la percepción?
- La participación de la ciudadanía en los medios de comunicación comunitarios puede incluir la producción de información y el periodismo, pero también la participación en diálogos, la representación de la cultura, etc. "La UNESCO defiende firmemente los medios de comunicación comunitarios que son independientes, y que están dirigidos por y para la comunidad... La radio comunitaria es crucial para proporcionar un mecanismo de divulgación para un mayor acceso a la educación, la expresión y la comunicación entre las poblaciones rurales y de difícil acceso. Tales estaciones permiten a las comunidades un sentido de propiedad sobre su propia agenda de desarrollo, logrando un empoderamiento para expresar públicamente su opinión, debatir temas y promover la cultura, la historia y el idioma de su comunidad". Organice un debate en el aula en torno a esta declaración. Designe un grupo de estudiantes que documentará los resultados del debate y preparará un informe. ¿Qué organizaciones están promoviendo los medios comunitarios en su país o región? ¿Existen medios comunitarios en sus comunidades? Si la respuesta es no, ¿por qué no? Si es así, ¿son sostenibles? ¿Las mujeres y las niñas participan en la gestión de la radio comunitaria y se reflejan en el contenido por igual con los hombres y los niños? Formule y responda otras preguntas a lo largo del debate. Comparta el informe con las autoridades pertinentes de su comunidad o país.
- Utilice la *Serie de Políticas de Sostenibilidad de los Medios Comunitarios* de la UNESCO como base para futuras discusiones, investigaciones y acciones. https://en.unesco.org/community-media-sustainability/policy-series.

- Considere cómo las personas comparten información (texto, video, gráficos, etc.) en diferentes plataformas de redes sociales. ¿Diría que la información impulsada por la ciudadanía en estas plataformas ha contribuido positivamente a la esfera pública y es un ecosistema habilitante de información y comunicación digital?
- Debata cómo los medios convencionales interactúan con las redes sociales y cómo los periodistas ciudadanos, a través de las redes sociales, influyen en su contenido de noticias. ¿Cuáles son las implicaciones de estos compromisos para la información impulsada por la ciudadanía? ¿El compromiso con las redes sociales conduce a una mayor participación ciudadana en el discurso cívico de la esfera pública? ¿Cuáles considera que son las principales preocupaciones e intereses probables?
- Considere cómo los 'influencers' de los medios y la tecnología digital se relacionan con el periodismo ciudadano. Teniendo en cuenta esta reflexión, discuta las diversas formas en que la información basada en algoritmos en Internet ha afectado a la información impulsada por la ciudadanía. ¿Cuáles son las implicaciones de estas narrativas influenciadas en el acceso público de la ciudadanía a la información para el compromiso político futuro y el diálogo intercultural? Consulte el Módulo 11 para obtener más información sobre la Inteligencia Artificial y los algoritmos.
- Discuta lo imperativo de la formación en Alfabetización Mediática e Informacional para periodistas ciudadanos y el impacto que dicha formación tiene en la información impulsada por la ciudadanía, más ampliamente. Tenga en cuenta el recurso de la UNESCO *AMI en el Periodismo: Un manual para periodistas y educadores en periodismo,* https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_eng.pdf, en las discusiones para esta y otras actividades en esta sección.
- Analice cómo la Alfabetización Mediática e Informacional puede influir en la calidad de la información a la que la ciudadanía accede en los motores de búsqueda de Internet y el impacto de dicha alfabetización en el empoderamiento de la ciudadanía para el compromiso cívico. Organice actividades prácticas en línea en el proceso.
- Divida a los estudiantes en grupos. Guíelos para investigar diferentes bases de datos abiertas, así como bases de datos de maestrías y tesis doctorales. Oriente una discusión sobre estos repositorios como información impulsada por la ciudadanía. Busque informes de investigación relacionados con la igualdad de género, el desarrollo comunitario o cualquier otro tema de interés. Discuta las siguientes preguntas y escriba preguntas adicionales. ¿Se están utilizando estas fuentes de información en los debates locales y nacionales? ¿Por qué no? ¿Qué se puede hacer para que la comunidad local, los gobiernos nacionales y las organizaciones internacionales de desarrollo sean más conscientes de algunos de estos hallazgos? ¿Hay temas de interés para usted en los que encuentre que hay pocos o ningún informe de investigación a nivel de maestría y doctorado? ¿Qué se puede hacer? Prepare un breve informe del proceso. Planifique acciones de seguimiento en la escuela, centros comunitarios, etc. Vea más sobre el ciclo de vida de la información y cómo se construye y valida la información académica en el Módulo 3.

Recomendaciones de evaluación

- Desarrollar un instrumento de evaluación o una tabla de análisis comparativo para determinar los influenciadores de los medios y los moldeadores de opinión de las narrativas de la ciudadanía, tanto en los medios convencionales como en las redes sociales.
- Hacer un análisis textual de las narrativas de las redes sociales de un tema social o político en particular y determinar los factores clave impulsados por la información ciudadana (la mentalidad, el sentimiento, el sesgo potencial, la orientación de los medios, etc.).
- Diseñar y lanzar una pequeña encuesta sobre la comprensión de las personas acerca del concepto de periodismo ciudadano.
- Llevar a cabo una discusión de grupo focal y una entrevista sobre la influencia del periodista ciudadano en el contenido de los medios convencionales de hoy en día, ya sea en línea o fuera de línea.
- Diseñar y lanzar una pequeña pero exhaustiva encuesta sobre la comprensión de la ciudadanía de la Alfabetización Mediática e Informacional.

Recursos y referencias para este módulo

DEEEP. (2015). Transformational Communications for Global Justice Reframing Toolkit. DEEEP. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/17__transformational_communications_toolkit.pdf

DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, R., & Robinson, R. P. (2001). Social implications of the Internet. *Annual Review of Sociology 27,* 307 - 336.

UNESCO. Educación para la ciudadanía mundial: temas y objetivos de aprendizaje. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233876

Elementary Teachers' Federation of Ontario (ETFO). (2010). Education for global citizenship: An ETFO Curriculum Development Inquiry Initiative. ETFO. http:// etfo.net/globaled/HTML5/

UNESCO & UNDOC. Empoderar a los alumnos para crear sociedades justas: manual para docentes de educación primaria y secundaria. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371383

Funk, S., Kellner, D. &Share, J. (2016). Alfabetización Mediática Crítica como Pedagogía Transformadora. https://www.researchgate.net/publication/342214960_Critical_Media_Literacy_as_Transformative_Pedagogy

Jones, R. H. & Hafner, C. A. (2012). *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction*. Routledge.

Maguth, B. M. (2013). The use of social networks in the social studies for global citizenship education: Reflecting on the March 11, 2011 disaster in Japan. *The Georgia Social Studies Journal, 3*(2), 80-93.

Share, J., Mamikonyan, T. & Lopez, E. (2019). Alfabetización Mediática Crítica en Educación, Teoría y Práctica Docente. In Journalism and Ethics: Breakthroughs in Research and Practice (pp. 318-348). ICI Global. https:// www.researchgate.net/publication/339675387_Critical_Media_Literacy_in_Teacher_Education_Theory_and_Practice

UNESCO. Prevención del antisemitismo mediante la educación: directrices para los responsables de la formulación de políticas. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372543

UNESCO. Prevención del antisemitismo mediante la educación: programa de formación. https://unesdoc. unesco.org/ark:/48223/pf0000374864?

UNESCO, Deardorff, D. *et al.* (2018). Educación para la Ciudadanía Mundial: llevándola a nivel local. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265456?posInSet=1&queryI d=4087efd2-0912-4a83-ae0e-b1ddcae1f637

UNESCO. Oficina de Bangkok y Oficina Regional de las Naciones Unidas para la Educación en Asia y el Pacífico. (2018). Preparar a los docentes para la Educación para la Ciudadanía Mundial: una plantilla. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265452

UNESCO. Oficina de Santiago. (2017). Educación para la Ciudadanía Mundial en América Latina y el Caribe: "Hacia un mundo sin muros: la Educación para la Ciudadanía Mundial en el ODS 4 – Agenda E2030". https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/22_gce_in_latin_america_and_the_carribean.pdf

UNESCO. (2014). Educación para la Ciudadanía Mundial Preparar a los alumnos para los retos del siglo XXI. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/20_unesco_gce_2.pdf

Sitios web/Bases de datos

Centro de Educación para el Entendimiento Internacional de Asia y el Pacífico (APCEIU)

Desde su creación en 2000 mediante un acuerdo entre la UNESCO y el Gobierno de la República de Corea, la APCEIU ha hecho todo lo posible por adoptar medidas para empoderar a los alumnos con esos valores. La APCEIU se ha esforzado por convertirse en un catalizador influyente de la ECM mediante las siguientes esferas programáticas principales: fomento de la capacidad de los educadores, investigación y formulación de políticas, difusión de información, elaboración de material didáctico y de aprendizaje y programa internacional de intercambio de maestros. La APCEIU está cumpliendo el mandato de la UNESCO mediante diversos programas de Educación para la Comprensión Internacional y Educación para la Ciudadanía Mundial. http://www.unescoapceiu.org/en/index.php

Bridge 47

Bridge 47 fue creado para reunir a las personas con el fin de compartir y aprender los unos de los otros. Moviliza a la sociedad civil de todo el mundo para contribuir a una transformación hacia la justicia global y la erradicación de la pobreza a través de la Educación para la Ciudadanía Mundial. https://www.bridge47.org/about

GENE Global Education Network Europe

GENE –Global Education Network Europe– es la red de Ministerios y Agencias con responsabilidad nacional para la Educación Global en los países europeos. GENE reúne a Ministerios, Agencias y otros organismos que desarrollan políticas nacionales y proporcionar fondos para la Educación Global en países europeos. Los ministerios y agencias que participan en GENE combinan su experiencia a través de redes estructuradas, estrategias de intercambio y un enfoque de aprendizaje entre pares que conduce a mejores resultados a nivel nacional. https://gene.eu/

Global Citizenship Education Clearinghouse

El GCED Clearinghouse es una base de datos mundial sobre el GCED (ECM) creada conjuntamente por la UNESCO y la APCEIU para facilitar el intercambio de información y mejorar el conocimiento y la comprensión de GCED. https://www.gcedclearinghouse.org

IDEAS for global citizenship

La Asociación Internacional de Educación para el Desarrollo de Escocia (IDEAS) es una red de organizaciones e individuos en toda Escocia (Reino Unido) que apoyan y promueven activamente la Educación para el Desarrollo y la Educación para la Ciudadanía Mundial. http://www.ideas-forum.org.uk/

Media Smarts (Canada's Centre for Digital and Media Literacy)

MediaSmarts es una organización canadiense sin fines de lucro para la alfabetización digital y mediática. Su visión es que los niños y jóvenes tengan las habilidades de pensamiento crítico para comprometerse con los medios como ciudadanía digital activa e informada. Para lograr este objetivo, proporciona liderazgo en el avance de la alfabetización digital y mediática en las escuelas, hogares y comunidades canadienses; desarrolla y ofrece recursos digitales y mediáticos de alta calidad con sede en Canadá; y lleva a cabo y difunde investigaciones que contribuyen al desarrollo de políticas públicas informadas sobre temas relacionados con los medios. https://www.mediasmarts.ca/?gclid=CjwKCAjwnK36BRBVEiwAsMT8WEBH51ws5Rb6k7iQ_cFukbkNjFs8nIOoneVhyQfIqzoZZNwX09In_hoCOpMQAvD_BwE

McLuhan Foundation for Digital Media Literacy

La Fundación McLuhan está comprometida con la alfabetización mediática digital y con el establecimiento de una Plaza de la Aldea Global real y virtual. La Fundación facilita el intercambio de las mejores prácticas entre los miles de iniciativas, ONG, asociaciones

y organismos que participan en la alfabetización en medios digitales en todo el mundo. La Plaza es un lugar de encuentro virtual y real para educadores, profesionales, actores de la industria y formuladores de políticas. A través de la colaboración, la exploración y la divulgación pública, la Plaza de la Aldea Global es un centro internacional para navegar por la innovación y las asociaciones en la alfabetización mediática digital. www.mcluhanfoundation.org

UNESCO – Global Citizenship Education

La UNESCO trabaja apoyando a los Estados miembros en sus esfuerzos para implementar la ECM. Esto incluye crear conciencia sobre la ECM, abogar por su implementación y desarrollar herramientas de orientación y creación de capacidad.

El enfoque de la UNESCO para la ECM es:

- Holístico: abordar el contenido y los resultados del aprendizaje, la pedagogía y el entorno de aprendizaje en ambientes de aprendizaje formales, no formales e informales.
- Transformador: busca permitir que los estudiantes se transformen a sí mismos y a la sociedad.
- Contextualizado: adaptado a las necesidades locales y las realidades culturales.
- Basado en valores: promoción de valores compartidos universalmente como la no discriminación, la igualdad, el respeto y el diálogo.
- Establecer un compromiso más amplio para promover una educación inclusiva, equitativa y de calidad.

https://en.unesco.org/themes/gced

MÓDULO 6:

REPRESENTACIÓN EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN: DESTACANDO LA IGUALDAD DE GÉNERO



"Como nos vemos en parte determina cómo nos tratan: como tratamos a los otros se basa en cómo los vemos; esta visión viene de la representación".

– Richard Dyer, The Matter of Images

Antecedentes y fundamentos

La representación en contenido o productos puede tomar muchas formas. Muchos de nosotros vivimos en una cultura llena de imágenes y diariamente estamos rodeados de representaciones en la televisión, en las películas, en el reportaje de noticias y en los libros tanto en línea como fuera esta.

Los periodistas, autores, camarógrafos, anunciantes, publicistas y productores de películas, bloggers, vloggers, productores de contenido generado por el usuario y personas en general utilizan imágenes, audio y palabras escritas para transmitir contenido. Generalmente se ven limitados por el tiempo, el espacio, los recursos y otras restricciones editoriales para preparar y presentar las historias al público. Inevitablemente, ellas representan a personas, señalando lo que consideran relevante o no, características como raza, género, sexualidad, edad o clase. Esta selección implica a veces representaciones estereotipadas o excesivamente simplificadas, que pueden utilizarse para etiquetar a individuos o grupos y justificar creencias o actitudes estrechas. Esta puede que sea o no la intención del autor, productor o periodista/reportero. A veces está sujeta a la interpretación del receptor (espectador, lector u oyente). Cuando los

oradores actúan como instrumentos de conflicto, discurso de odio o discriminación, es lógico que sean responsables de sus acciones. Al mismo tiempo, una diversidad y pluralidad de voces y contenidos son aceptados internacionalmente. Es necesario encontrar un equilibrio para que la preocupación por las representaciones no enfríe la diversidad, y que una pluralidad opere dentro de los parámetros del habla protegida.

También tenemos que entender que los proveedores de contenido trabajan en un contexto social y que ellos son actores sociales dentro de ese contexto social. Están influenciados por la sociedad y a la vez influyen sobre ella. Tenemos que ver con más profundidad el contexto nacional específico dentro del cual operan las bibliotecas, archivos, museos, medios particulares y las empresas de comunicación digital en particular.

En el esfuerzo de ser alfabetizado en medios e información, debemos examinar las imágenes o representaciones y analizar no solo la imagen o el texto en sí, sino también el contexto narrativo y sus relaciones de poder que rodean dicho contenido y las cuales a veces no vemos. Es importante reconocer que mientras los medios y las empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos y museos tienen mucho poder para desafiar a la sociedad, también reflejan a la sociedad y sus relaciones de poder al proveer los tipos de historias y representaciones que generalmente aceptamos sin mucha duda.

Muchos proveedores de contenido en varias regiones han desarrollado voluntariamente códigos de diversidad, con el objetivo de garantizar que ellos mismos demuestren un compromiso con el contenido y con las iniciativas que son inclusivas y diversas. Muchas también siguen un código de ética que prohíbe el uso de material abusivo o discriminatorio basado en la raza, la etnia, la edad, el género, la identidad de género, la orientación sexual, la habilidad física o el estatus marital.

Las preguntas claves en este módulo incluyen: ¿Quién se beneficia de la aceptación de representaciones discriminatorias y quién pierde? ¿Cómo influyen estas imágenes en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y a los demás? ¿De qué forma influye nuestro conocimiento y entendimiento del mundo más allá de nuestra experiencia inmediata? ¿Cuáles son las implicaciones para la igualdad de género y otras formas de desigualdad?

Unidades

Unidad 1:
El concepto de representación

Unidad 2:
Informes de noticias y el poder de las imágenes

Unidad 3:
Códigos institucionales sobre la diversidad y la representación

Unidad 4:
Televisión, cine y publicaciones impresas

Unidad 5:
Videos musicales y su representación

Unidad 1: El concepto de representación

La Alfabetización Mediática e Informacional implica un análisis crítico de las representaciones utilizadas por los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos, etc., las formas en que las personas, los grupos, los lugares/las comunidades o incluso las noticias del día son "representadas" o retratadas en diversos medios y fuentes de información.

AMI implica una comprensión crítica del poder de las representaciones (de temas, individuos y comunidades) y la influencia de estas representaciones en el discurso del día y en cómo nos vemos a nosotros mismos y a los otros. AMI comprende el poder de los proveedores de contenido para dar forma a la manera como respondemos a una pandemia o crisis de salud, la elección que hacemos cuando emitimos un voto en una elección o la forma en que pensamos sobre nuestras identidades, comunidades y cultura.

Len Masterman recuerda a los educadores la importancia del análisis de los distintos proveedores de contenidos y de reconocer que todos ellos son sistemas de representación. Si estamos viendo a los medios y las empresas de comunicación digital como sistemas de representación, entonces las preguntas inevitablemente surgen en cuanto a quién está creando estas representaciones. ¿Quién está haciendo la representación? ¿Quién nos está diciendo que así es como es el mundo? ¿Que su forma de ver es simplemente la natural? Surgen otras preguntas. ¿Cuál es la naturaleza del mundo que está siendo representado? ¿Cuáles son sus valores y supuestos dominantes? ¿Cuáles son las técnicas utilizadas para crear [su] 'autenticidad'...? ¿Cómo son leídas las representaciones de los medios y las empresas de comunicación digital y cómo son entendidas por sus audiencias? ¿Cómo estamos, como audiencia, posicionados por el texto? ¿Qué interpretaciones divergentes existen...? (Adaptado de Masterman, 2010).

Como siempre, el análisis crítico en la Alfabetización Mediática e Informacional requiere que educadores y estudiantes exploren cómo las representaciones en todas las formas pueden afectar nuestras acciones y comportamientos, nuestro conocimiento y comprensión, nuestros pensamientos y sentimientos, nuestro sentido de sí mismos y nuestra relación con los demás. La Alfabetización Mediática e Informacional también tiene un papel importante que desempeñar en la promoción del diálogo, la diversidad, la equidad y la inclusión, al permitir a la ciudadanía crear y reconocer historias y perspectivas que a menudo no forman parte del contenido principal.

En muchos casos, las representaciones que aparecen a través de varios proveedores de contenido se basan en estereotipos, representaciones simplificadas que enfatizan la diferencia. Debido a esta simplificación excesiva a veces se muestra a la audiencia solo unas pocas características que pueden no representar exacta o totalmente un tema, un individuo o un grupo. Este tipo de enfoque estrecho a menudo puede impedirnos reconocer y comprender la riqueza y la complejidad que existen más allá de las representaciones. Los prejuicios de género se encuentran entre las formas más comunes de estereotipos. Esto tiene un impacto perjudicial, ya que esa representación hace que casi la mitad de la población mundial sea invisible en los medios. El Proyecto

Global de Monitoreo de Medios, la investigación más antigua sobre este tema, encontró que "en 2015, las mujeres representan solo el 24% de las personas que escucharon, leyeron o vieron en los periódicos, la televisión y las noticias de radio, exactamente como lo hicieron en 2010"[64]. La brecha es aún más significativa en las noticias sobre política y gobierno, donde las mujeres representan solo el 16% de las personas en estas noticias.

En el paisaje multicultural, que es nuestra aldea global, parte de ser alfabetizados en medios e información es ser conscientes de las formas en las que los diversos proveedores de contenido presentan la diversidad de individuos, grupos y comunidades que conforman el tejido social y cultural de nuestro mundo.

Temas claves

- Estereotipos en los medios y empresas de comunicación digital.
- La importancia de la diversidad, la equidad y la inclusión en las representaciones de los proveedores de contenido.
- Cómo se pueden transmitir los mensajes y los valores a través de las representaciones de los proveedores de contenido.
- El impacto de la representación en las audiencias.
- El papel de la voluntad en la representación.
- El papel de las políticas para garantizar la diversidad, la equidad y la inclusión.

Objetivos de aprendizaje

- Análisis de las representaciones de los proveedores de contenido como construcciones.
- Evaluación del impacto de las representaciones de los proveedores de contenido en las audiencias.
- Evaluación del impacto de las decisiones políticas sobre la diversidad, la equidad y la inclusión.
- Identificación de las características de las representaciones de los proveedores de contenido que contribuyen a la diversidad en los medios.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- ¿Qué representaciones de raza, género o clase existen en el contenido que utiliza, o en los espacios en línea más amplios que visita? ¿Describiría esto como representaciones estereotipadas o diversas? ¿De qué manera los elementos visuales o el lenguaje utilizados refuerzan o rompen los estereotipos?
- ¿Qué grupos de género ve en los medios (presencia/invisibilidad) y en qué roles (estereotipos)?
- Entreviste a profesionales que trabajan en bibliotecas, archivos, museos, empresas

64. Global Media Monitoring Project. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf

editoriales, etc. Averigüe si tienen políticas sobre igualdad de género y diversidad de contenido. ¿Cómo deciden qué información mantienen, priorizan, promueven y publican? ¿Tienen un enfoque específico en la igualdad de género como Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS 5)?

- Las representaciones típicas del "otro" en el contenido a menudo caen en categorías particulares, incluyendo lo sexualizado, lo exótico, lo peligroso, lo humorístico y lo lamentable. ¿Qué tan comunes son estas representaciones hoy en día? ¿Hay otras categorías que aparecen en el contenido que no están enumeradas aquí? ¿Estas representaciones están asociadas con grupos de género particulares, incluidos mujeres, hombres y LGBTQI+?
- ¿Cómo se construyen estos retratos? ¿Cuáles son los elementos técnicos que se han elegido? ¿De qué forma refuerzan el contenido?
- ¿Cuál es el mensaje que se transmite a través de estas representaciones? ¿Quién se beneficia si se acepta el mensaje? ¿Quién pierde?
- ¿Qué tan fácil es encontrar ejemplos de medios convencionales o alternativos que rompan o vayan en contra de un estereotipo y proporcionen retratos más complejos de un individuo o un grupo? Busque la igualdad de género, los grupos minoritarios y otros temas de interés para usted. ¿Qué es lo que encuentra?
- ¿Hasta qué punto hay una variedad de voces presentes en el contenido que usa o crea? ¿Por qué podría ser este el caso? ¿Qué impacto tienen las voces que están presentes en audiencias particulares? ¿Cuál es el impacto de la ausencia de ciertas voces?
- ¿Qué factores tiene en cuenta al decidir cómo "representarse" a sí mismo en línea o en sus propios medios y creaciones de contenido digital? ¿Cómo se determina qué factores son importantes?
- Describa las características de una plataforma de medios que incorpore los principios de diversidad, equidad, inclusión y representaciones justas de nuestra aldea global. ¿Cuáles son los posibles usos y efectos de dicha plataforma?

Recomendaciones de evaluación

- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades y discusiones de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Análisis textual de los proveedores de contenido en busca de ejemplos de representación.
- Desarrollo de un modelo, tabla o instrumento de evaluación para determinar quién es la audiencia para representaciones específicas de medios.
- Realización de un ‘collage’ de mensajes mediáticos junto con un mapa de palabras, o Wordle, que describa las representaciones dominantes de los medios hoy, así como las principales influencias en las audiencias.
- Desarrollo de un esquema para un proveedor de contenidos que incorpore los principios de diversidad, equidad, inclusión y representaciones justas de nuestra aldea global. El plan también puede describir los posibles usos y efectos de dicha plataforma.

Unidad 2: Informes de noticias y el poder de las imágenes

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Estudio de caso: informe de noticias y el poder de lo visual.
- Representación de desastres.
- Representación de género.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Analizar las representaciones en el cubrimiento de noticias de eventos particulares.
- Examinar un reporte de noticias que ofrezca representaciones alternativas a aquellos que se encuentren en medios convencionales.
- Evaluar el impacto de las presentaciones en la audiencia y en el sujeto que está siendo presentado.
- Analizar las representaciones de género en los medios y plataformas digitales y otros sistemas de información.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Algunos críticos de los medios han expresado su preocupación sobre cómo se presentan en los medios ciertos eventos, en especial los desastres.
    - Examine la cobertura de los medios de los eventos diarios y temas, y evalúe hasta qué punto estas preocupaciones son válidas.
    - Discuta las reacciones a las imágenes de las personas que han sido afectadas por una tragedia o un desastre. Investigue y reflexione sobre las estrategias que utilizan los periodistas que trabajan en los medios alternativos para demostrar el impacto emocional de los eventos y a la vez mantener la privacidad y la dignidad de las personas.
- Investigue y analice la cobertura informativa de un acontecimiento importante como una catástrofe natural o provocada por el hombre. Este estudio de caso debería enfocarse en las imágenes de la cobertura de noticias y las representaciones de las personas y los temas que se vinculan con estos eventos. Los educadores pueden hacer una búsqueda en Internet para localizar imágenes que aparecieron en la cobertura de los medios tradicionales o redes sociales de estos eventos. Se pueden utilizar las siguientes preguntas para analizar la cobertura y las imágenes en detalle:

- Describa lo que se presentó en la cobertura de sitios de noticias en línea, televisión y periódicos. Identifique las imágenes que se utilizaron más a menudo. Examine cómo se construyeron estas representaciones, considerando el uso de los ángulos de la cámara, la composición de la fotografía, tipos de fotos, quién o qué se ve en el metraje/fotografía y quién o qué está excluido.
- ¿Qué mensaje se transmite a través del uso de estas imágenes? ¿Qué historia cuentan las imágenes? Evalúe el potencial que estas imágenes puedan tener para que se conviertan en íconos. ¿Qué impacto podrían tener estas imágenes sobre las audiencias? Considere el efecto de las imágenes sobre el entendimiento de los espectadores del tema, o su relación con el mismo.
- Debata si la información sobre un evento que no exista en imágenes puede ser recordada o no. Explore el poder de las imágenes para 'eliminar' otra información que no está contenida en una forma visual. ¿Cuáles son las implicaciones para una ciudadanía informada?

Equidad de género y empoderamiento de las mujeres

Cada vez, los temas de género se vuelven más importantes en la agenda de desarrollo de las agencias de desarrollo internacional (tales como la ONU), los sistemas de gobierno nacional y regional, así como en las organizaciones de la sociedad civil. El quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible tiene por objeto "lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas" e incluye nueve metas, que abarcan diversas cuestiones que afectan a las mujeres y las niñas[65]. Ya en 1995, la Declaración de Beijing y la Plataforma de Acción, adoptada en la Cuarta Conferencia Mundial de Mujeres de Naciones Unidas, destacó el rol central de los medios para promover la equidad de género en todas las esferas. Se convoca a todos los actores a que unan sus fuerzas para combatir el "estereotipo de las mujeres y la inequidad del acceso y participación a todos los sistemas de comunicación, especialmente en los medios". La Asamblea General de las Naciones Unidas creó ONU Mujeres en julio de 2010. Esta es la entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, con el fin de abordar estos desafíos. Los Estados miembros de las Naciones Unidas enviaron un mensaje mundial muy firme al dar este paso histórico. El mensaje es que los objetivos de la organización sobre la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer deben acelerarse internamente y dentro de los Estados miembros de la Organización[66]. La UNESCO, por su parte, reconoce la prioridad de la igualdad de género en toda su labor (junto con Priority África).

- Hay una clara necesidad de enfatizar el papel de los proveedores de contenido como los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos para lograr los objetivos de la Declaración de Beijing, los ODS y ONU Mujeres. En una discusión en clase pregunte sobre: ¿Cómo pueden los proveedores de contenido evaluar eficazmente su respuesta sensible ante el género, y cómo a su vez, la sociedad civil puede evaluar esta respuesta? ¿Quién dirige las instituciones que proporcionan contenido? ¿Por qué los proveedores de contenido deberían ser operados de manera inclusiva respecto al género? ¿Cómo pueden los proveedores de contenido abordar y afrontar las representaciones que retratan a las mujeres, los hombres y los grupos minoritarios de manera estereotipada? ¿Los proveedores de contenido son solo transmisores de significado relacionado

65. Sustainable Development Goals. Goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls. https://sdgs.un.org/goals/goal5.
66. UN Women. https://www.unwomen.org/en

con la desigualdad de género o son socios para que la Declaración de Beijing y otros objetivos mencionados anteriormente se vuelvan operativos, posibilitando la creación de información y conocimiento y multiplicando sus resultados? ¿Si en realidad son asociados, cómo pueden estos proveedores desempeñar este papel de una manera eficaz?

Durante muchos años las partes interesadas de todo el mundo se han centrado en el desarrollo de los medios de comunicación y la expansión de las plataformas digitales para abordar las cuestiones relacionadas con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, pero los avances son muy lentos. AMI puede promover un comportamiento sensible al género. A través de AMI, las audiencias (lectores, espectadores, oyentes y creadores de contenido) están equipadas con las competencias necesarias (conocimiento, destrezas y actitudes) para evaluar los desempeños sensibles al género del ecosistema de contenido y para participar en ellos.

- Pida a los educadores que realicen una pequeña encuesta para responder a algunas de las siguientes preguntas: ¿Las organizaciones de medios de comunicación promueven la AMI en su país? ¿De qué forma lo están haciendo? ¿Qué evidencia existe para indicar que lo están haciendo? Si es posible, cite algunos ejemplos. ¿De qué manera puede la AMI ayudar a abordar los estereotipos de género y contribuir a la igualdad de género? ¿Qué programas de desarrollo local que estén relacionados con temas de género existen en sus países y comunidades? ¿Cuáles son algunos de los retos de implementación de estos programas? ¿Hasta qué punto los diferentes grupos de género –mujeres, hombres y minorías de género (LGBTQI+)– son consultados y representados? ¿En qué sentido se les representa? ¿Hasta qué punto los diversos proveedores de contenido están involucrados en estos proyectos? ¿De qué forma creativa cree usted que se pueda utilizar AMI para incluir temas de género en los medios e información y mejorar la representación de las mujeres? A través de estas y otras preguntas, investigue experiencias, buenas prácticas y haga recomendaciones para considerar la equidad de género y la Alfabetización Mediática e Informacional. ¿Cuáles son sus puntos de vista personales sobre la equidad de género? ¿Cómo podrían influir sus propios puntos de vista y su experiencia en su apreciación de las representaciones de género en los medios y otros proveedores de información?

Hay dos perspectivas principales con relación a las mujeres y los proveedores de contenido tales como los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos. Una, en relación con la situación de las mujeres que trabajan en estas instituciones y la otra, sobre la cobertura o la imagen de las mujeres, las niñas y otros grupos de género en el contenido.

- Tenga en cuenta algunos de los descubrimientos en el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2015 y el Informe Global sobre el Estatus de las Mujeres en la Sala de Prensa (ver la lista de recursos al final de esta unidad) o cualquier otra investigación relacionada con las mujeres y los proveedores de contenido. Debata cualquiera de las combinaciones de estas preguntas: ¿Cuáles son las implicaciones individuales y colectivas de estos descubrimientos? ¿Qué tipos de imágenes de mujeres prevalecen? ¿Qué factores sociales, económicos, culturales y políticos podrían ser la motivación que hay detrás de estas imágenes? ¿Debería ser esto una causa de preocupación? ¿Debería su gobierno tomar acciones para abordar estas imágenes negativas? Si es así, describa. ¿Qué debería hacer la sociedad civil para abordar estos temas? ¿Cree usted que es mejor que proveedores de contenido

tomen acciones autoregulándose en lugar de imposiciones de los gobiernos u otras entidades externas? ¿Existe la necesidad de tener alguna forma de regulación gubernamental? Explíquelo. Hay casos de problemas de contenido en los que las regulaciones gubernamentales y la supervisión externa son necesarias. ¿Cuáles son algunos de estos casos? ¿Debería ser diferente para los proveedores de contenido financiados con fondos públicos que para los privados? ¿Cree usted que los proveedores de contenidos financiados con fondos públicos, incluyendo los medios, tienen una obligación en particular para garantizar la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres? ¿Le ha empoderado AMI para que usted tome acciones hacia la equidad de género? ¿De qué forma? ¿Cuáles son sus puntos de vista personales sobre la equidad de género? ¿Cree que si un mayor número de mujeres trabajara en los proveedores de contenidos, incluidos los medios de comunicación, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos, cambiaría la imagen de las mujeres con respecto a los hombres? ¿Por qué cree esto? ¿Qué es lo que dicen las investigaciones sobre esto?

La misoginia, el acoso en línea y el hostigamiento de mujeres periodistas están en aumento. Considere los hallazgos de 2018 de la encuesta global de la Federación Internacional de Periodistas[67]:

- Los hallazgos muestran que el 64% de las mujeres encuestadas han experimentado abuso en línea.
- El acoso en línea adopta varias formas, incluidas amenazas de muerte o violación, insultos, devaluación del trabajo, comentarios sexistas, envío de imágenes obscenas, ciberacoso, ciberacecho y suplantación de cuenta.
- Entre las que sufrieron acoso en línea, el 47% de las mujeres dijeron que no denunciaron el abuso y cuando lo hicieron fue principalmente a la gerencia del medio (40%).
- Otro resultado preocupante es que la mayoría de los encuestados abusados dijeron que estos ataques habían tenido efectos psicológicos como ansiedad o estrés (63%), mientras que el 38% admitió autocensura y el 8% perdió su trabajo.

Ahora compárelos con los hallazgos de 2020 de la Encuesta Mundial de la UNESCO sobre la Violencia en Línea contra las Mujeres Periodistas[68]:

- El 73% de las mujeres periodistas que respondieron a la encuesta habían experimentado violencia en línea en el transcurso de su trabajo.
- El 25% había recibido amenazas de violencia física.
- El 18% había sido amenazado con violencia sexual.
- El 20% informó haber sido atacada fuera de línea en relación con la violencia en línea que había experimentado.

- ¿Qué similitudes y diferencias se observan en los datos? ¿Cuáles creen los estudiantes que son algunas de las causas de este aumento de la hostilidad hacia las mujeres periodistas? Investigue las recomendaciones en ambas encuestas y guíe a los estudiantes para crear carteles o guiones gráficos sobre cómo estas

67. https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work/category/press-releases.html
68. Posetti, J., Aboulez, N., Bontcheva, K., Harrison, J., & Waisbord, S. (2020). Online violence Against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts. United Nations Educational, Scientific and Culture organization. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136

recomendaciones podrían implementarse, por quién y con qué mecanismo de monitoreo. Invite a los estudiantes a investigar la metodología utilizada para llevar a cabo ambos estudios. ¿Están satisfechos con el rigor empleado para conducir a la confiabilidad y la validez? Busque el significado de estos términos y vea más sobre la investigación académica en el Módulo 3. Hable sobre las limitaciones de ambas encuestas globales.

- "Abordar la violencia de género significa tratar un tema que preocupa a la humanidad. Reflexionar sobre las representaciones sesgadas, los estereotipos, los prejuicios y la violencia contra las niñas y las mujeres, significa realizar cambios para que, por fin, esta violencia sea cubierta por los medios de manera que refleje plenamente las preocupaciones de nuestras sociedades [...]. Los periodistas pueden ayudar a romper el silencio y sacar este tema de la esfera privada, donde todavía queda relegado con demasiada frecuencia."[69]
- Los educadores deben guiar la discusión con los estudiantes sobre la declaración anterior. Consulte las estadísticas sobre mujeres que han sufrido violencia física y sexual, niñas desaparecidas debido a la selección prenatal del sexo, que han sufrido mutación genital femenina – en la página 8 en el recurso de la UNESCO, *Informar sobre la Violencia contra las Mujeres y las Niñas: un Manual para Periodistas.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524. Los estudiantes deberían investigar y explorar las siguientes preguntas. ¿Están informando sus medios locales sobre la violencia contra las mujeres? ¿Tienen sus medios de comunicación locales políticas internas para informar sobre la violencia contra las mujeres? ¿Pueden estudiantes o educadores ponerse en contacto con sus medios de comunicación locales para averiguarlo? ¿Qué acciones pueden tomar educadores y estudiantes en relación con las empresas de comunicación digital?
- Guíe a los estudiantes a aplicar sus competencias AMI en la investigación del proceso. Deberían compartir sus hallazgos con otras personas en sus comunidades, incluso en línea. Consulte también el siguiente recurso para obtener más información sobre la política y el contenido de los medios, *Establecimiento de la Agenda de Género para la Política de Comunicación: Nuevas propuestas de la Alianza Global sobre Medios y Género.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368962.locale=en

El educador debe considerar el desarrollo de actividades similares, como las mencionadas anteriormente relacionadas con el género, para grupos marginados como las personas con discapacidad, los pueblos indígenas, los grupos étnicos minoritarios y los pobres de las ciudades o las comunidades rurales, etc. El objetivo es explorar la representación de estos grupos en los medios de comunicación para poder comprender cómo se han creado estas representaciones y para quién, cuestionar los beneficios y si estas representaciones son aceptadas y quién se encuentra en situación de desventaja como resultado.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis y evaluación de imágenes visuales en el reportaje de noticias, incluyendo componentes técnicos/de diseño.

69. Impe, A.M. (2019). Reporting on Violence against Women and Girls: A Handbook for Journalists. Lourenco, M. (Ed.). https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524. UNESCO.

- Investigue otros estudios e informes recientes sobre el tema y diseñe una campaña de redes sociales sobre ellos. Asegúrese de articular cómo medirá el impacto de su campaña.
- Identificación y evaluación de los procedimientos de reportaje que mejor contribuyen al desarrollo de una ciudadanía informada.
- Evaluación del impacto de visuales en la audiencia.

Unidad 3: Códigos institucionales sobre la diversidad y la representación

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Códigos y ética para proveedores de contenido como medios, empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos y museos.
- Aplicación de los códigos a diversas evaluaciones mediáticas de los códigos y regulaciones.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Examinar la diversidad y los códigos de ética en diversas instituciones de contenido.
- Aplicar los códigos y la ética a una variedad de imágenes y textos mediáticos; evaluar los textos en línea y fuera de línea en función de los códigos y la ética establecidos.
- Evaluar los propósitos y la eficacia de estos códigos.
- Recomendar sugerencias/cambios a códigos y ética para diversos proveedores de contenido.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

La necesidad de evitar las regulaciones de estado sobre los medios ha llevado a que las industrias mediáticas en varias regiones desarrollen voluntariamente códigos de diversidad, orientados a asegurar que estas industrias demuestren un compromiso con el contenido y las iniciativas que son inclusivas y diversas. Muchas industrias también siguen un código de ética que prohíbe el uso de material abusivo o discriminatorio basado en la raza, la etnia, la edad, el género, la habilidad física o el estatus marital. Algunas empresas de comunicaciones digitales

tienen estándares comunitarios, aunque a menudo se las critica por no gastar lo suficiente para hacerlos cumplir. Las bibliotecas y los museos tienen cada vez más políticas relativas a la inclusión y la igualdad, así como cuestiones de apropiación y representación cultural.

- Investigue los códigos de práctica/lineamientos éticos que existen en su región. Podrían estar relacionados con los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos. Identifique quién es responsable de crear estos códigos de práctica. Haga un resumen de las principales áreas que se incluyen y explique su propósito. ¿De qué forma apoyan los intereses de la ciudadanía y consumidores? ¿Qué efecto pueden tener estas regulaciones sobre las instituciones involucradas?
- Aplicar el código de práctica a las representaciones en la información, la elaboración de contenidos y las difusiones del ejercicio anterior. Evalúe hasta qué punto se cumplen las regulaciones. Asegúrese de tener en cuenta en su evaluación tanto el texto como el contexto. Dé ejemplos específicos de la cobertura que sustenten su respuesta. Si existen casos en los cuales el contenido viola estas regulaciones, ¿qué recurso tienen disponible los individuos?
- Examinar otras áreas de los distintos proveedores de contenidos que están cubiertas por estos códigos (p. ej., la representación de género, incluidos los estereotipos y la sexualización en la publicidad). Evalúe hasta qué punto se cumplen las regulaciones. Detalle la retroalimentación que usted daría a las instituciones y/o los productores de estos textos.

Recomendaciones de evaluación

- Resumen de las áreas clave de códigos de diversidad/aplicación ética de estos códigos por varios proveedores de contenido como medios, empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos y museos. Diseñe una campaña de redes sociales o de la comunidad fuera de línea sobre ellos. Asegúrese de articular cómo medirá el impacto de su campaña.
- Recomendaciones de cambios/adiciones a los códigos/ética.

Unidad 4: Televisión, cine y publicaciones impresas

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Largometrajes y representación.
- Representación en publicaciones impresas.
- La industria cinematográfica y televisiva, la comunidad y las historias indígenas.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Examinar el éxito de los programas actuales de televisión y de las películas destacadas.
- Evaluar las representaciones de las películas, la televisión e impresos, incluyendo libros.
- Desarrollar un tratamiento para películas y/o televisión.
- Examinar la parrilla de los programas de televisión en un horario estelar.
- Analizar la representación de género en la publicidad.
- Analizar las estrategias técnicas en las representaciones.
- Examinar historias alternativas de indígenas en la televisión y en las películas.

Las películas entre otras formas de contenido

Las películas son uno de los medios más poderosos en los últimos cien años, que convocan a masas en todo el mundo. En los años recientes, la televisión y los audiovisuales en línea han llegado a un gran número de personas en muchos lugares del mundo. Al mismo tiempo, los libros continúan siendo una fuente importante de ideas e información, tanto en línea como fuera de ella. Todos pueden jugar un papel significativo para dar forma a cómo la sociedad se comprende a si misma al contar relatos y promover versiones particulares de la historia nacional. Una parte importante de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) es entender cómo estos dan forma a nuestro sentido del mundo en el que vivimos.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Utilice el Internet para investigar el éxito de una película reciente. Haga una lista de cinco películas que tienen éxito de taquilla local o internacional. Si es posible vea los cortos en línea de cada una de estas películas o seleccione una película y véala completamente. Describa quién o qué se representa como parte central de la historia. Explique por qué cree que esta representación pueda gustar a las audiencias.
- Pida a los educadores que identifiquen las diversas versiones de la representación de eventos históricos. Por ejemplo, libros publicados durante y sobre ese período; películas creadas en varios géneros; ilustraciones o fotografías y cualquier otro formato visual como fotos o videos musicales. Visite un museo o un archivo (si existe uno de estos en su región sobre el tema) y con basado en ello, recopile el material para preparar un ensayo sobre sus observaciones.
- Escoja cualquier libro o artículo escrito sobre su país. Puede ser también acerca de su comunidad, su cultura, o un evento específico. Identifique cómo se representan los diversos aspectos del tema seleccionado. ¿Está de acuerdo con estas representaciones? ¿Por qué sí o por qué no? Discuta sobre esto.

- Obtenga una colección de comerciales audiovisuales de Internet o de la televisión en su país. Trate de cerciorarse que estos comerciales representen tanto a hombres como a mujeres. En pequeños grupos, discuta cómo las mujeres están representadas en los anuncios con relación a los hombres. Anote algunas de sus observaciones. Discuta sobre sus posibles implicaciones. Pueden existir representaciones que sean vistas de diferente manera por unos de los miembros del grupo. ¿Por qué cree que esto sucede?
- Una fórmula popular de película se enfoca en el mito arquetípico del "viaje del héroe". Los mitos representan sistemas de creencias implícitos que expresan los miedos, los deseos y las aspiraciones de una cultura. En estas historias, el héroe (usualmente un hombre), desconocedor de su destino, es llamado a realizar una importante búsqueda. Usualmente el héroe atraviesa por una serie de etapas como parte de esta búsqueda, incluyendo su "nacimiento" o inicios, llega a ser consciente de su "llamado" o destino, experimenta el romance, se enfrenta a sus adversarios, recibe consejos de un anciano sabio y finalmente regresa a casa.
  - Cree una lista de películas que se basen en esta fórmula. Haga un recuento de su atractivo. Describa al héroe, explique hasta qué punto representa los deseos y los valores del individuo en la sociedad.
  - Describa el trabajo de las cámaras, así como el uso de la música y el sonido. Evalué como estos elementos técnicos refuerzan la representación central de la historia, es decir, la impresión creada por el villano o el héroe romántico. Explique cómo el significado de algunas escenas específicas en la película cambiaría, si, por ejemplo, la banda sonora fuese distinta.
- Visite los sitios de la web de los medios convencionales, indígenas o comunitarios que representan alternativas a los éxitos de taquilla. Revise la selección de las historias que se cuentan a través de estas compañías y organizaciones. Compare estas historias con aquellas que se producen en los principales estudios cinematográficos. Evalué el valor de estas organizaciones "independientes" al dar representación o voz a historias alternativas e indígenas.
- Debata acerca de la responsabilidad de las industrias del cine y de la televisión

"Nuestra meta es tener una variedad de perspectivas representadas en las películas y en la televisión. El aumentar los puntos de vista que están disponibles en la pantalla no le quita nada a nadie: es más, esto lleva a tener una programación más amplia y mejor, nuevos puntos de vista en la pantalla".

- Joan Pennefather, primera mujer presidenta de la National Film Board de Canadá, en Maclean's, (29 de marzo de 1993)

hacia sus espectadores y su relación con el progreso humano. ¿Por qué los espectadores deberían ser capaces de verse a sí mismos y a sus historias en la pantalla? Hable sobre las implicaciones de las historias principales y sus representaciones para varias audiencias. Explore cómo los canales especializados, varios sitios de Internet, blogs y nuevas tecnologías están influyendo en el arte de contar historias y ofreciendo representaciones alternativas para las audiencias.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis de los ejemplos actuales de programas de televisión y películas exitosas.
- Evaluación del impacto de las estrategias técnicas y de forma sobre el contenido y representaciones.
- Examen y evaluación de las organizaciones de filmación nacionales y las compañías de producción independiente para ofrecer historias alternativas, indígenas u originarias.

Unidad 5: Videos musicales y su representación

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Análisis de videos musicales y su representación.
- Música y cambio social.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Desarrollar un guion gráfico y el tratamiento para un video musical.
- Analizar un video musical, poniendo énfasis en las representaciones de género, raza y sexualidad.
- Examinar la representación en música "alternativa".
- Comparar las representaciones de medios alternativos con los medios convencionales.

Enfoques pedagógicos y actividades

- La música juega un papel vital en la sociedad humana. Generalmente se ve a la música como una forma de entretenimiento, pero también juega un papel importante en muchas prácticas religiosas y culturales, y a menudo se la utiliza en los movimientos políticos. El entender cómo la música puede afectar a las audiencias es un componente importante de AMI.
- Utilizando Internet, examine los videos de los principales artistas de hoy en su país y en el extranjero. Analice los mensajes y los valores de los videos musicales de su elección (dependiendo de la disponibilidad de las letras de las canciones, así como de los videos de las canciones). El análisis debe incluir:
    - Examen del contenido de las letras, incluyendo una descripción de las formas en las cuales las imágenes del video se relacionan con las letras y la melodía de la canción, y cuál es la interpretación que el profesor da a las letras.

- Examen de los componentes técnicos del video, considerando el uso del color, la iluminación, la edición (ritmo, yuxtaposición, cortar sobre el compás) los efectos especiales, la conexión entre el audio y los componentes del video.
- Examen de los temas sociales que se tratan en el video, teniendo en cuenta cómo aquellos mensajes pueden cambiar si personas de diferentes clases sociales o razas se incluyen, o si los personajes masculinos y femeninos cambian de papeles.

- Interpretación de los mensajes ideológicos y valores que se presentan en el video utilizando las siguientes preguntas como guía:
  - ¿Presenta el video las creencias de un grupo en particular?
  - Describa las representaciones de hombres y mujeres en el video. ¿Se usa alguna clase de estereotipo? ¿Si es así, con qué propósito?
  - ¿Quién está en una posición de poder? ¿Quién no? ¿Quién se beneficia como resultado?
  - ¿El video excluye a algún grupo de personas o a sus creencias?
  - ¿Qué definiciones de felicidad, éxito o moralidad están implícitas?
- Determine cuál es el público objetivo. Evalué hasta qué punto el video puede tener algún interés más allá de esta audiencia.
- Evalúe el poder de la cultura popular y de la música como herramientas para un cambio transformacional. ¿Hasta qué punto los músicos y los artistas tienen un papel para emitir comentarios políticos y sociales y promover la justicia social? Miren el trabajo realizado por la organización Freemuse, que tiene su base en Dinamarca, la cual apoya a los músicos que han estado involucrados en causas políticas y sociales. ¿Qué temas o eventos han sido representados en su música? ¿Cuál es el propósito?
- Elija la letra de una canción y prepare un guion gráfico para un video musical que transmitirá el mensaje de la letra. Seleccione con cuidado las imágenes que van a representar a la letra. Identifique y seleccione los elementos técnicos que podrían mejorar esta representación.
- Si ya existe un video de esta canción, compare el guion gráfico con el video que se ha producido, anotando las diferencias y similitudes en las imágenes y técnicas.
- Visite el sitio de Internet de una organización como MediaWatch (www.mediawatch.org), que participa en contra del "racismo, sexismo y violencia en los medios a través de la educación y la acción". Investigue los objetivos y las campañas de esta organización y otras similares.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis y evaluación de los ejemplos actuales de videos musicales basados en representaciones, elementos técnicos, ideología y mensajes de valor.
- Desarrollo de guion(es) gráfico(s) de acuerdo con la letra de una canción de su elección.

Recursos para este módulo

Algunos recursos puede que no sean apropiados, así que los capacitadores deberán desarrollar o investigar sus propios recursos que se centren de manera preferente en su propia región.

BIRTH, los archivos históricos de la televisión europea. http://www.birth-of-tv.org/birth
Cynopsis, noticias diarias gratuitas orientadas a la industria de la televisión. Se dispone de varias ediciones. www.cynopsis.com

Box office Guru: figuras estadounidenses e internacionales de la taquilla, tanto del pasado como del presente se encuentran enumeradas aquí: http://boxofficeguru.com

Cuarta Conferencia Mundial sobre las Mujeres de ONU, Declaración de Beijing y Plataforma de Acción. (1995). http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/

International Federation of Journalists. (2009). *Getting the balance right: gender.*

International women' s Media foundation. (2011). Global Report on Status of Women in the News Media. http://www. iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf

Masterman, L. (2010). Voices of Media Literacy with Len Masterman/Interviewer: Dee Morgenthaler. Center for Media Literacy. http //www.medialit.org/ reading-room/voices-media-literacy-international-pio- neers-speak-len-mastermaninterview-transcript.

Reconstrucciones. Un sitio lanzado por los miembros de la comunidad de Medios Comparativos de MIT después de los sucesos que siguieron al 11 de septiembre de 2001. http://web.mit.edu/ cms/reconstructions

Sidahmed, A. (2012). The Plight of Female Journalists [online] Doha Center for Media Freedom. http://www.dc4mf.org/en/content/ plight-female-journalists

Talentos ocultos. (2016). https://www.imdb.com/title/tt4846340/?ref_=nv_sr_srsg_0

The Internet Movie Data Base, el sitio más completo para investigar sobre películas y televisión. Hay una gran cantidad de información sobre títulos individuales, críticas, chats, actores, directores, géneros. www.imdb.com

World Association of Christian Communication. (2010). ¿Quién hace las noticias? Proyecto Global de Monitoreo de Medios. www.whomakesthe-news.org

MÓDULO 7:

CÓMO INFLUYEN LOS MEDIOS Y LA TECNOLOGÍA EN EL CONTENIDO



“El lenguaje es la fuente de los malentendidos”.

- Antoine de Saint-Exupéry (1900 - 1944).

Antecedentes y fundamentos

Marshall McLuhan escribió en 1964 "El medio es el mensaje”. McLuhan es uno de los padres fundadores de lo que ahora llamamos Alfabetización Mediática e Informacional. Así como el medio puede afectar la manera como se reciben los mensajes, los propios antecedentes/experiencia de los usuarios/audiencias, también pueden afectar la interpretación de los estos. Un primer paso importante para ser alfabetizados en medios e información es entender cómo la información, las ideas y los significados se comunican de manera diferente a través de diversos proveedores de contenido como medios, empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos, museos, etc.

Los medios de comunicación o de transmisión de información existían desde la prehistoria con grabados en las paredes, piedras, el uso de conchas, tambores, gongos o escritura en pergaminos. La imprenta llegó en 1455 con Johannes Gutenberg, abriendo la puerta a los periódicos y los libros. Después del telégrafo y el teléfono, llegó la radio en 1901 con un desarrollo más completo en las dos décadas siguientes. La televisión era entonces la progresión que infundía imágenes en audio en 1927. El desarrollo informático comenzó en 1937. Durante la segunda mitad del siglo XX se han producido muchos cambios en el área de la información y la comunicación digital. Estos cambios surgieron tras la Segunda Guerra Mundial con la introducción del computador central ("mainframe") (1946), el principal descubrimiento que posibilitó a la aparición de las redes interconectadas (Interconnecting Networks - Internet) a finales de la década de 1960. En la década de 1990, la Internet

ya se utilizaba comercialmente y el acceso estaba abierto a todas las personas que tuvieran los medios para acceder a ella. (Web 2.0). A principios del siglo XXI, surgió una mayor interactividad, las interfaces se volvieron más fáciles de usar y las redes sociales se difundieron ampliamente entre las personas. La evolución tecnológica más reciente incluye el uso de Inteligencia Artificial (IA) y la tecnología "blockchain".

Cada medio ha dado lugar a diferentes formas de explosión de contenido. Cada medio tiene su variación de 'lenguaje' o 'gramática' que opera para trasmitir el significado de maneras únicas. El 'lenguaje' en este sentido se refiere a los ingredientes técnicos y simbólicos o los códigos y las convenciones que los profesionales de la información, los medios de comunicación y medios digitales seleccionan y utilizan para comunicar ideas, información y conocimiento. Los códigos técnicos incluyen sonido, ángulos de cámara, tipos de disparos, iluminación, colores, gráficos, iconos, menús, código de programación, algoritmos, GIF, memes, emojis, etc. Por ejemplo, pueden incluir música siniestra para comunicar peligro en una película, utilizar ángulos altos para crear una sensación de poder en una fotografía, utilizar códigos de programación para mostrar ciertos gráficos o producir interactividad con el contenido o utilizar emojis para comunicar emociones de forma rápida y virtual.

Los códigos simbólicos incluyen el lenguaje, el vestuario o las acciones del personaje, símbolos icónicos que son fáciles de entender. Por ejemplo, una rosa roja puede usarse simbólicamente para comunicar un romance o un puño cerrado puede usarse para representar la ira. Ciertos códigos, como las voces y las entonaciones utilizadas para voces sintéticas en los sistemas de IA, también pueden utilizarse para reforzar o contrarrestar las desigualdades de género. Los lenguajes utilizados por diversos medios también pueden incluir el uso repetido de palabras particulares, frases o imágenes, también conocidas como lenguaje verbal o visual. Cuando estudiamos el lenguaje de los medios, hay tres preguntas principales que debemos tener en cuenta: ¿Cuáles son los principales códigos y convenciones que las personas que trabajan en producción de contenido utilizan hoy en día? ¿Cómo entienden las audiencias o la ciudadanía estos idiomas? ¿Pueden distintas personas obtener distintos significados que provienen de un mismo texto o pieza de información? Tenga en cuenta que "medios" aquí se refiere

no a las instituciones (que añaden sus propios matices), sino a los vehículos técnicos utilizados para la comunicación.

La comunicación digital se produce en plataformas donde los usuarios, personas y organizaciones pueden conectarse entre sí. Este entorno dinámico de redes sociales incluye sitios como Facebook y VK, plataformas para compartir videos como YouTube y Vimeo, plataformas para compartir material visual y audiovisual como TikTok, Instagram, Snapchat y Pinterest, microblogs como Sina, Weibo y Twitter, así como blogs y wikis. Las empresas y las personas ahora utilizan las herramientas para compartir y buscar información, promover ideas y productos, aprender e interactuar. Educadores y estudiantes enfrentan el desafío de mantenerse al tanto de los cambios, entenderlos y determinar las mejores maneras de usar las herramientas para el entretenimiento, el aprendizaje, la participación social y la toma de decisiones.

Este módulo abordará cómo diversos tipos de formas tecnológicas de medios (incluido el digital) ofrecen diferencias en la forma en que se transmiten los mensajes; también analizará los estilos de lenguaje que emplean estos medios, por ejemplo, el audiovisual permite que una cámara en movimiento siga el ritmo de un caballo corriendo, pero tomó tiempo antes de que los cineastas reconocieran y utilizaran esta posibilidad. Del mismo modo, se necesitó tiempo para desarrollar géneros como comedias, documentales, "reality TV", reportajes informativos, memes, películas de vanguardia y abstractas, etc.

El objetivo de este módulo es formar a los educadores para que adquieran conocimientos sobre una variedad de lenguajes y géneros utilizados para permitirles entender las formas en las cuales la información y los mensajes pueden ser transmitidos, y cómo su interpretación de la información o de las ideas de los proveedores de contenido pueden ser más conscientes de cómo las personas interactúan con el tipo de lenguajes utilizados.

Unidades

Unidad 1:
Lectura de medios y textos de información

Unidad 2:
El medio y el mensaje: noticias impresas y difundidas

Unidad 3:
Géneros cinematográficos y narración

Unidad 4:
Comunicación en plataformas digitales de redes sociales

Unidad 1: Lectura de medios y textos de información

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Examinando los códigos y las convenciones de los medios y los textos de información.
- Analizando el significado: símbolos y lenguaje visual.
- Explorando los medios y los lenguajes tecnológicos: "collages" de fotografía y video.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Identificar los códigos y convenciones que transmiten mensajes a una variedad de medios y textos de información.
- Identificar los signos y símbolos utilizados para una variedad de propósitos en las comunidades locales y globales.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Enumere algunos códigos técnicos y simbólicos así como convenciones que se utilizan en los siguientes géneros: telenovelas o radionovelas, folletos de turismo, documentales, comedias familiares y propagandas políticas. ¿Qué mensajes e informaciones se transmiten a través de estos códigos?

- Identifique los signos y símbolos en su comunidad que se utilizan para una variedad de propósitos con el fin de transmitir la información (p. ej., para direcciones, ubicación de atracciones, etc.). Describa los "lenguajes" verbales y visuales que se utilizan en estos signos y símbolos, para que puedan ser entendidos por las personas en su comunidad. Tenga en cuenta el uso de la fuente, las imágenes estilizadas, el diseño, etc.
- Examine una variedad de tarjetas postales de su país o comunidad. Identifique cuáles son los principales códigos simbólicos o técnicos que se utilizan en cada uno. ¿Qué tipo de información se comunica sobre su país usando estos códigos? ¿Qué información se omite? Cree una tarjeta postal de un lugar o una organización que usted elija. ¿Qué códigos técnicos y simbólicos usted utilizará para transmitir información importante y crear la impresión deseada?

- Utilizando imágenes estáticas o de video, cree un collage de imágenes para transmitir la importancia de su institución educativa a un público objetivo. Considere el uso apropiado de íconos, símbolos, lenguaje visual/verbal, música, colores, tomas y ángulos de cámara, etc., para cautivar y hablar a esta audiencia. La audiencia para este collage podría ser los potenciales estudiantes que podrían inscribirse, padres, directivos, un político, etc.
- Las redes sociales son efectivamente una plataforma para la conversación y el intercambio, generalmente impulsada por algoritmos diseñados para fines comerciales. Si bien, uno de los principales usos de las redes sociales es mantenerse en contacto con amigos y familiares en todo el mundo, también es una plataforma para que clientes, inversionistas y empleados se comuniquen entre sí. Aquí es donde la enorme industria del mercadeo en redes sociales, en constante crecimiento, ocupa un lugar central. Divida a los estudiantes en pequeños grupos. Haga que cada grupo elija una plataforma de redes sociales. Guíelos para estudiar la plataforma con el fin de identificar los códigos técnicos y las convenciones que utiliza cada plataforma para comunicar y enmarcar mensajes. Piense, por ejemplo, que un trino no puede exceder los 240 caracteres. Organice presentaciones de cada grupo y discusiones para responder las siguientes preguntas, y otras que el educador pueda concebir. ¿Qué diferencia una plataforma de redes sociales de otras? ¿Qué es similar? ¿Qué es único para cada una? ¿Estos códigos técnicos y convenciones que se utilizan afectan la forma en que los estudiantes interactúan con la información y las herramientas digitales y el significado derivado de la experiencia? ¿De qué forma afectan a los estudiantes? ¿Son estos códigos y convenciones siempre sensibles al género o a veces están sesgados hacia las mujeres y los hombres? Ahora que educadores y estudiantes son más conscientes de la presencia y el efecto potencial de estos códigos en la mensajería y el significado, ¿cuáles son los pasos críticos que deberán tomar para actuar con más discernimiento en el futuro? Tenga en cuenta que las diferentes plataformas desarrollan diferentes características (p. ej., TikTok para clips de baile). Tenga en cuenta que las plataformas no son escenarios pasivos en las que los usuarios actúan sin dirección, son sistemas creados por algoritmos que determinan qué contenido tiene éxito. Aliente a educadores y estudiantes a compartir lo que han aprendido con amigos y familiares en las redes sociales.
- Dado que el entorno dinámico de la información y la comunicación digital no se ha vuelto más lento, los educadores y los estudiantes se verán obligados a abordar demandas competitivas en un futuro previsible. Organice una sesión de generación de ideas y debate entre educadores o estudiantes. Oriéntelos para que compartan qué nuevas tecnologías y medios podrían desarrollarse en el futuro y qué nuevos códigos y convenciones técnicas podrían utilizar. Por ejemplo, imagine un monitor de computador físico como lo conocemos, siendo virtual y en 3 dimensiones. ¿Qué cambios podría acarrear? Piense también en las herramientas tecnológicas presentes y futuras para el aula y en los espacios comunitarios como "aulas". Organice un debate sobre cómo el uso de ciertos códigos técnicos y convenciones podría permitir u obstaculizar aún más el proceso de enseñanza y aprendizaje.

- El potencial colaborativo de los nuevos medios y los teléfonos inteligentes proporcionan nuevas oportunidades para la expresión del talento y la creatividad. Las nuevas plataformas de medios hoy en día permiten a la gente común expresarse y producir su propio contenido sin las barreras habituales. Ya no se ven obstaculizados por la necesidad de grandes presupuestos, equipos y recursos humanos que antes se necesitaban para mostrar sus capacidades y llegar a los espectadores de todo el mundo. Además, ayudan a difundir y cultivar la idea de que el arte y la creatividad no se limitan a ciertas categorías de personas de sociedades particulares. Divida a los estudiantes en pequeños grupos. Pídales que investiguen, a fin de identificar los medios únicos y los códigos tecnológicos y las convenciones desarrolladas por individuos comunes para mejorar sus medios y productos digitales. ¿Son estos diferentes de los utilizados por los grandes medios y las empresas de comunicación digital? ¿Cómo afectan los modelos de negocio qué contenido creativo sube a la cima y es pagado? Organice presentaciones y debates.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis de los códigos y las convenciones en una variedad de textos.
- Análisis de los signos y símbolos en la comunidad.
- Análisis y evaluación de los códigos que se utilizan en las tarjetas postales locales o nacionales.
- Creación del "collage".

Unidad 2: El medio y el mensaje: noticias impresas y difundidas

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Análisis de los códigos y las convenciones en medios noticiosos.
- Aplicación de códigos y convenciones a una noticia.
- Lenguajes de los medios y su significado; evaluación y análisis de las noticias y la información.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Analizar los códigos y convenciones que se utilizan en la televisión, la radio y los periódicos, en línea o fuera de ella, o en la cobertura de un evento.

- Aplicar estos códigos y convenciones a una noticia en particular.
- Evaluar las formas en las cuales el medio y sus códigos particulares y sus convenciones pueden moldear el mensaje que se transmite.
- Evaluar la información que puede ser transmitida a través del uso de un medio en particular.

Enfoques pedagógicos y actividades

Imagine que un gobierno está planeando cambios en la legislación que tendrá un efecto negativo sobre la protección ambiental o las preocupaciones sobre la igualdad de género en el desarrollo sostenible. Un funcionario del gobierno acaba de dar un discurso para justificar su posición. Un gran número de jóvenes se han presentado para protestar pacíficamente. Algunas personas violentas se infiltran en la protesta y se desata una lucha entre los que protestan y las fuerzas de seguridad. Para analizar cómo los medios podrían cubrir esta situación, educadores y estudiantes deben reflexionar sobre las siguientes preguntas: ¿Toman en cuenta quiénes podrían ser estos jóvenes? ¿Qué grupos de género están presentes? ¿De qué forma se presentan ellos mismos? Esto probablemente afectará la presentación dada por los medios y debería ayudar a las personas a ser conscientes y capaces de detectar estereotipos específicos.

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Prediga cómo este evento va a ser cubierto por un periódico, una estación de radio o una estación de televisión. ¿Cómo cree usted que la cobertura diferirá y por qué? ¿Cuántas de estas diferencias se basarían en las características particulares de cada medio?
- Seleccione un evento relacionado o un tema de interés, como el desempleo juvenil, un escándalo de corrupción o un desastre de contaminación ambiental. Trabajando en grupos, desarrolle una noticia sobre este evento que aparecerá en la radio, en un periódico y en un programa de noticias de la televisión. Para la radio, la historia no puede ser más extensa de 20 segundos; para el periódico, no más de 210 palabras; y para la televisión, 1 a 2 minutos. Después de completar las historias, hable sobre los resultados utilizando las siguientes preguntas como guía:
  - ¿Cómo los distintos medios afectan al tipo de cobertura y a la información que se puede dar?
  - ¿Qué códigos y convenciones se utilizan en el desarrollo de cada historia?
- Cree un collage de imágenes o símbolos que puedan ser utilizados por una escuela u otra institución, teniendo en cuenta el público objetivo y la información que se transmite.

Recomendaciones de evaluación

- Descripción y evaluación de los posibles tipos de cobertura de noticias en una variedad de medios.
- Desarrollo y análisis de una historia noticiosa para la radio, la televisión y los periódicos.

Unidad 3: Géneros cinematográficos y narración

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Géneros de películas.
- Códigos técnicos y simbólicos en las películas.
- Hacer un guion gráfico de una escena de una película.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los profesores tendrán la capacidad de:

- Identificar una variedad de géneros de películas, códigos y convenciones asociadas con ellos (uso de técnicas de filmación, contenido, tema, personajes, tramas convencionales, situaciones y ambientes).
- Identificar códigos técnicos y simbólicos que se utilizan para transmitir el mensaje en una película.
- Desarrollar un guion gráfico de una escena de una película que incluya los códigos y las convenciones de un género en particular.
- Identificar los códigos y las convenciones que se utilizan en un género popular de películas en otro país.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Desarrolle una lista de géneros de películas que a usted le gusten. Identifique los elementos claves que definen a cada género. Vea una escena de estas películas. Anote lo siguiente: trama, ambiente, tipos de personajes, música, iluminación, efectos especiales, edición y trabajo de cámara. ¿Qué mensajes y valores se transmiten a través del uso de estos elementos en la película? Explique cómo el

significado de la escena puede ser alterado al cambiar diversos elementos (p. ej., escenario, banda sonora, etc.).

- En grupos, cree un guion gráfico de una escena de un género de película de su elección. Explique las formas en las que el 'lenguaje' del género se plasma en cada escena.
- Proyecte a los educadores un clip de una película popular de un país extranjero. Compare y contraste los 'lenguajes' cinematográficos que se utiliza en la película con aquel de una película producida en su propio país. Hable sobre el efecto de varias técnicas utilizadas. ¿Qué se comunica a través de estas técnicas? ¿Cuál es el público objetivo de cada película?
- Utilizando el Internet o la biblioteca local, ubique dos afiches de la misma película que serán presentados en distintos países y tenga en cuenta las siguientes preguntas:
  - ¿Qué impresión de la película se transmite a través de los afiches?
  - ¿Qué códigos técnicos y simbólicos se utilizan? ¿Cuál es el propósito?
  - ¿Basándose en los afiches, puede identificar cuál es el público objetivo para cada película?
  - En los afiches, ¿qué información se transmite sobre cada película?

Recomendaciones de evaluación

- Análisis de una escena de la película.
- Creación de un guion gráfico de una escena de una película.
- Análisis de un cartel de una película.
- Comparación de películas.

Temas para considerar en el futuro

- Uso de la banda sonora de la película.
- Obra de artistas que crean efectos de sonido.
- Convenciones del cine documental.

Unidad 4: Comunicación en plataformas digitales de redes sociales

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Redes sociales.
- Producción, monetización y transformación en datos en las plataformas.
- Estética, géneros y formas de comunicación de las redes sociales.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Comprender la especificidad de las redes sociales como un entorno de comunicación.
- Comprender cómo funciona la comunicación en las plataformas digitales y cómo la gente común está involucrada en ella.
- Identificar patrones de comunicación en las redes sociales.

Características de las redes sociales

Al interactuar con los medios de comunicación tradicionales, incluso en línea, generalmente nos posicionamos como miembros de audiencias que están recibiendo y analizando mensajes. En las redes sociales y otras comunicaciones digitales, al mismo tiempo que permanecemos en la posición pasiva de leer mensajes, también somos agentes públicos capaces de producir mensajes y acciones que afectan a los demás usuarios. Por lo tanto, las redes sociales no se tratan solo de recibir e interpretar mensajes, sino de reaccionar ante ellos, así como compartirlos y modificarlos y producir nuevas comunicaciones significativas. Las redes sociales, que incluyen todos los servicios con tecnologías digitales que permiten la interacción entre los usuarios, nos proporcionan entornos donde se produce la comunicación y que eventualmente pueden ser observados por grupos de personas. Las redes sociales cubren una amplia variedad de servicios, a menudo denominados plataformas, que han surgido durante el siglo XXI : aplicaciones de mensajería de texto, plataformas de intercambio de imágenes y videos, servicios de streaming, podcasts, blogs y microblogs, wikis; a menudo se combinan diferentes modos de comunicación, como la comunicación escrita, audio y audiovisual, conocida como comunicación multimodal. El contenido también circula a través de plataformas y se puede acceder desde diferentes dispositivos. Los algoritmos determinan los productores de contenido más populares, con los usuarios más seguidos, suscritos o a los que les gusta recibir la mayor atención, y capaces de ganar dinero con su comunicación. Pueden convertirse en creadores de significado, líderes de opinión y creadores de gustos influyentes. Es relevante señalar que no todas las redes sociales son públicas. Muchas están limitadas a grupos cerrados, o a redes de mensajería social de tamaño limitado. En todos los casos, tenga en cuenta la contribución de las redes sociales a la minería de datos y la elaboración de perfiles por parte de intereses corporativos o de otro tipo.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Los siguientes debates y tareas grupales pueden ser útiles para comprender la acción sobre las empresas de comunicación digital:

- Dibuje un mapa de las aplicaciones de redes sociales más populares colocando el uno o dos servicios más utilizados a nivel mundial y/o en su país en las siguientes categorías y averiguando: a) cuántos usuarios hay a nivel mundial y/o en su país; b) cuándo se fundaron los servicios, y c) quién los posee: A) Comunidades de contenido (p. ej., YouTube, blogs); B) Sitios de redes sociales (p. ej., VK y Facebook); C) Comunidades colaborativas (p. ej., Wikipedia); D) Mundos de juegos virtuales (p. ej., World of Warcraft); E) Otros. Presente sus mapas en pequeños grupos y debata: ¿Cómo puede un usuario comunicarse en la plataforma? ¿Cómo pueden reaccionar los demás al contenido y cuáles son los principales modos de comunicación? ¿Cuán limitadas son las audiencias típicas, es decir, los grupos de seguidores, y qué afecta a su tamaño? De acuerdo con su propia experiencia, ¿cómo están los usuarios utilizando y haciendo mal uso de las funciones para mensajes que pueden apoyar el desarrollo sostenible y los derechos humanos, y por qué? Un tema de discusión adicional puede ser cómo los usuarios pueden recibir ingresos de su producción de contenido, es decir, cuáles son los principios de monetización dominantes en esa plataforma.
- Diferentes plataformas desarrollan diferentes lenguajes y prácticas de comunicación. Compare los idiomas de un blog, un microblog (p. ej., Sina Weibo), una actualización del sitio de red social (p. ej., Facebook), una aplicación basada en imágenes (p. ej., Instagram) y una aplicación de video (p. ej., TikTok). Elija un mensaje que le gustaría transmitir a un público determinado (p. ej., informe a los padres de los niños en edad escolar sobre un nuevo curso de baile diseñado para niños) y cree un mensaje para estas diferentes plataformas utilizando un lenguaje típico de la plataforma. ¿De qué manera las posibilidades y restricciones de las funcionalidades de la plataforma (las llamadas "prestaciones") afectan al mensaje?
- La comunicación en las redes sociales es significativamente egocéntrica, lo que se refleja en las formas de expresión, así como en las redes centradas en el individuo mediante la recopilación de seguidores, suscripciones y reacciones a las publicaciones propias. Hable sobre la estética y las funciones de las selfies (fotografías de autorretrato) en las culturas de comunicación en línea. ¿En qué plataformas y en qué contextos se producen las selfies? ¿Qué tipo de estilos de selfies diferentes puede identificar? ¿Cuáles son las funciones sociales de las selfies? ¿Por qué la gente (no) se toma selfies? ¿Qué tipo de consecuencias positivas y negativas hay en la cultura del selfie? ¿Cómo sería la cultura de la comunicación por Internet y qué perderíamos si se prohibieran las selfies? Tenga en cuenta las preocupaciones sobre el software de reconocimiento facial con relación a las preocupaciones de privacidad.
- ¿Cómo se discute sobre los libros en diferentes plataformas? Hable acerca de cómo la presentación de los libros depende de los medios de comunicación de las plataformas. Encuentre ejemplos de comunidades de libros en blogs, vlogs, plataformas para compartir imágenes y plataformas específicas de lectura, marcadores y reseñas en redes sociales (como Goodreads y bibliotecas nacionales/locales que utilizan características de redes sociales).
- Categorice el contenido de las redes sociales de acuerdo con las siguientes categorías: informativo, confesional, educativo, entretenido. ¿Cómo se hacen

estos contenidos para que atraigan a sus audiencias? ¿Por qué los usuarios están interesados en este tipo de contenido? ¿Por qué son vigilados? ¿Qué características del contenido aumentan la popularidad de estas categorías de contenido? ¿Cómo intentan llamar la atención los creadores de contenido?

- Considere los podcasts como narración de historias y evalúe lo que funciona en este formato.
- En las redes sociales, los géneros son a menudo híbridos, es decir, combinando y mezclando características de un número de géneros diferentes. ¿Qué tipo de géneros "mashup" (mezcolanza) hay en YouTube? Seleccione algunos ejemplos de videos e intente describir el género que se utiliza de la manera más detallada posible identificando qué estrategias de comunicación compartidas y comunes específicas de YouTube están en juego. Por ejemplo, puede tomar una publicación de blog de video (vlog) y describir cómo se comunica con su audiencia. Géneros o formatos de comunicación que se pueden encontrar en muchos géneros son, por ejemplo, tutorial, "haul", "my day", "mukbang" (comer delante de la cámara), "show and tell", “challenge” y "unboxing".
- Las prácticas de comunicación en las redes sociales se basan hasta cierto punto en los roles de género. Trabaje en pequeños grupos e identifique las culturas y prácticas de comunicación típicas de mujeres y hombres en diferentes plataformas. Por ejemplo, los blogs de belleza y los vlogs suelen estar dominados por mujeres productoras de contenido, mientras que las culturas de juegos y tecnología a menudo están dominadas por hombres. ¿Proporcionan estas vías para las voces y el empoderamiento de las mujeres o están reforzando los estereotipos de género? ¿Por qué sí o por qué no? Trate de identificar ejemplos de género minoritario en las culturas identificadas y debata cómo estos casos minoritarios posiblemente cambien las prácticas y normas de comunicación. ¿Existen culturas en línea con equilibrio de género? ¿Qué papel juega el género en la comunicación y qué consecuencias tiene un dominio femenino o masculino?
- Evalúe la publicidad personalizada que recibe cada alumno al usar las redes sociales y si esto es relevante para las recomendaciones de contenido y la investigación que ha experimentado. ¿Son conscientes de que sus rastros de datos tienen estos impactos? ¿El resultado es reforzar una "burbuja" en lugar de exponerlos a contenidos más diversos?

Recomendaciones de evaluación

- Mapeo del panorama de las redes sociales; identificación de la versatilidad de las empresas de comunicación digital.
- Análisis crítico de las funciones de las redes sociales y las consecuencias de las elecciones estéticas y comunicativas en las plataformas.
- Inspección crítica de la experiencia diaria del usuario derivada de diferentes plataformas.

Recursos para este módulo

Beckman, K. (2016). The Tortoise, the Hare, and the Constitutive Outsiders: Reframing Fast and Slow Cinemas. *Cinema Journal, 55*(2).

Bone, J., & Johnson, R. (2001). *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation.* Glencoe McGraw Hill.

Bordwell, D., & Thompson, K. (1998). *Film Art: An introduction.* 6th edition. McGraw Hill.

Burgess, J., & Green, J. (2009). YouTube: Online Video and Participatory Culture. Polity Press.

Dzandza, P., & Kolan, B. (2018). Efecto de las redes sociales en el rendimiento académico de los estudiantes en las universidades de Ghana: un estudio de caso de la Universidad de Ghana. *Library Philosophy and Practice* (e-Journal). https://digitalcommons.unl.edu/ cgi/viewcontent.cgi?article=4687&context=libphilprac

El Quinto Poder. (2013). https://www.imdb.com/title/tt1837703/

Film Education, 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP. Esto incluye una variedad de materiales de enseñanza gratis y excelentes guías de estudio, que pueden ser bajadas del sitio web. www.filmeducation.org.

Ghani, M., Habes, M., Salloum, S., & Alghizzawi, M. (2019). The effect social media usage on Students' e-learning acceptance in higher education: A case study from UAE. *International Journal of Information Technology and Language Studies.* https://www.researchgate.net/publication/338225144_The_effect_of_social_media_usage_on_students'e_learning_acceptance_in_higher_education_A_case_study_from_the_United_Arab_Emirates

Goodman, S. (2003). *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change.* Teacher's College Press.

Guías de estudios de películas para escuela secundaria superior. Escritas por Pacific Cinematheque y distribuidas por la Agencia de Enseñanza Abierta de BC, Canadá. Estas incluyen guías de estudio para películas individuales. www.cinematheque.bc.ca

Hitchcock, P. (1992). *Videography: A Guide to Making Videos*. Peter Hitchcock Productions.

Howard, S. (Ed.). (1998). Wired-Up: Young People and the Electronic Media. UK: Routledge. This anthology is designed as an accessible introduction to important research regarding new communication technologies. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide.* New York University.

Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Polity Press.

Lindgren, S. (2017). *Digital Media & Society*. Sage.

Lipschultz, J. H. (2018). *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics.* 2nd. ed. Routledge.

Luttrell, R. (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. 2nd ed. Rowman & Littlefield.

Mandiberg, M. (ed.) (2012). *The Social Media Reader.* New York University Press.

Manovich, L. (2019). *AI Aesthetics*. Strelka Press.

McLuhan, E. & Zingrone, F. (1995). *Essential McLuhan.* Anansi.

National Film Board of Canada. www.nfb.ca The NFB works with schools, public libraries and museums to unite documentary films and education.

Reporting Africa: El papel de los medios en la (de)formación de la agenda democrática. (n.d.). https://www.researchgate.net/publication/313731941_Reporting_Africa_The_Role_of_the_Media_in_UnShaping_Democratic_Agenda

Saied, S., ElSabagh, H., & El-Afandy, A. (2016). Adicción a Internet y Facebook entre estudiantes de medicina egipcios y malasios: Un estudio comparativo, Tanta University, Egypt. *International Journal of Community Medicine and Public Health,* 3(5). https://www.semanticscholar.org/paper/Role-of-social-media-in-retail-network-_operations-Ramanathan-Subramanian/7fb6085d7da22250510e487f7b7a1d374702fd7f

Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media.* Oxford University Press.

Wang, Y., & Yang Y. (2020). Dialogic communication on social media: How organizations use Twitter to build dialogic relationships with their publics. *Computers in Human Behaviour, 104*, Article no 106183.

MÓDULO 8:

PRIVACIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS Y USTED



La Asamblea General de las Naciones Unidas hace un llamamiento a las empresas

“para que informen a los usuarios de manera clara y accesible sobre la recopilación, el uso, el intercambio y la retención de sus datos que puedan afectar a su derecho a la privacidad y para que establezcan políticas de transparencia, según proceda”.

Resolución: El Derecho a la Privacidad en la Era Digital. A/RES/73/179

Antecedentes y fundamentos

La privacidad es uno de los temas más importantes y debatidos de nuestros tiempos. Como la mayoría de los conceptos, es difícil dar una definición completa de privacidad en una o dos oraciones. Por lo tanto, no hay una definición universal para ella. El término privacidad sugiere la necesidad de proteger y restringir el acceso de otros a su información personal[70]. La privacidad nos concierne a todos como individuos y grupos. Se refiere a la información sobre nosotros que creamos a sabiendas o inconscientemente. La privacidad es igualmente relevante para la información recopilada o distribuida por instituciones privadas, públicas y comunitarias.

Joseph Cannataci, el Relator Especial de las Naciones Unidas sobre el Derecho a la Privacidad, y sus colegas proponen que hay tres grandes grupos

70. Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO, París.

de preocupaciones sobre la privacidad. El primer grupo se refiere a los espacios físicos que conciernen a los individuos y grupos que protegen sus espacios del acceso, la interferencia y la intrusión no deseados. El segundo grupo de preocupaciones sobre la privacidad se refiere a los individuos como persona: qué voluntad o autonomía tienen los individuos **para pensar libremente, tomar sus propias decisiones y expresarse libremente sin miedo a la interferencia externa. Finalmente, el tercer grupo también se preocupa por el individuo como persona, pero se centra en el flujo de información personal. Esto se llama privacidad de la información**[71]**. Este tipo de privacidad se extiende más allá del individuo a la sociedad en su conjunto, en la medida en que también se refiere a cómo la privacidad afecta el flujo de información en la sociedad y cómo esto afecta el desarrollo de los individuos como ciudadanía**[72]**.**

La privacidad de la información o privacidad informativa está relacionada con la privacidad de los datos. En la era digital, el espacio físico, la autonomía personal y la forma en que una persona crea y utiliza los datos están empaquetados en nuevas tecnologías y son transformados en espacios virtuales y datos virtuales. Por ejemplo, antes de la tecnología, uno podía acceder a la información en la biblioteca con la frecuencia que deseara y solo los funcionarios de la biblioteca con autoridad tendrían acceso al historial o al tipo de información a la que estaba accediendo. Cuando usted iba a la tienda, solo el tendero sabría lo que usted estaba comprando. En el entorno en línea de hoy esto ha cambiado por completo. Cada vez que uno compra algo en un punto de venta en una tienda o en línea, realiza una transacción en un sitio web del gobierno, visita al médico u hospital, busca algo en línea utilizando un motor de búsqueda o participa en cualquier tipo de actividades en las redes sociales, se crean, recopilan y almacenan datos. Quién tiene acceso a estos datos, para qué se utilizan y qué permiso se da para su uso o no, es de interés para todas las personas.

La privacidad es un derecho humano y está protegido por el Artículo 12 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, así como el Artículo 17 del Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos. Los países y bloques geográficos regionales tienen leyes de protección de datos que fortalecen la protección de la privacidad[73]**. Más de 132 países alrededor del mundo han desarrollado y adoptado leyes para la protección**

71. Cannataci, J., Zhoa, B., *et al.* (2016). *Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining their new boundaries in the digital age.* UNESCO.
72. Ibid al 1
73. Ibid al 55

de datos basadas en estándares internacionales[74].

Si se está preguntando qué tiene que ver la privacidad con la Alfabetización Mediática e Informacional, significa que está pensando críticamente, porque esta sería una pregunta válida. En el Módulo 1 y otros módulos relevantes, se describen y explican las competencias generales de Alfabetización Mediática e Informacional. Estas competencias abarcan el conocimiento, las destrezas y las actitudes que una persona necesita para interactuar crítica y resueltamente con la información, los medios y la tecnología digital en todas las formas. Las competencias necesarias para proteger la privacidad son inherentemente competencias sobre el compromiso con el contenido, las TIC y las instituciones que proporcionan contenido. "Defender la privacidad de uno mismo y respetar la privacidad de los demás es un ejemplo de las competencias AMI en acción[75]". Se proporcionan dos ilustraciones para el lector. En primer lugar, la competencia AMI que se ocupa de localizar y acceder a la información y el uso ético y responsable de la información ayudará a las personas a comprender quiénes pueden localizar y acceder a su información privada, cómo lo hacen, con qué propósito la utilizan y qué puede hacer la persona para proteger sus datos privados. Un segundo ejemplo se relaciona con las competencias AMI que tratan sobre cómo el entender el papel y la función de los proveedores de contenido en línea o fuera de línea ayuda a las personas a comprender el contexto social, económico y político de la privacidad. La comprensión de las TIC y las instituciones sustenta el conocimiento sobre cómo los sensores y algoritmos rastrean y vigilan nuestros comportamientos, produciendo datos que, sin salvaguardias, a menudo se utilizan para tomarnos como objetivo de manera que puedan socavar nuestra voluntad y autonomía en nuestra futura toma de decisiones.

La privacidad es relevante para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La participación de las personas en el desarrollo y la democracia en relación con los ODS está mediada por los proveedores de contenido y determinada por su nivel de competencias AMI. En este sentido, la interferencia con la privacidad puede cambiar el flujo de información en la sociedad. Considere, por ejemplo, el ODS 5, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres, donde la creciente misoginia en línea, así como los ataques en línea contra mujeres periodistas y bloggers, utilizan información privada para intimidar su expresión, etc. Comprender la privacidad dentro de los medios y la alfabetización informacional vincula la información personal de un individuo con la información sobre el desarrollo y la información pública en relación con las dimensiones económicas, sociales y ambientales de los ODS.

74. United Nations Conference on Trade and Development. Data Protection and Privacy Legislation Worldwide. https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Data-Protection-Laws.aspx
75. Ibid al 54

Unidades

Unidad 1:
Entendimiento de la privacidad en AMI

Unidad 2:
Privacidad, datos y desarrollo

Unidad 3:
Conciencia de las obligaciones institucionales para proteger su privacidad y sus datos

Unidad 1: Entendimiento de la privacidad en la AMI

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Introducción a las competencias de privacidad.
- Gestión de la privacidad en línea.
- Protección de la información personal.
- Uso ético de los datos en línea.
- Creación y uso de datos en línea.

Objetivos de aprendizaje

Al final de esta unidad los educadores y estudiantes deberían poder:

- Describir las preocupaciones e implicaciones de la privacidad en línea en AMI.
- Identificar estrategias para proteger la información personal en línea.
- Comprender que las actividades en línea crean datos y cómo administrar la información personal y la reputación en línea.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico.

Privacidad e intersecciones con AMI

Las competencias para proteger la privacidad son competencias AMI

Las competencias que las personas necesitan para ayudar a proteger su privacidad son inherentemente competencias AMI, aunque es principalmente el estado el que tiene el deber de respetar y proteger los derechos humanos como privacidad. A continuación se presentan dos cuadros adoptados de la Encuesta de la UNESCO sobre la Privacidad en la Alfabetización Mediática e Informacional con Perspectivas Juveniles. El recurso establece un vínculo explícito entre la privacidad y la AMI, y ofrece un conjunto de recursos para los educadores. Los educadores pueden desarrollar planes de lecciones y actividades tales como discusión/debate en grupo en torno a cada una de las competencias que se enumeran a continuación.

TABLA 8.1 PRIVACIDAD EN LO QUE SE REFIERE A LA PERSONA[76] Y SU CONEXIÓN CON LA AMI

COMPETENCIAS DE PRIVACIDAD PROPUESTAS	PRIVACIDAD INCRUSTADA/INTEGRADA EN AMI
Comprender la necesidad y el valor de los derechos de privacidad personal en el ciberespacio →	En AMI, los derechos de privacidad personal deben estar interconectados con los derechos humanos en línea y fuera de línea. Esto incluye el acceso y la no discriminación en Internet, la libertad de expresión e información, la libertad de reunión, asociación y participación, educación y alfabetización, protección especial para niños y jóvenes, y el "derecho a un recurso efectivo cuando sus derechos humanos y libertades fundamentales son restringidos o violados".[77]
Conocimiento de la mercantilización y monetización de los perfiles e información personal, especialmente en línea →	Responsabilizar a los intermediarios de Internet/ tecnología, así como a los medios, de sus políticas de privacidad, al tiempo que reconoce que los datos anónimos pueden admitir aplicaciones y servicios de Internet. El acceso a servicios "gratuitos" en Internet y a medios "gratuitos", independientes y pluralistas, tiene un costo para la privacidad. Sin embargo, nunca se debe abusar de este costo y debe requerir el consentimiento transparente del usuario.
Comprender cuándo y cómo exigir privacidad y anonimato y cuándo respetar la privacidad y el anonimato de los demás →	Comprender y apreciar que la privacidad y el anonimato son necesarios para proteger la libertad de expresión, incluido el derecho de acceso a la información, y que los sistemas de cifrado pueden respaldar esto.
Poseer un juicio discriminatorio al compartir información personal en línea o fuera de línea →	La ciudadanía deberían tomar decisiones personales e informadas sobre lo que comparten conscientemente o no, al tiempo que evitan la autocensura, que también puede obstaculizar la libertad de expresión.
Capacidad para evaluar e interactuar con las organizaciones, incluidas las plataformas en línea, definir la privacidad y sus prácticas de gestión de datos →	Comprometerse con los intermediarios y los medios de comunicación en el desarrollo y la implementación de políticas, al tiempo que se favorece y equilibra la autorregulación o corregulación sobre la regulación gubernamental como una medida para reducir los riesgos de que el poder estatal viole derechos.
Comprender los riesgos y beneficios de la privacidad en entornos digitales y ser capaz de ajustar la configuración/los niveles de privacidad en consecuencia →	Ponderar los riesgos y beneficios de privacidad contra la seguridad personal, la seguridad de los demás y la seguridad nacional. Reconocer que algunos niveles de privacidad pueden quedar limitados para la protección de otros derechos (incluido el derecho a la seguridad o el derecho a la reputación), siempre que se preserven las normas internacionales en términos de legalidad, necesidad, proporcionalidad y propósito legítimo.
Uso ético de la información personal de otros y respeto por la privacidad de otros →	Comprensión más amplia de la información y la ética de los medios de comunicación.

Fuente: UNESCO, Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO.

76. Estas competencias fueron adaptadas de Privacy Piece, Media Awareness Network., (2011).
77. Véase Consejo de Europa. (2014).

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Introduzca conceptos de privacidad (definiciones y vocabulario) como: privacidad, información personal, huella digital, reputación en línea, lo que Shoshana Zuboff (2019) llama "capitalismo de vigilancia" y configuraciones de privacidad. Consulte el Glosario de Términos para obtener definiciones propuestas de estos y muchos otros conceptos en este currículum. Una vez que se comprenda la base de los conceptos básicos relacionados con la privacidad, introduzca las competencias relacionadas con estos conceptos, como: las implicaciones de privacidad personal en el uso de la tecnología digital y sus aplicaciones, los tipos de información que se pueden compartir de manera segura, cuándo y qué tipos de información deben permanecer privados, la gestión de la privacidad y los entornos en línea, la comprensión de la permanencia de la información compartida en línea y el impacto de las tecnologías digitales en nuestras vidas en línea y fuera de línea.
- Haga hincapié en la importancia de la huella digital de cada persona. Aunque los niños y niñas, por ejemplo, pueden no tener cuentas de redes sociales que ellos hayan creado, es posible que miembros de la familia o amigos hayan publicado información sobre ellos en línea en algún momento. Nuestras huellas digitales son representaciones de nosotros en línea. Nuestro comportamiento en línea refleja el de nuestro comportamiento en persona y viceversa[78]. Los mensajes, fotos, enlaces, comentarios y "me gusta" deben publicarse con cuidado. Una vez que la información se publica en línea, es difícil de controlar y existe en línea por más tiempo que su publicación original. Su huella digital puede ser vista por personas que nunca ha conocido. Los proveedores de servicios de Internet y la "pila" de proveedores de aplicaciones a los que se accede a través de ellos, tienden a mantener y analizar sus interacciones digitales, incluidas las búsquedas y la navegación.
- Dirija una discusión utilizando algunos de los siguientes puntos: (1) ¿Cuándo está bien compartir información, videos, fotos, etc. de otra persona? (2) ¿Con quién comparte secretos? (3) ¿Por qué no comparte esta información con otras personas? (4) ¿Qué tipos de información son importantes para ser protegidos? (por ejemplo, contraseñas, correo electrónico, números de móvil, etc.). Guíe a los estudiantes en un debate sobre los tipos de información personal que uno no querría que se publicara en línea o que se proporcionara a extraños.
- Si usted es un educador, guíe al grupo de estudiantes para ejecutar una búsqueda sobre sí mismos utilizando varios motores de búsqueda como Baidu, Google, Yandex, DuckDuckgo, Yahoo, Bing, Apple, etc. Pida a los estudiantes que compartan parte de la información que encuentren. Deberían compartir si se sorprendieron ante parte de la información. También pídales que comparen la información que encuentran sobre sí mismos en diferentes motores de búsqueda. ¿Qué es diferente y qué es lo mismo? ¿Cómo llegó esta información a Internet?

78. Carlsson, U. (Ed.). (2019). *Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy.* UNESCO.

¿Lo publicaron? Guíe a los estudiantes para discutir críticamente las implicaciones del tipo de datos que los diferentes motores de búsqueda tienen sobre ellos.

- Revise la configuración de privacidad en una plataforma de redes sociales popular como Line, WeChat, Instagram, VK, Snapchat, Facebook, LinkedIn, TikTok, Twitter, Telegram o Signal, etc. Las fotos y otros contenidos que se publican en las redes sociales no siempre son seguros. A veces, las fotos compartidas tienen sellos ocultos de hora y ubicación, que podría ser su dirección. Es importante aprender sobre las características de privacidad que ofrecen sus cuentas de redes sociales. Sus cuentas de redes sociales tendrán una función titulada "Configuración de privacidad"; explore esta función para saber quién puede acceder a la información que publica en línea, si otros pueden etiquetarlo en las publicaciones en línea y qué tipo de información biográfica es visible desde sus perfiles en línea.
- Hay numerosos artículos en Internet que enumeran las contraseñas de cuenta más utilizadas. Recupere uno de estos artículos y compártalo con los estudiantes. ¿Utilizan una de estas contraseñas? ¿Conocen a alguien más que lo haga? Discuta la importancia de usar una contraseña segura para proteger su información.
- Por un lado, la habilidad de gestión de datos en entornos mediados puede favorecer potencialmente a los usuarios masculinos que pueden ser más hábiles en diversas tareas de privacidad relacionadas con tecnicismos de Internet (es decir, comportamientos técnicos en protección de datos). Por otro lado, la preocupación intrínseca por la privacidad con respecto a la exposición de datos subyacentes puede, o no, hacer que las mujeres tengan más probabilidades de ejercer habilidades de privacidad que son más socialmente pertinentes a una configuración de límites público-privado (es decir, comportamientos sociales en la protección de datos). Aquellos con menores habilidades en su compromiso con la privacidad en Internet se verán atrapados en un ciclo de disparidad y pueden no estar en forma para tener el éxito en línea que requiera el aumento de los niveles de habilidad de privacidad (Park, 2015; p. 253)". Organice un debate grupal en torno a estas declaraciones. Guíe a los estudiantes a investigar y ofrezca evidencia de apoyo sobre si están de acuerdo o en desacuerdo con la declaración, en su totalidad o en partes, y por qué.
- Kaspersky, Norton, Avira y Avast son empresas antivirus y de protección de datos muy populares. Hay otras. Tenga en cuenta los consejos ofrecidos por Norton a continuación. Discuta estos consejos con los estudiantes. Explore hasta qué punto realmente están practicando estos consejos. ¿Están de acuerdo con todos ellos? ¿Por qué si o por qué no?

    - Limitar la información personal que se comparta en las redes sociales.
    - Navegar en modo incógnito o privado.
    - Utilizar un motor de búsqueda diferente.
    - Utilizar una red privada virtual.
    - Tener cuidado con dónde se hace clic.
    - Proteger sus dispositivos móviles.
    - Utilizar software antivirus de calidad.

- Tener en cuenta la lista de herramientas de privacidad disponibles en línea.
  - www.haveibeenpwned.com: Para comprobar si su contraseña, nombre de usuario y correo electrónico estaban comprometidos.
  - Tor, www.torproject.org: Es uno de los servicios VPN (Red Privada Virtual) más utilizados que se ofrecen gratuitamente.
  - Anonymizer, https://ntrepidcorp.com/: Un sitio que le ayuda a navegar de forma más anónima. Algunos servicios como estos almacenan su información, así que tenga cuidado. Lea atentamente las políticas de privacidad y obtenga ayuda de personas más experimentadas en su red.
  - Privacy Badger, https://privacybadger.org/ una extensión del navegador que le ayuda a habilitar las funciones de no rastrearme
  - Aquí hay más de 73 herramientas gratuitas para proteger la privacidad en línea[79], compiladas por un experto y defensor de la privacidad reconocido, Paul Bischoff.[10]
- Haga levantar la mano a los estudiantes para ver cuántos conocen estas herramientas. ¿Cuántos las usan realmente? Divida a los estudiantes en pequeños grupos y guíelos para que investiguen las fortalezas y debilidades de las herramientas seleccionadas. ¿Pueden nombrar o enumerar algunas otras herramientas útiles para proteger la privacidad en línea? Tenga cuidado, ya que algunas herramientas requieren el apoyo de expertos.
- Haga una búsqueda en línea sobre cuántos puntos de datos sobre usted recopilan las aplicaciones, y cómo se utilizan para perfilar y controlar los alimentadores ("feeds") de contenido, las recomendaciones y la publicidad. Investigue información y mire documentales sobre estos temas, como la película "El dilema social", y debate soluciones más allá de la autoprotección.

Recomendaciones de evaluación

- Compruebe la seguridad de las contraseñas utilizando un sitio como nordpass.com and password.kaspersky.com. Los estudiantes pueden hacer una lluvia de ideas sobre posibles nuevas contraseñas, comprobar la solidez de estas contraseñas y recibir comentarios sobre qué elementos podrían aumentar la solidez de sus contraseñas. Del mismo modo, estos sitios web también cuentan con generadores de contraseñas seguras, por lo que esto puede ayudar a los estudiantes a encontrar ejemplos para inspirar sus propias contraseñas.
- Análisis de la presencia en línea: haga que los estudiantes analicen su presencia en las redes sociales. ¿Pueden encontrarse a ellos mismos en una búsqueda en línea? ¿El contenido del perfil de redes sociales seleccionado por un estudiante se alinea con el propósito de la plataforma (por ejemplo, social, profesional, etc.)? ¿El contenido en su plataforma de redes sociales los representa con precisión?
- Desarrollo y análisis de diferentes empresas de comunicación digital y su uso principal por parte de los estudiantes.

79. Paul Bischoof. https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/75-free-tools-to-protect-your-privacy-online/.

Unidad 2: Privacidad, datos y desarrollo

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Desarrollo basado en datos.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Privacidad y protección de datos.
- Influencia de la privacidad en el desarrollo personal y el desarrollo social.
- Privacidad, libertad de expresión, acceso a la información.
- Privacidad y transparencia.

Objetivos de aprendizaje

Al final de este módulo, los educadores y estudiantes deberían poder:

- Comprender y describir los conceptos básicos de cómo los datos pueden impulsar el contenido y los modelos de negocio, así como el desarrollo social y económico.
- Diferenciar entre privacidad y protección de datos.
- Explorar la interacción entre privacidad, desarrollo personal y desarrollo social.
- Explicar por qué la privacidad es crucial para que las personas se expresen libremente y se beneficien del acceso a la información.
- Explorar y consultar estos temas en sus contextos personales, locales y sociales.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico a Intermedio.

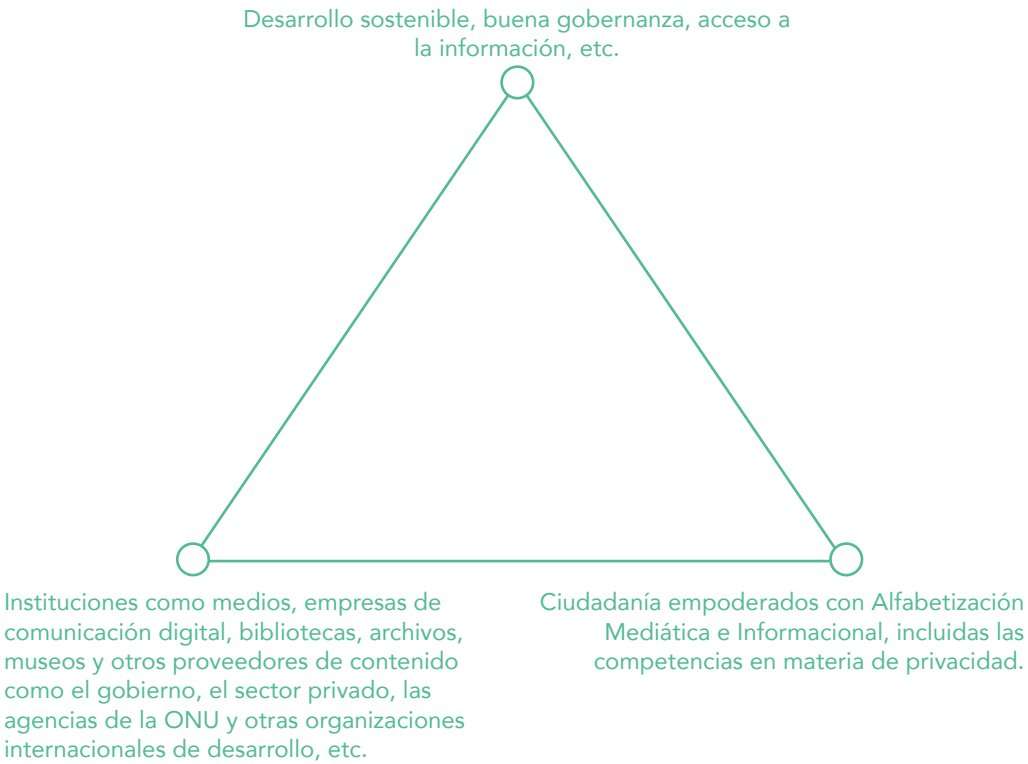
Datos y sociedad

Datos y privacidad: Implicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Si queremos que las sociedades sean más inclusivas y garantizar una participación y comprensión más amplias en el desarrollo sostenible, es necesario contar con el tipo de datos que permitan un diseño más útil, así como un seguimiento y una evaluación sistémicos y precisos. El logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 tiene, en la base, una revolución en los datos. Los rápidos avances en la tecnología y el crecimiento exponencial de las capacidades de almacenamiento digital y la velocidad abren la oportunidad de recopilar y utilizar cantidades alucinantes de datos. La revolución de los datos en relación con el desarrollo es doble. En primer lugar, se trata de datos sobre el desarrollo (gobierno y sector privado) para garantizar resultados más precisos y mensurables. En segundo lugar, son datos sobre individuos, grupos e instituciones. Al considerar esto último es donde el tema de la privacidad se vuelve más relevante para los ODS y la participación de las personas en estos procesos de

gobernanza. Puede leer más sobre los ODS en el Módulo 13. Las competencias AMI pueden ayudar a comprender cómo se medirán y monitorearán los ODS y cómo estos se conectan con sus vidas individuales y colectivas[80], privadas y públicas.

FIGURA 8.1: AMI Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA DEMOCRACIA (LIBERTAD DE EXPRESIÓN, PRIVACIDAD, ETC.)



El sistema de las Naciones Unidas tiene lo que llama relatores especiales. Se trata de personas que tienen una amplia experiencia y profundos conocimientos sobre diferentes temas de desarrollo. Los relatores especiales están facultados para llevar a cabo investigaciones exhaustivas y presentar informes a las Naciones Unidas sobre diferentes aspectos del desarrollo. Estos informes forman parte de la documentación oficial para los debates y decisiones de las Naciones Unidas. Joseph Cannataci es el relator especial sobre privacidad para las Naciones Unidas en el momento de escribir este módulo. Las personas designadas son cambiadas después de períodos establecidos. En uno de sus informes, propone tres pilares para el desarrollo de la personalidad sin obstáculos. Estos son:

1. Privacidad.
2. Libertad de expresión.
3. Libertad de información.

80. Grizzle, A. (2015). Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. UNESCO and NORDICOM. In Jagtar, S., Grizzle, A., Sin Joan, Y. & Sherri Hope, C.
Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals. UNESCO.

En esta sección, nos centraremos en el pilar de la privacidad y abordaremos los vínculos de la privacidad con la libertad de expresión y la libertad de información en la siguiente sección.

Como se indica en los antecedentes de este Módulo, los aspectos de nuestra información personal ayudan a informar y contribuir a la información de desarrollo e incluso, en ciertos casos, a la información pública. Tomemos por ejemplo la información sobre los hábitos de los consumidores. Esta información personal colectiva ayuda a informar el tipo de productos o servicios ofrecidos por los actores económicos. Del mismo modo, nuestra información de salud personal agregada ayuda al gobierno a proporcionar la información pública necesaria sobre, por ejemplo, las tasas de aumento de las enfermedades de estilo de vida, enfermedades crónicas o pandemia como el COVID-19, diabetes, hipertensión, enfermedades cardíacas, cáncer, etc. O en el contexto del compromiso político o la participación cívica, el porcentaje de jóvenes en la población que se presenta a votar. Del mismo modo, se puede imaginar fácilmente cómo se puede utilizar el acceso a todos estos datos para influir en los miembros de la sociedad.

Privacidad, libertad de expresión, acceso a la información y transparencia

En la sección anterior, se observa que la privacidad está entretejida con la libertad de expresión y la libertad de información, y juntas afectan nuestro desarrollo personal. Pensando más ampliamente, estas en conjunto nos afectan no solo como individuos sino también como individuos que están indisolublemente conectados con nuestras familias, comunidades, naciones y el mundo. La UNESCO utiliza el concepto de ciudadanía del mundo para explicar nuestra obligación social a quienes nos rodean, ya sea que estén cerca o lejos. Vea más sobre la libertad de expresión y la libertad de información en el Módulo 1 y el Módulo 2. Vea también más sobre la ciudadanía global en el Módulo 5. Esta sección se centra más en explicar cómo la privacidad puede permitir o poner en peligro la libertad de expresión o el acceso a la información.

Hace casi 20 años, algunos autores plantearon "la muerte de la privacidad"[81] argumentando que los rápidos y exponenciales avances en la tecnología significarán que las personas tendrán cada vez menos control sobre la información sobre sí mismas y la familia. ¿Qué tiene que ver esto con la libertad de expresión? Considere por un momento que a usted le gustaría expresarse libremente en Internet sobre un tema social, pero le gustaría hacerlo de forma anónima para evitar ser victimizado. Sin las garantías de integridad de los mecanismos de protección de datos, puede optar por autocensurarse, lo que significa no expresarse en absoluto sobre este asunto porque le preocupa que esta información pueda sear rastreada hasta usted. Este escenario es una realidad para muchas personas, incluidos los periodistas de investigación o los denunciantes en los casos en que es necesario permanecer en el anonimato.

Organizaciones como Transparencia Internacional existen para promover la rendición de cuentas y erradicar la corrupción en el gobierno, el sector privado y las organizaciones no gubernamentales y otras. Transparencia Internacional es un ejemplo de una red global con capítulos en más de 100 países. Existen otras redes relacionadas. La promoción de la transparencia es necesaria para lograr la equidad, la justicia y la

81. Cannataci, J. A., Bo Zhao, Torres Vives, G., Monteleone, S., Bonnici, J. M., & Moyakine, E. (2016). Privacy, free expression and transparency: Redefining their new boundaries in the digital age. UNESCO. Series on Internet Freedom.

igualdad para todos. Esto también requiere un cierto nivel de apertura con respecto a la información que se comparte con el público. Los actores de varias organizaciones, gobiernos y entidades privadas a menudo pueden esconderse detrás del velo de la privacidad. Las normas y leyes internacionales marcan la línea en cuanto a dónde comienza o termina la privacidad en relación con aquellos cuyas acciones afectan a otros, positiva o negativamente, y al público en general. La transparencia no solo está relacionada con las instituciones. También se propone el concepto de 'transparencia personal' o ética. La idea es que la verdad y la confianza deben existir primero dentro de las personas, de tal manera que el comportamiento moral a gran escala influirá en las normas institucionales y la intolerancia hacia las prácticas corruptas. Al mismo tiempo, existe un argumento que enfatiza la privacidad para los débiles y la transparencia para los poderosos.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Discuta los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Oriente a los estudiantes a hacer preguntas como: ¿Cómo se relacionan conmigo personalmente, especialmente en términos de mi privacidad y autonomía? ¿Cómo cree usted que se relacionan con su familia y amigos? ¿Cree usted que estos objetivos se pueden alcanzar realmente? ¿Qué contribución personal puede hacer para avanzar en ciertos ODS? ¿Qué contribución cree usted que podría hacer a través de los grupos? Hágase las preguntas: ¿para cuál de los ODS cree usted que no puede hacer nada para contribuir? ¿Por qué cree que esto sucede? Los educadores deben guiar a los estudiantes en diferentes formas en que pueden contribuir y actuar, ya sea que esto esté relacionado con su privacidad personal o no.
- Visite el sitio web oficial de la ONU que contiene información y datos para monitorear los ODS: la base de datos de Indicadores Mundiales de ODS https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/. Esta plataforma proporciona acceso a los datos recopilados sobre el progreso hacia el logro de los ODS. Guíe a los estudiantes para ver con más profundidad los indicadores que están conectados con los diferentes objetivos. Enséñeles a navegar por la base de datos. Los estudiantes deben seleccionar al menos un objetivo que crean que se conecta con ellos personalmente y un objetivo que se conecta con su comunidad. Deberían extraer los indicadores relacionados con estos dos objetivos y hacer una investigación básica sobre el tipo de datos que existen en su país o comunidad acerca de lo que están haciendo las partes interesadas en su comunidad o país para avanzar en los ODS de su elección. Haga preguntas tales como: ¿Cómo se conectan mis datos personales a estos indicadores de los ODS? ¿Cómo podría la información sobre los miembros de mi comunidad conectarse a estos indicadores de los ODS? ¿Los datos sobre estos ODS elegidos que se han encontrado en entidades gubernamentales o privadas en mi comunidad o país se pueden rastrear hasta grupos particulares de personas? ¿Estos grupos de personas se benefician o son víctimas como resultado de estos datos? Debata cómo se pueden convertir los datos en anónimos y agregar "ruido" que ayude a proteger la identidad y autonomía individual o grupal.
- Guíe al grupo de estudiantes para ejecutar una búsqueda sobre sí mismos utilizando varios motores de búsqueda como Google, Yandex, Baidu, DuckDuckgo, Bing, etc. Pida a los estudiantes que compartan parte de la información que

encuentren. Deberían compartir si se sorprendieron ante parte de la información. También pídales que comparen la información que encuentran sobre sí mismos en diferentes motores de búsqueda. ¿Qué es diferente? ¿Qué es lo mismo? Guíe a los estudiantes para discutir críticamente las implicaciones del tipo de datos que los diferentes motores de búsqueda tienen sobre ellos y cómo esto afecta los resultados de las diferentes búsquedas.

- Debata sobre quién es el propietario de los datos recopilados sobre usted y si los servicios en línea que utiliza permiten o impiden la "portabilidad de datos", es decir, si puede retirar sus registros de datos y llevarlos a otro lugar fuera de los "jardines amurallados" en los que se encuentran actualmente.
- Organice un debate sobre "El Acto de Equilibrismo: entidades comerciales y nuestra privacidad vs. privacidad y desarrollo". Tenga como base del debate cuestiones como si los medios de comunicación, Internet y las empresas de hardware y software tecnológico existen solo con fines comerciales o también tienen beneficios económicos, sociales y culturales para la ciudadanía, que son indispensables para lograr los ODS.
- Identifique una asociación que promueva la transparencia o luche contra la corrupción en su comunidad o internacionalmente. Pregunte a los estudiantes si antes conocían esta organización. Mantenga un breve debate sobre lo que hace esta organización, céntrese en la naturaleza colaborativa de su estrategia, formule preguntas como la de cómo cree que las acciones de Transparencia Internacional se relacionan con las realidades locales del estudiante. Discuta la declaración: "El gobierno y los funcionarios públicos tienen derecho a su privacidad".
- Hable sobre la pregunta: ¿En qué medida los actores de las organizaciones del sector privado que venden productos y servicios al público deberían estar protegidos por las leyes de privacidad?
- Busque los últimos tres informes del Relator Especial de las Naciones Unidas sobre la Privacidad. Divida a los estudiantes en tres grupos. Guíe a cada grupo a la sección sobre recomendaciones en cada informe. Oriéntelos sobre formas de investigar si estas recomendaciones seleccionadas se están implementando en sus países. ¿Existen recomendaciones relacionadas con AMI o la mejora de las capacidades de la ciudadanía sobre la privacidad? ¿Cómo se relacionan las recomendaciones con el empoderamiento de las personas con competencias AMI? Organice una discusión. ¿Cuáles son algunas tendencias observadas en cada conjunto de recomendaciones en cada informe? ¿Cuáles son las implicaciones para mí y para mi comunidad?
- Guíe a los alumnos en grupos para desarrollar carteles o infografías en torno a la conexión entre la privacidad, la libertad de expresión y el acceso a la información. Cada grupo debe hacer una presentación de 10 minutos usando el cartel. Guíe una discusión centrada en las implicaciones para individuos, grupos, instituciones, el sector privado y los gobiernos.
- Guíe a los estudiantes a buscar en YouTube o en el repositorio de videos en línea para obtener recursos de aprendizaje sobre privacidad y AMI. Guíelos en cuanto a qué buscar para confirmar que el contenido del video es confiable. Anime a los estudiantes a compartir videos validados con sus redes en las redes sociales.
- Organice una actividad de aprendizaje utilizando la iniciativa de aprendizaje MIL CLICKS en las redes sociales de la UNESCO (https://en.unesco.org/MILCLICKS). Busque en MIL CLICKS contenido de micro-aprendizaje sobre privacidad. Úselo en la enseñanza y el aprendizaje.

Recomendaciones de evaluación

- Guíe a los estudiantes en grupos para diseñar, planificar y preparar una pequeña encuesta en su escuela, comunidad o lugar de culto. La encuesta debería explorar el conocimiento, la actitud y las prácticas del grupo objetivo elegido en relación con los proveedores de contenido, el desarrollo sostenible y las competencias acerca de las competencias de Alfabetización Mediática e Informacional, incluidas las competencias de privacidad.
- Guíe a los estudiantes a preparar un ensayo de 1.000 palabras sobre "Mi Privacidad, su Transparencia, nuestro Desarrollo".

Temas a considerar en el futuro

- Marcos jurídicos nacionales, regionales e internacionales sobre la privacidad.
- Excepciones legítimas a la privacidad.
- Nueva tecnología como la inteligencia artificial y las nuevas amenazas a la privacidad.
- Privacidad y recursos de instrucción y aprendizaje de AMI.
- Políticas o leyes antiterroristas y de privacidad.

Unidad 3: Conciencia de las obligaciones institucionales para proteger su privacidad y sus datos

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Actores clave en la protección de la privacidad.
- Tipos de obligaciones institucionales.
- Reparación por violación de la privacidad.
- Instituciones que promueven la AMI como defensa de la privacidad.
- Tipos de infracción de la privacidad.

Objetivos de aprendizaje

Al final de este módulo, los educadores y estudiantes deberían poder:

- Identificar a los actores clave y sus roles en la protección de la privacidad.
- Distinguir entre obligaciones individuales y obligaciones institucionales en la protección de la privacidad.
- Comprender a dónde pueden ir y qué pasos pueden tomar para obtener reparación en caso de violación de su privacidad.
- Comprender y saber cómo abogar por la Alfabetización Mediática e Informacional como parte de los mecanismos institucionales para fortalecer la privacidad de las personas y grupos.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico

¿Quién tiene deberes hacia la privacidad?

Existen múltiples actores en el ámbito de la protección de la privacidad**.** Los principales son el poder legislativo y judicial, los órganos reguladores, las Naciones Unidas y otros órganos intergubernamentales y multilaterales. En virtud de las normas internacionales, las personas y las instituciones también deben abstenerse de abusar de los derechos, y las empresas en particular están llamadas a respetar los derechos humanos.

TABLA 8.2 ACTORES EN EL ÁMBITO DE LA PROTECCIÓN DE LA PRIVACIDAD

ACTORES	ROLES
Gobierno, poder legislativo y judicial.	Articular y hacer cumplir las leyes de protección de la privacidad, incluida la protección de datos.
Organismos reguladores como ministerios de información y comunicación, organizaciones de ciberseguridad, comisiones de privacidad y protección de datos, etc.	Diseñar, implementar y monitorear regulaciones, políticas y programas para garantizar más acciones a nivel micro, basadas en las leyes de privacidad y protección de datos del país o las normas internacionales.
Entidades privadas y públicas, en general, que posean información personal de particulares. Estos incluyen entidades gubernamentales que ofrecen servicios sociales, hospitales, varios servicios en línea o de Internet, etc.	Diseñar, implementar y monitorear diversos mecanismos institucionales para proteger la privacidad de sus usuarios, ciudadanía, clientes. Esto incluye responder a la solicitud del público de reparación en relación con las interferencias en la privacidad.
Organizaciones no gubernamentales y organizaciones de base comunitaria, instituciones educativas.	Diseñar e implementar acciones para promover AMI en relación con la conciencia de privacidad y para abogar por los derechos de privacidad.
Organismos de las Naciones Unidas, organizaciones multilaterales y otros órganos intergubernamentales.	Fomentar la cooperación internacional, el diálogo, el establecimiento de normas internacionales y el monitoreo de las leyes, regulaciones, políticas e iniciativas de privacidad. Ayudar a apoyar el fortalecimiento de la capacidad de todos los titulares de deberes y derechos para desempeñar eficazmente sus funciones.
Personas y grupos.	Participar activamente en la defensa de la protección de la privacidad y los procesos de concientización de AMI; adquirir competencias AMI para proteger la privacidad personal y respetar los derechos de privacidad de los demás.
Investigadores o la comunidad académica.	Ejecutar y respaldar la evidencia a través de la investigación sobre la naturaleza de las infracciones de privacidad, el impacto y el éxito o fracaso de los mecanismos para mitigar la violación de la privacidad: un objetivo clave aquí es informar y monitorear las políticas de privacidad.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Ponga a los estudiantes en pequeños grupos de acuerdo con los actores en la Tabla 8.2 anterior. Pida que cada grupo haga una investigación sobre organizaciones/actores específicos en sus países o comunidades que estén ejecutando las funciones como se describió anteriormente. Guíelos para responder preguntas tales como: ¿Qué actores existen y son activos en el desempeño de sus roles? ¿Existe suficiente conocimiento de estas organizaciones y sus acciones relacionadas con la privacidad? ¿Qué actores no están llevando a cabo adecuadamente acciones de privacidad? ¿Cuál podría ser la razón de esto? ¿Qué se puede hacer para cambiar o mejorar la situación? Cada grupo presenta sus hallazgos en una sesión con una discusión guiada.

Instituciones y privacidad

Tabla 8.3. Privacidad en lo que se refiere a las instituciones

Competencias de privacidad propuestas	Privacidad incrutada/integraga en AMI (contexto institucional)
Comprender las obligaciones de las instituciones en el ciberespacio. →	Formular políticas internas que garanticen la capacitación de todo el personal institucional en la AMI como aprendizaje permanente y necesario para la sostenibilidad institucional.
Abordar el equilibrio entre la privacidad y la transparencia, la libertad de expresión y el acceso a la información. →	Comprometerse a respetar la privacidad de los usuarios finales (internos y externos a la institución) mediante la realización de una evaluación de impacto transparente de los modelos de negocio basados en datos, y a través de la inversión en programas de divulgación corporativa para capacitar a los usuarios/ciudadanía en AMI. Donde hay interés público y cómo esto afecta a las 'situaciones' de privacidad. Esta formación también está justificada cuando el acceso a determinada información institucional y el conocimiento de esta puedan afectar a los beneficios o derechos de los usuarios finales.
Evaluar las limitaciones legítimas (en términos de estándares internacionales) de la privacidad en línea. →	Asegurarse de que las políticas internas para los usuarios finales no abusen de la privacidad en línea y fuera de línea, que incluyan consideraciones sobre AMI y garanticen la capacitación de conciencia relevante.
Comprender las relaciones entre privacidad, anonimato y cifrado. →	Garantizar la formación del usuario final en AMI que subraye las implicaciones sociales de la privacidad, el anonimato y el cifrado.
Discernir y reconocer cuando hay violaciones de la privacidad. →	Ser transparente con el público (interno y externo a las organizaciones) sobre los casos en que la protección y seguridad completas de su información puede no ser (o no ha sido) posible, en la medida en que lo permitan las políticas, regulaciones y leyes basadas en estándares internacionales.
Usar éticamente la información personal de otros y respetar la privacidad de los demás. →	Comprometerse a respetar la privacidad de los usuarios finales (internos y externos a la institución) mediante la inversión en programas de divulgación corporativa para capacitar a los usuarios/la ciudadanía en AMI, en particular cuando se trate de la información personal de los usuarios finales. Ir más allá de la publicación de políticas de privacidad que son demasiado legalistas o técnicas, y que son difíciles de leer y entender.

Fuente: UNESCO. Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, with Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO.

TABLA 8.3 PRIVACIDAD EN LO QUE SE REFIERE A LAS INSTITUCIONES

Fuente: UNESCO. Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, with Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO, Paris.

- Guíe la discusión o planifique actividades sobre el contenido de cada fila en la Tabla 8.3 anterior. Esto podría incluir presentaciones de afiches, concursos de libro abierto (búsqueda en Internet), visitas a instituciones relevantes, etc., y visitas y presentaciones de profesionales o expertos externos que trabajan en el campo. También puede implicar la identificación e intercambio de estudios de casos (por ejemplo, personas que experimentan una violación de su privacidad). Además, se puede pedir a los participantes que identifiquen y discutan la accesibilidad y la comprensibilidad de las políticas de privacidad de las empresas de comunicación digital, las instituciones gubernamentales y las organizaciones internacionales de desarrollo.

Obtención de reparación por infracción de la privacidad

No es una tarea sencilla poder recurrir si una persona o institución viola la propia intimidad. Sin embargo, es importante no sentirse impotente porque muchos países e instituciones tienen o deberían tener mecanismos para apoyar a la ciudadanía y a sus usuarios, respectivamente.

A continuación se presentan algunos pasos sugeridos a seguir si se viola su privacidad.

1. Primero, póngase en contacto con la organización o institución que viola su privacidad para presentar una queja.
2. Averigüe si existe un período estipulado para que la organización relevante responda, basado en las regulaciones/políticas nacionales o políticas internas de la propia organización.
3. Si esta ruta falla, considere la posibilidad de obtener la ayuda de un *mecanismo de recurso de privacidad independiente.*[82]
4. Asegúrese de validar si el mecanismo de recurso de privacidad es realmente independiente y confiable verificando u obteniendo ayuda para verificar si han declarado lo siguiente:
   a. Imparcialidad.
   b. Composición y financiación transparentes.
   c. Trayectoria comprobada.
   d. Identificar y obtener ayuda para las personas que saben.

1. Evalúe la calidad de la respuesta que recibió en base a lo estipulado por la ley de la política de privacidad de la institución involucrada. Busque ayuda cuando la necesite. Comparta su experiencia. Únase a una red o asociación de privacidad de buena reputación. Considere la posibilidad de crear un pequeño club de AMI y privacidad.

82. Privacy Shield Framework. www.privacyshield.gov/article?id=11-Dispute-Resolution-and-Enforcement-a-c

2. Abogue por la transparencia de las empresas de comunicación digital y por la regulación o corregulación en relación con el uso y el abuso de los datos personales.

Recomendaciones de evaluación

Planificar proyectos grupales para simplificar las políticas de privacidad de empresas seleccionadas destacando componentes problemáticos y beneficiosos. Empaquetar y promover los hallazgos en línea. Calificar los proyectos.

Temas a considerar en el futuro

- Transparencia de la política de privacidad de la organización.
- Privacidad Financiera.
- Estimular la demanda pública de privacidad.
- Libelo y privacidad.

Recursos para este módulo

1. Guías.

- Cannataci, J. 2016. *Getting things done in privacy protection Part 2: Another dimension of privacy: communal privacy, privacy of the community and personal privacy.* https://www.privacyandpersonality.org/2016/06/getting-things-done-in-privacy-protection-part-2-another-dimension-of-privacy-communal-privacy-privacy-of-the-community-and-personality/
- Encuesta de la UNESCO sobre la Privacidad en la Alfabetización Mediática e Informacional con Perspectivas Juveniles. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993/PDF/258993eng.pdf.multi

2. Sitio web.

- Programa Marco de Protección de la Privacidad, Estados Unidos-Unión Europea-Suiza. https://www.privacyshield.gov/welcome
- La Asociación Internacional de Profesionales de la Privacidad (IAPP). www.iapp.org

3. Recursos en línea como video, juegos, aplicaciones móviles, etc.

- Mis Datos y Privacidad en Línea: Un conjunto de herramientas para los jóvenes. https://www.lse.ac.uk/my-privacy-uk
- Privacy. (2012). https://www.imdb.com/title/tt2008602/?ref_=ttpl_pl_tt
- Video: "Por qué la web es un desastre" por Tom Scott, Youtube. https://youtu.be/OFRjZtYs3wY
- Vea una lista completa de recursos en la Encuesta Mundial de la UNESCO sobre la Privacidad en la Alfabetización Mediática e Informacional, con Perspectivas Juveniles. Serie de la UNESCO sobre la libertad en Internet. UNESCO. (2017). https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993.

Libros/Artículos

Deane , M. (2018). La IA y el futuro de la privacidad. *Towards Data Science*. https://towardsdatascience.com/ai-and-the-future-of-privacy-3d5f6552a7c4

Data Brokers. (2020). Fundamentos de la Ley de Privacidad del Consumidor de California. Centro de Intercambio de Información sobre Derechos de Privacidad.

Forbes, B. M. (2018). *¿Cuántos datos creamos todos los días? Las alucinantes estadísticas que todo el mundo debería leer*. Un quintillón es un 1 seguido de 30 ceros.

Cannataci, J., Zhoa, B. *et al*. (2016). *Privacidad, Libertad de Expresión y Transparencia: Redefiniendo sus nuevos límites en la edad digital.* UNESCO.

Gunby, M. (2012). *Cambios en la configuración de privacidad de Facebook: Una Perspectiva de Alfabetización Informacional.* Syracuse University iSchool.

http://infospace.ischool.syr.edu/2012/12/19/changes-to-facebook-privacy-settings-an-information-literacy-perspective/

https://privacyrights.org/resources/california-consumer-privacy-act-basics.

https://publish.illinois.edu/illinoisblj/2008/11/08/international-personal-data-protection-and-its-redress/

https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17577632.2016.1183283?journalCode=rjml20

https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13642987.2020.1783532

“Protección internacional de datos personales y su reparación”, Doyle Slifer. *Illinois Business Law Journal*. 8 de noviembre de 2008.

"Otros recursos legales para prevenir y reparar las graves invasiones de la privacidad", Invasiones graves de la privacidad en la era digital (IP 43). Gobierno australiano: Comisión Australiana de Reforma Legislativa. Publicado el 10 de marzo de 2013. Sitio web: alrc.gov.au/publication/serious-invasions-of-privacy-in-the-digital-era-ip-43/issues-paper-2/other-legal-remedies-to-prevent-and-redress-serious-invasions-of-privacy

- "Derecho a la privacidad: Derechos constitucionales y Leyes de privacidad”, Tim Sharp. *Live Science.* Publicado el 12 de junio de 2013. Sitio web: https://www.livescience.com/37398-right-to-privacy.html
- Convención de protección de datos de la Unión Africana 2014: ¿Una posible causa de celebración de los derechos humanos en África? (2016, 13). Taylor y Francis.
- El brazo largo del GDPR en África: Reflexión sobre la reforma y la práctica de la ley de privacidad de datos en Mauricio. (2020, 6). Taylor y Francis.
- “¿El próximo gran obstáculo para la privacidad? Enseñar a la IA a que olvide", Darren Shou. Cableado. Publicado el 12 de junio de 2019. Sitio web: https://www.wired.com/story/the-next-big-privacy-hurdle-teaching-ai-to-forget/

MÓDULO 9:

OPORTUNIDADES Y RETOS DEL INTERNET



La Asamblea General de las Naciones Unidas reconoce

"Que el rápido cambio tecnológico afecta a los Estados de diferentes maneras y para hacer frente a esos efectos que dependen de las realidades nacionales, las capacidades y los niveles de desarrollo de los Estados, se requiere de la cooperación internacional y de múltiples interesados para aprovechar las oportunidades y hacer frente a los desafíos derivados de ese cambio, así como para reducir las brechas digitales".

Resolución: Tecnologías nuevas y emergentes y derechos humanos. A/HRC/RES/41/11

Antecedentes y fundamentos

Es esencial que todos los grupos de edad de la ciudadanía puedan participar en el mundo virtual y tener acceso a él. Internet provee oportunidades significativas para mejorar la vida de todos los usuarios, y para acelerar el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Puede tener efectos positivos en la educación, la sociedad, el mundo laboral y el crecimiento económico. Un mayor acceso a Internet ofrece a la ciudadanía mayores oportunidades de acceso universal a la información, incluso a partir de una edad mucho más temprana. Los niños, niñas y jóvenes son cada vez más expertos en tecnología y pueden beneficiarse tremendamente del acceso a Internet, pero con las oportunidades que ofrece el acceso a Internet surgen preocupaciones relacionadas con la voluntad, las obligaciones éticas y los desafíos que no enfrentaron las generaciones anteriores. Los riesgos y las amenazas acompañan a este nuevo entorno que gira, en parte, en torno al anonimato percibido de Internet. Las huellas digitales son registros y rastros que se dejan cuando se está utilizando Internet. Aunque la gente puede olvidar los errores, Internet no lo hace; dejamos rastros de nuestros movimientos y acciones en línea, y muchos intereses comerciales y estatales guardan y utilizan estos registros para fines que a menudo no conocemos.

En el pasado, se habían adoptado medidas de diversa índole para proteger a los menores. Sin embargo, el depender totalmente de estrategias de protección no ha dado muchos resultados para permitir que los hombres y mujeres jóvenes, y las personas en general, utilicen Internet con cuidado y seguridad, ni para que los estados y las empresas cumplan con sus deberes de cuidado. Las competencias de Alfabetización Mediática e Informacional empoderan a la ciudadanía, incluidos los jóvenes, para comprender el ecosistema de la información, permitiéndoles maximizar los beneficios de participar en actividades en línea de manera consciente y ética, al tiempo que les ayudan a navegar cuidadosamente por los riesgos asociados.

Este módulo discute las oportunidades y desafíos para los jóvenes en el mundo virtual, un espacio donde los jóvenes aprenden y estudian, socializan y juegan, así como crean y distribuyen medios e información. Los jóvenes están cada vez más conectados con el mundo virtual desde una edad muy temprana. En muchos países, esta generación de jóvenes participa activamente en el mundo virtual. Por lo tanto, es necesario aprovechar sus capacidades para contribuir mejor a la educación, la sociedad y la economía, tanto local como globalmente. Con los avances en la tecnología y un mayor acceso a Internet a edades más tempranas, los jóvenes tienen un mayor acceso a ideas, voces y espacios que antes podían haber sido inaccesibles. Esto permite a los jóvenes tomar un papel más activo en las cuestiones fundamentales relacionadas con los movimientos sociales y mundiales, pero también significa que sus palabras y acciones son registradas a medida que ellos y sus puntos de vista aún están bajo desarrollo y se pueden utilizar los datos para predecirlos y manipularlos sin que sean plenamente conscientes de ello. Esto refuerza la necesidad de que los jóvenes comprendan la permanencia y el potencial de abuso de su huella digital y su comportamiento en línea. Con las redes sociales, las personas de todas las edades, no solo como consumidores sino también como productores de conocimiento, participan en el debate, el diálogo y las diversas interacciones. Uno no siempre está seguro de quién es el público cuando comparte mensajes, videos, memes, comentarios y otras aportaciones de toda la gama de proveedores de servicios que están vigilando todo esto. Esta realidad puede democratizar el debate y la deliberación, pero también puede ser una fuente de preocupación, estrés e interpretación errónea, especialmente a medida que las interacciones trascienden las fronteras, los idiomas y las culturas. El advenimiento de la producción, la difusión y la creencia en la información falsa no es más que un ejemplo de este nuevo contexto, al igual que el papel de las empresas de comunicación digital en la promoción de este tipo de información.

Este módulo permite a educadores involucrar a los alumnos en experiencias de aprendizaje que los guiarán hacia la comprensión de sus huellas digitales, cómo las interacciones en el mundo virtual tienen implicaciones en el mundo real y su papel, voluntad y obligaciones éticas como ciudadanos digitales que participan en el discurso global al acceder, usar y crear medios e información en Internet.

La educación de calidad proporciona la base para el desarrollo sostenible y promueve las oportunidades de empleo y el crecimiento económico. Se explorarán los Recursos Educativos Abiertos (REA) como un recurso para los jóvenes que promueve el crecimiento económico y las oportunidades de empleo a través de un mayor acceso a recursos de calidad para la educación y la capacitación. Las oportunidades educativas que ofrecen el acceso a Internet y los REA contribuyen a una educación más inclusiva y equitativa, así como a la promoción del aprendizaje permanente más allá de los espacios de aprendizaje.

Unidades

Unidad 1:
Jóvenes en el mundo virtual

Unidad 2:
Retos y riesgos en el mundo virtual

Unidad 3:
Aprendizaje, establecimiento de redes y participación social en línea

Unidad 4:
Huellas de la Alfabetización Mediática e Informacional: más sobre la gestión de su presencia en línea

Unidad 1: Jóvenes en el mundo virtual

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Web 2.0 y el mundo virtual.
- Uso del Internet y hábitos en línea de los niños, las niñas y los jóvenes.
- Convenciones internacionales y otros instrumentos relacionados con los derechos de los niños.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, educadores y estudiantes podrán:

- Comprender los patrones de uso y los intereses de los jóvenes en Internet.
- Describir las condiciones generales, los códigos de conducta y las cuestiones de privacidad con respecto al uso de Internet y la vigilancia por parte de las empresas de comunicación digital.
- Desarrollar su habilidad para utilizar métodos educativos y herramientas básicas para ayudar a los jóvenes a utilizar Internet con cuidado, a ejercer sus derechos y ser conscientes de las oportunidades, los retos y los riesgos relacionados.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Con la fácil digitalización y almacenamiento de la información y el acceso a través de un amplio rango de dispositivos, Internet ha incrementado de una manera dramática los recursos de información disponibles para la ciudadanía. La Web 2.0 es un término abreviado sobre los aspectos de Internet que facilitan la interacción y el contenido generado por los usuarios, tales como vía aplicaciones de teléfonos móviles. Se puede enseñar esta unidad utilizando los recursos que se encuentran en línea, como los videos gratuitos acerca del Internet y sus características de expansión, así como el impacto que tienen en la sociedad.

Las posibles formas en que puede involucrar a educadores y estudiantes incluyen:

- Preparación de una breve presentación que incluya el mayor número posible de los elementos claves del mundo virtual. Organice discusiones en pequeños grupos sobre estos elementos claves. Pida que cada grupo prepare y haga una pequeña presentación sobre los beneficios de la Web 2.0, así como los daños potenciales para los usuarios y los proveedores de servicios por igual.

- Pregunte a los participantes si usan redes sociales y/o si utilizan la red, si es así, con qué frecuencia la utilizan. Pídales que naveguen en la red, creen un perfil, miren los perfiles de otros, suban y descarguen contenidos de plataformas del Internet (p. ej., Wikipedia) y sean parte de las aulas de chat, colaboración en línea, blogs y Twitter. Después de esta actividad organice una charla acerca de los beneficios educativos del uso ético de la red, sus retos y riesgos. Escriba y discuta sobre algunas de sus inquietudes personales cuando utiliza la Web.
- Trabajar en grupos para diseñar y compartir información sobre un aspecto de la práctica o la política educativa utilizando wiki. A esta tarea se le debe asignar el tiempo adecuado para que se comprometa lo suficiente (p. ej., a lo largo de un trimestre). Educadores y los estudiantes deberán desarrollar criterios para evaluar la eficacia del wiki, la idoneidad y el impacto en los aprendices participantes.
- Pida que los participantes se organicen en pequeños grupos. Cada grupo debe hablar y por lo menos nombrar cinco actividades importantes en las cuales ellos piensan que los jóvenes participan en Internet. Pídales que califiquen la importancia de estas actividades en una escala del 1 al 5. Cada grupo deberá presentar los resultados de sus discusiones, explicar cómo se organizaron a sí mismos y qué influyó en las decisiones que tomaron. El educador luego deberá presentar las estadísticas actuales (preparadas antes de esta reunión y que se basan en las fuentes existentes) sobre el uso de Internet por parte de los niños y niñas, si existen datos disponibles. Compare los resultados del trabajo de grupo con lo que dicen las estadísticas actuales. Discuta sobre esto. ¿Hay alguna sorpresa? ¿Existen estadísticas sobre el uso específico de Internet en su región o su país? De no ser así, ¿cuáles son las implicaciones? Debata sobre lo que se podría hacer para paliar la ausencia de dichas estadísticas.
- Debatir sobre el grado en el cual las personas jóvenes utilizan la red para propósitos educativos, ver noticias, participar en el proceso político de su país, aprender más acerca de e interactuar con personas de diferentes culturas, etc. ¿Existen señales de un alto nivel de dicho uso? ¿Qué se puede hacer para motivar a las personas jóvenes a que utilicen la red de una manera positiva? Pida a educadores o estudiantes (en pequeños grupos o individualmente) que preparen una pequeña lección relacionada con la materia del área de su especialidad e integren el uso del Internet en la lección. La lección debe demostrar cómo se pueden alcanzar los objetivos de la lección a través del uso del Internet y cómo los educadores pueden motivar a los estudiantes de esta forma.
- Discutiendo con los participantes los términos generales y las condiciones, los códigos de conducta y las regulaciones de privacidad de las diferentes aplicaciones de Internet. Luego anímelos a desarrollar un modelo de código de conducta, enfocándose en el uso de Internet por niños, niñas y jóvenes.
- Analizar la conducta de los niños y niñas en línea y sus perfiles: estudiantes que están trabajando en grupos investigan cómo los niños y niñas de entre 6 y 17 años usan Internet. Los informes de grupo deberán destacar el grado de uso de Internet y para qué los niños y las niñas lo utilizan y comparar esto con el conocimiento de los padres y el uso del Internet. ¿Qué oportunidades y retos presenta el Internet para los niños, las niñas y los padres?

- Organizando una discusión sobre una cláusula de la declaración de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños, la resolución 2250 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas sobre la juventud, la paz y la seguridad o cualquier otro instrumento legal o internacional de su país o región. La discusión debe estar relacionada con el uso de Internet y los jóvenes – el derecho a la información, la libertad de expresión, la participación, la protección de los menores, y el papel de los padres, los gobiernos y la sociedad civil en estos contextos. Hable sobre estos temas individualmente y luego tome en cuenta cómo se relacionan. La libertad de expresión y el derecho de acceso a la información no deberían entrar en conflicto con la protección. La libertad de expresión y el derecho a la información no deberían ser sacrificados en aras de la protección. Reflexione sobre por qué. ¿Deberían las niñas y los niños tener igual acceso a la información, al Internet y a las nuevas tecnologías? ¿Qué es lo que está ocurriendo en su región? ¿Cómo se puede abordar esto? Solicite a los estudiantes que preparen un pequeño poema sobre algunas libertades y derechos y sobre la necesidad de proteger a los menores.
- Pregunte a los estudiantes si los servicios "gratuitos" en línea son realmente gratuitos y por qué? ¿Quién creen que está pagando y con qué? En este diálogo, identifique cómo los modelos de negocio de vigilancia rastrean a los usuarios a través de muchos servicios diferentes y extraen estos datos para venderlos a los clientes que buscan influir sutilmente en el comportamiento electoral o del consumidor, de maneras muy específicas.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., carteles, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 2: Retos y riesgos en el mundo virtual

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Comprender los retos y riesgos del uso de Internet.
- Empoderamiento y obligaciones éticas cuando se utiliza Internet.
- Privacidad y seguridad.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, educadores podrán:

- Hacer una lista y describir los retos/riesgos del uso de Internet y dónde hay más probabilidad de que ocurran.
- Desarrollar el conocimiento sobre los riesgos y amenazas que potencialmente podrían acompañar las aplicaciones del Internet que han sido recientemente desarrolladas.
- Comprender las interdependencias entre el comportamiento de los usuarios y la posibilidad de que sean víctimas o perpetradores de abusos, o un efecto inconsciente de intereses que pagan por oportunidades para ajustar o empujar con precisión a los usuarios hacia ciertos valores o comportamientos.
- Aplicar este conocimiento para permitir que educadores y estudiantes utilicen Internet con una mayor conciencia del medio ambiente y las empresas que lo sustentan, así como con una mayor conciencia de los propios derechos y el cuidado de los derechos de los demás.
- Definir la diferencia entre privacidad y seguridad en línea.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Retos y riesgos relacionados con el contenido en línea.

Adaptado de *Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009.*

El usuario de este Currículum de Alfabetización Mediática e Informacional, al contemplar cómo las partes interesadas deben tratar de abordar la lista de desafíos y riesgos en línea a continuación, debe recordar la lista no exhaustiva de normas internacionales sobre derechos humanos según sea apropiado. El usuario debe investigar y tomar en cuenta el marco de otras normas internacionales, según corresponda.

i. Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos (PIDCP). https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx

ii. Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights

iii. Resolución de las Naciones Unidas A/HRC/32/L.20 sobre "La promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet". https://undocs.org/A/HRC/32/L.20

iv. Resolución de las Naciones Unidas A/RES/64/211 sobre "Creación de una cultura global de ciberseguridad y balance de los esfuerzos nacionales para proteger las infraestructuras de información críticas". https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/64/211

v. Naciones Unidas A/74/486 "Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión" en el contexto de la lucha contra el discurso de odio en línea y fuera de esta. https://undocs.org/A/74/486

vi. Naciones Unidas A/HRC/39/29 "Informe de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos" sobre "El derecho a la privacidad en la era digital". https://undocs.org/A/HRC/39/29

vii. Privacidad, Ética y Protección de Datos del Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo: Nota de orientación sobre Big Data para el logro de la Agenda 2030. https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG_BigData_final_web.pdf

Contenido no apropiado para la edad: Internet provee una riqueza de contenidos para todos los grupos de usuarios. Se atiende a los intereses principales, así como a los intereses especiales de grupos. Sin embargo, no todo el contenido debería estar al alcance de los niños, niñas y jóvenes. En ese sentido, se debe decidir de forma muy cuidadosa qué contenido es apropiado para cada grupo de edad. Se debe dar especial atención al contenido que no es ilegal en general pero que podría causar daños a los jóvenes usuarios. El contenido no apropiado para la edad, como la pornografía, podría hacer daño especialmente a los niños y niñas más pequeños cuando quedan expuestos involuntariamente. El riesgo de ver contenido no apropiado para la edad puede nacer de la propia conducta del usuario cuando hace una búsqueda intencionada, así como cuando se encuentra con dicho contenido sin intención de hacerlo, o porque se le recomienda mediante un algoritmo de búsqueda de atención y basado en el análisis de datos de las posibles personas objetivo.

El contenido que no es apropiado para todos los grupos de edad puede ser presentado por razones comerciales, pero también puede ser generado por los usuarios. El acceso al primero podría estar restringido haciendo que sea solo para grupos cerrados, mientras que el contenido generado por los usuarios en su mayoría está disponible al público y por lo tanto requiere una atención especial. Ya que ahora muchos niños, niñas y jóvenes tienen un teléfono móvil con funciones de multimedia y acceso al Internet en sus manos, debería tenerse en cuenta que ellos deberían tener acceso a un contenido apropiado para su edad cuando estén solos y no tener que depender de la guía de un adulto a su lado. Los dispositivos móviles también permiten a los niños y niñas producir su propio contenido digital en cualquier situación de la vida, lo que contribuye a incrementar el contenido generado por los usuarios.

Contenido ilegal (tal como contenido de abuso infantil): El tipo de contenido clasificado como ilegal, depende sobre todo de las leyes nacionales, a pesar de que algún tipo de contenido está proscrito en la mayoría de los países. Sin embargo, el contenido ilegal está disponible y se puede acceder a este sin intención o deliberadamente por los niños, niñas y jóvenes, se debe prestar mayor atención a los niños y personas jóvenes ya que pueden ser víctimas potenciales del contenido ilegal, p. ej., al tomar fotos o videos de abuso sexual infantil y publicarlas.

Falta de verificación del contenido: Dado que el contenido que está disponible a través de Internet no puede ser verificado por una fuente independiente, es importante que los jóvenes aprendan a leer el contenido con mirada crítica y no aceptar todo lo que se dice al pie de la letra. El contenido generado por los usuarios, característico del entorno web 2.0, a menudo puede ser parcial, sesgado o inexacto. Los jóvenes tienen que estar conscientes de los peligros de creer todo lo que ellos leen en línea.

Incitación al daño: Hay muchos sitios en la red que incitan a los usuarios a hacerse daño a sí mismos (p. ej., sitios en la red que promueven el suicidio o la anorexia). Con la Web 2.0 y las crecientes posibilidades de publicar el propio contenido, el riesgo de estar expuesto a un contenido que incita al daño está creciendo. En especial, los niños, las niñas y jóvenes en muchos casos no pueden hacer una evaluación realista de los riesgos que aparecen al seguir las instrucciones de dichos sitios en la red. Los jóvenes y adultos deben saber cuándo los algoritmos recomiendan aumentar constantemente el contenido nocivo simplemente para mantenerlos conectados y proporcionar datos, así como absorber la publicidad y otros tipos de contenido pagado (p. ej., por influencers patrocinados en secreto).

Violación de derechos humanos/difamación: los discursos de odio en contra de ciertos grupos de la población o de ciertos individuos se difunde fácilmente ya que existe el anonimato en la red. Adicionalmente, uno puede asumir que las personas se comporten de distinta manera cuando están en línea que cuando tienen que mirar o enfrentar directamente a sus contrapartes o víctimas, por lo tanto, en Internet no están confrontadas directamente con las consecuencias de sus conductas. Así pues, el riesgo de la violación de los derechos humanos y de ser víctima de difamación es más posible que ocurra en línea que en la realidad. Tal contenido difamatorio puede ser peligroso para los niños, niñas y jóvenes ya que puede influir su opinión a través de una información engañosa.

Publicidad inadecuada y mercadeo para niños y niñas: La publicidad inadecuada tiene que ver con los riesgos de recibir o estar expuestos a anuncios de productos/o servicios que no son apropiados para los niños y niñas. Mientras más usuarios proporcionen información privada (es decir, nombre, edad o género), es más probable que reciban anuncios o que les soliciten que participen en loterías. Dado que en la mayoría de los casos los niños y las niñas no son conscientes de las consecuencias de escribir sus nombres en formularios y cuadros en la red, corren peligro. Teniendo en cuenta el alto índice de penetración de los teléfonos móviles entre los niños, las niñas y los jóvenes, también debería prestarse atención a este canal adicional para la difusión de anuncios. Los niños y niñas más pequeños son más vulnerables a la manipulación

de cualquier publicidad y necesitan una preparación especial sobre este contenido dirigido a ellos.

Privacidad: Una vez que el contenido se haya publicado en la red, este se puede esparcir rápidamente por el mundo y permanecer en existencia indefinidamente. Los usuarios, en especial los niños, niñas y jóvenes, a menudo no son conscientes de las consecuencias a corto y largo plazo de publicar textos y fotos que no quisieran que fuesen publicadas en un futuro. Otras personas pueden acceder fácilmente a la información almacenada en un servidor o una plataforma y el público en general no es consciente de que tan desprotegida puede estar su información personal. Es importante que cuando las personas utilicen Internet, sean conscientes del ambiente en el que están trabajando. Vea más sobre la Privacidad en el Módulo 8. Incluso los datos recopilados sin ser introducidos explícitamente pueden ser utilizados negativamente por los propios recolectores de datos o aquellos que piratean sus sistemas.

Violación del derecho de autor: La violación del derecho de autor es un riesgo que está relacionado en su mayoría con la conducta de los usuarios mismos. Sin tener en cuenta que el derecho de autor haya sido violado a propósito o accidentalmente, el derecho habiente lo considera como un fraude y pone al violador en riesgo de ser sancionado. Al mismo tiempo, los jóvenes y los adultos deben conocer las posibilidades de 'uso justo' de Creative Commons para reutilizar los contenidos o circular los suyos propios, así como las reclamaciones de propiedad de los datos personales por parte de las empresas de comunicación digital y proporcionar plataformas de redes sociales como su propuesta de negocio.

Riesgos relacionados con el contacto en línea.

Adaptado de *Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009.*

Consejos dañinos: Los foros, blogs y otras áreas relacionadas con el contacto en Internet proveen una plataforma para el intercambio de información y consejos entre los usuarios. Esto puede ser de gran ayuda, pero también puede facilitar el contacto con asesores inadecuados o aún más dañinos, incluyendo, por ejemplo, cuando los algoritmos corporativos recomiendan unirse a grupos dedicados a causas antisociales como tipos de cuerpo y características faciales idealizados. El riesgo de recibir un consejo dañino, en especial para niños, niñas y jóvenes, es mayor en las plataformas comunitarias sociales u otras aplicaciones de la Web 2.0 que en los sitios regulares de la red.

Robo de identidad: Es apropiarse de y utilizar la identidad electrónica de otras personas (p. ej., el nombre del usuario y la clave) con el intento de cometer un fraude comercial u otro tipo de fraude y beneficiarse de lo que se llama el robo de identidad. El robo de identidad es un riesgo creciente a medida que las identidades virtuales se incrementan con el número de personas que están en línea y especialmente aquellas que utilizan servicios personalizados. Puede ser el resultado de una protección de contraseñas deficiente o de una seguridad deficiente por parte de las empresas con respecto a los piratas informáticos.

Robo de dinero/phishing: Phishing se refiere al proceso de recolectar detalles bancarios, en especial los números de identificación personal (PINs) y los números de autenticación de las transacciones (TANs) con el intento de saquear las cuentas

bancarias de otras personas. Generalmente los jóvenes no reconocen un sitio falso de Internet, y entregan sus datos bancarios.

Fraude comercial: El fraude comercial ocurre cuando los vendedores pretenden vender bienes y servicios los cuales, después del pago, no demuestran los atributos prometidos o no se entregan. También puede ser el resultado de un robo de identidad o phishing. Otra fuente de fraude comercial puede ser la venta de servicios digitales (p. ej., un tono de llamada) a un precio irrazonable e injusto, a menudo vinculado a una suscripción permanente al servicio que no era la intención del comprador. En la mayoría de los casos, los usuarios (y en particular los jóvenes, los niños y las niñas) no son conscientes de las consecuencias de tales contratos celebrados en línea.

Grooming: El "grooming" se refiere a los pedófilos que utilizan el Internet como medio de contactar a los niños, niñas y los jóvenes y mientras los contactan ocultan su identidad de adulto. A menudo basan su estrategia en el deseo que los niños y niñas tienen de hacer amigos y conocidos. Todas las áreas que proveen plataformas de contacto personal e intercambio pueden proporcionar una base para ataques de grooming. Como se mencionó anteriormente, se debería tener en cuenta el teléfono móvil (como un dispositivo adicional para contactar a otros o tener acceso a las redes sociales), sobre todo a medida que los niños y niñas ven a su teléfono móvil como una pieza especial de su vida privada y a menudo están solos cuando lo usan. Por lo tanto, el incremento de las tecnologías de comunicación móviles y las redes sociales ha hecho que los riegos de ser presa de un ataque de grooming, luego de aceptar una invitación peligrosa, sean cada vez mayores.

Matoneo: Diversos tipos de acoso o abuso de otros resultan mucho más sencillos por Internet debido al anonimato que el medio ofrece. Los niños, las niñas y los jóvenes en particular se encuentran frente a un riesgo de ser tanto víctimas de abuso y de ser los infractores también. Por lo tanto el abuso está relacionado con nuestra propia conducta así como con la conducta de otros. A pesar de que publicar contenido como fotos difamatorias puede ser parte del abuso, el fenómeno se relaciona básicamente con el contacto en línea. Muchos niños, niñas y jóvenes tienen teléfonos móviles equipados con cámaras digitales, por lo que el abuso se ha vuelto más fácil.

Difundir información privada: Cuando se establece o crea un perfil en una plataforma social, se invita a los usuarios a que revelen información privada para que se presenten a la comunidad. También, los sitios de chat y los foros de usuarios pueden revelar información privada a otros, tal como sus direcciones o números de teléfono. Los jóvenes, especialmente, no son capaces de prevenir las consecuencias de publicar su información privada. A menudo no son conscientes de que una sala de chat no es un espacio privado sino público.

Profiling (perfilar): Con el creciente número de perfiles que una persona puede publicar en las distintas plataformas, hay un mayor riesgo de que la información personal que se publica en una plataforma sea unida con los datos publicados en otras plataformas, vendida a corredores de datos y que entregue en otros lugares (p. ej., para encuestas o rifas). Por lo tanto, se crean perfiles que hacen posible que se

contacte a las personas directamente con contenido, al igual que servicios y anuncios, que potencialmente no son deseados.

¿Los usuarios saben qué significa realmente "aceptar cookies" cuando visitan un sitio web o servicio? Se pueden llevar los perfiles fuera del sitio en la red cuando la información personal se presenta de una manera pública, pero una práctica aún más peligrosa es cuando los perfiles de los usuarios (o sus perfiles parciales) se recolectan de la base de datos detrás del sitio en la red y el proveedor de la plataforma los vende a terceras personas. Algunas plataformas en línea tienen acuerdos con otros servicios en línea para obtener acceso a los datos de los usuarios, incluso cuando los usuarios no utilizan su plataforma (o sus subsidiarias).

- El educador debería guiar a los estudiantes para investigar y tener en cuenta el marco de otras normas internacionales, según corresponda. Preste mucha atención a las recomendaciones clave y los puntos de acción en cada uno de estos documentos. ¿Es su país signatario del Pacto que se menciona a continuación y de otras convenciones conexas? ¿Las resoluciones, los informes y las guías de las Naciones Unidas son relevantes para su país? ¿Se están implementando las recomendaciones y puntos de acción en su país? Investigue estos y pregunte por qué, por qué no o con qué efecto ¿Quiénes son las principales partes interesadas en estas cuestiones en su país? ¿Existen ellas? ¿Cómo se involucra la sociedad civil en estos procesos? ¿Se les consulta? ¿Están involucrados en la implementación, monitoreo y toma de decisiones? ¿Participan en el proceso los jóvenes, las mujeres y diversos grupos marginados? ¿Por qué no? ¿Qué se puede hacer?

  - Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos (PIDCP). https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx
  - Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. https://www.un.org/en/aboutus/universal-declaration-of-human-rights
  - Resolución de las Naciones Unidas A/HRC/32/L.20 sobre "La promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet". https://undocs.org/A/HRC/32/L.20
  - Resolución de las Naciones Unidas A/RES/64/211 sobre "Creación de una cultura global de ciberseguridad y balance de los esfuerzos nacionales para proteger las infraestructuras de información críticas". https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/64/211

- Naciones Unidas A/74/486 "Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión" en el contexto de la lucha contra el discurso de odio en línea o fuera de esta. https://undocs.org/A/74/486
- Naciones Unidas A/HRC/39/29 "Informe de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos" sobre "El derecho a la privacidad en la era digital". https://undocs.org/A/HRC/39/29
- Privacidad, Ética y Protección de Datos del Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo: Nota de orientación sobre Big Data para el logro de la Agenda 2030. https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG_BigData_final_web.pdf

- Es importante entender lo que significa el contenido dañino. La ley internacional de los derechos humanos especifica un número de restricciones aceptables a la libertad de expresión, especialmente cuando la libertad de palabra entra en conflicto con otros derechos. Ejemplos de estos temas que pueden estar restringidos incluyen incitar a la violencia o al odio racial, imágenes de contenido sexual de niños y niñas. En cada caso, la ley internacional estipula que las restricciones deben ser bien detalladas y supervisadas por los tribunales. Sin embargo, el pisar las sensibilidades que de por sí no están relacionadas con los derechos humanos no debería considerarse un daño como tal. Si este fuera el caso, las expresiones en contra de un estilo musical podrían ser tomadas como perjudiciales para sus fanáticos, etc. En términos de estándares internacionales, desencadenar el choque y la ofensa no es, por sí solo, suficiente para constituir un daño. En este contexto, organice un debate en el espacio de aprendizaje sobre estos estándares internacionales y destaque ejemplos de diferentes tipos de contenido, incluidos los que podrían caer en un área gris.
- Es importante evitar suponer que el daño potencial es un daño real. Los efectos del contenido en la sociedad son mucho más complejos de lo que sugiere el modelo de estímulo-respuesta común. En primer lugar, como demostró el teórico Stuart Hall, las personas responden de manera diferente: aceptan, rechazan o negocian significados y procesan a niveles cognitivo, afectivo y práctico de diferentes maneras. En segundo lugar, existe una amplia gama de posibles impactos como la legitimación y el refuerzo, así como el marco y la definición de la agenda, que son mucho más sutiles que los casos de contenido que desencadenan miedo, excitación, esperanza o ira. En este contexto, se necesitan matices para comprender y reaccionar sobre la base de algo más que el aparente daño intrínseco al que puede conducir un texto determinado. AMI es una forma de identificar cuándo un daño potencial podría resultar en un daño real. Por ejemplo, AMI también puede proporcionar información sobre las condiciones en las que el habla puede tener un impacto peligroso y debe abordarse con urgencia, en comparación con otros contextos. Tales habilidades se basan en el Plan de Rabat para contrarrestar el discurso de odio, que llama la atención sobre características clave como el estatus y la influencia del orador, la propagación del discurso, la volatilidad del contexto, etc. AMI también puede ayudar a comprender el papel de las empresas de comunicación digital en la amplificación y la repetición de

contenido, incluidos los "dog-whistles" que son aparentemente legítimos pero que pueden constituir contenido que en realidad es un llamado codificado a la acción perjudicial.

  - Pida a los educadores que compartan cualquier experiencia que ellos o sus amigos hayan tenido con alguno de los retos señalados anteriormente en relación con contenidos potencial o realmente dañinos. ¿Cómo lo manejaron? ¿Cuál fue el resultado final? ¿Qué lecciones aprendieron?

- Por ejemplo, tenga en cuenta el robo de identidad, robo de dinero/phishing, violación de los derechos humanos o cualquier otro tipo de abuso en Internet. A través de una investigación y utilizando los recursos provistos en este Currículum de Alfabetización Mediática e Informacional, identifique y haga una lista de los pasos que hay que tomar y las características exactas que educadores y estudiantes deberían ver para identificar solicitudes fraudulentas de información en línea, sitios en la red que son fraudulentos y contenido que viole los derechos humanos. Los recursos que se utilicen en esta actividad deberán ser prácticos y representar casos reales en la medida de lo posible. Los educadores pueden realizar esta actividad para todos los riesgos antes mencionados.
- En el contexto de la pandemia de COVID-19, haga una investigación en línea sobre la riqueza disponible de la información médica (o cualquier otra categoría) en Internet. ¿Acaso los sitios médicos en la red le pueden ayudar a diagnosticar cualquier problema de salud que usted tenga? ¿Es seguro tomar acciones relacionadas con su salud basándose en una recomendación que ha encontrado en la red? Enumere y hable acerca de las principales formas para determinar la autenticidad y la autoridad de un sitio médico en la web.
- Si usted es parte de una red social, realice una búsqueda de su nombre utilizando DuckDuckGo, Google, Yandex, Baidu u otros motores de búsqueda. ¿Qué tanta información personal sobre usted está disponible en el dominio público? ¿Puede usted encontrar todavía información suya que usted haya eliminado de su red social? ¿Cuál de los riesgos antes mencionados pueden estar relacionados con esto?
- Tome un extracto de una afirmación de Facebook sobre los derechos y responsabilidades, Artículo 2, 'Compartiendo su Contenido e Información' (o de cualquier otra red social o incluso el software que viene con su computadora). En pequeños grupos analicen si el extracto que ha seleccionado podría afectar a la privacidad de alguien e incluso quizá a su seguridad. ¿Cómo pueden controlar los usuarios el contenido publicado sobre ellos en línea? Analice y debata sobre quién tiene el derecho de autor de ciertos tipos de contenidos (fotos, videos, etc.) que se ponen en las redes sociales o en la web. Vea más sobre la privacidad en el Módulo 8.
- Discuta la asimetría entre lo que los usuarios pueden recordar sobre sí mismos, su historia y geografía y lo que las empresas de Internet saben sobre ellos.
- Examine la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Allí se establecen los derechos humanos básicos que los niños tienen en todo el mundo: el

derecho a la supervivencia; a desarrollarse en su máximo potencial; a la protección de influencias dañinas, del abuso y explotación; y a participar totalmente en la vida familiar, cultural y social. Analice si hay artículos de la Convención que requieran de un desarrollo adecuado de lineamientos para proteger los niños y niñas de la información y del material que pudiera afectar su bienestar.

- El informe Technology Watch Report 10 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, ha argumentado que la necesidad de abordar las preocupaciones de privacidad y seguridad es la prioridad 1 para mejorar la vida en el mundo digital e Internet (UIT 2009). La ausencia de una seguridad robusta inevitablemente representa un riesgo para todos los sistemas y procesos que se basan en la comunicación electrónica (UIT 2006). Una seguridad débil o ausente hace que existan más crímenes cibernéticos. Algunas personas han sostenido que "el acceso a la comunicación es inútil si la paz y la seguridad en línea no pueden ser garantizadas" y propuesto que deberíamos ver al mundo digital como 'una comunidad integrada, donde los usuarios tengan que sacrificar algunas libertades y anonimato a cambio de una mejor seguridad...' (*ITU News*).

Sin embargo, muchos activistas de la libertad en Internet están preocupados acerca de la interferencia y el control del gobierno. Hay una creciente preocupación sobre que el Internet se está convirtiendo en un espacio cerrado y controlado en lugar de ser un espacio abierto de interés público y está cada vez más dominado por los gobiernos y las corporaciones. Puede ser que para algunos gobiernos y negocios, la seguridad sea un factor importante, aunque este no es el caso para muchos ciudadanos. El derecho a la privacidad, respaldado por el anonimato y el cifrado, se considera importante para evitar la persecución de ciertas opiniones, mejorar el seguimiento de los modelos de negocio de vigilancia y no abrir las puertas a los ciberdelincuentes.

  - Hable sobre las declaraciones entre comillas anteriores. ¿Cree usted que los gobiernos necesitan dar pasos para hacer que el mundo virtual sea más seguro? ¿Por qué si o por qué no?
  - Está usted de acuerdo con que tendría que sacrificarse la privacidad hasta un cierto grado en algunas situaciones? ¿Cuáles son algunas de las implicaciones? ¿Qué sucedería si Internet fuese controlado por un país o una región del mundo?

- Realice una investigación de varios tipos de herramientas que se utilizan para la seguridad de Internet: cifrado; protección de contraseñas; monitoreo de la divulgación de las violaciones de seguridad por parte de los gobiernos y las empresas que son "hackeadas". Hable sobre sus beneficios y desventajas.
- Elija cualquier sitio en la red de una red social o software que usted utilice. Experimente con las configuraciones de privacidad. Busque en 'condiciones de uso' las condiciones de 'privacidad y seguridad' ¿Cree usted que las salvaguardias de la privacidad son suficientes para ayudarlo a evitar algunos de los riesgos descritos en esta sección? (vea los cuadros acerca de los riesgos relacionados con el contenido y los contactos de Internet) ¿Cuáles son algunas de las repercusiones cuando usted pone las configuraciones de privacidad a los niveles máximos? Vea más sobre la privacidad en el Módulo 8 y las redes sociales en los Módulos 7 y 11.

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Unidad 3: Aprendizaje, establecimiento de redes y participación social en línea

DURACIÓN: 8 HORAS

Temas claves

- Aprendizaje en red.
- Compromiso social.
- Alfabetización Mediática e Informacional crítica.
- Uso de las redes sociales, consumo, producción y participación.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores podrán:

- Comprender las motivaciones de los alumnos para participar en las redes sociales y también considerar algunos de los métodos, técnicas y formas en que usan las redes sociales.
- Analizar cómo los alumnos se conectan en red, si son plenamente conscientes de su conexión en red y del valor que le dan a la conexión en red.
- Examinar cómo puede llevarse a cabo el aprendizaje centrándose en las redes sociales y en las redes en línea.
- Desarrollar algunas actividades de aprendizaje relacionadas con la participación en las redes sociales.
- Evaluar cómo se lleva a cabo el compromiso social en y a través de las redes sociales y en línea, y si este compromiso social tiene un efecto significativo en los alumnos, su aprendizaje y sus vidas.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Las redes sociales son ampliamente utilizadas en todo el mundo. Existe una proliferación de medios de comunicación social, aplicaciones y servicios, muchos de los cuales son sin costos de suscripción para los usuarios, cuyos datos son utilizados, vendidos y comprados por corredores de datos y anunciantes de pago. Estas tienen un importante potencial de interconexión para el sector educativo[83]. Al mismo tiempo, los usuarios deben ser conscientes de que dicho potencial tiene un costo para su privacidad y, por lo tanto, su voluntad como individuos autónomos en el control de los contenidos que reciben. A pesar de esas prácticas, el establecimiento de redes a nivel normativo debe consistir en la influencia de los pares y el fomento de la comunidad, así como en una forma de mejorar el capital social y de aprendizaje a través de las TIC y sus proveedores. Consulte los Módulos 7 y 11 para obtener más información sobre redes sociales. **Esta Unidad se centra más en el aprendizaje y el establecimiento de redes para el cambio social a través de las redes sociales.**
- Mira (2017) enfatiza los siguientes elementos para mejorar el aprendizaje y la educación conectados:
  - COLABORACIÓN: Los educadores conectados trabajan en colaboración.
  - CURIOSIDAD: Los educadores conectados aportan una mentalidad de investigación a la práctica del espacio de aprendizaje.
  - CORAJE: Los educadores conectados renuncian a parte de su control sobre la experiencia de aprendizaje.
  - COMPROMISO CÍVICO: Los educadores conectados involucran a los estudiantes en la vida pública.
  - CUIDADO: Los educadores conectados comparten sus intereses y aprendizaje con los alumnos.
- Las redes sociales se pueden utilizar de varias maneras para mejorar el aprendizaje. West (2019) documenta varias actividades que podrían ayudar a conectar a los alumnos con otros para aumentar las interacciones y el aprendizaje, que incluyen:
  - Utilizar una página de Facebook para transmitir actualizaciones y alertas.
  - Utilizar un grupo de Facebook para transmitir conferencias en vivo y organizar debates.
  - Usar Twitter como un tablero de mensajes de clase.
  - Usar Instagram para ensayos fotográficos.
  - Crear un blog de estudiantes para discusiones.
  - Asignar entradas de blog como ensayos.

83. Véase: https://www.commonsense.org/education/top-picks/social-networks-for-students-and-teachers y https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/25-social-networks-media-sites-for-education.

- Crear un tablero de Pinterest específico para la clase.
- Crear grupos de Facebook basados en intereses.
- Crear una estrategia de crisis de redes sociales (para emergencias).

Tenga en cuenta que no solo está hablando con los usuarios, sino con las propias plataformas digitales.

- Organice un debate con educadores y estudiantes en torno a uno o ambos de los siguientes dos conjuntos de argumentos. Designe grupos de estudiantes que documentarán y prepararán un breve informe de los resultados del debate y decidirán si vale la pena presentarlo a las autoridades educativas.
  - El contexto contemporáneo incluye las redes sociales y las oportunidades y el compromiso en red, que pueden ser beneficiosos e incluso críticos para la instrucción y el aprendizaje. Sin embargo, la existencia de un aprendizaje nuevo y en red no implica que la educación se mejore sin esfuerzo, o esté libre de la minería de datos y la comercialización. El tema del compromiso social requiere una seria reflexión y acompañamiento a lo largo del proceso educativo.
  - Más allá de los aspectos de entretenimiento y ocio de las redes sociales, hay un creciente cuerpo de investigación sobre las redes sociales y el aprendizaje que está conectado con la participación social. La pregunta es qué tipo de compromiso y cuál es el impacto (Jenkins, Shresthova, Gamber-Thompson, Kligler-Velenchik y Zimmerman, 2016). ¿Las redes sociales mejoran, por ejemplo, la participación ciudadana y el aprendizaje de una manera crítica? (Ver también el Módulo 5 sobre Audiencia y Ciudadanía Global).
- Esta actividad es para educadores o estudiantes con antecedentes avanzados en esta área. Oriente a los estudiantes para desarrollar y presentar una serie de conferencias públicas o en línea sobre video básico para otros educadores en su comunidad, país o región, basado en los siguientes argumentos:
  - Algunos de los debates relacionados con el uso de las redes sociales, la producción y el compromiso también se centran en la información falsa y las teorías de la conspiración y la necesidad de Alfabetización Mediática e Informacional crítica para dar sentido al mundo[84]. Por lo tanto, los educadores deben preocuparse por cómo aprenden a usar las redes sociales y el compromiso social a través de las redes y, lo que es más importante, cómo entender lo que están haciendo, a qué están expuestos y en qué puede convertirse su interacción. Si bien, las redes sociales, en cierta medida, democratizado las comunicaciones, han presentado una multitud de preocupaciones relacionadas con la vigilancia, la privacidad y el poder.
- Guíe a los educadores a buscar los detalles de la investigación de ChicagoLX (2019) que encontró que "las experiencias de aprendizaje conectadas mejoraron la

84. Véase: Carr, P. R., Cuervo, S., & Daros, M. (2019); Carr, P. R., Cuervo, S., & Daros, M., & Thésée, G. (2020)

mentalidad educativa del alumno, las actitudes hacia la persistencia, la apertura a la iteración y el crecimiento en el pensamiento crítico y fue asociada positivamente con un aumento en los puntajes de las pruebas". El estudio recomienda vincular los intereses, las relaciones y las oportunidades con el fin de cultivar el aprendizaje:

  - Organice una discusión sobre el espacio de aprendizaje con estudiantes reales en escuelas, centros/entornos comunitarios o en línea. La discusión debería ser una especie de grupo focal informal que suscite la retroalimentación de los alumnos sobre si se identifican con los hallazgos o no, si se alinea con sus propias experiencias y lo que creen que se debe hacer con respecto al uso de las redes sociales para el aprendizaje.

- Explore guías de redes sociales como 'Educar y Aprender con Twitter' que promueven el uso de las redes sociales en los espacios de aprendizaje.

Debata con los educadores si alguna vez han utilizado estas guías. ¿Cuáles fueron sus experiencias? ¿Cuáles son algunas ventajas y desventajas? ¿Qué apoyo necesitan de las autoridades educativas o de las propias empresas de redes sociales en su caso? ¿Cuáles son los intereses de las empresas en ofrecer sus servicios y asesoramiento en términos de cómo ganan su dinero?

- Desarrolle un cartel que describa qué tan conectado está su aula/escuela/comunidad. El documento de Media Smarts en el siguiente enlace puede ser útil para ayudarle a enmarcar y llevar a cabo esta actividad (https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/summary/ycwwiii_connected_to_learn.pdf).
- El cartel requerirá algunas consultas e investigaciones. Encueste a los miembros de su muestra (espacio de aprendizaje/comunidad) y desarrolle una metodología para determinar lo siguiente:
  - ¿Quiénes son los participantes y cuáles son sus identidades (es decir, edad, género, otros marcadores de identidad pertinentes)?
  - ¿Cuál es el contexto? (es decir, ¿dónde, qué tipo de escuela, qué condiciones, idioma, etc.?)
  - ¿Qué tipos de redes sociales se utilizan, cuánto, cuándo y por qué?
  - ¿Qué tipos de apoyo y orientación reciben los estudiantes de sus educadores y/o padres?
  - ¿Cuáles son los desafíos para acceder a las redes sociales?
  - ¿Cuáles son las implicaciones de usar proveedores de redes sociales?
  - ¿Qué redes se desarrollan a través del uso de las redes sociales? ¿Estas redes son beneficiosas para el aprendizaje, el compromiso, la solidaridad social, la socialización, etc.? Detalle.
  - ¿El establecimiento de redes a través de las redes sociales conduce a un aprendizaje "más inteligente"? Si es así, ¿de qué manera?
  - ¿Cómo afecta la educación a su aprendizaje y a la creación de redes a través de las redes sociales?
- Este puede ser un mini-proyecto de investigación. Requerirá cierta reflexión para desarrollar preguntas y organizar el análisis, además de desarrollar el cartel. Una

parte importante del ejercicio será problematizar e interrogar sobre el significado de las redes sociales, incluida la relación entre el uso de las redes sociales, el compromiso, la producción, y el aprendizaje.

- Cree un tablero de mensajes de redes sociales para los estudiantes, con atención a las opciones de curaduría. Enfoque los mensajes y el debate y busque involucrar a los estudiantes a través de la participación activa. Desarrolle directrices sobre el uso y tenga en cuenta el respeto, la confidencialidad, la privacidad, la moderación, el archivo de datos y cómo será posible determinar la calidad del debate y el interés de los participantes. Un ejemplo de un tema específico podría ser el efecto de la COVID-19 en los estudiantes a nivel educativo, social, económico, de salud y comunitario.

  Documente durante un período de una semana cuánto tiempo se pasa en las redes sociales, con quién y con qué propósito. ¿Han hablado los estudiantes sobre lo que les pareció más valioso sobre el compromiso en línea? ¿Se conectan con personas que conocen bien o con personas fuera de su círculo inmediato? ¿Se involucran en el diálogo con los demás, sobre qué temas y de qué manera? ¿Prefieren comprometerse solo con personas con ideas afines o con una gama de perspectivas, y sienten que sus opiniones cambian debido a las diversas perspectivas a las que están expuestos? ¿Vieron algún impacto en el contenido y la publicidad que comenzaron a recibir en otros lugares?

Recomendaciones de evaluación

- Haga que los estudiantes se autoevalúen en relación con el impacto de la participación en las redes sociales (desarrolle un cuestionario para hacerlo o pídales que escriban una breve narrativa sobre el tema).
- Desarrolle un instrumento cuantitativo para medir cuánto tiempo pasan los estudiantes en las redes sociales y en qué áreas.
- Presente proyectos en los que la creación de redes sea un componente clave, haciendo hincapié en la cooperación y la colaboración.
- Fomente la creación de redes fuera de la comunidad inmediata (esté atento para cerciorarse de que existan las debidas garantías de privacidad y seguridad). Vea más sobre la privacidad en el Módulo 8.
- Haga que los alumnos realicen un análisis crítico de los diversos medios de comunicación social, lo que les gusta y no les gusta, lo que cambiarían, cuáles son las implicaciones para su uso, etc.

Unidad 4: Huellas de la Alfabetización Mediática e Informacional: más sobre la gestión de su presencia en línea:

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- ¿Qué es la huella de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI)?
- ¿Cómo se relaciona la huella AMI con la huella digital?
- ¿Por qué promover huellas AMI?

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, educadores y estudiantes podrán:

- Describir qué es una huella AMI y comprender la relevancia de dejar huellas AMI en línea.
- Enumerar y explicar lo que significa crear y monitorear huellas AMI en línea.

Demostrar AMI a medida que sucede

Para comprender la importancia de sus huellas de Alfabetización Mediática e Informacional (huellas AMI), resulta de ayuda reflexionar sobre qué son las huellas digitales. Las huellas digitales son datos que los usuarios dejan atrás en los dispositivos digitales. Pueden ser creadas de una manera activa o pasiva y, por lo general, son recopiladas sistemáticamente por los servicios de Internet y las empresas para diversos usos, a menudo comerciales, lo que, a su vez, tendrá un impacto en la experiencia de navegación de los usuarios, el perfil en línea, los resultados de la búsqueda e incluso la privacidad y la seguridad. Por lo tanto, los usuarios de Internet deben estar equipados con competencias AMI para ser conscientes de qué información los servicios de Internet y las empresas están recopilando sobre ellos, las huellas deseadas que pueden permitir un cambio personal y social positivo y las huellas digitales no deseadas que deben evitarse y cómo hacerlo. Cuando los usuarios alfabetizados en medios e información explican y comparten con otros cómo se involucran críticamente en línea, esto puede llamarse "huellas AMI".

¿Cuáles son algunos tipos de huellas AMI?

- Contenido relacionado con AMI que se comparte en las redes sociales.
- Herramientas en línea que utiliza para promocionar sus actividades de AMI.
- Artículos o videos de noticias en línea que cubren las actividades de AMI de su organización.
- Los diferentes tipos de medios en línea que utiliza para abogar por sus objetivos.

- Información intencional que usted da sobre usted mismo o las actividades de su organización.

¿Cuáles son las maneras de crear huellas AMI?

- Busque y mire/escuche contenido relacionado con AMI.
- Comparta contenido relacionado con AMI con otros.

Utilice estas publicaciones para aumentar sus huellas AMI. Los algoritmos de las plataformas sociales utilizan datos para proporcionarle contenido similar con el que ha interactuado anteriormente, y también sugieren organizaciones y personas con las que podría compartir los mismos intereses. Busque entrenar estos algoritmos para que le den más del contenido que desea. Sin embargo, sea proactivo y explore, en lugar de simplemente aceptar lo que el sistema recomienda.

Deje huellas AMI al decidir:

  - Promover el uso de las redes sociales para la participación informada con la ecología de la comunicación.
  - Promover el uso de las redes sociales en las que la ciudadanía ejerzan su libertad de expresión y sean participantes activos de su sociedad.
  - Utilizar las redes sociales para compartir conocimientos críticos sobre sus desafíos y qué soluciones podrían ejecutarse o implementarse.
  - Utilizar las redes sociales para exponer y reportar información falsa. Compartir sitios web de verificación de datos para ayudar a sus compañeros a hacer lo mismo. De esta manera, usted se constituye como una fuente confiable y deja huellas AMI para que otros las rastreen.

- Inicie discusiones relacionadas con AMI en línea, vinculadas con ciertos problemas sociales. Por ejemplo, ¿cómo puede AMI empoderar a las personas para detectar los estereotipos de género en la información y el contenido en línea y para desarrollar contenido narrativo contrario?

Consejos:

  - Publique una noticia sobre AMI en su perfil o en un grupo específico.
  - Cuénteles a las personas su punto de vista sobre cómo AMI le permite comprender mejor su fuente de contenido en términos de que le estaba presentando el algoritmo del proveedor.
  - Invite a las personas a que le cuenten su punto de vista.
  - Responda a las opiniones de las personas, independientemente de si está de acuerdo o no, mientras ignora a los trolls que no están interesados en la discusión civilizada.
  - Dígales cómo la discusión influyó en su punto de vista.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Comparta un video corto para promover AMI, sobre un tema actual y pregunte qué piensan los demás.
- Visite la iniciativa de aprendizaje de AMI en las redes sociales https://en.unesco.org/milclicks de la UNESCO. Busque "Huella AMI" para encontrar recursos relacionados. Busque otros temas de interés para usted. Utilice estos recursos en la experiencia de instrucción y aprendizaje y comparta su experiencia en línea, etiquetando #MILCLICKS;
- Configure un Club AMI en su espacio de aprendizaje, biblioteca o comunidad. Prepare un documento de proyecto básico, enunciando los objetivos de desarrollo, los resultados esperados, los insumos, los productos, las actividades/estrategias, la estrategia de sostenibilidad, los recursos necesarios, etc. Asegúrese de obtener el permiso necesario si corresponde. Anime a los miembros del club a convertirse en MILCLICKers, https://en.unesco.org/feedback/commitment-be-mil-clicker y "embajador" de la huella AMI en su propia familia/grupo social/comunidad.

Facebook: Vaya a Configuración de la línea de tiempo en Aplicaciones y sitio web y verifique:

- ¿En qué sitios web inició sesión usando Facebook?
- ¿Qué aplicaciones tienen acceso activo a sus datos?
- ¿Qué datos están utilizando?
- Edite los tipos de información a los que pueden acceder
- ¿Qué sucede con sus datos en las aplicaciones que caducan o en las que ha eliminado?
- ¿Cómo puede pedirles que eliminen de Facebook la información que tienen sobre usted?

Recomendaciones de evaluación

- Exámenes por escrito.
- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso, presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Documento de investigación.
- Relato/informe de investigación.

Recursos para este módulo

Carr, P. R., Cuervo, S., & Daros, M. (2019). Citizen engagement in the contemporary era of fake news: Hegemonic distraction or control of the social media context? *Postdigital Science and Education*, 1-22. https://link.springer.comarticle/10.1007/s42438-019-00052-z#citeas

Carr, P. R., Cuervo, S., & Daros, M., & Thésée, G. (2020). Social media and the quest for democracy: Faking the re-awakening? In Trifonis, Peter (ed.), *Handbook of Theory and Research in Cultural Studies and Education* (1-24). Springer. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-030-01426-1_31-1#citeas

Chen, Joyce Chao-chen (2013) Oportunidades y desafíos de los MOOC: perspectivas desde Asia. Ponencia presentada en: IFLA WLIC 2013 - Singapur - Bibliotecas futuras: Infinitas Posibilidades en la Sesión 98 - Gestión del Conocimiento con Bibliotecas Académicas y de Investigación.

ChicagoLX. (2019). *Guía de Aprendizaje Conectado: Un recurso probado en el campo para profesionales.* https://resources.chicagolx.org/clguide/clx-connected-learning-guide-compact-4-29-19.pdf

Dalberg. (2013). *Impacto de Internet en África: establecimiento de condiciones para el éxito y catalización del crecimiento inclusivo en Ghana, Kenia, Nigeria y Senegal*. http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg_Impact_of_Internet_Africa_Full_Report_April2013_vENG_Final

Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Velenchik, N. & Zimmerman, A. (Eds.). (2016). *Por cualquier medio necesario: El nuevo activismo juvenil.* University Press.

Johnson, M., Riel, R. & Froese-Germain, B. (2016). Connected to learn: Teachers' experiences with networked technologies in the classroom. MediaSmarts/Canadian Teachers 'Federation. https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/full/ycwwiii_connected_to_learn.pdf

Mira, N. (2017). Del Aprendizaje Conectado a la Enseñanza Conectada: Un necesario paso adelante. *Alianza para el Aprendizaje Conectado.* https://clalliance.org/blog/connected-learning-connected-teaching-necessary-step-forward/

Internet de las cosas para África: Retos y oportunidades. https://www.researchgate.net/publication/287997186_Internet_of_Things_for_Africa_Challenges_and_Opportunities

Seidler, N. (2013). *Una Internet abierta en África: desafíos que van más allá*. http://www.internetsociety.org/blog/2013/03/open-internet-africa-challenges-shifting-beyond-access

West, C. (2019). *12 Ways to use social media for education.* https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/

Sitios web:

Asociación para la Alfabetización Mediática (Canadá)

La AML es una asociación benéfica sin fines de lucro de maestros, bibliotecarios, consultores, padres, trabajadores culturales y profesionales de los medios preocupados por ayudar a las personas a desarrollar una comprensión informada y crítica de la naturaleza de los medios, sus técnicas y su impacto. Los Conceptos Clave para la Alfabetización Mediática, desarrollados en 1989, son la base de los conceptos básicos de AMI para muchas organizaciones en todo el mundo. https://aml.ca/

Centro para la Alfabetización Mediática (Mundial)

La adopción del marco básico de CML crea un vocabulario común, genera entendimientos comunes y promueve una metodología de instrucción consistente en todas las disciplinas, en todos los niveles de grado, en las escuelas y distritos, incluso en los estados y las naciones. https://www.medialit.org/global

Alianza para el Aprendizaje Conectado (EE.UU.)

Connected Learning Alliance apoya la expansión y la influencia de una red de educadores, expertos y organizaciones al servicio de los jóvenes que movilizan nuevas tecnologías al servicio de la equidad, el acceso y las oportunidades para todos los jóvenes. https://clalliance.org/

Media Smarts (Canadá)

MediaSmarts es una organización canadiense sin fines de lucro para la alfabetización digital y mediática. Su visión es que los niños, niñas y jóvenes tengan las habilidades de pensamiento crítico para comprometerse con los medios como ciudadanía digitales activos e informados. https://mediasmarts.ca/

Alianza del Noroeste para los Medios Responsables (EE.UU.)

La Alianza del Noroeste para los Medios Responsables se compromete a monitorear la influencia de los medios de noticias y entretenimiento en nuestra sociedad, educar a la comunidad sobre esta influencia y trabajar con profesionales de los medios para influir en la industria con el fin que actúen de manera responsable y ayuden a crear un entorno cultural próspero para todos. https://nwaresponsiblemedia.org/

http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg_Impact_of_Internet_Africa_Full_Report_April2013_vENG_Final

MÓDULO 10:

PUBLICIDAD Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL



Antecedentes y fundamentos

De una u otra forma, la publicidad llega a casi todos los confines del mundo. Compañías, organizaciones, ciudadanía y gobiernos utilizan la publicidad para promover los productos, servicios e ideas para transmitir información, creencias y valores. Está presente en casi todas partes y en diferentes formas. La publicidad se realiza en medios tradicionales como periódicos, televisión y radio, así como en nuevos medios como redes sociales, blogs y sitios web, teléfonos inteligentes, aplicaciones y dispositivos móviles, colocación de productos en películas, etc. La inteligencia artificial (IA), junto con las capacidades para el almacenamiento masivo de datos personales y rastros digitales dejados por los usuarios en línea y en el punto de venta, se utiliza para analizar el comportamiento de los clientes, para predecir y dar forma a sus necesidades, preferencias, gustos y aversiones. Los algoritmos se utilizan para extraer datos y generar anuncios personalizados. La IA ha permitido a los anunciantes micro dirigirse automáticamente a las personas, a veces hasta detalles minuciosos; llegar al cliente con anuncios personalizados basados en género, edad, estratos sociales, orientación sexual y gustos personales, etc. Esta realidad se magnifica cuando las personas, a sabiendas o sin saberlo, renuncian o intercambian sus datos para disfrutar de servicios "gratuitos" ofrecidos por empresas y aplicaciones digitales.

Las compañías o los gobiernos dependen de la publicidad para las campañas exitosas. La publicidad les ayuda a llegar a sus mercados o a la población objetivo para generar la demanda necesaria o el cambio de comportamiento que buscan. El proceso de publicidad se basa en gran medida en la motivación y los deseos inconscientes de las personas más que en su pensamiento crítico y racional. Sin embargo, la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) puede ayudar a estimular las competencias críticas y exigentes de las personas sobre cómo interactuar con la publicidad.

Si hablamos en general, existen dos tipos de publicidad: la publicidad comercial; y los anuncios de bien público que a veces se los llama mercadeo social. Generalmente la publicidad comercial tiene que ver con la promoción de una persona, producto, servicio o compañía para generar ventas (por ejemplo, comerciales y anuncios impresos para compañías de confección, gaseosas, películas, servicios de comunicación digital, etc.). Los anuncios de bien público implican la promoción de mensajes y servicios que benefician al público en general (por ejemplo, mensajes de salud y seguridad, promoción literaria, etc.). Ambas formas de publicidad constituyen una fuente primaria de ingresos para las empresas de comunicación tradicional y digital. Los ingresos que los proveedores de contenido reciben de la publicidad se utilizan

para pagar los costos operativos y el desarrollo de contenido (por ejemplo, programas de televisión, material para el sitio en red, servicios digitales mejorados, artículos de revistas, programas radiales, etc.) Sin estos ingresos, la mayoría de las compañías de medios y digitales privadas, que forman parte de un mecanismo central de defensa para el desarrollo sostenible, el diálogo, la diversidad, la democracia y las libertades de las que gozamos, podrían no sobrevivir. Al mismo tiempo, la publicidad puede reducir nuestra voluntad y la toma de decisiones consciente y racional, y estimular el consumismo insostenible con valores cuestionables. Varios módulos de este Currículum AMI destacan la importancia de contar con una ciudadanía alfabetizada en medios e información para exigir la transparencia de las instituciones de medios y las empresas de comunicación digital. La AMI también ayuda a las personas a comprender la necesidad de una producción y suministro de contenido viable, especialmente el periodismo en idiomas locales donde factores como el pequeño tamaño o la pobreza de las audiencias mitigan el interés del anunciante o los pagos de suscripción para dicha información.

La información o mensajes que se transmiten a través de la publicidad pueden afectar los valores sociales y culturales, la diversidad y la igualdad. Por ejemplo, existe un amplio cuerpo de conocimiento sobre la imagen de las mujeres y los hombres en la publicidad. La feminidad y la condición de ser mujer contemporáneas están representadas en la publicidad principalmente a través de los roles de las mujeres en el hogar o la sociedad como esposas y madres[85]. En algunos países, las mujeres también son sexualizadas en la publicidad. La masculinidad en la publicidad, por otro lado, se presenta como machista, en roles de liderazgo, poderosos, influyentes, etc. Este contenido refuerza los estereotipos de género y, por lo tanto, perpetúa las desigualdades de género. Esta analogía también se puede aplicar a la discriminación racial y otras cuestiones sociales. Consulte el Módulo 6 para obtener más información sobre las representaciones en los medios y la tecnología. Dado el importante papel que tiene la publicidad en nuestras sociedades en la actualidad, los educadores y los estudiantes deben comprender qué es lo que implica la creación de una publicidad eficaz y ser capaces de evaluar la publicidad como fuente de información. Más aún, es importante que las personas aprendan sobre los mecanismos que permiten a la ciudadanía enviar retroalimentación sobre los anuncios a las industrias y a los funcionarios del gobierno.

85. Chiochhetto, L. (2008). Images of Women in Advertising Both Consumer and Object of Consumption. *In Media Asia 35*(4):241-249DOI: 10.1080/01296612.2008.11771964.

La publicidad puede tener un efecto negativo en la independencia de los medios y las empresas de comunicación digital. La presión de los anunciantes puede hacer que los periodistas y los profesionales de la información o del mundo digital eviten escribir o publicar sobre temas controvertidos. Puede expulsar los contenidos de interés público o de bien público en favor del entretenimiento que atraiga a una audiencia determinada. A menos que exista una clara delimitación entre el lado editorial y el comercial de los medios y las empresas de comunicación digital, que cada vez es menor, entonces los intereses del negocio pueden tener un impacto sobre el contenido y la cobertura de noticias sin que esto sea evidente.

Si bien las oportunidades de publicidad se han expandido con la explosión de los medios y la tecnología digital, la industria continúa siendo regulada por códigos específicos que tratan de mantener la confianza del público. Hablando en general, estos códigos operan a nivel nacional y son creados por los gobiernos y la industria de la publicidad. Estos códigos están diseñados para ayudar a asegurar que la publicidad sea verdadera, justa y precisa. En muchos países, los consumidores pueden acudir a los consejos de publicidad y grupos de consumidores por si tienen preguntas o preocupaciones sobre las prácticas de la industria.

En muchos países, la base local de publicidad no es suficiente para mantener a todas las entidades mediáticas que existen. Por lo tanto, a veces, las compañías mediáticas también deben depender de otras fuentes de ingresos como subsidios, patrocinios y ventas de contenido. Si entendemos la información como un bien público, entonces hay razones para el apoyo directo e indirecto a través de la política pública hacia las instituciones de los medios de comunicación. En algunos países, hay desgravación fiscal en otros, hay subsidios para ayudar a los medios de comunicación comunitarios a cubrir el costo de transmitir señales de difusión.

Siempre existe el riesgo de que la financiación estatal directa, tan necesaria como puede ser frente a las fallas del mercado de los servicios de noticias para parte del público, permita la "captura de medios". Tal captura conlleva un compromiso de independencia editorial, y se necesitan sistemas fuertes para evitarlo. Asimismo, se debe evitar que la asignación de publicidad gubernamental sea una herramienta para premiar o sancionar por los contenidos. Se necesita transparencia y supervisión independiente.

AMI es crucial para empoderar a la ciudadanía, especialmente a los niños y jóvenes, para que vean, escuchen, sientan y lean anuncios que se adapten a sus sentimientos y motivaciones para actuar según lo deseado por la publicidad.

Unidades

Unidad 1:
Publicidad, ingresos y regulaciones

Unidad 2:
Publicidad dirigida y el ámbito político

Unidad 3:
Anuncios de Bien Público (ABP)

Unidad 4:
Publicidad: el proceso creativo

Unidad 5:
Publicidad transnacional y 'Súper marcas'

Unidad 1: Publicidad, ingresos y regulaciones

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Análisis de las regulaciones de publicidad.
- Aplicación de las regulaciones a las publicidades actuales.
- Ingresos publicitarios en diferentes formas de medios y empresas de comunicación digital.
- Cuestiones éticas en el seguimiento de las regulaciones establecidas por diferentes gobiernos.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Investigar la publicidad como una fuente importante de ingresos para formas diferentes de producción de contenidos.
- Examinar y evaluar el propósito y eficacia de las regulaciones en la industria de la publicidad y las cuestiones éticas involucradas en el seguimiento de las regulaciones establecidas por diferentes gobiernos.
- Aplicar las regulaciones existentes a ejemplos actuales de publicidad.
- Evaluar el impacto de la publicidad en la programación y el contenido mediático y digital.

Generación de ingresos a través de la publicidad

Entendemos que para muchos proveedores de contenido, obtener ganancias es una preocupación primordial y un medio importante para recibir ingresos es a través de la publicidad. Los diferentes gobiernos tienen diferentes conjuntos de regulaciones de publicidad para que la industria de los medios las acate. En esta era de las redes sociales, tanto las personas como las empresas obtienen ingresos publicitarios al mostrar anuncios pagados en sus sitios web, canales u otras plataformas que rodean su contenido basado en Internet.

La tecnología digital se ha utilizado para cambiar el carácter de la publicidad a lo largo de los años. Anteriormente, la publicidad estaba vinculada a un contenido en particular. Un ejemplo es la suposición de que una audiencia de relatos sobre la moda también estaría lógicamente interesada en los mensajes de las empresas de ropa que buscan vender sus productos. Hoy en día, como resultado del perfil de las personas basado en la recopilación de datos digitales, los anuncios pueden aparecer en cualquier contexto de contenido, porque la oportunidad de dirigirse a los consumidores se basa en lo que se sabe sobre ellos en lugar de en cualquier destino de contenido único que puedan visitar. Esta es la razón por la que muchos sitios web preguntan si las personas aceptan cookies de seguimiento que les permitan recibir publicidad "relevante" dondequiera

que estén en línea. Este sistema, en gran medida automatizado, a menudo conduce a un choque entre los mensajes en la publicidad y los mensajes de contenido, lo que puede ocasionar vergüenza a las marcas de publicidad que prefieren elegir el entorno de contenido en el que aparecen.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Las siguientes actividades pedagógicas se utilizan para explorar los problemas como se describió anteriormente:

- Discusión: Dado que la publicidad es una de las principales fuentes de ingresos de muchos medios y empresas de comunicación digital; ¿De qué manera la libertad de expresión, la libertad de prensa o el libre acceso a la información pueden verse comprometidos para complacer a los anunciantes, a las grandes compañías o al gobierno? ¿Cuáles serían las implicaciones? ¿Las subvenciones del gobierno a los medios u otros proveedores de información deberían ser públicas? ¿Acaso los proveedores de contenido financiados con fondos públicos o privados deberían rendir cuentas al gobierno cuando reciben ingresos de los comerciales?
- Ensayo: 'El principal propósito de la mayoría de los proveedores de contenido como los medios y las empresas de comunicación digital es obtener ganancias'. Hable sobre esta afirmación. Dé argumentos a favor y en contra. ¿Cómo funcionan los proveedores de contenido como Wikipedia sin anuncios publicitarios? ¿Qué acciones deberían tomar la ciudadanía si encuentran que los proveedores de contenido están sacrificando el bien público a cambio de los ingresos provenientes de la publicidad? ¿Qué acciones se podrían tomar? ¿Existe una diferencia entre una emisora pública que utiliza la publicidad como medio para subsidiar sus operaciones y una emisora comercial que utiliza la publicidad como medio para ganar dinero para los accionistas? ¿Existe una diferencia en la lógica institucional entre emitir para ganar dinero o ganar dinero para emitir, o empiezan a confundirse uno con el otro?
- Estudio de caso: Los diferentes gobiernos pueden tener diferentes regulaciones sobre publicidad. Busque una compañía de redes sociales (como WeChat) o una compañía de motores de búsqueda (como Yandex) que está disponible en diferentes países y mire las regulaciones de publicidad en el país respectivo. Investigue si esa red social / motor de búsqueda sigue las posibles regulaciones diferentes establecidas en los distintos países y debata sobre temas como a) los conflictos entre los ingresos y el interés público, b) la cuestión ética entre los ingresos y la privacidad cuando los datos personales se utilizan para el micro-direccionamiento, y c) la respuesta pública a a) y b) en diferentes países...etc.
- Investigación: Utilizando Internet, investigue las regulaciones que existen en su región sobre la industria de la publicidad. Identifique dónde se colocan estas regulaciones para la ciudadanía que necesita tener acceso a esta información. Identifique qué individuos o grupos han creado estas regulaciones. Haga un resumen

de las principales ideas que cubren estas regulaciones y explique su propósito. Explique qué tan bien apoyan los intereses de la ciudadanía y consumidores o si no lo hacen. Explique el impacto potencial de estas regulaciones.

- Aplique las regulaciones a una variedad de anuncios que se encuentran en los medios locales. Evalúe hasta qué punto se cumplen las regulaciones. Dé ejemplos específicos de cada anuncio para sustanciar su respuesta. En instancias en las cuales la publicidad viola las regulaciones, investigue qué recursos tienen disponibles los consumidores.
- Investigue si las necesidades de los anunciantes han afectado el tipo o la calidad de la programación o la cobertura en los medios o redes sociales, así como la búsqueda. ¿Existe un impacto sobre la colocación de prioridades en dispositivos y plataformas digitales? Investigue la publicidad como un modelo de ingresos para un medio en particular. Por ejemplo, examine la franja horaria de televisión o programación de radio, así como la prioridad otorgada a ciertos contenidos por las empresas de comunicación digital de su región.
- Estudio comparativo: Utilice los hallazgos de la investigación de arriba para comparar con un país / región de su elección para ver las similitudes y diferencias entre los dos y las razones detrás de esto.
- Investigar: Lleve a cabo una investigación básica sobre las diferentes técnicas de publicidad. Compare y discuta el carácter distintivo, las similitudes y la eficacia de ciertas técnicas. Considere, por ejemplo, técnicas como (hay otras):
  - Atractivo emocional.
  - Publicidad promocional.
  - Publicidad de arrastre.
  - Hechos y estadísticas.
  - Anuncios inacabados.
  - Cumplimentar a los clientes.
  - Atractivo popular.
  - Patriotismo.
  - Publicidad oculta, como colocación de productos pagados o patrocinios no revelados que respaldan el apoyo del "influencer".
- Los educadores deberían guiar a los estudiantes para que apliquen sus habilidades de Alfabetización Mediática e Informacional y su propia inteligencia crítica con respecto a los estereotipos culturalmente heredados, y a las imágenes de mujeres y hombres, niñas y niños como se muestran en el contenido: cine y televisión, música popular, plataformas de video e imágenes compartidas, periódicos y revistas. Comience con una revisión de los estereotipos que se asocian con los hombres y las mujeres de todas las edades y sus posibles fuentes. Guíe a los estudiantes para desmenuzar una serie de anuncios basados en representaciones de género y responder preguntas sobre los estereotipos de género en los artículos que han leído. (Adoptado del Proyecto eGirls. Vea más actividades potenciales en los planes de lecciones aquí https://egirlsproject.ca/outreach/mediasmarts/media-and-gender/).

- Estudio de Caso: Seleccione una estación de radio o televisión en particular y una de Internet en la misma región, y vea o escuche un programa de una hora, prestando atención a los anuncios emitidos durante este tiempo. Explique cuál es la razón detrás de colocar estos anuncios durante esos programas específicos. También anote cualquier anuncio o colocación de productos que ocurra durante los programas en sí. Evalúe la eficacia de las estrategias de publicidad que se utilizan en este marco de tiempo para llegar a las audiencias seleccionadas.

- Proyecto: Escoja una red de televisión y red social y determine los productos o servicios que usted seleccionaría para promocionar durante un programa particular o franja horaria. Expliqué por qué toma estas decisiones, identificando la audiencia a la que se podría llegar durante ese tiempo.
- Estudio de caso sobre YouTubers:

  a. Investigación: Haga una clasificación de los 10 YouTubers más populares y mire cuánto ganan. Investigue cómo generan ingresos con preguntas tales como: ¿YouTube paga a los YouTubers para que suban videos? ¿Comparte los ingresos publicitarios con ellos? ¿Las empresas les pagan por colocaciones de marca? ¿Sobreviven con donaciones o con patrocinadores?

  b. Definiciones: Recibir ingresos publicitarios de YouTubers viene en forma de:

  - Colocaciones de Marca y Producto.
  - Integración de Marca y Producto.
  - Reseñas del Producto.
  - Presentaciones/anuncios en video.
  - Mercadeo de afiliados.
  - Súper chat.
  - Patrocinio.

Averigüe lo que significan. Vea los Términos del Glosario al final del Currículum AMI para verificar sus respuestas.

Nota

Este ejercicio también se podría adaptar para usarlo con los periódicos, las revistas, los sitios en la red, etc.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis de los anuncios y evaluación basada en las regulaciones.
- Investigación y evaluación de la programación televisiva, la publicidad y los ingresos.

Temas a considerar en el futuro

- Publicidad dinámica y móvil.
- Publicidad en redes sociales.
- Orientación conductual.
- Más sobre las técnicas de publicidad modernas y digitales.

Unidad 2: La publicidad dirigida y el ámbito político

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Análisis de la propaganda política y para elecciones.
- Evaluación de los lineamientos para la propaganda política.
- Evaluación de los organismos reguladores de la normativa de los medios sobre la publicidad electoral aplicable durante las elecciones nacionales.
- Papel de las redes sociales en la publicidad dirigida.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Evaluar la propaganda política y electoral.
- Analizar los recursos emocionales en la propaganda política y electoral.
- Recomendar estrategias para mantener a la ciudadanía informada, dado el uso de recursos emocionales en la propaganda política.
- Evaluar la publicidad dirigida por las redes sociales.
- Evaluar el impacto de la comercialización en las decisiones y valores de los consumidores, como la igualdad de género y la discriminación racial.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad:

- Básico.

Aspectos en los anuncios políticos

Los anuncios políticos son anuncios públicos creados por partidos políticos, candidatos y organizaciones y personas interesadas en el resultado de las elecciones. Estos anuncios generalmente se basan en principios de mercadeo para apelar más a las emociones y menos al intelecto o el pensamiento crítico del electorado. Se esfuerzan por conseguir que algunos votantes apoyen una posición, así como por desalentar la participación de los rivales, lo que se conoce como tácticas de "supresión de votantes".

Según Wikipedia (2020) "La publicidad dirigida es una forma de publicidad, incluida la publicidad en línea, que está dirigida a audiencias con ciertos rasgos, basada en el producto o la persona que el anunciante está promoviendo. Estos rasgos pueden ser demográficos, que se centran en la raza, la condición económica de género, el sexo, la edad, la generación, el nivel de educación, el nivel de ingresos y el empleo, o pueden ser psicográficos, que se basan en los valores, la personalidad, las actitudes, las opiniones, los estilos de vida y los intereses del consumidor. También pueden ser

variables de comportamiento, como el historial del navegador, el historial de compras y otras actividades recientes. La publicidad dirigida se centra en ciertos rasgos y los consumidores que probablemente tengan una fuerte preferencia recibirán el mensaje en lugar de aquellos que no tienen interés y cuyas preferencias no coinciden con el atributo de un producto. Esto elimina el desperdicio (https://en.wikipedia.org/wiki/Targeted_advertising)". La publicidad política dirigida permite que los partidos envíen mensajes diferentes, incluso inconsistentes, a los individuos, y que identifiquen problemas individuales (en lugar de una toma de decisiones holística) que pueden influir en los votantes.

Las redes sociales son empresas líderes que generan publicidad dirigida, utilizando atributos como la geolocalización, el comportamiento, los datos socio-psicográficos y la información que los usuarios proporcionan sobre las empresas de comunicación digital. Cada actividad del usuario deja huellas digitales que se recopilan para ver su historial de intereses reflejado, por ejemplo, en "me gusta" o búsquedas de información. Este perfil se utiliza para orientar los anuncios de mercadeo por parte de los proveedores. Los usuarios de Facebook, Twitter, Sina Weibo, Instagram y otros, por ejemplo, recibirán anuncios basados en los "me gusta" de la página y apuntarán a la ubicación, lo que permitirá a los anunciantes/vendedores dirigirse a los consumidores de acuerdo con sus intereses. Los consumidores o los usuarios deben estar conscientes de cómo los anuncios orientados impactan en sus decisiones, ya sea para el consumismo o las decisiones políticas.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Recolecte ejemplos de la propaganda política en su país o región. Si es necesario, haga una investigación en la biblioteca local. Analice los anuncios utilizando los lineamientos de la Unidad 3 a continuación. Evalué la eficacia de cada anuncio, tomando en cuenta el propósito, la información y el mensaje que se transmite, y la audiencia seleccionada. Explique cómo el diseño/forma de los anuncios se utiliza para reforzar el contenido.
- Revise varios anuncios de la misma campaña política. Evalúe la eficacia de la campaña en general en el uso de gráficos unificados, imágenes, eslóganes y mensajes.
- Utilizando el Internet y/o recursos bibliotecarios, investigue los entes reguladores que se han establecido para el monitoreo de la propaganda política. Examine los lineamientos establecidos para monitorear la publicidad que los candidatos han utilizado durante las elecciones. Evalúe hasta qué punto los anuncios elegidos se adhieren a estos lineamientos.
- Investigue si los proveedores de contenido mantienen una base de datos pública de todos los anuncios políticos, incluidos los anuncios micro-dirigidos, para que se puedan comparar.

- Investigue cómo estos entes regulatorios representan los intereses de la ciudadanía. Examine el papel que la ciudadanía pueden tener para asegurar que la propaganda política sea verdadera, justa y precisa. Anote cualquier sugerencia que usted le haría al ente regulatorio en relación con la propaganda política.
- Debata si la publicidad política debe ser libre para todos en aras de un debate robusto, o si solo deben difundirse los anuncios contrastados.
- Enumere las regulaciones de los medios de comunicación (establecidas por la comisión electoral nacional) sobre la presentación de informes sobre las elecciones. Vea si existen lineamientos para informar sobre las encuestas de opinión, si los medios nacionales dan tiempo al aire a los diferentes partidos políticos, difundiendo los resultados de las elecciones, etc. ¿Afectan estos anuncios políticos?
- El consultor político Frank Luntz les dice a sus clientes políticos que el "80% de nuestras vidas es emoción y solo el 20% es intelecto. Me interesa más qué es lo que sientes que lo que piensas". Examine la propaganda política a la luz de este comentario. Explique hasta qué punto los anuncios políticos se basan en el recurso emocional. Examine el lenguaje que se utiliza para "vender" un candidato y sus ideas o políticas. Evalúe si el lenguaje que se utiliza es preciso o engañoso.
- Divida a los estudiantes en grupos y guíelos para que realicen investigaciones básicas sobre técnicas de mercadeo social emprendidas por organizaciones de desarrollo nacionales, regionales e internacionales para promover el desarrollo social y sostenible. Tenga en cuenta a los organismos de las Naciones Unidas y otros asociados multilaterales, los organismos internacionales de empresas de desarrollo, etc. Considere también cuestiones como la igualdad de género, la tolerancia, la lucha contra la información falsa y la desinformación relacionada con la COVID-19, los problemas climáticos y la participación de los jóvenes en el desarrollo nacional e internacional. Piense en otros temas de interés. Guíe a los estudiantes para evaluar el alcance, el impacto, los puntos a favor y en contra de estos esfuerzos de mercadeo social. Los grupos deben documentar lo que creen que estas organizaciones de desarrollo podrían hacer de manera diferente para llegar a más personas con mensajes de desarrollo relevantes.
- Dado el uso del recurso emocional especialmente en la propaganda política, sugiera estrategias para mantener a la ciudadanía informada y sensible al género.
- Pida a los estudiantes que busquen algo específico en un motor de búsqueda, si es posible, algo que no comprarán, y analicen cómo el motor utiliza dicho seguimiento digital para promover productos y servicios.
- Evalúe cómo las redes sociales más populares comercializan diferentes productos y servicios. ¿Estos anuncios se basan en su comportamiento, ubicación geográfica, género, edad, etc.?
- Guíe a los estudiantes para evaluar cómo las redes sociales pueden estar reforzando sus gustos, valores y preferencias.
- Pida a los alumnos que evalúen tres anuncios diferentes en sus redes sociales para identificar qué opciones de segmentación está utilizando el proveedor: edad, género, estado de relación, ubicación, etnia, ocupación y educación. ¿Cómo se ve afectada su privacidad? ¿Cómo pueden contrarrestar el mercadeo en las redes sociales? ¿A cuántos puntos de datos tiene acceso el anunciante para micro-dirigirse a cada usuario?

Recomendaciones de evaluación

- Ensayo.
- Concurso de carteles para contrarrestar ciertos estereotipos detectados en los medios y plataformas digitales.
- Creación de varios guiones gráficos para anuncios que son sensibles al género.

Temas a considerar en el futuro

- Patrocinios de las corporaciones y comunidades (incluyendo el patrocinio y publicidad en los espacios de aprendizaje).
- Respaldo de las celebridades a productos, servicios e ideas en o mediante la publicidad.
- Capitalismo que se preocupa - vinculado con el respaldo de las celebridades, a pesar de que el enfoque está en promover el mercadeo y una estrategia altruista de diversas corporaciones.
- Psicografía e investigación sobre la audiencia.

Unidad 3: Anuncios de bien público (ABP)

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Análisis de los anuncios de bien público.
- El proceso creativo y la planificación de un ABP.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Analizar un número de ABP como medios para comunicar la información sobre una variedad de temas.
- Desarrollar un plan para un ABP original para un tema de su elección, incluyendo una declaración de propósito, mensaje, audiencia seleccionada y estrategias técnicas y creativas.
- Evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación y el ABP.
- Producir un ABP.

Enfoques pedagógicos y actividades

Los anuncios de bien público son generalmente un mensaje creado por los gobiernos y las organizaciones de desarrollo, difundido en el interés público para lograr un comportamiento específico y para sensibilizar o cambiar las actitudes del público hacia una cuestión social. Ejemplos de campañas públicas son: enseñar medidas de

seguridad durante desastres naturales como huracanes, terremotos e inundaciones; o campañas de salud pública para limitar la propagación del virus COVID-19, el tabaquismo, la malaria, la infección por VIH y SIDA, o para incentivar el uso de mascarillas, la higiene de manos, el distanciamiento social, la utilización de redes anti-mosquito y el sexo seguro. Los temas son tan variados como los roles del gobierno y las organizaciones de desarrollo: alfabetización, buena conducción o campañas ecológicas, entre muchos otros. Los enfoques pedagógicos podrían consistir en analizar y debatir el contenido, el propósito y el impacto de los anuncios de bien público locales y nacionales en comparación con la publicidad comercial.

- Basado en los ejemplos antes mencionados hable sobre el significado y el objetivo de los ABP. Explique cómo los ABP se diferencian de los anuncios comerciales. Haga una lluvia de ideas sobre los temas que se tratan en los ABP que usted haya visto. Identifique diversos usos para los ABP en su región.
- Visite uno de los sitios de servicio público: (Estos solo se incluyen como fuentes de muestra para ilustrar la actividad que se describe a continuación. Se pueden utilizar otras fuentes, apropiadas para las diversas regiones, en su lugar).
  - http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs
  - http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html
  - http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php
- Examine varios ABP – impresos y en video– y hable sobre las principales características de cada uno. Identifique la información más importante y el principal mensaje que se transmite y analice cómo se los presenta. Tome en cuenta las estrategias técnicas y creativas utilizadas.
- Analice el uso del recurso emocional en varios de los ABP. Identifique si algunos de estos ABP hacen algún tipo de afirmaciones y si éstas tienen o no sustento en hechos. Analice cómo los elementos técnicos de los ABP refuerzan su significado y mensaje. Explique los efectos que se crean a través del uso de la toma de cámara y los ángulos. Explique cómo se puede utilizar el sonido para transmitir un significado.
- Los educadores podrían 'desmenuzar' un anuncio de bien público de las muestras con más detalle, creando un guion gráfico basado en su visualización. Deberán ver el ABP más de una vez, y un facilitador tendrá que detener el ABP en cada marco para que los educadores puedan documentar en sus guiones gráficos lo que están viendo y escuchando. Se puede acceder a ejemplos de guiones gráficos en: www.storyboardsinc.com
- Desarrolle un plan original de un ABP para un tema social o cultural importante. Haga una lluvia de ideas de los posibles temas y utilícelas como la base para un ABP. Hable sobre el propósito y la audiencia. Esta discusión, a su vez, ayudará a dar forma al mensaje que se quiere transmitir. Tome en cuenta la información importante y el mensaje principal que tiene que transmitir.
- Ahora tome en cuenta a quién usted quiere llegar y cómo. La información y el mensaje deben estar dirigidos a una audiencia meta específica.

- En un artículo, describa el concepto y desarrolle una lista de estrategias que se pueden utilizar para crear un ABP. Esto puede incluir estrategias creativas (el contenido de las ideas de un ABP) y las estrategias técnicas (el componente de producción).
- Haga un diseño preliminar de un ABP, incluyendo una oración que describa el concepto, las estrategias técnicas y creativas y la audiencia.

Unidad 4: Publicidad: el proceso creativo

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- La publicidad y el auspicio – ubicación, mensajes y audiencia.
- Evaluación de las afirmaciones y recursos en la publicidad.
- Examen del diseño y la producción de los anuncios.
- Posicionamiento de los productos en los programas.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Analizar el proceso de publicidad como una forma de comunicar la información.
- Explorar el concepto de desarrollo en la publicidad, incluyendo las estrategias técnicas y creativas.
- Analizar y desmenuzar los principales ingredientes que entran en la publicidad y en el recurso emocional.
- Evaluar el impacto de los mensajes de publicidad sobre las audiencias seleccionadas
- Explicar cómo el concepto de audiencias "activas" se aplica a la publicidad, o más específicamente, cómo las audiencias negocian el significado (es decir: cómo explicamos el éxito de algunos anuncios y de otros no).
- Identificar las últimas tendencias en publicidad.
- Identificar el posicionamiento de productos en los programas como publicidad indirecta (mezclar el contenido editorial y comercial).

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Recorra su espacio de aprendizaje, su entorno o su barrio.
  a. Identifique los tipos de publicidad, los anuncios de bien público, promociones o auspicios que existan.

b. Haga una breve descripción de cada ejemplo de anuncio/ABP/auspicio.

c. Describa el mensaje y la imagen creada a través de cada ejemplo y evalúe su eficacia en transmitir la información necesaria.

d. Identifique la fuente de cada ejemplo (es decir, quién lo creó y quien se beneficia/saca provecho de eso).

e. Explique por qué los negocios e instituciones pueden escoger tener sus nombres, productos o logotipos expuestos ahí. Explique en qué formas estos patrocinios/promociones difieren de la publicidad "tradicional".

- Haga una inspección de una colección de revistas, vea anuncios de televisión y visite un número de sitios de compañías importantes en la Web.
  a. Describa las estrategias de publicidad que se usan en los ejemplos actuales.

  b. Elija un número de anuncios para examinar de cerca.

  c. Describa la "personalidad" del producto que se presenta en cada anuncio e identifique las emociones que el publicista trata de lograr.

  d. ¿Qué promesas o soluciones ofrece el anuncio o el ABP? ¿Qué tan realistas son? ¿Qué visiones de alegría o éxito comunican?

  e. Identifique la información, los mensajes y los valores que se transmiten en cada anuncio.

  f. Hable sobre la necesidad de una clara distinción entre el contenido editorial y publicitario. Además, ¿qué tipo de afirmaciones se hacen en estos anuncios? ¿Qué hechos son presentados para respaldar estas afirmaciones? ¿Algo de la información es engañoso o no es claro? Basándose en su análisis, ¿qué recomendaciones haría usted a la audiencia de este anuncio? En otras palabras, ¿aceptaría usted la información que se presenta en este anuncio? ¿Por qué si o por qué no? ¿Haría usted algún cambio para que la información o el mensaje fueran más exactos o completos? Explique con ejemplos.

- Elija un anuncio impreso para examinarlo detenidamente. Este ejercicio requiere que usted tome en cuenta los elementos de diseño que se utilizan en el anuncio, la información y el mensaje que se transmiten, y la audiencia seleccionada. ¿De qué manera los elementos de diseño (composición, ángulo, luz, color, elección de palabras, etc.) apoyan el mensaje y la información que se transmite? En otras palabras, ¿cómo la forma refuerza el contenido?
- La colocación de un producto significa el poner un producto comercial prominente en un programa de radio o televisión en particular o en un libro, y también cada vez más en Internet, sin identificarlo como publicidad, para satisfacer al fabricante del producto que ha patrocinado el programa (es decir: ha pagado completamente o ha cubierto algunos de los costos asociados). Algunos reguladores permiten la colocación del producto bajo la condición de que los espectadores estén claramente informados acerca de la colocación del producto al inicio y al fin del programa. Pero esto rara vez lo hacen cumplir las empresas de comunicación digital. Elija ejemplos de colocación del producto. ¿Están identificados como tal? Si en su país existen regulaciones para la colocación de productos, ¿qué acciones puede tomar la ciudadanía? ¿Cuál es el mensaje del producto que se transmite en relación con el contexto? ¿Qué mensajes se transmiten a través del producto, así como de su contexto? ¿Acaso un contexto o colocación diferente cambiaría la

imagen del producto y su mensaje?

- Haga una lista de los jugadores que están en la industria de la publicidad. Esto debería involucrar a individuos e instituciones/organizaciones. Describa sus respectivos roles. Tome en cuenta cualquier anuncio audiovisual. ¿Cree usted que el papel de cada uno de los jugadores claves que usted anotó se halla explícitamente reflejado en el anuncio? ¿Cómo cree usted que su conocimiento acerca de aquellos que se encuentran involucrados en la creación y difusión de este anuncio le ayuda a usted a interactuar de una mejor manera o evaluar la utilidad de dar la información que usted necesita? (Nota: en este aspecto, la serie documental *The Persuaders* podría ser de interés; vea la descripción de este programa en la lista de referencias al final de este módulo.)
- Investigación: Visite el siguiente sitio web. https://clios.com/awards/winners. Mire los diferentes premios otorgados a diferentes países con diferentes anuncios. Identifique las similitudes y diferencias en las técnicas publicitarias, incluyendo las estrategias técnicas y creativas en los diferentes productos.
- Los principales canales de redes sociales donde se pueden colocar anuncios incluyen Facebook, Instagram, Twitter, WeChat, Pinterest, LinkedIn, TikTok, YouTube y Snapchat u otros. Debata sus diferentes enfoques.
- Investigue la automatización de la colocación de publicidad y el papel de las empresas de corretaje que dependen de los macrodatos (Big Data) y las subastas en tiempo real. Examine campañas como # StopHateForProfit que presionan a las empresas de comunicación digital para que pongan fin a los incentivos para que los actores de odio obtengan publicidad junto a su contenido mediante el "juego". Este incentivo funciona mediante la colocación directa automatizada de anuncios basados en la oportunidad asumida de que el público objetivo interactúe en línea, y ocurre sin el debido cuidado de las empresas para detener esto a menos que haya presión pública para que actúen.

Recomendaciones de evaluación

- Escriba un ensayo sobre los puntos a favor y en contra de la publicidad a través de las redes sociales.

Unidad 5: Publicidad transnacional y 'súper marcas'

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- El uso de las nuevas tecnologías en la estrategia publicitaria transnacional.
- El atractivo de las "súper marcas".

- Estrategias que se usan para crear las súper marcas.
- Temas claves y mensajes que se transmiten a través de las campañas globales de publicidad.
- Las súper marcas y la cuestión de los derechos de autor.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Analizar y evaluar las estrategias de marca y su eficacia.
- Evaluar el impacto de la marca en las comunidades locales y globales y su impacto sobre la globalización.
- Analizar los mensajes y valores que se transmiten a través de las estrategias específicas de marca.
- Evaluar el papel de las nuevas tecnologías en el branding local y global.
- Algunas cuestiones poco éticas relacionadas con los derechos de autor de las "súper marcas".

Publicidad transnacional

Las empresas se están volviendo cada vez más globales, llegando a todos los confines del mundo para dar a conocer su presencia con una "estrategia publicitaria transnacional". También tienen como objetivo vender una marca global a través del mercadeo que atraiga a los gustos locales. A medida que las empresas continúan llegando a muchas partes del mundo en medio de la globalización, las "súper marcas" son inevitables, y es importante comprender y analizar los valores, los mensajes subyacentes y su impacto en diferentes culturas.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

Lleve a cabo una investigación en línea para determinar las estrategias de mercado que utilizan las corporaciones transnacionales. Tome en cuenta visitar www.adage.com, el sitio web de la publicación de la industria Advertising Age. Identifique las diversas estrategias que utilizan las principales compañías para promover sus productos y "vender" una cultura. Hable de lo que está implícito, directa o indirectamente, sobre la ’ cultura ‘tradicional ’ vs. la contemporánea.

- Visite un sitio en la red de una corporación transnacional y elija uno de sus anuncios para examinarlo de cerca. Identifique los elementos de este anuncio que hacen que sea llamativo. Considere el uso de aseveraciones y el recurso emocional. Si es posible, compare este anuncio con otro del mismo producto que esté enfocado a otra región o mercado. Identifique las formas en las cuales se ha construido cada anuncio para el mercado seleccionado.

- Cree un bosquejo para un anuncio de un producto o servicio que sea originario de una comunidad o región en particular. Identifique y explique las estrategias técnicas y creativas que serían más eficientes para llegar a esta audiencia en diferentes mercados en diferentes partes del mundo y explique cómo la tecnología se utiliza para tal fin.
- Desarrolle un plan de mercadeo para un producto ficticio para un mercado internacional. Identifique cuál es la audiencia meta. Explique las estrategias que serían más eficientes para llegar a esa audiencia. Explore cómo las tecnologías digitales hacen que esto sea posible y cuáles podrían ser las posibles desventajas.
- Examine ejemplos de "branding" en su comunidad local. Explique los elementos que contribuyen al desarrollo de una marca eficaz. Evalué hasta qué punto el ejemplo es eficaz para establecer que la marca sea altamente reconocida, que comunique el significado de la marca y que llegue a la audiencia seleccionada.
- Lleve a cabo una investigación sobre una súper marca o marca global de su elección: el menú de las cadenas de alimentos populares se decide en parte por el país en el que operan, la cultura del país, los gustos y preferencias de las personas. Cubra al menos 5 países y verifique: a) la sensación general y el aspecto de los puntos de venta de ciertas cadenas alimentarias y b) su menú, y c) identifique las similitudes y diferencias de los alimentos y bebidas vendidos y evalúa las razones probables detrás de sus hallazgos en a y b.
- Cuando los productos de algunas súper marcas se vuelven populares, otros comerciantes pueden producir productos con un logotipo y diseño muy similares para engañar a los consumidores y hacerles creer que están comprando los productos auténticos de las súper marcas. Identifique casos como este y discuta los derechos de autor y otras cuestiones éticas involucradas.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis de ejemplos de publicidad actuales y estrategias para la investigación en línea.
- Creación de bosquejos para campañas de publicidad.

Temas a considerar en el futuro

- Aprobación de superestrellas como figuras deportivas y de entretenimiento en publicidad transnacional y súper marcas.
- Impacto de la publicidad transnacional y las súper marcas en las prácticas culturales y sociales locales como la igualdad de género, la tolerancia religiosa, las prácticas de salud, etc.

Recursos y referencias

Por favor tome en cuenta que el grueso de estos recursos se han tomado principalmente de Norteamérica y puede que no sean apropiados para utilizarlos en todo el mundo. Los educadores deberán identificar materiales alternativos locales o regionales que ofrecen ejemplos más relevantes a los estudiantes.

Adbusters - www.adbusters.org - ofrece una crítica de la publicidad y la cultura popular, es famoso por sus anuncios "spoof".

Ads of the World - http://adsoftheworld.com/ [HYPERLINK: http://adsoftheworld.com/ - Un archivo de publicidad y un fórum para discutir el trabajo de publicidad a nivel mundial.

Advertising Age - www.adage.com - Una publicación de la industria, con costos de publicidad, informes sobre estrategias, etc.

Bernstein, D. & Bruce, K. (2020). *The Law of Advertising, Marketing and Promotions.* Law Journal Press.

Summers, C., Smith, R., & Walker, R. (2016). An Audience of One: Behaviourally Targeted Ads as Implied Social Labels. *Journal of Consumer Research 43*(1), 156–178. https://doi.org/10.1093/jcr/ucw012

Fowler, E., Franz, M. & Ridout, T. (2016). Political Advertising in the United States. Westview Press.

Fueroghne, D. (2017). *Law & Advertising: A Guide to Current Legal Issues.* Rowman & Littlefield Publishers.

Hughes, A. (2018). *Publicidad Política Impulsada por el Mercado.*

Kleebpung, N. (2010). Advertising and media literacy: young people and their understanding of the world of advertising in Australia and Thailand. [PhD thesis, Victoria University].

Alfabetización Mediática e Informacional. https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources

Rechazado en línea – http://bestrejectedadvertising.com/html – Anuncios rechazados por los clientes por razones de estética, comerciales o estratégicas. También incluye los anuncios rechazados, prohibidos, engañosos y más criticados.

Mercadeo Social, Digital y Móvil. Londres: Palgrave McMillan.

The Merchants of Cool – Frontline – www.pbs.org – Un documento disponible en línea que explora como los publicistas tiene como objetivo a los jóvenes.

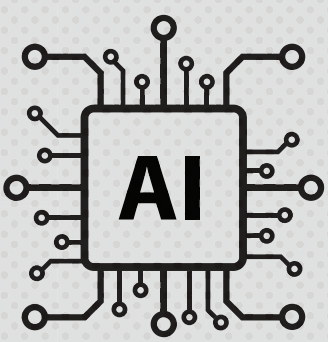
The Persuaders – Frontline – www.pbs.org – Este programa explora cómo estrategias de mercadeo y publicidad han influenciado no solo en lo que las personas compran, sino también en cómo se ven a sí mismas y al mundo que les rodea. Este documental de 90 minutos habla sobre una amplia gama de expertos y observadores del mundo de la publicidad/mercadeo. Se puede ver todo el programa en línea en el sito de PBS con los seis extractos. Si es posible, para este módulo revise los Capítulos 1 y 2 del programa High Concept Campaign and Emotional Branding.

Think Literacy, Media, Grades 7– 10 (2005) – Un recurso para crear anuncios de servicio público.
http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentsuccess/thinkliteracy/library.html
http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php
http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs
http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html

MÓDULO 11:

INTELIGENCIA ARTIFICIAL, REDES SOCIALES Y COMPETENCIAS AMI





"No se puede pensar en pensar sin pensar en pensar en algo".

– Seymour Papert,
Mindstorms: Children, Computers, And Powerful Ideas, 2005.

Antecedentes y fundamentos

Los seres humanos dependen de la información para la toma de decisiones. ¿Y si tuviéramos información perfecta, lo que significa que tenemos toda la información adecuada que necesitamos para tomar decisiones en el momento adecuado? Toda la información que necesitamos para la toma de decisiones complejas no siempre está disponible en el momento necesario; ni el cerebro puede procesar a la vez toda la información requerida en la toma de decisiones complejas. Algunos actores piensan que la tecnología informática como la Inteligencia Artificial (IA) puede darnos información perfecta. Sin embargo, hasta ahora, esto no es humana o tecnológicamente factible.

No obstante, la IA impulsa muchos de nuestros usos más populares de la tecnología al recolectar, almacenar, procesar y analizar datos, y tomar decisiones o ayudar a las personas a tomar decisiones. La IA no es una herramienta única, sino un sistema colectivo de software, hardware, algoritmos, redes, etc. Los algoritmos se encuentran entre los principales impulsores de los sistemas de IA. En el sentido más simple del término, un algoritmo se puede considerar como un conjunto de reglas o lista de instrucciones para completar una tarea o resolver un problema. En ese sentido, una receta podría ser vista como un algoritmo. En el contexto de las tecnologías digitales, los algoritmos indican a las computadoras los pasos a seguir para llevar a cabo tareas predeterminadas o cómo procesar datos y tomar decisiones basadas en determinados datos. Los algoritmos son escritos por programadores informáticos. Cuando muchos algoritmos se combinan en un sistema, pueden realizar tareas relativamente complejas o resolver problemas.

La IA se puede aplicar en muchos campos, desde el diagnóstico sanitario hasta los sistemas de comunicación. Los asistentes virtuales existen en línea y están integrados en herramientas tecnológicas para dar respuestas seleccionadas a muchas de nuestras preguntas, incluyendo cómo encontrar una ubicación o cómo decir algo en una serie de idiomas. Los robots se están volviendo omnipresentes. En situaciones de desastre, las aplicaciones de IA pueden ayudar a las agencias humanitarias a obtener suministros de emergencia para las personas que los necesitan con mayor urgencia. Los científicos utilizan la velocidad a la que la IA convierte los

datos en información para abordar problemas complejos, y hacer descubrimientos como la secuenciación del genoma en mucho menos tiempo que antes. A medida que la IA se integra en un número creciente de soluciones tecnológicas, se ve como una tecnología de propósito general, una herramienta poderosa con un gran impacto en todos los aspectos de nuestras vidas. La gran pregunta es quién controla su desarrollo y despliegue, y para qué propósitos. Hasta ahora, son los países e industrias más poderosos los que, lógicamente, aspiran a proteger y promover sus propios intereses y perspectivas, que no necesariamente son los de los demás. La IA nunca es neutral: está diseñada para fines particulares por humanos con características demográficas y relaciones laborales particulares, y los algoritmos y conjuntos de datos siempre están sesgados de una manera u otra. A la mayoría de los asistentes virtuales se les da un género en particular, y las respuestas programadas que proporcionan reflejan ciertas visiones y sesgos del mundo. Las posibilidades de traducción de idiomas reflejan las lenguas dominantes, que no están en peligro, mientras que los robots están orientados al uso privado en lugar de público.

Los sistemas de IA típicamente demostrarán al menos algunos de los siguientes comportamientos asociados con la inteligencia humana: planificación, aprendizaje, razonamiento, resolución de problemas, representación del conocimiento, percepción, movimiento y manipulación y, en menor medida, inteligencia social y creatividad.[86] Los sistemas de IA están manejados por algoritmos o conjuntos de instrucciones que pueden ser diseñados por humanos o por máquinas. Hay muchos tipos diferentes de IA, y no hay una sola definición. Este módulo describe diferentes dimensiones de la IA, incluido el aprendizaje automático, el análisis de big data, el reconocimiento de patrones y los sistemas cognitivos, y la diferencia entre la IA "estrecha" y la "IA general".

Sin embargo, el hecho de que las computadoras se puedan programar para copiar el "comportamiento inteligente" y tomar decisiones independientes es muy preocupante. Plantea preguntas sobre el control. Esto a su vez plantea cuestiones sobre la voluntad humana y la protección de los derechos fundamentales, incluidos los derechos a la libertad de expresión, asociación y trabajo. A las personas les preocupa si perderán aún más su libertad para elegir el tipo de contenido que quieren ver; si la IA profundizará aún más las burbujas de filtro y los silos de información; en última instancia, reduciendo la diversidad y pluralidad de voces y contenidos.

El recurso de la UNESCO, *Me sonrojaría si pudiera: Cerrar las brechas de género en las habilidades digitales a través de la*

86. Nick Heath | Managing AI and ML in the Enterprise

educación[87] llama la atención sobre algunos de estos temas. Este recurso proporciona directrices de política para abordar la persistencia y la gravedad de la brecha de género en las habilidades digitales, y también analiza la "paradoja de la igualdad de género en las TIC", que es la conclusión de la UNESCO de que los países con altos niveles de igualdad de género tienen las tasas más bajas de mujeres que realizan estudios avanzados en informática o temas similares. La publicación también destaca, por ejemplo, cómo la elección de los desarrolladores de productos para usar las voces de las mujeres jóvenes en los asistentes de voz de IA perpetúa los prejuicios de género perjudiciales, y ofrece recomendaciones para contrarrestar y revertir la ampliación de las brechas de género a través de y en la IA. Si bien algunos de estos asistentes de voz se están volviendo menos estereotipados, todavía solo atienden a un número limitado de idiomas hablados.

El caso de "Cambridge Analytica" ilustra cómo la moderación y la selección del contenido impulsadas por la IA pueden afectar a los sistemas democráticos. El escándalo de "Cambridge Analytica" fue un caso en el que el Big Data se utilizó para influir en los votantes sin su conocimiento. En algunos contextos, la IA se ve como una herramienta para la vigilancia masiva. Las redes sociales y otras empresas de comunicación digital hacen un amplio uso de la IA. Las redes sociales proporcionan un estudio de caso de uso de cómo el aprendizaje automático avanzado impacta en la creación de contenido generado por el usuario, así como en las decisiones de mercadeo y compra, con implicaciones tanto negativas como positivas. En la educación, el uso del análisis de datos para perfilar a los estudiantes también se percibe como algo que tiene implicaciones positivas y negativas.

Paralelamente, la falta general de transparencia en el diseño de los algoritmos y los datos a los que acceden sigue siendo motivo de preocupación.

El "movimiento" Ético por Diseño busca mejorar el diseño de la IA de tal manera que combata el sesgo algorítmico. En el pasado, esto ha dado lugar a la elaboración de perfiles y estereotipos de las personas, por ejemplo sobre la base de factores como la raza o el origen étnico, el género o el idioma. "Mis datos me pertenecen" es otra coalición que busca ayudar a los consumidores y titulares de derechos a recuperar el control y la propiedad de los datos personales.

Las oportunidades que proporciona la IA, junto con las preocupaciones éticas y sociales complejas, destacan la necesidad de equilibrar la innovación en la IA con un enfoque centrado en el ser humano y fundado en estándares éticos claros y metas sociales. Además, plantean la pregunta de qué tipo de conocimiento, destrezas y actitud necesitan las personas para involucrarse de manera intencional y crítica con los sistemas de IA. Estas competencias incluyen habilidades digitales técnicas como programación/codificación, así como competencias blandas directamente relacionadas con la AMI, como el pensamiento crítico y el compromiso cívico.

Este módulo ayuda al lector a adquirir una comprensión básica sobre las operaciones técnicas y las aplicaciones de los sistemas de IA, así como el contexto económico y social. Sugiere cómo las competencias AMI pueden permitir un uso óptimo de la IA en las sociedades.

87. I'd Blush If I could: Closing the Gender Divides in Digital Skills through Education. https://en.unesco.org/Id-blush-if-I-could.

Unidades

Unidad 1:
Comprender los conceptos básicos de la IA y el uso de IA en las redes sociales

Unidad 2:
Competencias AMI en la era de la IA y las redes sociales

Unidad 3:
Derechos individuales y sociales, opciones y tecnología

Unidad 4:
Uso de la IA y las redes sociales en el desarrollo

Unidad 1: Comprender los conceptos básicos de la IA y el uso de IA en las redes sociales

DURACIÓN 3 HORAS

Temas claves

- Conceptos básicos de algoritmos.
- Diferentes tipos de IA: automatización, GPAI (IA de propósito general), aprendizaje automático, redes neuronales.
- Big Data, reconocimiento de patrones.
- Modelos de negocio basados en redes sociales y datos.

Objetivos de aprendizaje

1. Comprender cómo se crean los algoritmos y cómo funcionan.
2. Identificar diferentes tipos de IA y cómo funcionan.
3. Enumerar y mapear las soluciones digitales utilizadas en la vida diaria en relación con los tipos de IA.
4. Discutir las oportunidades para el uso de la IA en la educación.
5. Identificar diferentes tipos de redes sociales y explicar sus modelos de negocio.
6. Explorar el impacto social de la IA, por ejemplo, el etiquetado fotográfico, el reconocimiento del habla, la modificación del comportamiento y la elaboración de perfiles.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

1. Los educadores o estudiantes deberían consultar el Algorithm Literacy Project, que es una iniciativa conjunta de Kids Code Jeunesse y la Comisión Canadiense para la UNESCO. Reflexione sobre esta sencilla definición de algoritmos: "Los algoritmos son planes paso a paso o instrucciones para realizar una tarea o resolver un problema; puede pensar en ellos como recetas que los programadores usan para tomar información y producir cosas que nos ayudan a lograr ciertos resultados". Luego, vea el video en este enlace para obtener más información, https://algorithmliteracy.org/. Después, siga la guía ofrecida por el proyecto para Reflexionar, Leer Más, Tomar Acción y Participar en el mundo de los algoritmos.
2. La mayor parte de lo que hace en línea o cuando utiliza tecnologías digitales se registra de alguna manera o se recopila algún tipo de datos. Consulte el Módulo 8 sobre Privacidad, Protección de Datos y Usted. De hecho, algunos algoritmos o programas informáticos son escritos para recopilar datos sobre usted. Los datos

recopilados se utilizan en estos u otros algoritmos o programas informáticos para crear un perfil de usted para diferentes propósitos, incluido qué tipo de contenido o publicidad presentarle. Los expertos sugieren que hay muchos tipos de algoritmos, pero ofrecen seis tipos fundamentales:

a. Algoritmos recursivos.

b. Algoritmos para dividir y conquistar.

c. Algoritmos de programación dinámica.

d. Algoritmos codiciosos.

e. Algoritmos de fuerza bruta.

f. Algoritmos de retroceso.

Guíe a los estudiantes para investigar la descripción o las características de estos algoritmos. Oriente una serie de presentaciones y debates sobre estas características. ¿Cuáles son algunas herramientas digitales populares que utilizan estos algoritmos? ¿Cuáles son algunos de los beneficios? ¿Cuáles podrían ser algunos impactos no deseados? ¿Quién tiene el control y con qué implicaciones?

3. Los educadores o estudiantes ahora deberían tener una idea básica de qué son los algoritmos y cómo funcionan. Deben ser guiados para profundizar en por qué es necesario tener transparencia sobre los algoritmos y que los algoritmos sean monitoreados. Lea y haga extractos del informe del Relator Especial de las Naciones Unidas sobre las relaciones entre la IA o los algoritmos y la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, https://www.undocs.org/A/73/348. Haga preguntas como: ¿De qué manera influyen los algoritmos en qué información se prioriza, se privatiza, se incluye o se excluye? ¿Pueden limitar las libertades de las personas? ¿Cómo puede el público garantizar que la IA o los algoritmos se diseñen sobre la base de los principios de derechos humanos? ¿Cuáles son algunos de los mecanismos clave que deben implementar los actores estatales, el sector privado y los actores de la sociedad civil?
4. Guíe a los estudiantes a sugerir el tipo de algoritmos que desarrollarían o no si aprendieran programación informática. Pídales que respondan a la pregunta de ¿quién se beneficiaría del uso de estos algoritmos y por qué? Ahora guíelos para investigar si estos algoritmos ya existen y dónde. ¿Qué medidas deberían adoptar, en su caso?
5. Trabajo en grupo o trabajo individual. El grupo debería enumerar las diferentes aplicaciones que identifican como que usan IA. Se les puede incentivar a distinguir entre la automatización simple y la IA.
6. Discusión grupal: discusión sobre el reconocimiento de voz y facial, el etiquetado fotográfico, los automóviles automatizados, los robots de chat, los robots y otros usos comunes de la IA en la vida actual para determinar cómo funcionan. Este ejercicio puede incluir una discusión sobre el uso de la IA en la educación. Utilice tarjetas de colores para cada tipo de IA, y la lista completa se puede agrupar en carteles.
7. Emparejamiento de alumnos que se explican entre ellos qué aplicación de IA les resulta más útil y por qué. Este ejercicio debería incluir una discusión sobre el uso de la IA en la educación. Posteriormente, cada miembro del grupo debe

presentar su discurso de un minuto a todo el grupo. Se debería dar reconocimiento al mejor discurso. Factores como la dependencia de proveedores corporativos con diferentes agendas deben ser discutidos, así como temas de aprendizaje individualizado versus social.

8. Tomando a las redes sociales como un caso de uso, los estudiantes deben escribir un ensayo o enumerar cinco puntos sobre cómo las redes sociales utilizan la IA, qué tipos de IA se usan en las redes sociales y explicar claramente por qué la IA se usa en las redes sociales.
9. ¿Cómo obtiene datos adicionales un sitio de redes sociales? ¿Por qué esto es importante? Se podría sugerir a los estudiantes que imaginen el establecimiento de un negocio de redes sociales. En equipos, podrían desarrollar una estrategia comercial imaginaria que les permita obtener más datos para su "nuevo" negocio de redes sociales.
10. Debate en grupo sobre el impacto de varias soluciones de IA en sus vidas. Preguntas clave: ¿es necesario, útil o debe evitarse? Los educadores pueden llegar a su propia versión de las preguntas clave.

Unidad 2: Competencias AMI en la era de la IA y las redes sociales

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- ¿Por qué las competencias AMI son relevantes para la IA y las redes sociales?
- ¿Cuáles son las competencias propuestas necesarias para la IA y las redes sociales?
- ¿Las competencias AMI son las mismas que las competencias necesarias para la IA y las redes sociales?
- Aplicar las competencias AMI al entorno de la IA y las redes sociales.

Objetivos de aprendizaje

Al final de este módulo, los educadores y estudiantes deberían poder:

- Describir cómo al ser alfabetizados en medios e información, los estudiantes pueden comprender mejor el contexto social de la IA y cómo interactuar críticamente con los sistemas de IA.
- Identificar y describir las competencias necesarias para la IA y las redes sociales y cómo se relacionan con la AMI.
- Comprender cómo aplicar las competencias AMI en entornos de IA y redes sociales e identificar herramientas y recursos que puedan ayudar en este contexto.

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

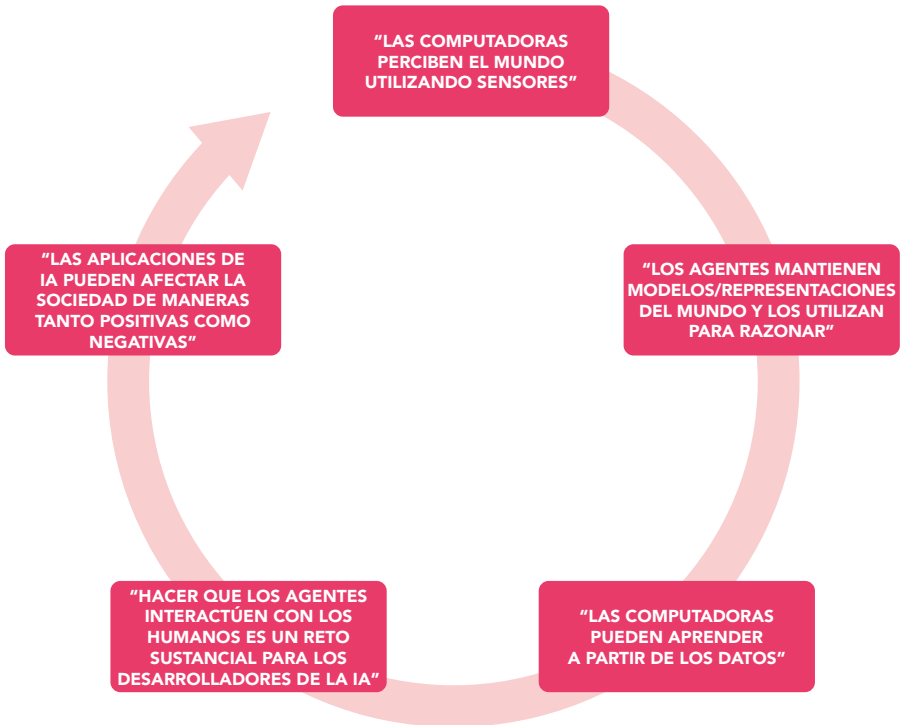
- Básico.

Inquietudes y vínculos

Cuando los conceptos de alfabetización mediática y alfabetización informacional fueron acuñados en las décadas de 1930 y 1960, respectivamente, los medios sociales y los sistemas de IA que dominan en gran medida nuestros medios de comunicación hoy en día aún no existían. De hecho, las computadoras como las conocemos hoy no existían. Las preocupaciones entonces eran sobre la verificación de la información y los mensajes de propaganda política transmitidos a través de los medios tradicionales, como la radio y la televisión. Sin embargo, era igualmente necesario entender los problemas de la representación de los medios (ver Módulo 6), cómo interactuar con la publicidad y las noticias, y cómo se construían los mensajes de los medios para representar la realidad (ver Módulo 10). Con el advenimiento de Internet, las redes sociales y los sistemas de IA, estas preocupaciones fundamentales permanecen. Sin embargo, se han ampliado y complicado debido a cómo las nuevas tecnologías utilizadas en modelos de negocios particulares han transformado la forma en que las personas se conectan, interactúan socialmente y aprenden y entienden el mundo que les rodea. Las redes sociales, por ejemplo, codifican las interacciones sociales como texto (mensajes escritos, imágenes, audio, video, arte, emojis, "me gusta", compartidos, etc.). Nuevamente, estos símbolos no son completamente nuevos, pero las redes sociales también los ofrecen junto con la forma clásica de comunicación cara a cara que generalmente requiere personas conectadas en diferentes ubicaciones físicas, pero ahora es posible en ubicaciones virtuales comunes. Estas involucran a extraños, así como a participantes mutuamente conocidos, diciendo y compartiendo cosas que a menudo están cambiando, influenciadas por la cultura y las experiencias.[88] Agregar IA como otra capa a las redes sociales y los dispositivos y plataformas tecnológicos amplía aún más las preocupaciones mencionadas anteriormente y plantea otras nuevas. Esto es así porque los sistemas de IA facilitan la recopilación de grandes cantidades de datos, de los que procesan y aprenden, y que a su vez permiten o determinan la toma de decisiones que pueden tener resultados positivos o negativos para la ciudadanía.

88. Livingstone, S. (2014) Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. Communications. *The European Journal of Communication Research, 39*(3), 283–303.

FIGURA 11.1 CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LOS SISTEMAS DE IA



Fuente: Contenido[89] adaptado de Long, B. y Magerko, D. (2020).

La Tabla 11.1 a continuación describe algunas de las preocupaciones sobre las redes sociales y los sistemas de IA y cómo la AMI ayuda a las personas a mitigar mejor estas inquietudes. La siguiente sección abordará algunos de los muchos beneficios de la IA.

TABLA 11.1 EMPLEO DE LA AMI PARA ABORDAR LAS INQUIETUDES PLANTEADAS POR EL USO DE LA IA Y LAS REDES SOCIALES

INQUIETUDES SELECCIONADAS ACERCA DE LA IA Y LAS REDES SOCIALES	CÓMO AYUDA AMI	VÍNCULOS
1. Cómo se recopilan y utilizan sus datos	Una competencia AMI central y amplia es cómo acceder y usar la información de manera efectiva. Esto cubre cuestiones como el uso ético de la información, los derechos de autor y de propiedad intelectual y los derechos individuales en torno al uso de la información.	Derechos de privacidad: el derecho a asociarse y conectarse; el derecho de acceso a la información y la libertad de expresión, y otros derechos humanos en general son puntos relevantes de discusión en torno al uso de la información.

89. CHI '20, 25–30 de abril de 2020, Honolulu, HI, EE. UU. © 2020 Derechos de autor son propiedad del propietario/autor(es). Derechos de publicación licenciados a ACM. ACM 978-1-4503-6708-0/20/04. https://doi.org/10.1145/3313831.3376727

2. Cuestiones relacionadas con el consentimiento y las violaciones de la privacidad	Como en el No. 1 anterior (consulte también el Módulo 8 sobre cómo la AMI sirve como una defensa para proteger la privacidad de uno mismo, respetar la privacidad de otros y abogar por que los estados garanticen la protección de datos).	Como en el No. 1 arriba.
3. Anonimato	Las personas alfabetizadas en medios e información entienden la importancia del anonimato y los casos en los que el anonimato debe protegerse o no, así como el por qué.	El anonimato está relacionado con la privacidad y, por lo tanto, los argumentos anteriores también son relevantes aquí. Una consideración más profunda para cualquier educador/estudiante es comprender que el anonimato es crucial para que las personas se expresen libremente con el fin de proteger a los denunciantes y periodistas. Esto refuerza la transparencia y la rendición de cuentas de los funcionarios públicos y las grandes empresas.
4. Sesgos en programas informáticos o algoritmos debido al sesgo del codificador o al sesgo de los datos	Otra competencia clave de la AMI es ser capaz de analizar los sesgos en la información y los mensajes. Cuestiones como quién creó la información, con qué propósito, qué se omite, quién gana más al proliferar esa información, quién podría perder o verse afectado, son relevantes en este contexto. Consulte los Módulos 1 y 6 para obtener más información sobre esto.	Las competencias AMI utilizadas para abordar el problema de los sesgos se aplican a la información digital, la codificación informática y los algoritmos tanto como se aplican a las noticias tradicionales y a los entornos de información en línea y fuera de línea.
5. Entorno diverso y pluralista en general	Otra competencia de la AMI es comprender la representación. Consulte el Módulo 6 para obtener más información sobre esto y la propiedad y pluralidad de los medios – consulte los Módulos 2 y 13. AMI ayuda a comprender, analizar y supervisar si se escuchan o no las voces de diferentes grupos étnicos, culturales o sociales. ¿Estamos recibiendo información de muchas fuentes o solo de unas pocas?	La preocupación aquí es que la IA y los algoritmos pueden y afectan lo que vemos, escuchamos y leemos de la misma manera que un editor de una organización de medios o medio de noticias o entidad gubernamental puede controlar los flujos de información. Si la IA se entrena sobre una base estrecha que refleje las experiencias de solo un grupo demográfico, las aplicaciones igualmente estrechas seguirán su ejemplo.
6. Desigualdades sociales y económicas	Como en el No. 5 arriba. Otro punto relevante es: ¿ciertos grupos de personas en la sociedad, incluso en situaciones socioeconómicas específicas, se benefician más de la ecología actual de la información y la comunicación y por qué? La AMI puede ayudar a abordar la discriminación de género y racial ayudando a las personas a identificar los prejuicios en la información y la tecnología digital y empoderando en particular a los grupos marginados y otros para que ofrezcan contra narrativas e información más equilibrada y verificada.	El acceso a la información afecta a la igualdad social y económica (véase el Módulo 1). Por ejemplo, la falta de acceso de las mujeres a la información, la tecnología digital y los medios de comunicación dificulta su acceso y oportunidad de expresarse y participar plena y significativamente en el desarrollo social y económico.

7. Seguridad y protección	Las personas alfabetizadas en los medios de comunicación e información pueden identificar mejor la desinformación, el contenido inapropiado y la información y el contenido que incitan al daño o infringen los derechos de los demás, así como la publicidad inapropiada, especialmente en lo que respecta a los niños. Consulte el Módulo 9 para obtener más información sobre el daño a los derechos humanos que pueden sufrir las personas a través de la interacción en línea.	En la era digital, la seguridad va más allá del contacto físico. También les preocupa la información dañina en línea y la interacción virtual. Consulte el Módulo 9 para obtener más información.
8. "Falsificaciones profundas" y desinformación en general	Igual que los números 4 y 7 anteriores. Abordar la información falsa y la desinformación es un desafío multifacético. Requiere intervenciones para abordar la fuente, pero también la demanda y la monetización de la información falsa y la desinformación. Una parte del rompecabezas de la sostenibilidad es que las personas se auto protejan en la medida de lo posible mediante la adquisición de competencias AMI. (Véase, por ejemplo, el Módulo 9).	Incluso a la persona más alfabetizada en medios e información le presentará un desafío detectar "falsificaciones profundas". En la mayoría de los casos, las competencias necesarias para identificar esa información falsa requieren conocimientos de ciencias forenses. El estudiante alfabetizado en medios e información entiende cómo y por qué el abuso de la IA a través de herramientas como bots exacerba la creación y difusión de desinformación, incluidas las "falsificaciones profundas". Muchos argumentan que las empresas de comunicaciones por Internet tienen el deber fiduciario de proteger a los consumidores al señalar estas invenciones a los usuarios. Cuando las máquinas se pueden programar de forma independiente para crear, organizar, almacenar, distribuir y aprender de la información almacenada para crear nuevos conocimientos y facilitar la distribución específica; el abuso de estas capacidades en el contexto de la información falsa es difícil de controlar.
9. Respeto de los principios de derechos humanos	Vea el No. 1 arriba y el Módulo 1. Si bien la IA se utiliza para promover todas las formas de desarrollo de una manera positiva, su abuso puede afectar a todas las formas de derechos humanos. Tomemos, por ejemplo, el potencial de la IA para avanzar en la educación de calidad y el acceso a la información. Su abuso puede entonces afectar lo que las personas aprenden y también cómo aprenden, lo que podría llegar hasta la manipulación. La persona alfabetizada en medios e información entiende y se involucra en la defensa de la gestión ética de las posibles implicaciones sociales de la IA.	Otros derechos humanos que el educador debe considerar en este contexto son el derecho a la educación, el derecho a la paz y la seguridad, el derecho a las expresiones culturales y religiosas, etc.

10. Acceso a recursos por impactos adversos sobre los derechos humanos de las personas	Vea el No. 1 y No. 10 arriba. Las personas necesitan saber dónde y cómo obtener reparación si sienten que la IA viola sus derechos. Esto está vinculado a la gobernanza y las regulaciones del uso de los sistemas de IA, que está relacionado con la gobernanza y regulación de los medios e Internet en general (consulte el Módulo 13 y dentro de este módulo a continuación). La AMI proporciona a las personas un entendimiento básico de los mecanismos regulatorios, correguladores y autorreguladores para la ecología de las comunicaciones. Las personas alfabetizadas en medios e información entienden la diferencia entre los tipos de regulación y la necesidad de alinearse con los derechos humanos en general.	Vea los Nos. 1 y 10 arriba.
11. Propiedad, control y dominio de la IA por parte de pocas empresas	Vea el No. 11 arriba. La AMI aborda la propiedad y el control de la tecnología digital como un tema crucial que afecta la libertad de expresión de las personas, el acceso a la información, la pluralidad de voces y contenidos, etc. Véanse en particular el Módulo 1, el Módulo 2 y los Módulos 6 y 13.	Los conceptos en los Módulos de referencia aquí se pueden aplicar a los sistemas, uso, propiedad y control de IA.
12. Necesidad de una gobernanza transparente, ética y de múltiples partes interesadas para los sistemas de IA y las redes sociales	La AMI trata sobre la evaluación ética y crítica y el uso de la información, los medios y las tecnologías digitales, incluida la IA. Una competencia de la AMI es comprender los roles y funciones de todas las instituciones que proporcionan contenido y las condiciones en las que pueden ejecutar efectivamente estas funciones con fines normativos, como la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Vea en particular los Módulos 1, 2, 7, 13, así como los puntos No. 1 al 12 anteriores.	Puntos No. 1 al 12 anteriores y relevantes para el No. 13 aquí.
13. Necesidad de una gobernanza transparente, ética y de múltiples partes interesadas para los sistemas de IA y las redes sociales	La AMI trata de la evaluación y el uso ético y crítico de la información, los medios de comunicación y las tecnologías digitales. Una competencia de la AMI es comprender los roles y funciones de los medios, los intermediarios tecnológicos y las empresas de comunicaciones por Internet y las condiciones en las que pueden ejecutar efectivamente estas funciones. Consulte el Módulo 1 y los Módulos 2, 7, 13 y varios otros. Los puntos No. 1 al 12 anteriores y relevantes para el No. 13 aquí.	Puntos No. 1 al 12 anteriores y relevantes para el No. 13 aquí.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Organice discusiones, debates, otras actividades grupales, juegos y el uso de las redes sociales en relación con los 13 puntos de la Tabla 11.1. Asegúrese de aprovechar las actividades relevantes en los diversos módulos a los que se hace referencia en la tabla y traduzca estas actividades a fin de centrarse en la IA.
- Los bots son programas informáticos impulsados por sistemas de IA. Los usuarios de Internet interactúan con los bots en línea a través de lenguajes escritos o hablados. Mire este video de YouTube sobre bots con sus estudiantes, https://www.youtube.com/watch?v=fEbzk4vTHsQ. Pídales a los estudiantes que indiquen cuál de los bots populares, mencionados en el video, usan con frecuencia. Pídales que compartan sus experiencias y preocupaciones.
  - Enfóquese en los usos positivos de los bots y luego discuta los posibles usos negativos.
- Si bien la IA se puede usar para abordar la información falsa y la desinformación, también se puede usar para difundir información falsa y desinformación. Un estudio del Parlamento Europeo, titulado “Ataque automatizado a la desinformación” (Add Year) (Ver más sobre la información falsa y la desinformación en el Módulo 4) señala que las cuentas falsas y los bots se utilizan ampliamente en las estrategias de manipulación de las redes sociales, para llevar a cabo ataques contra los partidos de la oposición, publicar mensajes de distracción o participar en el trolling y el acoso. Los educadores deben guiar a los estudiantes para que investiguen otros estudios similares en su región o país. ¿Existen estos estudios? ¿Cuáles son algunos de los hallazgos? ¿Se están tomando medidas relacionadas con las políticas para abordar estos hallazgos? ¿Qué acciones concretas a nivel nacional y comunitario se están implementando en relación con algunos de los hallazgos?
  - Planifique una visita, siempre que sea posible, a la autoridad pertinente (como el ministerio/los ministerios gubernamentales responsables de estas cuestiones).
  - Alternativamente, planifique una serie de visitas al entorno de aprendizaje de expertos en esta área para dar charlas a educadores y estudiantes.
- Los educadores deberían destacar la importancia de participar en la promoción de la participación de las mujeres en la IA en particular, y en la ciencia y la tecnología y en general. Lea más sobre organizaciones como *Women in AI (WAI)*, https://www.womeninai.co/. WAI es una ONG tipo "do-tank" con el mandato de aumentar la representación y participación de las mujeres en AI. Busque otras.
- Lea y discuta el blog de Forbes de Kim Nelsson, *Por qué la IA necesita más mujeres*, https://www.forbes.com/sites/kimnilsson/2019/03/08/why-ai-needs-more-women/. Nelsson es empresario y CEO del mayor centro de ciencia de datos de Europa, Pivigo. Busque otros blogs o artículos relacionados de expertos locales o autoridades respetadas en su país y regiones. Desmenuce

las piezas seleccionadas. ¿Son dogmáticas o se basan en hechos? ¿Son justas o unilateralmente optimistas o pesimistas sobre la IA? ¿Están los argumentos respaldados por evidencia? ¿Con qué está de acuerdo o no? ¿Por qué? ¿Cómo se puede abogar por la acción y el cambio? ¿Son entidades locales con las que se puede contactar para motivar acciones?

- Hay casos de personas que han sido atacadas y asesinadas debido a la información falsa y la desinformación compartida sobre ellas en las redes sociales.

  - Los participantes leen y discuten una historia local o internacional sobre los sistemas de IA y cómo se relacionan con la información falsa y la desinformación, según lo seleccionado por el capacitador. Pida a los estudiantes que compartan lo que pensaron mientras leían. ¿Cómo se sienten ellos? ¿Creen en el relato? ¿Por qué creen el relato o no; qué lo hace creíble? ¿Qué sucede cuando los sistemas de IA se utilizan para crear y distribuir información falsa y desinformación? ¿Qué se puede hacer para detener la propagación de la información falsa y la desinformación a través de la IA y los algoritmos? Para la última pregunta, los estudiantes deben reflexionar sobre las acciones personales/individuales que pueden tomar, así como las posibles acciones de otros grupos de partes interesadas (gobiernos, empresas de comunicación digital, etc.). Para cada acción propuesta, discuta las posibles implicaciones desde diferentes perspectivas de las partes interesadas.
  - Investigue dos casos en los que el contenido falso y engañoso fue creado por sistemas de IA o robots que condujeron a daños psicológicos o físicos a las personas. Discútalos con los estudiantes en una línea similar.

- Los investigadores han llevado a cabo experimentos sobre el efecto de la información falsa en las personas. En un estudio, un equipo de investigación[90] "mostró a los participantes diapositivas de un accidente automovilístico, y luego hizo que los participantes leyeran información inexacta o engañosa sobre el accidente. El experimento mostró que los participantes asimilaron fácilmente esta información defectuosa, cometiendo errores cuando más tarde se les preguntó qué había sucedido en el accidente[91]". Discuta con los estudiantes qué factores conducen a la asimilación de información falsa. Estos incluyen memoria, experiencia pasada, emociones (miedo, ansiedad, aprensión, duda), prejuicios, expectativas, etc. Pida a los estudiantes que reflexionen y compartan sus experiencias.
- Divida a los estudiantes en grupos. Pídales que creen una pieza de desinformación en la forma que elijan (noticias, historias, historias de testigos oculares fabricadas, imágenes, videos). Luego pida a cada grupo que presente la información a los demás. Discuta si la información es creíble o no. ¿Qué la hace creíble o no? ¿Cuáles son los posibles efectos de difundir dicha información falsa? ¿Cuáles algoritmos captarían este caso y cuáles lo amplificarían?
- Estudie las 13 inquietudes seleccionadas con la IA en la Tabla 11.1 anterior. Planifique actividades en torno a estos temas en función de su relevancia para su país e interés para el grupo de estudiantes con el que está trabajando.

90. Loftus, E. F., Miller, D. G., & Burns, H. J. (1978). Semantic integration of verbal information into a visual memory. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory, 4*(1), 19–31. https://doi.org/10.1037/0278-7393.4.1.19
91. Reboot Foundation, Elevating Critical Thinking. https://reboot-foundation.org/misinformation-effect/.

- Organice a los estudiantes en grupos y pídales que hagan una investigación documental para recopilar más información y ejemplos donde son aplicables los siguientes consejos para identificar "falsificaciones profundas". Vea más sobre el proyecto MIT Media Lab y los consejos que ofrecen a continuación, https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/. Vea más sobre Información falsa y Desinformación en el Módulo 4.

    - Preste atención a las transformaciones o deformaciones faciales. Además, ¿el vello facial se ve real o aparece en lugares donde no debería y ausente enotros? ¿Los lunares y las marcas faciales parecen reales? ¿El tamaño y el color coinciden con el resto de la cara de la persona?
    - Compruebe si la piel está demasiado lisa o demasiado arrugada en las mejillas y la frente. ¿El envejecimiento en el cabello coincide con el de la piel y los ojos?
    - ¿Hay sombras que aparecen en la cara, los ojos y las cejas donde tales sombras no se esperarían? ¿Hay reflejos en las gafas que una persona usa y estos reflejos están cambiando a medida que la persona se mueve? ¿Las personas están parpadeando demasiado o demasiado poco? "Las falsificaciones profundas a menudo no representan completamente la física natural de una escena... la física natural de la iluminación"[92].

Como se mencionó anteriormente, para detectar graves problemas a veces se requieren conocimientos especializados y competencias particulares similares a las utilizadas en las ciencias forenses. Por lo tanto, los educadores y los estudiantes deben participar en la discusión y la práctica para llegar a ser competentes con el tiempo. Es igualmente importante tener en cuenta la opción de abogar por que las empresas desplieguen recursos para identificar dicho contenido y someterlo a moderación, como la aplicación de etiquetas, y explicar las condiciones para dichas etiquetas y las posibilidades de apelar contra la aplicación.

- En la Tabla 11.1 se capta de varias fuentes una serie de competencias relacionadas con la IA y las redes sociales. Planifique varias actividades en torno a cada una de estas competencias. En cada caso, especifique cómo se relacionan o se pueden aplicar las competencias AMI. Haga que los alumnos ofrezcan argumentos en relación con otros problemas, como en la tercera columna de la Tabla 11.1 anterior. Comparta su tabla completa o partes de ella en las redes sociales y etiquete @ MILCLICKS o envíe un correo electrónico con sus recursos a MIL CLICKS milclicks@unesco.org

92. Proyecto MIT Media Lab y los consejos que ofrecen a continuación. https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/

TABLA 11.2 COMPETENCIAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL PARA LA INTERACCIÓN CON LA IA

EJEMPLOS DE COMPETENCIAS NECESARIAS PARA LA IA Y LAS REDES SOCIALES[93]	RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS AMI EXISTENTES	COMENTARIOS SOBRE VINCULACIÓN
Competencia 1 (Reconocimiento de la IA) Distinguir entre artefactos tecnológicos que utilizan y no usan IA y reconocer la dificultad para hacerlo.		
Competencia 2 (Comprensión de la inteligencia) Analizar y debatir críticamente las características que hacen que una entidad sea "inteligente", incluida la discusión de las diferencias entre la inteligencia humana, animal y mecánica.		
Competencia 3 (Interdisciplinariedad) Reconocer que hay muchas maneras de pensar y desarrollar máquinas "inteligentes". Identificar una variedad de tecnologías que utilizan IA, incluida la tecnología que abarca sistemas cognitivos, robótica, y aprendizaje automático.		
Competencia 4 (General[94] vs. Estrecha[95]) Distinguir entre IA general y estrecha.		
Competencia 5 (Puntos fuertes y débiles de la IA) Identificar los tipos de problemas en los que la IA sobresale por sus soluciones y los problemas que son más difíciles para la IA. Utilizar esta información para determinar cuándo es apropiado que las instituciones utilicen la IA y cuándo lo es aprovechar las habilidades humanas.		
Competencia 6 (Imaginar la AI Futura) Imaginar las posibles aplicaciones futuras de la IA en términos de quién da forma al desarrollo y la implementación de los sistemas de IA y considerar los efectos de dichas aplicaciones en el mundo. Los educadores y los estudiantes son conscientes de los conceptos básicos del papel de los datos en relación con la IA, incluidas sus implicaciones sociales y contextuales, así como sus características[96]. Los educadores y los estudiantes son capaces de comprender los fundamentos del razonamiento probabilístico. Acceso - Los educadores y estudiantes pueden entender la resolución básica de problemas a través del pensamiento computacional; pueden aplicar los principios básicos de la codificación utilizando lenguajes de programación visual. Los educadores y los estudiantes pueden evaluar los riesgos digitales, evaluar críticamente el contenido y las fuentes de contenido; deberían ser capaces de comprender la necesidad de participar en la cuestión de la "caja negra" de la IA (persiguiendo el principio de lo explicable de las decisiones). Los educadores y los estudiantes son conscientes de que la tecnología bajo el control de actores poderosos está modificando la sociedad y los valores; implicaciones éticas y de derechos humanos de las decisiones automatizadas (decisiones respaldadas por IA) en las sociedades, grupos y personas.		

93. Adoptado del Proyecto de Resultados del Taller de la UNESCO sobre Competencias de Enseñanza y Aprendizaje para la IA desde una Perspectiva de Acceso a la Información. UNESCO.
94. La Inteligencia General Artificial (AGI) es la capacidad hipotética [1] de un agente inteligente para comprender o aprender cualquier tarea intelectual que un ser humano pueda. Es un objetivo principal de algunas investigaciones de inteligencia artificial y un tema común en los estudios de ciencia ficción y del futuro. https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_general_intelligence
95. Inteligencia Artificial Estrecha (ANI), también conocida como IA "débil", es la IA que existe en nuestro mundo hoy en día. La IA estrecha es la IA que está programada para realizar una sola tarea, ya sea comprobar el clima, poder jugar al ajedrez o analizar datos brutos para escribir informes periodísticos. https://medium.com/mapping-out-2050/distinguishing-between-narrow-ai-general-ai-and-super-ai-a4bc44172e22
96 Esto sería en el Nivel de Adquisición de Conocimiento del ICT CFT Versión 3 (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265721).

Unidad 3: Derechos individuales y sociales, opciones y tecnología

DURACIÓN: 4 HORAS

Temas claves

- Comprensión de los conceptos de derechos: derechos sociales y derechos individuales.
- El papel de la tecnología en la priorización de los derechos sociales e individuales, y las opciones.
- La tecnología como plataformas potenciales para el diálogo intercultural para los derechos sociales, la justicia social y los movimientos sociales, así como para la vigilancia, el control y la manipulación potenciales.
- Competencias de Alfabetización Mediática e Informacional y competencias digitales para los derechos individuales y sociales, y opciones.
- Determinismo tecnológico y teorías de *agenda setting* como determinantes de los derechos sociales y las elecciones individuales.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes deberían poder:

- Entender el papel de la tecnología en la priorización de los derechos sociales e individuales, y las opciones.
- Comprender la importancia de la tecnología y sus propietarios para negociar los derechos y las opciones.
- Describir las competencias de Alfabetización Mediática e Informacional necesarias para tomar decisiones.
- Comprender cómo la tecnología en el contexto de los que la controlan puede sensibilizar o polarizar a la ciudadanía en función de los sentimientos religiosos, las ganancias financieras, las afiliaciones culturales, las desigualdades de género y las afiliaciones políticas.
- Entender el papel de la tecnología y sus controladores en la democracia, especialmente en lo que se refiere a las instituciones políticas, las opciones políticas, los procesos electorales, la votación, la rendición de cuentas en la gobernanza y la transparencia en la sociedad.

IA y uso compartido de contenido

El concepto de determinismo tecnológico implica que los medios digitales de comunicación influyen en quién y qué contenidos aparecen de manera prominente

en las plataformas. Pero este concepto cosifica la tecnología como si fuera una cosa en sí misma, e ignora que toda la tecnología tiene raíces sociales. Implica además un punto ciego de que los propósitos comerciales particulares, entre otros, dan forma al desarrollo y la implementación de tecnologías. El control del diseño de la arquitectura y las decisiones de ingeniería informan el diseño de la tecnología, como lo que se puede compartir dentro o fuera de una plataforma de jardín amurallado, y qué casos de recopilación, almacenamiento y uso de datos están en funcionamiento.

Por lo tanto, para comprender quién y qué contenidos se comparten en las plataformas, es necesario comprender por qué las plataformas desarrollan objetivos de selección particulares y estrategias y prácticas de moderación de contenidos. Son estos los que sustentan los algoritmos informáticos impulsados por la inteligencia artificial (IA), que a su vez ejercen el poder en la forma en que el contenido se clasifica y se somete a otro tratamiento (por ejemplo, bloqueado para carga, eliminación, etiquetado, referido a moderadores humanos, enviado a verificadores de datos, etc.). Las consecuencias pueden afectar lo que las personas ven como temas de la agenda, influir en sus elecciones individuales y, en consecuencia, en sus derechos, y dar forma a la opinión pública. Los algoritmos informáticos a lo largo del tiempo han sido conocidos por cambiar las experiencias en línea de la ciudadanía y los factores que informan sus decisiones, y por lo tanto pueden cambiar la opinión pública y las percepciones a lo largo de un período. El impacto también puede estar en las identidades individuales: su sentido y valor de quiénes son y, de hecho, de en qué se deben convertir. Esto es especialmente importante para los jóvenes en el proceso de consolidación.

El fenómeno conocido como "burbuja de filtro" ha dado una idea de las experiencias en línea. Destaca cómo, a consecuencia del diseño algorítmico, los algoritmos pueden trabajar para excluir contenido que no refuerce las preferencias, gustos y hábitos de información existentes. El resultado es un universo cerrado donde los prejuicios individuales no se cuestionan porque el sistema ha excluido otras narrativas. Algunas investigaciones, como el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo[97], sugieren que muchas personas están realmente expuestas a una mayor diversidad de contenido de lo que sugiere el modelo de "burbuja de filtro". Al mismo tiempo, otro concepto – de "cámara de eco" – sugiere que incluso con diversos contenidos, las personas aún pueden ocupar una comunidad interpretativa estrecha. En este concepto, los individuos pueden estar expuestos a información que en sí misma contradice sus creencias y suposiciones, pero cuya información se descarta en cuanto a su importancia. Esto se debe a que se sitúa dentro del contexto de "ecos" sociales repetidos acumulativos que la preceden y que proporcionan una sensación de seguridad de que los marcos y significados familiares permanecen intactos.

Las burbujas de filtro algorítmico pueden reforzar las "cámaras de eco", aunque estas últimas pueden existir por sí solas. En casos extremos, pueden resultar universos de significado totalmente separados y paralelos, en los que diferentes comunidades (y relativamente cerradas) operan con diferentes hechos y falsedades sobre política, salud, cambio climático, etc., y con diferentes narrativas sobre la realidad en general.

97. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Mire el popular video de TED Talk, *Cuidado con las "burbujas de filtro" en línea | Eli Pariser*, https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWFx525s. El video fue preparado hace cerca de 10 años. Oriente la discusión: ¿Qué tan relevante es este video hoy en día? Pida a los educadores que hagan una lista de los problemas planteados. Los grupos pequeños pueden hacer investigaciones para ver un discurso más reciente sobre estos temas. ¿Afecta este fenómeno a la forma en que se priorizan los derechos sociales, se toman decisiones individuales y se forman las opiniones públicas? ¿Pueden los algoritmos impulsados por IA alterar las narrativas y establecer así la agenda social, de desarrollo y política?
- Compare y discuta la comparación de Eli Pariser entre los procesos editoriales para la validación en los medios tradicionales ('sociedad de difusión') y el flujo algorítmicamente controlado de la información de las comunicaciones digitales. ¿Está usted de acuerdo con su postura? ¿Por qué si o por qué no? ¿Qué nuevos argumentos y pruebas pueden añadir los educadores o estudiantes? Haga la investigación para respaldar sus argumentos e ideas.
- La paradoja de las comunicaciones digitales es que lo que parece perjudicial para una persona puede resultar ser una ventaja para los demás, o viceversa. Los algoritmos que influyen en la clasificación y orientación de los contenidos pueden causar daños objetivos a los derechos humanos. Al mismo tiempo, podrían, a través del diseño o el efecto no deseado, sacar a la luz también voces que generalmente son silenciadas o reprimidas. Por ejemplo, cuestiones como las desigualdades entre los géneros, la representación insuficiente de la mujer, la violencia basada en el género, la trata de personas y la discriminación racial, que desde hace mucho tiempo no se denuncian y son invisibles, han pasado a ocupar un lugar más destacado en el discurso mundial. A través del compromiso mediado por la tecnología con otras culturas y la nueva información, algunas personas han cambiado su postura sobre ciertas prácticas tradicionalmente ancladas que perjudican a las personas involucradas, como la mutilación genital femenina (MGF). ¿Cree usted que el compromiso con los servicios tecnológicos en este sentido ha dado impulso a los derechos sociales y el cambio en la opinión y las creencias sociales? ¿Qué otros factores están en juego además de las propias tecnologías? ¿Cómo puede poner sus competencias AMI a trabajar en esta discusión?
- Ponga a los educadores o estudiantes en grupos para investigar los estudios de casos existentes sobre el uso positivo y negativo de la tecnología para promover u obstaculizar el derecho a la asociación, el derecho a la libertad de religión, el derecho de opinión y el derecho a la libertad de expresión. Organice una serie de presentaciones y debates. Centre el análisis de la investigación y la discusión en las elecciones individuales en el cuestionamiento de los supuestos fundamentales históricos, el rechazo de los sistemas de creencias cuestionables, la afirmación de la identidad natural, los valores culturales negociados y el realineamiento de los

sistemas de valores, que se ha vuelto cada vez más factible como resultado de la tecnología.

- Los defensores de la AMI han argumentado sobre la educación mediática e informacional que enfatiza el diálogo intercultural como habilidades necesarias para equilibrar las dos caras de una moneda de plataformas algorítmicas impulsadas por la IA. Explore las siguientes preguntas en el contexto de los derechos individuales y sociales a la luz de la elección de la ciudadanía y la tecnología habilitante:
  - ¿Cuál es su comprensión de los derechos propios? Realice entrevistas, discuta y recopile puntos de vista divergentes sobre la comprensión de las personas de los diferentes derechos (individuales y sociales) y cómo estos derechos influyen en su percepción de la opinión pública. Capture, seleccione y comparta los mejores videoclips cortos sobre el tema.
  - ¿Cuáles son los diferentes derechos sociales a los que se enfrentan las personas en el siglo XXI? ¿Cuáles son los proveedores de contenido que los hacen conscientes de tales derechos sociales? Tenga en cuenta los derechos sociales contrastantes en el entorno digital de hoy.
  - A la luz de cómo las instituciones pueden actuar para dar forma a la sociedad, ¿cree usted que el resultado ha habilitado los derechos sociales y las elecciones individuales? Haga un esfuerzo deliberado para entrevistar a diferentes personas con el fin de conocer su percepción sobre los derechos sociales habilitados por la tecnología y las implicaciones sobre las elecciones individuales.
- Considere las habilidades de competencia de Alfabetización Mediática e Informacional necesarias para una coexistencia pacífica y tolerancia, necesarias para equilibrar las opiniones privadas y las elecciones individuales con los derechos sociales contemporáneos. Puede emplear discusiones de grupos focales con diferentes grupos de personas para elaborar prácticas innovadoras de AMI.
- Discuta la necesidad de medidas que permitan a las empresas de comunicación digital proporcionar acceso equitativo a la información y las narrativas en línea, con el fin de mejorar la experiencia en línea de la ciudadanía y abordar los desafíos asociados con las plataformas algorítmicas impulsadas por la IA, como la "burbuja de filtro" y la amplificación de contenido potencialmente dañino.
- Considere cómo algunas empresas de Internet están socavando los derechos y las opciones individuales según el diseño de ingeniería y la arquitectura de sus servicios. Discuta y ofrezca soluciones viables sobre cómo cree que se pueden resolver estos problemas.
- Debata cómo la educación en materia de AMI puede influir en la calidad de la información a la que acceden la ciudadanía en los motores de búsqueda en línea y el impacto de la AMI en los derechos y opciones de la ciudadanía.

Evaluación y recomendaciones sugeridas

- Desarrollar una matriz de habilidades y una guía de evaluación de competencias para determinar las habilidades de AMI necesarias para equilibrar los derechos y las opciones individuales en el entorno digital.

- Redactar un proyecto de ley que sus representantes políticos podrían considerar sobre derechos humanos en contextos digitales.
- Diseñar y lanzar una pequeña encuesta sobre la comprensión de las personas del concepto de diferentes tipos de derechos en un entorno democrático y la influencia de las empresas de comunicaciones de Internet actuales sobre estos derechos.
- Llevar a cabo una discusión de grupo focal y una entrevista sobre los derechos de la ciudadanía en el entorno digital de hoy.

Temas a considerar en el futuro

- Principios de las opciones individuales.
- Elecciones individuales vs. colectivas.
- Uso ético de la tecnología.
- Futuro de las elecciones digitales.

Unidad 4: Uso de la IA y las redes sociales en el desarrollo

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Uso de la IA para el Desarrollo.
- Uso de las redes sociales para el Desarrollo.
- Actores clave que utilizan la IA.
- Problemas clave de gobernanza/regulaciones de IA.

Objetivos de aprendizaje

Al final de este módulo, los educadores y estudiantes deberían poder:

- Identificar y enumerar algunos de los usos generales de la IA y las redes sociales para el desarrollo.
- Identificar algunos de los actores clave que utilizan la IA.
- Comprender y describir lo básico de la gobernanza de la IA (que va desde las normas hasta la ética y luego hasta las regulaciones).

Nivel de competencias tomadas como objetivo en esta unidad

- Básico a Intermedio.

Aplicaciones sectoriales de la IA

Muchas organizaciones académicas, del sector privado y de desarrollo internacional, han documentado la IA para el bien social. Algunos usos positivos son a gran escala, otros se encuentran en ensayos a pequeña escala y otros se encuentran en etapas experimentales. A continuación, se muestra un resumen de los usos del desarrollo de

la IA extraído de varias fuentes. A cada ejemplo le siguen preguntas sugeridas para la discusión de actividades en las que los educadores o estudiantes podrían participar.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- **AI en el sector público:** Los gobiernos utilizan cada vez más la IA. La IA podría mejorar la competencia y el calibre de los diversos procesos del sector público. Por ejemplo, la IA podría ayudar a la ciudadanía a involucrarse más con los gobiernos con respecto a las reformas del sector público, crear políticas, ayudar a concebir procesos de servicios relevantes y mejorar la productividad del sector público.
  - Los educadores deberían guiar a los estudiantes en grupos para que lleven a cabo investigaciones sobre los usos de la IA para la participación cívica y la interacción con las autoridades públicas. ¿Estas aplicaciones de la IA son relevantes para usted? ¿Son reveladas por las autoridades y existe una política para controlarlas? ¿Provocan un cambio que no existía antes? ¿Existen auditorías/revisiones humanas transparentes de estos sistemas en los informes públicos? ¿Podrían estos sistemas de IA discriminar a ciertos grupos de personas o situaciones? ¿Existen mecanismos de recurso para responder a las quejas de todos los usuarios y apelaciones impuestas a los sistemas basados en inteligencia artificial de manera oportuna? ¿Existen diferentes perspectivas o implicaciones de estos sistemas y mecanismos para las mujeres y los hombres, respectivamente, y si es así, por qué? ¿Por qué es importante considerar las perspectivas de género? Documente los hallazgos y discuta. Comparta los resultados con otras personas en línea y fuera de línea. Busque en la iniciativa de redes sociales de UNESCO MILCLICKS para obtener recursos de microaprendizaje sobre AMI e IA, https://en.unesco.org/MILCLICKS. Además, vea algunos de estos videos de la UNESCO sobre historias e ideas sobre IA para ayudar en la discusión. https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas. Busque videos de otras organizaciones en línea.
- **Aplicaciones de IA en varios dominios utilizando realidad aumentada y virtual:** La tecnología de IA se utiliza en el desarrollo de hardware y software de realidad aumentada y realidad virtual. Las ventajas van desde proporcionar entretenimiento hasta ayudar a las personas con discapacidades. En una aplicación, la realidad virtual se ha utilizado para la participación pública en el desarrollo de los medios y la seguridad de los periodistas. Al usar auriculares de realidad virtual, un ciudadano común puede experimentar lo que es para los periodistas una zona de guerra, desarrollando así una mayor apreciación de los riesgos que enfrentan los periodistas para traernos las noticias. Otro ejemplo de uso es el de muchas empresas que proporcionan una aplicación móvil que permite a los clientes ver cómo se vería y encajaría un mueble, maquinaria, etc. en un espacio determinado con precisión.

- Guíe a los estudiantes para buscar y probar herramientas de realidad virtual de IA. Si no puede acceder físicamente a estas herramientas invitando a una organización de desarrollo relevante o del sector privado a venir al espacio de aprendizaje para realizar demostraciones, explore el acceso en línea. Pida a los estudiantes que compartan sus experiencias de uso de dispositivos y aplicaciones de realidad virtual. Discuta el uso de la realidad virtual impulsada por la IA en la educación. ¿Son eficaces para ayudar a las personas a aprender? ¿Existen preocupaciones sobre la ética y los niveles de influencia psicológica? Investigue y discuta. Mire algunos de estos videos de la UNESCO sobre historias e ideas sobre IA para discusión posterior, https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas.

- **IA en ciencia y salud:** Los avances en la tecnología, incluido el uso de nueva instrumentación científica, generan datos variados para los cuales el uso de la IA es crítico si se va a realizar un análisis adecuado. Por ejemplo, la IA se ha utilizado para lidiar con cálculos complejos en genética, refinar la calidad de la generación de imágenes y para mejorar la capacidad de reproducir la investigación científica. La IA también se está utilizando en una amplia gama de funciones que incluyen la generación de hipótesis, la recopilación de datos, el análisis de grandes conjuntos de datos y la realización de diseños experimentales. La IA en la atención médica ofrece muchas ventajas, por ejemplo, ayudar con la investigación en salud, comprender y controlar la población, ayudar en las predicciones tempranas de las condiciones de salud, mejorar la atención al paciente, la atención médica personalizada y mejorar la calidad y el costo de la atención médica. Al mismo tiempo, existe la preocupación de que la IA se aproveche para una atención médica más comercializada que beneficie a una élite en lugar de al público en general.
  - Repita o adopte las actividades sugeridas anteriormente. Echa un vistazo a estos 32 ejemplos descritos por *Built-in*, https://builtin.com/artificial-intelligence/artificial-intelligence-healthcare. ¿Cuáles son algunos de los principales desafíos éticos de usar IA en la atención médica?
- **AI en seguridad y justicia penal:** La IA tiene un gran potencial para mitigar los desafíos de seguridad digital y física, pero también conlleva riesgos de errores judiciales y de vigilancia masiva.
  - La IA se aplica ampliamente en aplicaciones de seguridad digital, como la seguridad de la red, la detección de anomalías, la automatización de las operaciones de seguridad y la detección de amenazas o peligros potenciales (OCDE, 2017).
  - Para lograr los objetivos anteriores, los algoritmos de IA aprenden con el tiempo a analizar el entorno y los movimientos normales y la presencia de personas y objetos que con frecuencia ocupan el espacio y, por lo tanto, son capaces de detectar amenazas si se detecta un patrón de vida anormal.
  - Los sistemas de justicia utilizan aplicaciones similares a las descritas anteriormente para hacer frente a la delincuencia y predecir el resultado de los casos, aunque existe preocupación por la elaboración de perfiles basados en el sesgo de los datos que estereotipa a determinadas comunidades.

- La video vigilancia se ha convertido en un método progresivamente popular para mejorar la seguridad pública. El número creciente de cámaras de vigilancia (245 millones a nivel mundial en 2014) indica un aumento en la cantidad de datos que se recopilan y analizan. Es en gran medida imposible que el cerebro humano procese todos estos datos. Las tecnologías de IA se utilizan en cambio para gestionar las grandes cantidades de datos y automatizar los procedimientos mecánicos de detección y supervisión. Sin embargo, también hay sólidos argumentos relacionados con las tecnologías de reconocimiento facial, y su uso ha sido prohibido en algunos casos para evitar lo que se ve como potenciales totalitarios.
- Este tipo de vigilancia, así como la vigilancia policial predictiva y la imposición de penas, han planteado cuestiones éticas sobre la privacidad de las personas y el consentimiento para que sus acciones sean rastreadas y grabadas sin su consentimiento, así como el sesgo y la elaboración de perfiles.
- ¿Cuáles son los beneficios y las desventajas, y qué salvaguardias deberían existir? Investigue si esto está sucediendo en su país. Discuta sobre esto.

- **IA en redes sociales, mercadeo y publicidad:** El uso de la IA ha personalizado la experiencia en línea. Por ejemplo, la IA se utiliza para garantizar que el contenido mostrado atraiga la atención de una persona en particular. Esto también permite a los anunciantes realizar campañas más específicas. “Pueden ofrecer anuncios personalizados y dinámicos a los consumidores a una escala sin precedentes” (Chow, 2017). Esto significa que las empresas podrían tener un aumento en las ventas y el retorno de la inversión de las campañas de mercadeo. Los consumidores, por el contrario, podrían beneficiarse de una reducción notable del costo de la investigación. Una vez más, sin embargo, surgen preguntas en cuanto a la reducción de la autonomía y la voluntad humanas y el aumento del poder de manipulación como resultado de la publicidad micro-dirigida.
  - Guíe a los estudiantes para discutir sus experiencias con los anuncios en línea. ¿Son conscientes de que la IA se utiliza con el fin de colocar el anuncio para ese usuario en particular? ¿Se sienten cómodos con esto? ¿Por qué sí o por qué no? ¿Pueden los alumnos mostrar un sentido de control sobre los anuncios que ven? Preste atención a la alerta "por qué estoy viendo este anuncio" que a veces aparece en su pantalla. Consulte el Módulo 10 para obtener más información sobre la publicidad.

    Si bien hay beneficios fácilmente identificables de la IA en este contexto para los actores comerciales, su uso también causa preocupaciones con respecto a la discriminación y la inexactitud, y hay preocupaciones sustanciales sobre el comercio automatizado que utiliza la IA, lo que refuerza la inestabilidad y el cortoplacismo de los mercados de valores.

- Estudie y debata estos dos informes:

1. De la Comisión Europea, Comité Consultivo para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, Dictamen sobre Inteligencia Artificial – Oportunidades

y retos para la igualdad de género https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/opinion_artificial_intelligence_gender_equality_2020_en.pdf

2. De UNESCO, Inteligencia Artificial e Igualdad de Género: Principales conclusiones del Diálogo Mundial de la UNESCO, https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf

- ¿Qué cuestiones o recomendaciones clave son más importantes para los estudiantes? ¿Por qué? Guíe a los estudiantes a buscar en las redes sociales un discurso global sobre el tema. Anime a los estudiantes a involucrarse en la discusión en línea, pero asegúrese de prepararse con antelación. Aplique las competencias AMI, comparta evidencia e indique cuando un punto planteado sea solo su opinión. ¿Qué otras acciones pueden tomar los estudiantes como ciudadanía?
- Seleccione temas y recomendaciones de particular interés para la igualdad de género y la IA en los medios de comunicación, y planifique una campaña en línea, o diseñe y prepare anuncios de bien público relacionados con el Día Internacional de la Mujer (el 8 de marzo de cada año) o en cualquier momento.

Recomendaciones de evaluación

- Concurso de ensayos.
- Producir anuncios de bien público en grupos.
- Cuestionario.
- Prueba de libro abierto.
- Competencia de generación de ideas en torno a IA y AMI.

Temas a considerar en el futuro

- Auditoría de IA.
- Aprendizaje automático.
- Aprendizaje profundo.
- Bots.
- Reconocimiento y detección facial y emocional.

Recursos y referencias

I.A. Inteligencia Artificial. (2001). https://www.imdb.com/title/tt0212720/?ref_=nv_sr_srsg_0

Uso de la IA en la educación

https://www.edweek.org/ew/articles/2020/05/20/artificial-intelligence-in-k-12-the-right-mix.html

Alfabetización Algorítmica 101: ¿Un estudio de Alfabetización Informacional del Proyecto? https://www.minitex.umn.edu/news/2020-07/algorithm-literacy-101-study-project-information-literacy

AI in Society, OCED. https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/jrccties/files/eedfee77-en.pdf

Inteligencia Artificial e Igualdad de Género: Principales conclusiones del Diálogo Mundial, recurso de la UNESCO. https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf

La Inteligencia Artificial y la Vida en 2030 Estudio de cien años sobre la Inteligencia Artificial | Informe del Panel de Estudio de 2015 | Septiembre de 2016, Stanford University, https://ai100.stanford.edu

Dirigir la IA y las TIC avanzadas para las sociedades del conocimiento – Una perspectiva de derechos, apertura, acceso y múltiples partes interesadas, recurso de la UNESCO, https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-11/372132eng.pdf

Actividades de las Naciones Unidas sobre Inteligencia Artificial (IA), https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/gen/S-GEN-UNACT-2018-1-PDF-E.pdf

Uso de la IA para el bien social: Esta guía ayuda a las organizaciones sin fines de lucro y las empresas sociales a aprender a aplicar la inteligencia artificial y el aprendizaje automático a los desafíos sociales, humanitarios y ambientales. https://ai.google/education/social-good-guide?category=examples

Diferentes tipos de IA

Planes de lecciones creados por el maestro: Introducción a los algoritmos, https://www.commonsense.org/education/lesson-plans/introduction-to-algorithms

http://content.educate.ericsson.net.s3.eu-north-1.amazonaws.com/learning-about-ai/what-is-ai.html

https://www.youtube.com/watch?v=im0XTC91qMI&feature=emb_logo

Cómo aprenden las máquinas:

https://www.youtube.com/watch?v=R9OHn5ZF4Uo

https://course.elementsofai.com/1/3

https://theappsolutions.com/blog/development/pattern-recognition-guide/

http://teachingaifork12.org/

Redes sociales

https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/

https://www.statista.com/statistics/489230/number-of-social-network-users-in-thailand/

https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media

Recursos generales

https://medium.com/humansforai/the-impact-of-artificial-intelligence-on-social-media-579345b6f751

https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/

Suplementario - un juego y un curso en línea

Aprendizaje automático para niños — https://machinelearningforkids.co.uk/

Recursos generales - El estado de la IA - noviembre de 2020: https://www.mckinsey.com/ business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2020?cid=podcast-eml-alt-mip-mck&hdpid=edff6cd6-3b1f-4ffc-b0f7-e73691cf1abe&hctky=9411114&hlkid=87ecdb8c23534606bd5cb92d3ccd9166

Clases Internacionales de Programación para Niños de 4,5 a 17 Años, https://mah.alg.academy/

MÓDULO 12:

MEDIOS DIGITALES, JUEGOS Y MEDIOS TRADICIONALES



"En tiempos en que todos aspiramos a empoderar a la ciudadanía para responder a los desafíos sociales, económicos y ambientales y participar activamente en nuestras sociedades, la Alfabetización Mediática e Informacional se convierte en alfabetización para la vida".

– Excma. Sra. Tamara Rastovac Siamashvili, Embajadora y Delegada Permanente de la República de Serbia ante la UNESCO

Antecedentes y fundamentos

Este módulo presenta a los educadores y los estudiantes el papel que las nuevas instituciones y las tecnologías convergentes desempeñan para la amplia participación de la ciudadanía en los cambios sociales, económicos y políticos. Explica cómo las nuevas formas de medios digitales y electrónicos (noticias en línea, blogs, Wikipedia, You Tube, aplicaciones de las redes sociales, video juegos, etc.) han evolucionado desde los medios tradicionales y cómo ofrecen un mayor acceso a la información y al conocimiento, al desarrollo sostenible, a la libertad de expresión, al buen gobierno y a la participación en procesos democráticos.

La coexistencia de los medios impresos, los medios de difusión (radio y televisión), el Internet, los teléfonos móviles y las redes sociales, también hace posible que el contenido de los medios fluya a través de varias plataformas, ampliando el acceso a la información y creando una cultura de participación donde la ciudadanía no solo consume la información de manera pasiva, sino que también participa activamente en su modificación, producción y distribución. Se han acuñado términos como "prosumidores". Por ejemplo, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), han abierto oportunidades para que las audiencias participen más compartiendo la

información y el conocimiento, y promueven que las personas participen de una manera activa en el desarrollo social y sostenible. El gran debate es si tales aspectos positivos se pueden mejorar y los negativos se pueden reducir de manera efectiva.

En este sentido, la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) también toma en consideración los juegos en diferentes formas, así como las oportunidades y desafíos potenciales que plantean la inteligencia artificial (IA) y otras tecnologías de vanguardia. La UNESCO ha promovido el diálogo internacional en torno al fuerte vínculo entre la AMI y los juegos, mediante la primera Conferencia Internacional sobre Alfabetización Mediática e Informacional y Juegos en el Mundo Digital y el desarrollo de recursos conexos[98]. Es necesario reconocer que la mayoría de los aprendizajes basados en juegos de TIC no están ocurriendo en espacios de aprendizaje controlados. Muy a menudo, las personas interactúan con juegos de forma independiente en línea y a través de dispositivos móviles digitales. En tales entornos, el diseño del juego y la cantidad de tiempo dedicado a jugar pueden promover la adicción. También hay preocupaciones sobre los juegos que refuerzan el odio, la violencia y la agresión, en lugar del diálogo, la coexistencia pacífica y la tolerancia. Las representaciones estereotipadas de mujeres y hombres de todas las edades o ciertas razas, culturas o grupos de personas también son reforzadas en algunos juegos. En algunos juegos las mujeres suelen ser retratadas de forma sexualizada, con poca ropa[99]. Los hombres son mostrados como fuertes y violentos. Las personas de raza negra y otras razas están infrarrepresentadas en los juegos[100]. Pew Research Center realizó una investigación en 2015, que arrojó que, en su muestra (sin embargo, no representativa a nivel mundial), el 35% de personas de raza negra, el 36% de los hispanos y el 24% de los blancos opinan que los grupos minoritarios están mal representados en los videojuegos[101]. Este tipo de representaciones puede afectar la percepción de las niñas y los niños sobre los roles de género[102] y su identidad étnica. La AMI puede ayudar a las personas, en particular a los jóvenes, a proteger sus mentes e identificar este tipo de estereotipos, así como la ceguera de género en los juegos y

98. Media and Information Literacy and Games in the Digital World. https://en.unesco.org/news/journeying-world-games-media-and-information-literacy.
99. Griner, D. (2012). Videogame Ad Sets New Low for Objectifying Women. AdWeek. Everett, A., & Watkins, C. (2008). *The Power of Play: The Portrayal and Performance of Race in Video Games.* Wikipedia.
100. Everett, A. & Watkins, C. (2008). *The Power of Play: The Portrayal and Performance of Race in Video Games.*
101. Pew Research Center. (2015). *Views on gaming differ by race, ethnicity.*
102. Dietz, T. (1998). An Examination of Violence and Gender Role Portrayals in Video Games: Implications for Gender Socialization and Aggressive Behaviour. *Sex Roles 38*(5/6), 425–442. doi:10.1023/A:1018709905920

todas las formas de tecnologías digitales. Otro problema es la medida en que los juegos digitales privilegian la competencia por encima de la cooperación en equipos, y quién recopila y utiliza los datos de los jugadores y cómo se están utilizando. ¿Los datos se utilizan principalmente para mejorar el juego, o funcionan principalmente como una mercancía comercializable separada que se vende a terceros o se utiliza para vender oportunidades de publicidad micro-dirigida?

El módulo comenzará con un viaje desde los medios tradicionales a las nuevas tecnologías mediáticas. Los educadores y los estudiantes son introducidos en el cambio y la continuidad dentro de diferentes tipos de medios durante un período establecido. También interactuará con similitudes y diferencias, lo que permitirá a los estudiantes evaluar los requisitos básicos para la comprensión básica, pero también ver el potencial innovador capturado tanto en los medios antiguos como en los nuevos.

El módulo no solo analiza el cambio espacio-temporal, sino que también considerará diferentes tipos de usos de los medios, las tecnologías digitales y las herramientas dentro de la sociedad. Estos pueden incluir comunicación formal, comunicación personal, mercadeo, aprendizaje y compromiso cívico. Las herramientas de medios interactivos y los juegos ofrecen interesantes oportunidades para participar en el aprendizaje y también en el discurso público: las posibilidades son infinitas. Los educadores y estudiantes son guiados en este módulo para navegar por los espacios entre los viejos medios, los nuevos medios y los juegos como un medio para facilitar el aprendizaje. Las personas pueden mejorar sus experiencias de aprendizaje a través de los juegos si poseen las habilidades para reflexionar críticamente sobre sus experiencias de juego. La AMI, junto con la alfabetización social y emocional, son relevantes. El Instituto Mahatma Ghandi de Educación para la Paz y el Desarrollo Sostenible de la UNESCO proporciona recursos para el aprendizaje social y emocional[103].

Un importante desarrollo con el crecimiento de los medios digitales ha sido el paso de un modelo de comunicación tradicional centrado en 'uno para muchos' característico de los medios impresos y de difusión, hacia un modelo de "par a par" que facilita la colaboración creativa y el compartir los conocimientos. A medida que el contenido es digitalizado, este se vuelve accesible para una multitud de dispositivos, incluyendo la radio, televisión y computadoras personales y quizá, lo más importante, los teléfonos celulares, que están emergiendo como una plataforma dominante de entrega de contenido de todo tipo. La digitalización de la voz, la imagen, el sonido y los datos – conocida como convergencia – está creando nuevas oportunidades de interacción.

103. Resources on social and emotional literacy, https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

Unidades

Unidad 1:
De los medios tradicionales a las tecnologías mediáticas digitales

Unidad 2:
Usos de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad: el cambio social

Unidad 3:
Usos de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo los juegos digitales en las aulas

Unidad 1: De los medios tradicionales a las tecnologías mediáticas digitales

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Cambio y continuidad - una breve historia de los medios.
- ¿Qué es la convergencia mediática?
- Los medios digitales como nuevos medios.
- Diferencias claves entre medios tradicionales y medios nuevos.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes deberían poder:

- Explicar una breve historia sobre el desarrollo de los medios de comunicación y los diferentes temas asociados con el mismo.
- Hacer una descripción de cómo las nuevas tecnologías han llevado a la convergencia de los medios tradicionales con los nuevos.
- Describir las diferencias entre los medios tradicionales y los nuevos y cómo los últimos han mejorado la democracia participativa.
- Explorar el uso de juegos en la educación formal, no formal e informal.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Investigación: a los estudiantes que trabajan en grupos se les asigna la tarea de investigar la evolución de los medios de comunicación e identificar los problemas asociados con el desarrollo de diferentes formas de medios de comunicación.
- Encuesta: los estudiantes realizan una encuesta a dos tipos diferentes de personas, los migrantes digitales (30 años o más) y los nativos digitales (30 años o menos). En su encuesta, deberán observar y analizar cómo los dos grupos de personas utilizan los medios tradicionales y los nuevos y cómo los medios tradicionales (periódicos, radio y televisión) convergen con los nuevos medios (por ejemplo, tecnología móvil, juegos, sitios de noticias en línea con acceso multimedia) en sus sociedades. La encuesta debe incluir la observación de las formas en las cuales las mujeres, los hombres y los jóvenes están representados en los juegos y otros

medios de comunicación que utilizan. Guíelos para hacer recomendaciones a los interesados relevantes.

- Investigación: Los estudiantes investigarán hasta qué punto los nuevos medios son un reto para los medios tradicionales de noticias en su sociedad, los distintos tipos de medios que las personas en su sociedad están utilizando para expresar sus propios puntos de vista en temas de noticias importantes, y los usuarios de las diferentes plataformas mediáticas, junto con los temas/tópicos que están discutiendo. El resultado de esta investigación se presentará para una discusión en grupo y debate.
- Estudio de caso: el método de estudio de caso conlleva un examen en profundidad de una sola instancia o evento que utiliza incidentes de la vida real para visualizar cómo el conocimiento teórico se puede aplicar a los casos reales. Este enfoque se puede adaptar a la enseñanza de la AMI a medida que los estudiantes estén expuestos diariamente a las distintas formas de mensajes de los medios y otros proveedores de contenido. Ofrece una forma sistemática para observar los eventos, recolectar datos, analizar contenidos e informar acerca de los resultados, lo que a la vez brinda apoyo al aprendizaje basado en la indagación entre aprendices.
- Investigación y presentación en grupo: los estudiantes forman grupos para llevar a cabo una investigación sobre el desarrollo histórico de diferentes formas de medios y sus similitudes y diferencias, y dar una presentación al grupo.
- Entrevista: una característica de los medios tradicionales es que el contenido de los medios va a través de un proceso editorial organizado, diseñado para autentificar las noticias y entregarlas a una organización mediática de noticias en lugar de darlas a un individuo. El periodista en línea no trabaja a través de este proceso. En este contexto, realice una entrevista con editores de periódicos y periodistas en línea y discuta las similitudes y diferencias entre la selección y el tratamiento de las noticias.
- Reportaje: investigue y produzca un informe sobre la medida en la cual el conocimiento y la información han cambiado o han permanecido iguales a medida que los nuevos medios y las nuevas tecnologías mediáticas han emergido en su sociedad.
- Ensayo: prepare un ensayo sobre cómo la emergencia de los nuevos medios ha tenido impacto sobre la forma en que las personas interactúan y cómo esto las beneficia. También investigue cómo los nuevos medios están causando un impacto en las vidas sociales y académicas de los educadores y los estudiantes y sobre cuáles son los retos y oportunidades para mejorar el acceso universal a los medios digitales.
- Encuentre una noticia importante y haga un estudio de caso sobre cómo diferentes formas de medios la expresan, y analice el caso. Por ejemplo, cuando la pandemia de COVID-19 golpeó el mundo en 2020, diferentes formas de medios tendieron a informarlo de manera diferente en profundidad, análisis e incluso hechos. Recorra diferentes medios tradicionales y nuevos de diferentes países y observen cómo informan sobre el origen, las causas y las medidas preventivas, etc., y vea cuáles

son las similitudes y diferencias en los informes entre el mismo y diferentes formas de medios y explique las razones de esto. ¿Se están discutiendo las cuestiones de género y raciales en el informe de la crisis del coronavirus?

Unidad 2: Usos de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad - el cambio social

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Tecnología de comunicación y desarrollo, así como sus efectos en la sociedad.
- Acceso y uso por parte de las personas de los nuevos entornos de medios, incluidas las nuevas formas de creación de contenido, la interacción con los usuarios y las redes sociales.
- Impacto de las funciones participativas de las nuevas tecnologías en los cambios en las instituciones y procesos democráticos.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes deberían poder:

- Analizar y entender los efectos de la comunicación digital en la vida social y política de una sociedad.
- Describir los nuevos entornos de medios y el propósito de las actividades, interacciones, presencia en línea y formas de auto-presentación de las personas en las plataformas digitales.
- Evaluar cómo las nuevas tecnologías contribuyen a las instituciones y procesos democráticos en la sociedad (y cómo no).

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Investigación y presentación en grupo: los estudiantes llevan a cabo una investigación a pequeña escala para recopilar información sobre los usos de las

nuevas tecnologías a fin de evaluar el impacto de las tecnologías de comunicación digital sobre el desarrollo social. Las nuevas tecnologías en este contexto se refieren a Internet, los dispositivos informáticos y móviles, y los datos estadísticos recopilados sobre estos generalmente incluyen el acceso (propiedad y uso del dispositivo), los usos (frecuencia, cantidad de tiempo, propósitos de la utilización) y las habilidades (autoevaluaciones). Los participantes deben aprender cómo y dónde pueden encontrar estadísticas globales, nacionales y locales sobre los usos de las tecnologías y el desarrollo de estas tecnologías, comparar sus hallazgos y reflexionar sobre las diferencias (socioeconómicas, generacionales, regionales, en el tiempo). Es importante considerar quién posee y controla los servicios en estos dispositivos.

- Discusión en clase: El gobierno electrónico tiene que ver con las nuevas formas de gobierno y las que se desarrollan donde las TIC juegan un papel principal. El educador debe liderar una discusión general de clase sobre cómo el gobierno ha intentado - y en qué medida no lo ha hecho - facilitar los procesos democráticos para la ciudadanía utilizando las posibilidades de las nuevas tecnologías. La gobernanza electrónica puede referirse a (1) la democracia electrónica, que significa facilitar la participación a través de un mayor acceso a la información y el conocimiento que constituye la base para la toma de decisiones; (2) los servicios electrónicos, que es la automatización de tareas como la presentación de formularios de impuestos, la verificación del estado de las aplicaciones; y (3) la administración electrónica, la mejora de los procesos del gobierno y del funcionamiento interno del sector público con los nuevos procesos de información ejecutados por las TIC. Se anima a los estudiantes a imaginar qué tipos de comunicación democrática y compromiso pueden promoverse y habilitarse en línea, por ejemplo, en las áreas de actividad política democrática (elecciones, transparencia de la política gubernamental y local, debate político), escolarización, atención médica, servicios de empleo, entorno construido, planificación y mantenimiento de la ciudad, así como la industria y el comercio. Luego, se podrían examinar ejemplos de países con un programa avanzado de gobernanza electrónica. ¿Cuáles son los principales obstáculos para no aumentar la gobernanza electrónica en un país y cómo se podrían superar estos desafíos?
- Trabajo en grupo: las nuevas tecnologías han permitido a la ciudadanía producir y compartir contenido creado por ellos mismos. Los estudiantes deben realizar estudios de casos a pequeña escala para descubrir discusiones y procesos en su país o en el vecindario donde el contenido generado por el usuario ha sacado a relucir algo que no había sido cubierto por los medios de comunicación tradicionales o instituciones gubernamentales. Los ejemplos con visibilidad e impacto global incluyen la Primavera Árabe (a principios de la década de 2010) y el movimiento *Me too* (a partir de 2017), pero se debe pedir a los estudiantes que identifiquen los fenómenos locales y tal vez los procesos que afectan a sus propias comunidades. Otros ejemplos de activismo en línea incluyen el activismo ciudadano local, el activismo por los derechos de los animales y el movimiento de positividad corporal. Basándose en estos estudios de caso, el educador dirige una discusión sobre el potencial democrático renovador de las nuevas tecnologías. ¿Cómo

han contribuido las diferentes plataformas digitales a la difusión de diferentes mensajes, basados en contenido generado por el usuario? ¿Cómo han permitido las tecnologías digitales a los usuarios elevar su voz y hacerse oír? ¿Cómo podrían las redes sociales, como las diferentes funciones de WeChat, Twitter, VK, Facebook, Instagram y TikTok, ayudar a promover temas democráticos importantes y avanzar en la justicia y la igualdad? ¿Cómo evalúan los alumnos el poder del activismo en línea y cómo se puede ver en los ejemplos locales identificados? ¿Qué pasa con el activismo que utiliza estos servicios para exigir un mayor respeto a los derechos humanos por parte de estas mismas entidades?

- Examinar el acceso: el acceso a las TIC o a las nuevas tecnologías es importante para el empoderamiento de los hombres, las mujeres, los diferentes grupos de edad (jóvenes y mayores), las personas con discapacidad y otros grupos marginados, como las poblaciones étnicas e indígenas, así como los que viven en comunidades remotas. Utilice fuentes locales e internacionales para realizar investigaciones básicas sobre el acceso de las personas a las TIC o nuevas tecnologías: ¿De qué manera las mujeres, las personas con discapacidades y las personas que viven en comunidades remotas tienen acceso a Internet? ¿Acaso las mujeres tienen igual acceso que los hombres? ¿Hasta qué punto tienen acceso las personas con discapacidades o las personas que viven en comunidades remotas? ¿A qué edad comienza el uso de Internet en diferentes países? ¿Cuáles son las implicaciones? ¿Qué tipo de decisiones políticas y diferencias sociales subyacen a las desigualdades de acceso? ¿Qué se debería hacer si ciertos grupos son marginalizados en el acceso a las nuevas tecnologías? Los estudiantes pueden centrarse en un país o hacer una comparación entre varios países, así como seleccionar un grupo específico de usuarios. Si los datos relevantes no están disponibles en su país o región, trate de buscar el por qué no. ¿Qué organizaciones se deberían preocupar por la ausencia de dichos datos? ¿Qué se puede hacer al respecto?
- Estudios de caso de las páginas de inicio de las instituciones públicas: ¿De qué manera las autoridades de las ciudades, los municipios, las regiones, etc., facilitan las actividades y la interacción de la ciudadanía, es decir, llevan a cabo la gobernanza electrónica? Seleccione, por ejemplo, la página de inicio de la capital del país, una gran ciudad y una pequeña ciudad, y compare sus métodos de gobierno electrónico. Imagine lo que se podría hacer mejor o más para proporcionar mejores servicios en línea para los habitantes y apoyar su participación en su entorno local. Otra posibilidad es tomar una institución pública, por ejemplo, una escuela, un hospital o un hogar de ancianos, para el caso y examinar cómo su página de inicio permite la comunicación con grupos externos de personas (partes interesadas). Cree una tabla de diferentes funciones que permita varias actividades y evalúe qué tan bien funciona cada actividad en la práctica. ¿Cómo podrían mejorarse las funciones participativas del sitio?
- Mapeo de procesos participativos: ¿Qué tipo de procesos de participación pública hay en su país? ¿Cómo se puede involucrar a la ciudadanía en la planificación, presupuestación, implementación y mejora de los procesos de relevancia pública?

Seleccione un área de la vida pública (como un área determinada de la política, por ejemplo, la política juvenil) y dibuje un mapa para el ciudadano local con el fin de mostrarle cómo puede comprometerse y contribuir a este campo particular de la vida pública.

- Cambios percibidos basados en la digitalización: ¿Cómo han cambiado las nuevas tecnologías y los servicios corporativos la forma de escolarización a lo largo de las décadas? Compare las experiencias de las generaciones anteriores con la suya. Por ejemplo, ¿en qué se diferencia la comunicación de una persona de 60 años y de un alumno que va todos los días a la escuela? ¿Cómo ha cambiado la interacción y qué tipo de nuevas formas digitales de comunicación y colaboración se han introducido entre el profesor y el alumno, los alumnos, los padres del profesor y del alumno, el profesor y los colaboradores externos, el profesor, el alumno y la ciudadanía? ¿Cuáles son los beneficios y las desventajas de estos cambios para el (1) alumno y su aprendizaje, (2) para el maestro y sus posibilidades de llevar a cabo la enseñanza?
- Análisis FODA de un canal de redes sociales seleccionado: Seleccione una aplicación móvil popular y bien conocida y realice, ya sea individualmente o en parejas o pequeños grupos, el así llamado análisis FODA de diferentes dimensiones de sus usos: mapee las fortalezas (F), debilidades (D), oportunidades (O) y amenazas (A) para una persona que use esta aplicación. Puede hacer uso de sus propias experiencias o las de sus compañeros que haya escuchado, o realizar algunas entrevistas de fondo con usuarios que utilicen esa aplicación con mucha frecuencia. Como resultado, trate de evaluar cómo la aplicación afecta la vida cotidiana de un usuario. ¿El impacto es positivo o negativo en general, o cómo sopesaría los puntos a favor y en contra?
- Marcando la diferencia en las redes sociales: Realice una entrevista con alguien que esté produciendo contenido audiovisual para redes sociales, por ejemplo, a YouTube, Vimeo, TikTok o Instagram. Idealmente, elija un creador de contenido con una declaración explícita. Describa la estrategia de redes sociales de la persona y evalúe cómo esta persona en particular puede hacer o ya ha hecho una contribución democrática. ¿De qué se trata su comunicación y cómo cumple con su misión particular? ¿Cómo han recibido los seguidores su contenido? ¿Su contenido ha sido capaz de cambiar la forma en que las personas u organizaciones piensan o actúan? ¿De qué forma? ¿Qué tipo de efectos a corto y largo plazo puede haber?

Unidad 3: Usos de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo los juegos digitales en las aulas

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Herramientas interactivas de multimedia, recursos educativos abiertos y tipos de soluciones de software para mejorar la educación.
- Herramientas interactivas de multimedia/juegos digitales para crear ambientes amigables con el estudiante.
- Juegos mediáticos como herramientas para crear conciencia y promover temas mundiales.
- Juegos educativos versus juegos por entretenimiento.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes deberían poder:

- Identificar el valor de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo sitios interactivos en la red, presentaciones, discusiones en línea, blogs, Wiki, wikilibros, libros electrónicos, podcasting, videocasting, vodcasting y juegos de instrucción y aprendizaje.
- Desarrollar habilidades sociales, intelectuales y espacio-temporales utilizando herramientas interactivas de multimedia, especialmente juegos.
- Aplicar herramientas interactivas de multimedia, especialmente juegos digitales, para la instrucción y el aprendizaje. Utilizar herramientas/juegos interactivos de multimedia de baja y alta tecnología para exponer conceptos de temas académicos (p. ej., matemáticas, ciencias, estudios sociales, etc.).
- Analizar las distintas herramientas interactivas de multimedia desarrolladas utilizando software de fuentes abiertas y gratuito o propietario, y evaluar las implicaciones para y el impacto en la instrucción y el aprendizaje.
- Evaluar el impacto y las oportunidades que los recursos educativos abiertos pueden tener sobre los procesos de instrucción y aprendizaje.

Enfoques pedagógicos y actividades

"Hoy en día es absolutamente necesario que creemos soluciones de aprendizaje digital... Para esto, es muy importante que todos los estudiantes dominen las habilidades sociales y emocionales, además de las Habilidades del Siglo XXI".

– Excelentísimo Señor Shri Ramesh Pokhriyal, Honorable Ministro de la Unión para el Desarrollo de los Recursos Humanos de la India

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Herramientas interactivas de multimedia: Piense en la materia en la que usted enseña. Utilizando cualquier motor de búsqueda, identifique y haga una lista de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo juegos digitales, elementos que se podrían utilizar al impartir una lección (o lecciones) específicas para un grupo de educadores y estudiantes. Debería poder identificar muchas de estas herramientas. Para garantizar una selección diversa de juegos, busque juegos desarrollados por mujeres, donde las mujeres participaron en el equipo de desarrollo, o juegos desarrollados por una categoría minoritaria o marginada de personas. Dé prioridad a estas herramientas en términos de utilidad para sus necesidades específicas. ¿Qué otros criterios utilizó? Investigue acerca de los criterios utilizados por expertos en el uso de herramientas interactivas de multimedia en la educación. Ahora compare su criterio con aquel de los expertos. ¿Cuáles son sus observaciones? ¿Está de acuerdo con el criterio de los expertos?
- ¿En su lista de herramientas interactivas de multimedia, puede identificar herramientas que podrían alterar o facilitar de una manera importante la cooperación y discusión en el proceso de instrucción-aprendizaje? ¿Por qué escogió esas herramientas? ¿Cómo cree usted que las tecnologías de multimedia podrían permitir a los estudiantes y educadores interactuar con la información de una nueva forma, cambiar el contenido y crear su propio conocimiento?
- Juegos en línea[104]: Practique cualquier juego en línea de simulación humanitaria. ¿De qué forma un juego de computadora le puede ayudar a pensar creativamente sobre temas globales? ¿Cuáles son los resultados de aprendizaje con estos juegos? ¿Las mujeres y los hombres son representados igualmente en estos juegos? ¿Cuáles serían las implicaciones? ¿Cómo se puede abogar por el cambio? Si en la institución educativa no hay acceso o existe un acceso limitado a Internet, los educadores y los estudiantes deberían ser animados a buscar el material de otras fuentes públicas de Internet. Donde Internet sea muy limitado, el educador puede tratar de comprar los juegos en formato en línea/electrónico, o utilizar los juegos que han sido pre-empacados en las computadoras. Se debe incentivar a los estudiantes a:

104. https://en.wikipedia.org/wiki/Food_Force_2 - https://papersplea.se - http://paxwarrior.com/home

- Hacer estudios de caso de juegos electrónicos en materias específicas (p. ej., lenguaje, matemáticas, geografía, etc.) y realizar un piloto sobre el uso de uno o dos juegos de contenido de aprendizaje específico. Escriba un informe de cómo se utilizó el juego y cómo ayudó a alcanzar los objetivos de la lección.
- Planificar una lección utilizando un juego electrónico como parte de la enseñanza y el aprendizaje, para crear conciencia sobre temas globales, tales como el hambre, el conflicto y la paz. Dicte esta lección y escriba un pequeño informe sobre las respuestas de los educadores y estudiantes a los temas, anotando las preguntas que se hicieron y cómo los juegos ayudaron a abordar los temas.
- Los recursos educativos abiertos (REA) Los recursos educativos abiertos (REA) son materiales y herramientas de aprendizaje– incluyendo cursos completos, módulos, materiales de curso, libros de texto, videos, exámenes, software y cualquier otro material (interactivo y no-interactivo), o técnicas– que se utilizan para apoyar el acceso al conocimiento, en un formato de documento abierto, entregado con una licencia abierta, permitiendo el uso libre, re-uso y adecuación a las necesidades específicas de un cierto grupo de usuarios (es decir, estudiantes, capacitadores de capacitadores, facilitadores, etc.). Se debe incentivar a los aprendices a:
  - Identificar varios sitios en la red que permitan el acceso a recursos educativos abiertos, e identificar los requisitos/criterios para que los recursos educativos puedan ser utilizados como REA.
  - Analizar cómo se crean los REA, se utilizan, se distribuyen y se adaptan a los distintos entornos y necesidades de instrucción y de aprendizaje.
  - Analizar cómo, por ejemplo, se puede transformar los juegos digitales en REA, y entender lo que se debe hacer para cumplir con los requisitos REA, incluyendo leyes de propiedad intelectual.
  - Investigación bibliotecaria y discusión de clase: Los estudiantes deberán identificar, analizar y criticar una variedad de técnicas que se utilizan en los juegos electrónicos con los que están familiarizados. Contraste los juegos electrónicos con los tradicionales o con juegos específicamente culturales de acuerdo al valor educacional y sus limitaciones. Los estudiantes deberán presentar sus hallazgos a través de presentaciones o utilizar gráficos para presentar sus hallazgos.
  - Discusión en clase: desarrolle una planificación de clase y un grupo de actividades de enseñanza, incluyendo herramientas sencillas, interactivas de multimedia o juegos digitales para el proceso de enseñanza y aprendizaje. Los estudiantes deberán examinar los puntos a favor y en contra de integrar los juegos digitales a las prácticas de enseñanza. Un grupo debe presentar las ventajas y otro grupo los retos y las desventajas de utilizar juegos digitales en la instrucción y aprendizaje[105].
  - Profundice: explore la plataforma de REA del Marco de Competencias de la UNESCO en materia de TIC para profesores. https://www.oercommons.org/

105. Ver el capítulo 3 de http://ames.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html para obtener más detalles.

hubs/unesco. Guíe a los educadores a navegar por la plataforma y ser más conscientes de cómo pueden dominar la integración de las TIC en el espacio de aprendizaje. Oriente la discusión en grupo. ¿Están los educadores expuestos a este tipo de formación? ¿Los educadores están expuestos a la formación en AMI? Pídales que investiguen qué medidas se están tomando en su país o comunidad para mejorar las competencias de los educadores en TIC, así como la integración de la formación en AMI. Asegúrese de resaltar la diferencia y la complementariedad de las competencias AMI y las competencias técnicas de las TIC. Guíelos a pensar constantemente en la AMI como pensamiento crítico y cómo las competencias AMI deben aplicarse y pueden mejorar el uso de las TIC en el espacio de aprendizaje.

Recomendaciones de evaluación

- Planificar lecciones de educación relacionadas con los temas anteriores y administrar estas lecciones bajo supervisión. Documentar y dar retroalimentación.
- Ensayo.
- Para fines de evaluación podrían adaptarse otras actividades sugeridas y enfoques pedagógicos.

Recursos y referencias

Chun, W. H. (2015). *Nuevos medios, viejos medios: Un lector de historia y teoría,* 2ª edición (coeditado con Anna Watkins Fisher y Thomas Keenan, Routledge)

Medios digitales: Nuevos estudiantes del siglo XXI. (2011). https://www.imdb.com/title/tt2056555/?ref_=nv_sr_srsg_0

Juegos para el Aprendizaje, varios recursos del Instituto de Educación para la Paz y el Desarrollo Sostenible Mahatma Gandhi de la UNESCO. https://mgiep.unesco.org/games-for-learning y https://mgiep.unesco.org/games-for-learning old-page

Hjorth, L. (2011). *Juegos y jugar: Una Introducción a los Nuevos Medios.* Berg.

Lenhart, A. (2009). It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults. Teens, Social Networking, Generations presentación a la Reunión Anual de la Asociación Internacional de Comunicaciones. www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx

Madden, M. (2009). Eating, Thinking and Staying Active with New Media. Health, Education, Teens, Families, Web 2.0 presentation at the National Institute of Child Health and Human Development. www.pewInternet.org/Presentations/2009/15-Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx

Strasburger, V. V., & Donnerstein, E. (2013). The New Media of Violent Video Games: ¿Todavía los mismos viejos problemas de los medios? *Clinical paediatrics 53*(8), 721-725. https://doi.org/10.1177/0009922813500340

Instituto de Educación para la Paz y el Desarrollo Sostenible Mahatma Gandhi de la UNESCO (s.f.). El Proyecto de Directrices de la Industria para el Aprendizaje Digital. https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

Instituto de Educación para la Paz Mahatma Gandhi de la UNESCO (s.f.). Una Revisión Global de Medios y Recursos de Educación Digital. https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

Kit de protección de la juventud. www.yprt.eu

REC

MÓDULO 13:

MEDIOS, TECNOLOGÍA Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE: EL CONTEXTO DE LA AMI



"La ciudadanía alfabetizada en medios e información pueden buscar, acceder y evaluar críticamente la información. Como tales, están facultada para aprovechar el potencial de la información para el diálogo intercultural y el desarrollo sostenible, y para responder a los desafíos más urgentes de nuestros tiempos ".

– El Director General Adjunto de la UNESCO, Sr. Xing Qu, 2019.

Antecedentes y fundamentos

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un "plan para lograr un futuro más sostenible para todos"[106] y abordar las oportunidades y los desafíos que se enfrentan a nivel mundial. Los estándares internacionales promovidos por la UNESCO para el desarrollo e implementación de currículums de Alfabetización Mediática e Informacional giran en torno a los ODS y posibilitan la educación ciudadana global[107]. Este módulo complementa otros módulos con el fin de defender la Alfabetización Mediática e Informacional como una herramienta para el desarrollo abierto y sostenible. La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) es relevante para los 17 ODS. AMI refleja los siguientes ODS en particular: Educación de Calidad (ODS 4); Igualdad

106. United Nations. (2020). About the Sustainable Development Goals. https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/
107. Singh, J., Grizzle, A., Joan S. & Culver, S. (Eds.). (2015). Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM, University of Gothenburg, Sweden. Publicado en cooperación con la UNESCO.

de Género (ODS 5); Trabajo Decente y Oportunidades de Trabajo (ODS 8); Desigualdades Reducidas (10); Ciudades y Comunidades Sostenibles (ODS 11); Promoción de la Paz, la Justicia y las Instituciones Sólidas (ODS 16); y Revitalización de las Asociaciones (ODS 17).

Aquí se sugieren tres ilustraciones. Si consideramos el ODS 4 sobre educación de calidad para todos, la AMI contribuye al ofrecer a los jóvenes y adultos información crítica, medios y competencias digitales que permiten una educación de calidad, ciudadanía global y consolidación de la paz. Un segundo ejemplo es el ODS 5, que prioriza la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres; la AMI ayuda a mujeres y hombres de todas las edades a mejorar sus habilidades para detectar y contrarrestar los estereotipos de género, el odio y la discriminación racial en todo tipo de medios y plataformas digitales y para ofrecer narrativas contraria a través del contenido generado por el usuario. Finalmente, la AMI apoya el ODS 16, que incluye el objetivo de garantizar el acceso público a la información y las libertades fundamentales mediante la concientización crítica de la ciudadanía sobre el acceso a la información; su poder de comunicación y autonomía digital en este sentido, sus libertades fundamentales y el compromiso crítico con la información que haga que las ciudades sean inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

La AMI promueve la conciencia y la comprensión a través del pensamiento crítico y el aprendizaje para decodificar los mensajes de desarrollo y la información utilizada por diversos proveedores de contenido. También permite una mayor comprensión del contexto social del papel del acceso a la información y el uso de la tecnología en la consecución de los ODS. Una ciudadanía informada es necesaria para una mayor participación en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y la AMI es una habilidad para la vida que ayuda a navegar a través de la información, los medios y el panorama digital. Los Estados Miembros de la UNESCO y las instituciones bilaterales y multilaterales están integrando cada vez más AMI en sus prioridades y programas de política debido a su importancia para los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Una ciudadanía alfabetizada en medios e información es esencial para lograr los ODS. Otro pilar importante es la estructura y organización de las empresas de comunicación digital y los propios medios. La estructura y organización de los medios y las empresas de comunicación digital están relacionadas con

sus niveles de libertad, independencia y pluralismo (ver más sobre estos conceptos en los Módulos 1, 2 y definiciones en el Glosario de Términos). El tema de la propiedad y el control de los medios y la comunicación digital es crucial ya que esto afecta contenidos y procesos. A pesar de que los periodistas y otros profesionales de la información promueven el desarrollo sostenible y la democracia en el ejercicio de la libertad de expresión y la libertad de prensa, esta libertad e independencia, de acuerdo con algunos críticos, de alguna manera recibe el impacto de los asuntos financieros y políticos de los dueños de los medios, empleadores o anunciantes; en algunos casos puede ser bastante sutil y en otros suele ser bastante obvio. Dicho control, incluyendo su patrón y estructura, está formado principalmente por las realidades generalizadas sociales, económicas, ambientales, políticas (y geopolíticas) y la potencial concentración de la propiedad. Por lo tanto, son importantes tanto la independencia editorial y el pluralismo de los medios, como las plataformas digitales y los repositorios de información a nivel local y global. Debido a la creciente conectividad global, los flujos de información ahora son potencialmente Sur-Norte, Norte-Sur y Sur-Sur. Algunos medios influyentes regionales y empresas de comunicación digital están cambiando la configuración de los sistemas internacionales de medios y tecnológicos.

En la mayoría de los países alrededor del mundo, algunas organizaciones de medios masivos y empresas de comunicación digital son compañías comerciales privadas. Otras tienen propietarios privados pero no comerciales, como aquellas que están operadas por las organizaciones no gubernamentales, mientras que otras son de propiedad del gobierno y están controladas por este. En el campo de la difusión, el modelo de servicio público de difusión provee una alternativa tanto para los medios comerciales como para los de propiedad del gobierno. Un desarrollo que se ha vuelto positivo es la creciente popularidad de los medios que pertenecen a las comunidades, lo que involucra a los residentes locales en el desarrollo del contenido y da voz a los sectores marginados de la sociedad. Esta forma de pluralidad en los tipos y contenidos de los medios tiene mucho potencial para el desarrollo sostenible. Los medios de comunicación alternativos ayudan a promover las voces marginadas, como las personas de color y las mujeres y hombres de todas las edades. Los medios comunitarios (considerados medios alternativos) se pueden instalar en las escuelas, comunidades, lugares de trabajo, etc. y pueden ser una alternativa para los canales de medios más grandes. Estos canales de medios "pequeños" promueven el derecho a la información y ofrecen una plataforma a las comunidades para que sus voces puedan ser transmitidas y escuchadas.

Este módulo se basa en parte en el Anuario 2015 de la Red Universitaria de Alfabetización Mediática e Informacional y Diálogo Intercultural de la UNESCO (Red MILID), Alfabetización Mediática e Informacional para los Objetivos de Desarrollo Sostenible[108].

108. https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

Unidades

Unidad 1:
El papel de la AMI en los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Unidad 2:
Dimensiones sociales, culturales y políticas de los medios y las empresas de comunicación digital

Unidad 3:
La propiedad de los medios y la mercantilización de la información

Unidad 4:
Promoción de medios alternativos a través de la tecnología digital

UNIDAD 5:
Usos de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad: el cambio social

Unidad 1: El papel de la AMI en los Objetivos de Desarrollo Sostenible

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Instrucción y aprendizaje de la AMI para el desarrollo sostenible.
- Educación para el desarrollo sostenible.
- Explorar, involucrar y empoderar el modelo de la AMI en los planes de estudios de educación.
- Datos y bibliotecas para el desarrollo.
- Alianza mundial en favor de la AMI para todos: Alianza AMI de la UNESCO.
- Ciudades AMI (MIL Cities).
- AMI, diversidad lingüística y diálogo intercultural.
- AMI para la equidad de género y las personas con discapacidad.
- AMI para avanzar en las sociedades del conocimiento: Medio Ambiente, Cambio Climático, Salud y Agricultura.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Entender el vínculo entre la AMI y los ODS; describir la aplicación de la AMI a diversos aspectos del desarrollo.
- Comprender y describir la importancia de los datos y las bibliotecas.
- Motivar y participar en la Alianza AMI de la UNESCO y abogar por el aprendizaje creativo en los espacios de la ciudad y la vida a través de las Ciudades AMI (MIL Cities).

Triple E de AMI

Alagaran II (2015) propone el Modelo de Explorar, Participar, Empoderar (Explore, Engage, Empower) de AMI[109] (La Triple E de AMI) al enseñar y aprender sobre AMI:

1. Explorar es identificar, acceder y recuperar información, medios y contenido digital con pericia.

2. Participar es analizar y evaluar críticamente los medios, la información y las comunicaciones digitales.

109. Alagaran II, R. J. Q. (2015). Explore, Engage, Empower Model: Integrating Media and Information Literacy (MIL) for Sustainable Development in Communication Education Currículum. In Singh, J., Grizzle, A., Joan S., & Culver, S. (Eds.). (2015). *Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. International Clearinghouse on Children, Youth and Media*. University of Gothenburg. Publicado en cooperación con la UNESCO.

3. Empoderar es crear o producir, compartir o comunicar, y usar la información y el contenido de los medios de manera ética, segura y responsable para la toma de decisiones y la adopción de medidas para el desarrollo.

La Triple E de AMI se alinea con el marco de Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) de la UNESCO. La EDS es una forma de aprendizaje permanente que permite a los estudiantes tomar medidas informadas en relación con el medio ambiente y respetar la diversidad de culturas, para la transformación social. La UNESCO tiene como resultado de aprendizaje de la EDS: *Estimular el aprendizaje y promover las competencias básicas, como el pensamiento crítico y sistémico, la toma de decisiones colaborativas y la responsabilidad para las generaciones presentes y futuras.* Lea más sobre EDS en la Caja de Herramientas **#**ESDfor2030:

https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible/herramientas

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen: como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1) son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las Actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Los educadores deben guiar a los estudiantes para que apliquen la **Triple E de AMI** a la Caja de Herramientas #ESDfor2030. ¿Cuáles son las cinco áreas de acción prioritarias de EDS? ¿Cuáles son las seis áreas actuales de aplicación? ¿Dónde pueden los alumnos identificar y acceder a información sobre si alguna de estas áreas prioritarias se está implementando en su comunidad o país? Guíe a los estudiantes en grupos para que se centren en una o dos áreas y evalúen críticamente la información que encontraron utilizando sus competencias AMI. ¿Qué acción pueden tomar los estudiantes?

- El área de acción prioritaria 4 del marco de EDS es *empoderamiento y movilización de los jóvenes.* Si los estudiantes son jóvenes o educadores que trabajan con jóvenes, guíelos para explorar y analizar la integridad del contenido en el *Planificador de Proyectos de la UNESCO – Claves para la Acción Juvenil para ayudarte a transformar tu idea en un plan de proyecto que pueda hacerse realidad,*

- https://es.unesco.org/youth/toptips. ¿Qué cambiarían en este planificador de proyectos? ¿Se indica explícitamente en el planificador la perspectiva y la participación de las niñas? ¿Cómo formularían los estudiantes nuevas ideas que podrían incluir en su planificador de proyectos adaptado para garantizar una referencia explícita a las niñas y los niños o las mujeres y los hombres jóvenes? ¿Cómo integrarían los educadores o estudiantes a la AMI en el planificador del proyecto? Guíe a los grupos de estudiantes para que desarrollen planes de proyectos accionables a pequeña, mediana y gran escala en relación con áreas seleccionadas de EDS. Asegúrese de que las actividades relacionadas con la AMI estén incluidas en cada plan. Consulte con la autoridad pertinente y trate de movilizar recursos financieros cuando se necesiten y sean necesarios para proyectos a gran escala. ¿Puede el educador o el estudiante ver la Triple E de AMI en operación en este proceso?

- Coloque a los estudiantes en grupos y guíelos a los medios locales o internacionales seleccionados, las redes noticiosas o las comunicaciones digitales en línea. Identifique informes de noticias o documentales, contenido animado para niños y jóvenes o cualquier otra forma de reportaje oficial o contenido de los medios sobre temas relacionados con EDS. Analice el contenido en busca de autenticidad. Haga las siguientes preguntas relacionadas con la AMI: ¿Quién lo creó? ¿Con qué propósito? ¿Cuáles son los mensajes? ¿Qué evidencia de respaldo se aporta? ¿Qué se incluye? ¿Qué podría haber quedado fuera? ¿Quién se beneficiará? ¿Quién podría verse afectado por esta información? Anime a los estudiantes a compartir contenido verificado con sus redes en línea y fuera de línea.
- Explore las diversas aplicaciones móviles y programas de aprendizaje móvil en todo el mundo. Un ejemplo es la iniciativa YouthMobile de la UNESCO, https://en.unesco.org/youthmobile. Oriente a los estudiantes para generar ideas y esbozar planes para desarrollar una aplicación móvil que se pueda utilizar en dispositivos móviles para promover EDS y AMI. Primero haga una investigación para ver lo que ya existe.
- Los datos están en la base del seguimiento de los ODS. Organice una sesión de lectura en la biblioteca o en el entorno de aprendizaje. Lea y discuta los dos capítulos a continuación en el recurso de la UNESCO **Alfabetización Mediática e Informacional para los Objetivos de Desarrollo Sostenible,** https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

1. *Data Literacy: An Emerging Responsibility for Libraries, Tibor Koltay, page 131*
2. *Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals, Alton Grizzle, page 107*

Desmenuce el contenido. Haga preguntas críticas. Revise las referencias en estos capítulos y busque otra evidencia para respaldar los argumentos dados. ¿Están de acuerdo los estudiantes con las propuestas? ¿Por qué sí o por qué no? ¿Qué acciones pueden tomar los estudiantes? Vea las actividades relacionadas con los indicadores de los ODS en el Módulo 7.

La Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias trabaja para promover y abogar por los servicios de biblioteca e información y las personas que utilizan estos servicios. Lea más sobre la IFLA aquí, https://www.ifla.org/about. La IFLA fue consultada por los Estados Miembros de las Naciones Unidas, entre muchas otras partes interesadas, antes de que acordaran y adoptaran los ODS en 2015.

- Lea el marco de la IFLA, Bibliotecas, Desarrollo y la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, https://www.ifla.org/libraries-development. ¿Cómo pueden las bibliotecas seguir desarrollándose? Guíe a los estudiantes para investigar si sus bibliotecas locales, comunitarias o escolares están tomando medidas basadas en este marco. ¿Qué acciones pueden tomar los estudiantes? ¿Cómo pueden participar o ayudar a promover el Programa Internacional de Promoción de la IFLA? ¿Cómo se relaciona este marco de la IFLA para los ODS con las Recomendaciones de Alfabetización Mediática e Informacional de la IFLA, https://cdn.ifla.org/wp-content/uploads/files/assets/information-literacy/publications/media-info-lit-recommend-es.pdf

- Organice una sesión de lectura en la biblioteca o en el entorno de aprendizaje. Lea y discuta la sección *AMI para la igualdad de género y las personas con discapacidad*, páginas 257-287 en el recurso de la UNESCO **Alfabetización Mediática e Informacional para los Objetivos de Desarrollo Sostenible,** https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf. Guíe a los estudiantes para analizar críticamente los argumentos y las pruebas proporcionadas sobre estos temas. ¿Qué acciones pueden tomar los estudiantes? Guíe a los estudiantes para investigar varios programas y proyectos para mujeres y niñas, niños, así como personas con discapacidades que se relacionan con los ODS. Relacione estos debates con el **Día Internacional de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, 3 de diciembre**[110] y el **Día Internacional de la Mujer, 8 de marzo,** https://www.un.org/en/observances/womens-day/background
- Repita la actividad anterior para la sección en el recurso, *AMI para avanzar en las sociedades del conocimiento: Medio Ambiente, Cambio Climático, Salud y Agricultura, páginas 299-327*; el ODS 17 tiene como objetivo revitalizar las alianzas mundiales para el desarrollo sostenible. Las metas comprenden finanzas, tecnología, creación de capacidad, comercio, cuestiones del sistema, que incluyen asociaciones de múltiples partes interesadas, datos, monitoreo y rendición de cuentas. AMI puede ayudar en este sentido como se estableció anteriormente y en otros módulos de este Currículum de AMI. La UNESCO y sus asociados han establecido la Alianza AMI de la UNESCO (anteriormente la Alianza Global para las Asociaciones en AMI), https://es.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil. Además, en este sentido, el ODS 11 busca hacer que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Del mismo modo, la UNESCO y sus asociados han puesto en marcha el Marco Mundial de Ciudades AMI (MIL Cities). Descargue el marco aquí, https://en.unesco.org/milcities. La iniciativa “MIL Cities” se centra en la ciudadanía. El objetivo principal de la iniciativa "MIL Cities" es poner a las ciudades en un camino para empoderar a más personas de manera innovadora y creativa con aprendizaje de AMI en espacios ciudadanos y vida ciudadana, al tiempo que se conectan con otras ciudades de todo el mundo. El término Cities aquí se utiliza como un genérico para referirse a varios espacios comunitarios.
    - Guíe a los estudiantes para explorar las metas para el ODS 11 y el ODS 17. ¿Pueden detectar las relaciones con la AMI y cómo puede ayudar la AMI? Explore la Alianza AMI de la UNESCO y el Marco de MIL Cities. Descargue y estudie los documentos pertinentes.
    - Considere estas organizaciones que generalmente no están a la vanguardia de la promoción de AMI: incluyen municipios y redes de alcaldes, comisiones electorales y redes relacionadas, sistemas de transporte, consejos cinematográficos, reguladores de medios, entretenimiento y salud y otros sectores sociales, escuelas de arte y otros grupos culturales, museos de la ciudad, redes de ciudades creativas, actores de conservación ambiental y gestión de desechos, asociaciones profesionales, instituciones de investigación, ONG, comunidades locales y otros centros sociales, entre otros. Guíe a los estudiantes para discutir

110. https://www.un.org/en/observances/day-of-persons-with-disabilities#:~:text=UNESCO%20will%20mark%20the%20International,and%20with%20persons%20with%20disabilities%22.

y hacer sugerencias sobre cómo estos actores ciudadanos podrían promover la AMI. Deberían usar sus ideas para preparar carteles o infografías que puedan promocionarse en línea y fuera de línea. ¿Pueden los estudiantes abogar por que sus ciudades o los actores relacionados mencionados anteriormente participen en la iniciativa MIL Cities? ¿Cómo pueden los estudiantes involucrarse en la Alianza de la AMI de la UNESCO para promover asociaciones en torno a la AMI y los ODS? ¿Pueden establecer, unirse o promover redes AMI locales o nacionales en sus países y clubes AMI y ODS en espacios y comunidades de aprendizaje? Anime a los estudiantes a unirse a la Alianza AMI de la UNESCO como instituciones o individuos.

Recomendaciones de evaluación

- Proyectos de investigación basados en las actividades anteriores.
- Ideas escritas basadas en ejercicios de análisis contextual.

Temas a considerar en el futuro

- Abogar por las Políticas Nacionales de AMI en relación con los ODS.
- Evaluación Nacional de AMI.
- AMI para la participación de los líderes religiosos en los ODS y el diálogo en la edad digital.
- Las TIC y los ODS.

Unidad 2: Dimensiones sociales, culturales y políticas de los medios y las empresas de comunicación digital

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Los medios y las empresas de comunicación digital y la estructura social en el país.
- Medios y empresas de comunicación digital y la cultura en el país.
- Los medios y las empresas de comunicación digital y la situación política.

Objetivos de aprendizaje

- Comprender la relación entre las organizaciones mediáticas y las empresas de comunicación digital y la estructura social.
- Ser capaz de comprender la relación entre los medios y las empresas de comunicación digital y la situación de la cultura en la sociedad.
- Entender cómo la atmósfera política y la sociedad pueden afectar las funciones de las organizaciones mediáticas y las empresas de comunicación digital y cómo pueden ellas, a su vez, afectarlas.

Enfoques pedagógicos y actividades

Las empresas de medios y comunicación digital no trabajan en un vacío social; trabajan en una sociedad que presenta muchas organizaciones sociales diferentes. No cabe duda de que existen fuertes relaciones entre las organizaciones que proporcionan contenidos y otras organizaciones de la sociedad, es decir, organizaciones políticas, sociales, culturales y económicas. Los proveedores de contenido se ven afectados por estas organizaciones. Al mismo tiempo, están afectando a todas estas diferentes organizaciones. El grado de influencia mutua varía de un país a otro. Por ejemplo, el régimen político en una sociedad determinada afecta la situación de las organizaciones mediáticas en esta sociedad. La libertad de los medios de comunicación también se verá afectada por el régimen político en la sociedad.

Además, la organización de los medios y las empresas de comunicación digital se verán afectadas por el sistema económico en el país. Por ejemplo, en las sociedades dominadas por el sector privado, las organizaciones de medios de comunicación dependerán principalmente de la publicidad y otras fuentes como las principales fuentes de financiamiento, mientras que en el caso de sistemas más regulados, las organizaciones mediáticas pueden ser apoyadas por las propias autoridades, y en algunos casos los medios de comunicación se utilizarán como la voz del gobierno. Lo mismo se aplica a la situación de la cultura en el país. Las organizaciones mediáticas y las empresas de comunicación digital se ven afectadas por la cultura y las tradiciones de la sociedad.

Esta unidad se basará principalmente en la interactividad de los estudiantes. Deben dar ejemplos de sus propias sociedades de acuerdo con los siguientes temas (Ver Módulos 1, 2, 12 y otros para más detalles y actividades sugeridas relacionadas):

- La situación de los medios y las empresas de comunicación digital en sus sociedades, ¿están ellos más o menos libres de cualquier regulación? ¿Es la ciudadanía libre de decir lo que quieran decir, independientemente de las tradiciones y la cultura de sus propias sociedades? ¿Los periodistas son libres de trabajar según las normas profesionales de verificación de la información y los criterios de interés público en la publicación?
- Hay códigos de ética que los medios y las empresas digitales profesan. ¿Están a la altura de ellos?
- ¿Cómo puede afectar la situación económica a las prácticas de los profesionales de los medios? ¿Cómo se financian las organizaciones mediáticas y las empresas de comunicación digital? ¿Cuáles son sus principales fuentes de financiación, publicidad y/u otras fuentes?
- También es importante arrojar algo de luz sobre la propiedad de las organizaciones mediáticas y las empresas de comunicación digital, ¿quién las posee y cuáles son las implicaciones?
- Consulte la Unidad 3 a continuación para obtener más información sobre la propiedad de los medios.

Unidad 3: La propiedad de los medios y la mercantilización de la información

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- La economía global, el comercio electrónico.
- Las empresas de comunicación digital y la propiedad de los medios.
- Patrones de comunicación, propiedad de los medios y control.
- Medios privados (comerciales), medios controlados o de propiedad del gobierno, y organizaciones de medios públicos, p. ej., sistemas de difusión pública.
- Medios comunitarios y proyectos digitales.
- Convergencia de tecnologías (medios masivos, empresas de comunicación digital, telecomunicaciones y computadoras) y la emergencia de los conglomerados de medios y empresas de comunicación digital.
- Transnacionalización (medios globales y corporaciones de comunicación digital).
- Protocolos internacionales y nacionales sobre la propiedad de los medios de comunicación y leyes antimonopolio.
- Propiedad, desarrollo de contenidos y programación de los medios y las empresas de comunicación digital.
- Contenido extranjero vs. contenido local.
- La información como un producto social (público) frente a un producto de pago
- Calificaciones y datos de circulación como medidores de los productos mediáticos y servicios.
- Cultura consumista (necesidades de la audiencia vs. lo que quieren y desean).
- Estrategias y enfoques en la mercantilización de la información.
- Derechos de propiedad intelectual e información de dominio público (consulte el Módulo 3).
- Derechos de propiedad intelectual y otros derechos de los propietarios de la información (véase el módulo 3).
- Información de dominio público.
- Software libre y abierto (y Creative Commons).

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Describir los diferentes patrones de propiedad y control de los medios.
- Evaluar cómo la propiedad y el control de los medios afecta a las políticas de medios, a los procesos, a los contenidos y a la transmisión.
- Demostrar cómo la convergencia de los medios facilita nuevos enfoques de contenido (editorial) y de desarrollo (externalización de servicios, deslocalización y aprovisionamiento local).

- Comprender cómo las convenciones internacionales existentes y las leyes/políticas nacionales dan forma o regulan la estructura de la propiedad de medios.
- Definir la mercantilización de la información.
- Reconocer las distintas estrategias y enfoques de la información como un producto.
- Distinguir entre la información con derechos de propiedad y la información de dominio público, y evaluar el uso de la información de dominio público para promover el acceso universal a la información y para servir al bien común.

Antecedentes y cuestiones

Una regulación ligera ha promovido el crecimiento de los medios globales y las compañías de comunicación digital, a los cuales se denomina medios transnacionales o conglomerados digitales. Su poder e influencia se extiende más allá de las barreras geográficas, económicas y políticas. Las compañías globales de medios y comunicación digital incluyen a aquellas que operan a nivel regional. La convergencia, a pesar de las regulaciones anti-monopolio, también ha facilitado estas fusiones y adquisiciones de los medios a nivel nacional y mundial. Muchas organizaciones mediáticas están estableciendo alianzas con compañías que hacen negocios en telecomunicaciones, aplicaciones web y entretenimiento (películas y videojuegos), etc. Las nuevas compañías creadas por estas coaliciones se han vuelto más poderosas a medida que sus mensajes, imágenes y voces pueden ahora ser transmitidas globalmente y alcanzar incluso los lugares más remotos a través de diversas plataformas – impresos, difusión y digital.

El nacimiento de estos medios globales y la comunicación digital globales presenta tanto retos como oportunidades. Algunos académicos de la comunicación nos han advertido de las amenazas de la homogeneidad cultural, pero las mismas herramientas de medios también ofrecen oportunidades para la diversidad cultural y el pluralismo (es decir, producir, compartir, e intercambiar el contenido de los medios locales). Los medios globales también tienen la capacidad y los recursos para establecer estándares más altos de profesionalismo. Como resultado, muchos de los canales de medios locales se ven forzados a ser más competitivos mejorando la calidad de su programación. Más aún, los temas de desarrollo que tienen un impacto a nivel mundial, como el cambio climático, las pandemias o las amenazas a la biodiversidad, pueden ser comunicados de una manera eficaz a través de los medios globales. También se reconoce que muchas de las historias que se esconden de las audiencias locales y nacionales debido a restricciones político-económicas, sin embargo se revelan a la audiencia del mundo a través de los medios globales independientes. Las empresas digitales globales tienen los recursos financieros para pagar por la moderación de los contenidos y la seguridad de la red, a pesar de los retos de la escala masiva (que a su vez son una función del tamaño y la expansión rentable de las propias empresas).

También está cambiando el impacto de las industrias mediáticas y de comunicación digital en el ambiente político. Con las nuevas tecnologías mediáticas, ahora existe un mayor flujo bi-direccional de información dentro y fuera de las fronteras nacionales, así como plataformas más amplias para el discurso público. Todo esto ha cultivado la tolerancia y el entendimiento, pero también ha permitido las operaciones internacionales

transfronterizas. El tema clave es: ¿Cómo pueden los medios de comunicación y la comunicación digital ayudar a promover un rango de opciones más amplio, con más capacidad de selección y libertad? El sistema de medios y sistemas digitales comercial actual requiere atención especial ya que la publicidad sigue siendo la principal fuente de ingresos. ¿Cómo pueden las organizaciones mediáticas mantener su independencia y la confianza del público y al mismo tiempo permanecer viables (rentables) y sostenibles (en términos de operaciones)? Se debería tomar en cuenta el impacto de sobredimensionar cualquiera de los dos factores.

El monopolio de los medios, así como el control del estado, puede representar una gran amenaza para la diversidad y el pluralismo de los medios, y por tanto para la libertad de expresión. La regulación de la competencia es una parte importante para restringir los monopolios como también lo es el profesionalismo y la independencia periodística. La diversidad de puntos de vista también se alimenta a través de una variedad de formas de propiedad (público, privado y sin fines de lucro), así como por la disponibilidad de diferentes tipos de medios (impresos, radio, televisión, Internet, etc.) Los mismos principios se aplican a las empresas de comunicación digital que pueden mantener a los medios de comunicación como rehenes y trabajar contra pequeños competidores.

Para debatir: es esencial tener la diseminación más amplia posible de información que provenga de fuentes diversas y pluralistas para la democracia y las opciones de desarrollo. Mientras que los diferentes propietarios de periódicos y aquellos que hacen difusión generalmente critican los contenidos de los otros la concentración de los medios bajo un propietario común puede prevenir cualquier tipo de crítica mutua y dar como resultado la auto-promoción.

Estudios de caso:

- Utilice historias que se hayan publicado acerca de cómo los intereses políticos y económicos de los propietarios de medios han influido en la cobertura de noticias de temas específicos. (Refiérase al módulo 2, unidades 2 y 3, para ver el antecedente de los valores en las noticias y el proceso de desarrollo de las noticias). Los estudiantes pueden identificar los factores que determinan el grado de influencia o de control.
- Investigue cómo el papel de “portería” de las empresas digitales ha impactado en la prominencia de las noticias y la viabilidad económica.

Análisis contextual

- Identifique un tema nacional que haya sido cubierto de manera extensa por las principales estaciones de televisión (de propiedad privada, de propiedad del gobierno y de propiedad pública) y compare y contraste los ángulos (es decir; puntos de vista particulares o perspectivas) y el tratamiento (es decir: reporte o manipulación) de las noticias. Refiérase al módulo 2, unidades 2 y 3, para ver los antecedentes de los valores en las noticias y en el proceso de desarrollo de las noticias).

- Revise las políticas editoriales de las publicaciones escolares en los diferentes ambientes (religioso vs laico, privado vs. propiedad de gobierno, y escuelas/colegios estatales vs locales) y descubra cómo la propiedad afecta al manejo de las publicaciones, al contenido editorial, etc.
- Revise la cobertura de dos canales de comunicación diferentes, posiblemente de distintas regiones del mundo, sobre un tema y un día concretos y compare y contraste los ángulos y el tratamiento de las noticias.
- Examine medidas como la iniciativa australiana de 2021 para obligar a las empresas digitales a pagar a las empresas de medios por el contenido.
- Durante por lo menos dos o tres días, revise los temas que se han cubierto en la sección de negocios de los principales periódicos o canales de noticias. En una base diaria, cuente el número de artículos sobre las corporaciones privadas vis-a-vis el número total de artículos de la sección. Los artículos también pueden ser clasificados como "buenas" noticias, "noticias' o "neutrales" con referencia a las corporaciones.
- Compare esto con cómo funciona el "feed" de noticias en una plataforma de redes sociales como Facebook y Sina Weibo.

Enfoque de investigación de problemas

- Los educadores entrevistan por lo menos a diez niños de escuela primaria y les preguntan por qué prefieren una marca particular de un producto en especial. Los estudiantes compilan las respuestas de los niños y comparan las principales respuestas con las propagandas de los productos preferidos.

Trabajo de investigación sobre los derechos de propiedad intelectual (DPI)

- Los educadores exploran las diversas dimensiones de los derechos de propiedad intelectual y sus implicaciones en el acceso universal a la información. El trabajo deberá cubrir los antecedentes históricos de los DPI, las ventajas y desventajas de los DPI, los casos específicos de los problemas que emergen de los DPI, temas de los países en vías de desarrollo en contra de los DPI, etc. Examine el debate sobre "el impuesto al enlace" en la Unión Europea, como medio para compensar a los editores por su contenido que es referenciado como parte del modelo de negocio por los motores de búsqueda y las empresas de medios sociales.

Reflexión

- Los educadores obtienen la copia más reciente de los datos auditados de circulación de un periódico o de las calificaciones de las estaciones de televisión nacional. Los estudiantes luego reflexionan sobre el contenido editorial o el estilo de programación del periódico de mayor circulación o de la estación de televisión con mayor calificación y escriben un ensayo sobre lo que han aprendido en este ejercicio.
- Examine las afirmaciones publicitarias de las empresas digitales sobre la cantidad y la calidad de las audiencias a las que pueden llegar.

Proyecto de investigación

- Lleve a cabo un estudio de investigación sobre los propietarios registrados en las principales organizaciones mediáticas (según lo reflejado en un organismo de gobierno relevante) e investigue los vínculos con otros negocios e intereses políticos, si los hubiera. Se puede ilustrar los resultados en un gráfico.
- Estudie quién posee y controla empresas como Facebook y Taringa! vs. Wikipedia.

Recomendaciones de evaluación

- Trabajo de investigación sobre la propiedad y el control de los medios de comunicación, y la propiedad y el control de las empresas de Internet.
- Participación en análisis de estudios de caso.

Ideas escritas basadas en ejercicios de análisis contextual

- Ejercicios de análisis e investigación.
- Estudios de caso / trabajo de investigación.
- Participación en discusiones de clase u otras actividades de aprendizaje en grupo.
- La sociedad de la información/conocimiento.
- La división digital/conocimiento.
- Temas de acceso universal a la información: DPI e información del dominio público.

Temas a considerar en el futuro

- Surgimiento de industrias creativas relacionadas con los medios:
- Desarrollo de juegos (software interactivo de entretenimiento).
- Publicación electrónica.
- Películas, video y fotografía.
- Software y servicios de computación.
- Otros.

Unidad 4: Promoción de medios alternativos a través de la tecnología digital

DURACIÓN: 2,5 HORAS

Temas claves

- Medios alternativos: por qué han surgido.
- Credibilidad pública de los principales medios.
- Aparición de la tecnología de la información y las comunicaciones.

- Cambios en los hábitos mediáticos y las preferencias del consumidor.
- Definición de medios alternativos (en contraste con los medios convencionales).
- Propiedad y control de los medios alternativos (es decir; democratizar la propiedad y el control). Audiencias de los medios alternativos: distintos sectores (mujeres, jóvenes, niños, obreros/trabajadores, etc.) grupos marginados (comunidades culturales, migrantes, etc.).
- Contenido de los medios alternativos (por ejemplo, problemas y preocupaciones de desarrollo comunitario o sectorial).
- Procesos periodísticos en medios alternativos (por ejemplo, perspectivas comunitarias, enfoques participativos e interactivos).
- El papel de los medios alternativos en la sociedad (p. ej., transparencia, diversidad y libertad de expresión).
- Planificación, administración y mantenimiento de un medio alternativo en distintos escenarios.
- Medios alternativos en un ambiente de escuela.
- Medios alternativos en una comunidad.
- Modelos de ingresos para los medios alternativos.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores podrán:

- Definir los medios alternativos; sus fundamentos, características y aplicaciones
- Analizar los ejemplos de medios alternativos utilizando varios formatos: impresión, difusión y electrónicos.
- Describir los procesos editoriales (incluida la planificación, producción y distribución) involucrados que distinguen a los medios alternativos de los medios convencionales.
- Evalúe el impacto de los medios alternativos sobre comunidades específicas (incluyendo comunidades virtuales), especialmente en relación con la cobertura de los temas y las preocupaciones de las audiencias marginadas y el darles una voz.
- Planifique la creación de un medio alternativo para una comunidad o en el contexto de una escuela.

Enfoques pedagógicos y actividades

ESTUDIOS DE CASO

Los educadores leen estudios de caso de importantes medios alternativos (algunos están disponibles en línea) y enumeran las mejores prácticas de planificación y manejo de medios alternativos, especialmente en las siguientes áreas:

- Planificación de temas (es decir: identificar las ideas de las historias).
- Generar u obtener datos.
- Procesamiento/organización de datos/información.

- Involucrar a los actores (audiencias) en el proceso editorial.
- Administrar operaciones (editorial y negocios).
- Expandir y retener a las audiencias generando ingresos.
- Los estudiantes pueden utilizar las siguientes características como una lista de comprobación de los indicadores de mejores prácticas:
  - Creativo.
  - Originario.
  - Eficaz.
  - Eficiente.
  - Participativo.

ESTUDIO, VISITA A UNA ORGANIZACIÓN MEDIÁTICA ALTERNATIVA / INMERSIÓN EN LA COMUNIDAD

Los estudiantes realizan un viaje de campo a una organización de un medio alternativo; entrevistan a los editores, administradores del medio y periodistas; y observan las políticas y prácticas editoriales y administrativas en comparación con las empresas de medios convencionales. El informe debe incluir cómo la organización alternativa de medios:

- Selecciona sus historias.
- Selecciona las fuentes de información.
- Selecciona los ángulos (es decir: la promoción de un punto de vista específico) y el tratamiento (es decir; reporte o manipulación) de las historias.
- Genera la retroalimentación de la audiencia.
- Genera ingresos.
- Mide el éxito en términos de calificación y circulación.

PRODUCCIÓN DE MEDIOS

Los educadores visitan una comunidad marginada y entrevistan a los líderes y miembros para determinar sus necesidades y requerimientos de información. A continuación, el equipo produce y sube un video de YouTube o un podcast. Pueden añadir música y otros elementos para lograr un mejor impacto.

Recomendaciones de evaluación

- Estudios de caso.
- Producción de medios alternativos.
- Documento escrito sobre el viaje de campo realizado a una organización mediática alternativa.
- Participación en discusiones de clase u otras actividades de aprendizaje en grupo.

Temas a considerar en el futuro

- Reporteros comunitarios y difusión comunitaria.
- Reportajes sensibles a los conflictos / periodismo de paz.

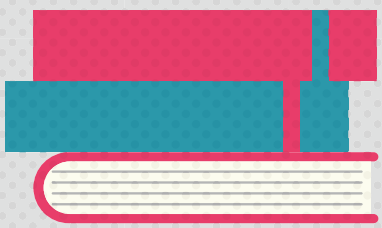
Unidad 5: Usos de las nuevas tecnologías mediáticas en la sociedad - el cambio social

VER MÓDULO 12, UNIDAD 2 PARA DETALLES



MÓDULO 14:

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN, AMI Y APRENDIZAJE – UN MÓDULO CULMINANTE









Antecedentes y fundamentos

Este recurso de Currículum AMI sobre Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) debería ser visto dentro del amplio campo de la comunicación y la información y, de acuerdo con lo que establecen las nuevas teorías de la enseñanza. La enseñanza y el aprendizaje están íntimamente ligados y son parte integral de los procesos de información y de comunicación. De hecho, ninguna de las dos puede ser eficaz sin la otra (Ndongko, 1985). Los educadores y estudiantes, consciente o inconscientemente, aplican los elementos de proceso de comunicación e información básicos y a veces complejos en los espacios de aprendizaje.

La instrucción y el aprendizaje se enriquecen y, al mismo tiempo, pueden presentar más desafíos cuando los recursos de los proveedores de contenido, como los medios de comunicación (radio, televisión y periódicos) y las empresas de comunicación digital, se integran en el espacio de aprendizaje. Que los educadores y los estudiantes adquieran las competencias AMI abre oportunidades para enriquecer el medio ambiente educativo y promover un proceso de enseñanza y aprendizaje que sea más dinámico.

Los educadores han estado a la vanguardia de muchos cambios que conectan, sostienen y renuevan el conocimiento de las generaciones sucesivas. En el mundo actual, el conocimiento se distribuye a través de personas, máquinas y redes digitales. Es el acceso y la interacción efectiva de las personas con este conocimiento distribuido lo que puede fortalecer sus experiencias de aprendizaje dentro y fuera del aula.

La pandemia de COVID-19 ha llevado a un aumento significativo en la participación en línea para la mayoría de las personas que tienen acceso. Por ejemplo, muchos estudiantes han tenido que depender del aprendizaje en línea o del aprendizaje a distancia ayudados por la tecnología para garantizar la continuidad de la educación formal. Las personas necesitarán competencias AMI para maximizar los beneficios de su presencia en línea más allá de la crisis del coronavirus. El desarrollo y el uso de plataformas en línea y contenido de aprendizaje remoto requieren importantes

competencias AMI para que los educadores y estudiantes puedan discernir sobre los riesgos y las distracciones en línea, al tiempo que garantizan su derecho a la educación. ¿Cuáles son algunas de las implicaciones de investigación y políticas para la expansión de la AMI en las instituciones y para la AMI para toda la ciudadanía?

La interacción de educadores y estudiantes con proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital puede ayudar a crear entornos de aprendizaje que destaquen la educación para el desarrollo sostenible, sean pluralistas y democráticos, y que también fomenten la creación de conocimiento abierto. Ser conscientes de estas fuerzas dinámicas que se desarrollan en espacios de aprendizaje supone un enfoque en los procesos cognitivos y meta cognitivos identificados en las teorías de aprendizaje y las teorías básicas de comunicación e información. El término cognitivo se deriva de la palabra cognición, que es el proceso de comprender y adquirir información y conocimiento a través del pensamiento, las experiencias y otros sentidos.

Este módulo sirve como un toque final para aprovechar el contenido que se cubre en los módulos anteriores. Explora los vínculos entre la comunicación y el aprendizaje (incluyendo las teorías de aprendizaje), y sugiere como AMI puede mejorar esta relación. Finaliza con una discusión sobre cómo administrar el cambio a fin de fomentar un medio ambiente propicio para AMI.

Unidades

Unidad 1:
Comunicación e información, educación y aprendizaje

Unidad 2:
Teorías de aprendizaje y AMI

Unidad 3:
Manejando del cambio para fomentar un entorno propicio para la AMI en los espacios de aprendizaje

Unidad 1: Comunicación e información, enseñanza y aprendizaje

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Definición de comunicación.
- Teorías básicas sobre la comunicación y la información.
- Explorando la instrucción y el aprendizaje como un proceso de comunicación y cómo el conocimiento de AMI puede contribuir a este proceso.
- Estrategias para instrucción a través y sobre la AMI.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes deberían poder:

- Demostrar un entendimiento básico de la comunicación y la información.
- Identificar y analizar las teorías básicas de la comunicación e información y su relación con los procesos de enseñanza y aprendizaje relacionados con la aplicación de las destrezas AMI.

Actividades

Si estamos utilizando proveedores de contenido como bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital en espacios de aprendizaje, debemos tomar en consideración nuestras formas de educar: ¿cómo las estamos utilizando? ¿De qué manera tienen un impacto sobre las formas en las cuales la información se comunica a los estudiantes, cómo los estudiantes se comunican entre sí y cómo los estudiantes se comunican con los educadores? ¿Qué datos recopilan los proveedores sobre este proceso y con qué implicaciones?

Los modelos de comunicación e información pueden proveer un marco conceptual para insertar a la AMI dentro de la experiencia de educación y aprendizaje. Estos modelos dan la oportunidad de examinar de cerca los roles de los educadores, los estudiantes y los proveedores de información en los espacios de aprendizaje.

Se propuso un modelo simplista utilizando un paradigma de ingeniería después de la Segunda Guerra Mundial (Shannon and Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960). Este modelo asume que el proceso es lineal y comienza con un emisor de un mensaje, mientras que muchos destacarían la voluntad estructuradora de los canales y su fuerza impulsora, así como la configuración por géneros y formatos de los mensajes.

Si bien el modelo también se olvida de los principales problemas de la comunidad, la cultura, el poder y el compromiso con el significado, identifica elementos que pueden dar perspectivas limitadas.

- Emisor (el que origina/fuente).
- Mensaje (contenido).
- Canal (medio).
- Receptor (el que responde/decodifica).
- Retroalimentación (receptor a emisor y viceversa a medida que el bucle continúa).

A continuación se proponen otros modelos. Sin embargo, utilizando este esquema elemental, se pueden considerar las siguientes actividades:

- Los educadores y estudiantes pueden identificar las formas en las que este modelo podría ser aplicado a las experiencias de aprendizaje en sus espacios de enseñanza o aprendizaje. ¿Qué roles se asumen como educadores en este modelo? ¿Qué roles están disponibles para los estudiantes? ¿Cómo se da forma a la experiencia de aprendizaje a través de estos roles? ¿Cómo se administra el proceso de retroalimentación en el proceso de educación - aprendizaje? ¿De qué forma su conocimiento de AMI puede ayudar a mejorar el proceso?
- Tome en cuenta las oportunidades que tienen los estudiantes de examinar críticamente las plataformas a través de las cuales reciben contenidos y se comunican para aprender. Relacionadas con esto están las nociones de educar sobre y a través de bibliotecas, archivos, museos, medios y empresas de comunicación digital. ¿A través de cuál de estos proveedores los estudiantes reciben contenido y se comunican en espacios de aprendizaje? ¿Cuál es el impacto de estos proveedores en la experiencia de educación y aprendizaje? ¿Cuáles están permitidos para su uso en sus espacios formales de enseñanza y aprendizaje? ¿Cuáles no lo están? ¿Por qué? Explique cuál es la razón y el proceso de selección para incluirlos en el currículum. ¿Cómo puede ayudar AMI?
- Educar sobre AMI requiere conocer y analizar todas las formas de proveedores de contenido y el papel que desempeñan en el aprendizaje permanente y en la transmisión y configuración de la información, los mensajes y la comunicación (por ejemplo, las bibliotecas, los archivos, los medios y la propia tecnología digital se convierten en objeto de estudio en el aula). La educación que hace uso de los proveedores de contenido requiere un conocimiento y un análisis por parte de los educadores y los estudiantes sobre su propio papel y el papel de estos proveedores y sus agendas e intereses particulares. ¿Esto afecta a lo que se enseña y a través de qué proveedores o herramientas? ¿Existe un tema en especial o materia que se enseñe a través del uso de las compañías de comunicación digital o los medios? ¿Cómo pueden los educadores aplicar las destrezas AMI a lo que están enseñando?
- Identifique ejemplos generales de educación acerca de AMI y a través de la tecnología digital, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información. Describa actividades/ejemplos específicos en sus espacios de aprendizaje donde se usen estos dos enfoques. ¿Qué ofrecen estos enfoques a los estudiantes en términos de su experiencia de aprendizaje?

- Los educadores y los estudiantes deberían organizar el trabajo en pequeños grupos para investigar los siguientes modelos de comunicación e información relacionados con la comunicación:

Ejemplo de teorías de comunicación

- Modelo de comunicación de Laswell.
- Concepto adaptativo del pensamiento.
- Teoría de la configuración de la agenda.
- Modelo AIDA (factor de atención, elemento de interés, elemento de deseo y elemento de acción).
- Teoría de la atribución.
- Teoría de la disonancia cognitiva.
- Teoría de mercadeo social.

Ejemplo de teorías de información

- Diseño contextual.
- Teoría de la información.
- Cultura de la información.
- Procesamiento de información social.

Ejemplos de teorías de investigación y participación en tecnología digital[111]

- Modelo de aceptación de tecnología.
- Teoría del control.
- Teoría del contrato social.
- Teoría de los canales.
- Teoría de integración de la información.
- Teoría de la decisión bayesiana.
- Teoría de la creatividad.
- Teoría de la atención plena.

Cada grupo debe preparar carteles originales básicos que usarán para comunicar las teorías a los demás en la discusión en el aula. Los educadores y los estudiantes deberían responder las siguientes preguntas (se podrían añadir otras preguntas). ¿Cuáles son los principales componentes de la teoría? ¿Cuáles son su enfoque y puntos fuertes? ¿Cómo difiere o se relaciona con al menos otra teoría? ¿Cuáles son sus debilidades? ¿Pueden los educadores o estudiantes dar al menos un ejemplo de la vida real en el que hayan visto esta teoría ayudar en el proceso de educación o aprendizaje? ¿Qué podría faltar en la teoría o modelo? ¿Cómo cree usted que AMI puede ayudar?

- Los educadores deberían buscar y guiar estudios de caso de la aplicación de diferentes teorías más allá de las enumeradas anteriormente. Discuta en grupo y guíe la discusión.

111. Lim, S., Saldanha, T., Malladi, S., & Melville, N. (2013). Theories Used in Information Systems Research: Insights from Complex Network Analysis. *Journal of Information Technology Theory and Application 14*, 5-46.

Recomendaciones de evaluación

- Desarrollo y evaluación práctica de proyectos grupales.
- Seleccionar y aplicar un modelo de comunicación o información a un escenario específico.

Temas a considerar en el futuro

- Las TIC en la educación.
- Mujeres y niñas en Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM).
- Innovación digital.

Unidad 2: Teorías de aprendizaje y AMI

Temas claves

- Pedagogía y AMI.
- Qué son las teorías de aprendizaje.
- ¿Qué es meta cognición?
- Meta cognición y AMI: haciendo el vínculo.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes podrán:

- Desarrollar estrategias pedagógicas apropiadas para los estudiantes de AMI.
- Identificar y desarrollar estrategias metacognitivas para los estudiantes.

Estrategias pedagógicas

Hay muchas teorías de aprendizaje. Muchos de ellos se relacionan estrechamente con muchos de los conceptos de AMI en los 14 módulos de este Currículum AMI. Al final, el conocimiento de estos mejorará la forma en que las personas aprenden sobre AMI y aplican AMI a la vida social en general. He aquí algunos ejemplos de teorías de aprendizaje:[112]

- Teoría del desarrollo cognitivo de Piaget .
- Teoría del aprendizaje de Vygotsky.
- Teoría del aprendizaje social.
- Teoría del aprendizaje cognitivo.
- Currículum espiral de Bruner.
- Teoría del aprendizaje conductista.
- Teoría del aprendizaje constructivista.
- Teoría del aprendizaje humanista.
- Teoría del aprendizaje conectivista.

112 Véase: Teacherofsci, 15 Learning Theories in Education (A Complete Summary). https://teacherofsci.com/learning-theories-in-education/

- Considere aprender las teorías anteriores. Los educadores o estudiantes se dividen en grupos. Cada grupo debe preparar un video básico de 5 minutos creado por ellos mismos (tal vez con un teléfono móvil o un software). Presente los videos y proceda a una discusión guiada. Los educadores y los estudiantes deberían responder las siguientes preguntas (se podrían añadir otras preguntas). ¿Cuáles son los principales componentes de la teoría? ¿Cuáles son su enfoque y puntos fuertes? ¿Cómo difiere o se relaciona con al menos otra teoría? ¿Cuáles son sus debilidades? ¿Pueden los educadores o estudiantes dar al menos un ejemplo de la vida real en el que hayan visto de que esta teoría añada valor a su proceso de educación o aprendizaje? ¿Qué podría faltar en la teoría o modelo? ¿Cómo cree usted que la AMI puede ayudar? ¿Existen otras teorías de interés?
- "Si bien las plataformas sociales, como Twitter, pueden verse como actores relativamente nuevos, el aprendizaje social no lo es. Las teorías del aprendizaje social se remontan a muchas décadas, mucho antes de que se concibiera Internet. Las nuevas tecnologías, el nuevo flujo de información y la proliferación de medios a veces se pueden ver a través de una lente negativa. La AMI permite que las personas se beneficien de las oportunidades mientras se protegen de los riesgos. La AMI apoya a las personas en su búsqueda de un mejor aprendizaje social y aprendizaje a lo largo de la vida. Parece intuitivo que el aprendizaje social se pueda renovar y llevar a cabo a través de las redes sociales. Si los notables innovadores educativos como Burrhus Frederic Skinner, Clark Lewis Hull, Neil Miller y John Dollard estuvieran vivos hoy en día, podrían haber promovido los méritos de la investigación a través de las redes sociales. Ciertamente, Albert Bandura estaría de acuerdo en que los educadores y otros actores sociales tienen oportunidades únicas para enriquecer el aprendizaje y el compromiso de las personas a través de las redes sociales". Discuta esta declaración tomada de La enseñanza y el Aprendizaje con Twitter: Alfabetización Mediática e Informacional, recurso del Aula Digital desarrollado en cooperación con la UNESCO. Formule y responda varias preguntas para evaluar la utilidad de esta herramienta. ¿Ustedes, como educadores o estudiantes, usan Twitter para enseñar y aprender dentro y fuera de los espacios de aprendizaje formal?
- Estudie y pruebe las diversas actividades para la educación y el aprendizaje sugeridas en La enseñanza y el Aprendizaje con Twitter: Alfabetización Mediática e Informacional. Esto incluye una guía para que los educadores y estudiantes documenten sus experiencias y las compartan a través de diferentes hashtags y en diferentes plataformas de redes sociales en línea. ¿Podría hacer lo mismo por las pautas y herramientas de otros educadores y estudiantes proporcionadas por otras plataformas de redes sociales o empresas de comunicación digital? ¿Se integran las competencias relacionadas con la AMI en estos recursos? ¿Qué mejoras se podrían añadir?
- Conecte la Alfabetización Mediática e Informacional con los Dominios de Aprendizaje de Bloom:
  - Definición de la tarea.
  - Investigación de la información.

- Localización y acceso.
- Análisis de los mensajes y la información.
- Evaluación del contenido en los mensajes y la información.
- Uso de la información.
- Síntesis.
- Evaluación.

Identifique las formas en las cuales los estudiantes pueden desarrollar las destrezas relacionadas, dentro de su espacio de aprendizaje. Describa estrategias pedagógicas específicas o actividades que puedan llevar a cabo para que esto sea posible.

- Desarrolle una planificación de clase o esquema para una unidad curricular que incorpore estas estrategias y actividades. Piense en desarrollar una lección/esquema autónoma en AMI, o una lección/esquema que integre AMI en un curso ya existente. Identifique cuáles son las principales consideraciones/adaptaciones que los educadores tienen que hacer para que los estudiantes puedan demostrar estas destrezas de una manera exitosa.
- Tomando en cuenta las teorías/modelos de comunicación e información descritos en la unidad previa, explique y justifique el papel que los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de contenido van a tener en el esquema de su lección/unidad. ¿Qué papel(es) va usted a asumir como educador? ¿Qué rol(es) estará(n) disponibles para los estudiantes? ¿De qué forma estos roles van a mejorar el proceso de aprendizaje?
- Para que los aprendices tengan éxito como estudiantes, es importante conocer la meta cognición y las estrategias de meta cognición. Se puede definir la meta cognición como 'la cognición sobre la cognición' o 'el conocimiento sobre el conocimiento'. Esto puede tomar muchas formas e incluye el conocimiento sobre cuándo y cómo utilizar una estrategia en particular para aprender o para resolver problemas. En la práctica, estas capacidades se utilizan para regular nuestro propio conocimiento, para maximizar nuestro propio potencial para pensar y aprender, y para evaluar las reglas adecuadas de ética/moral.
- Examine la lista de destrezas de AMI que aparece anteriormente. Para cada destreza de AMI, haga una lista y describa una estrategia de meta cognición que los estudiantes puedan utilizar para fortalecer su experiencia de aprendizaje. Por ejemplo, se puede sustentar la definición de la tarea con el uso de un mapa conceptual, mientras que el análisis de los mensajes y la información se puede combinar con un diagrama que etiquete las distintas partes de un texto de información, acompañado de preguntas críticas.
- Elija varias actividades de un módulo de su preferencia. Identifique las destrezas que los estudiantes requieren para completar cada actividad. ¿Qué papel puede desempeñar la meta cognición en la transferencia de aprendizaje de esta actividad a la participación de los estudiantes con los proveedores de información, como bibliotecas, archivos, museos, medios, empresas de comunicación digital y herramientas fuera de los espacios de aprendizaje formal?
- Refiérase al módulo 1, Unidad 5 sobre las estrategias pedagógicas para la enseñanza de AMI. En el contexto de su propio currículum, elija una estrategia

específica y adáptela o desarróllela para los estudiantes. ¿Cómo integra este enfoque las teorías de comunicación e información y las teorías de aprendizaje y AMI en la experiencia de aprendizaje? ¿Cómo esta estrategia se integra con las expectativas de su currículum? ¿Cómo van a saber los educadores y los alumnos si han tenido éxito? (es decir: ¿dónde entra esta estrategia en términos de un programa para la valoración y la evaluación?).

- Considere el papel de las bibliotecas, archivos y de los museos en el desarrollo de las destrezas AMI. Diseñe una actividad en la que ilustre cómo una actividad estratégica específica puede utilizarse en uno de estos medios. Considere las características únicas que son parte de estos ambientes y que pueden influir en la experiencia de enseñanza o aprendizaje de una manera positiva.
- Basado en las actividades de uno de los módulos de este currículum, o en su propio trabajo, explique las formas en las cuales un Currículum AMI provee las oportunidades para una instrucción y aprendizaje diferenciado (es decir: aprendizaje kinestético, aprendizaje visual, aprendizaje auditivo, lectura profunda, aprendizaje social, etc.).

Recomendaciones de evaluación

- Desarrollo y evaluación práctica de proyectos grupales.
- Asignaciones individuales donde las redes sociales son la única base para responder. Las competencias AMI seleccionadas deben demostrarse al completar la tarea.

Temas a considerar en el futuro

- Alfabetización Mediática e Informacional para personas con discapacidad.
- Diseñar Alfabetización Mediática e Informacional para diversos grupos sociales como migrantes, refugiados, niñas y niños, etc.
- Las TIC en la educación.
- Enfoques de aprendizaje sensibles al género.
- Innovación digital.

Unidad 3: Manejando el cambio para fomentar un entorno propicio para la AMI en los espacios de aprendizaje

Temas claves

- Los medios mundiales y el impulso de la alfabetización informacional: una visión general de las acciones en el mundo, desarrollo de políticas, etc.
- El medio ambiente propicio que se requiere para adoptar la AMI en los espacios de aprendizaje formales, informales y no formales.

- Retos que hay que enfrentar al integrar la AMI en los espacios de aprendizaje y al diseñar estrategias para sobrepasar estos retos.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad, los educadores y los estudiantes deberían poder:

- Identificar y describir las iniciativas AMI que se están implementado local y globalmente.
- Promover la Alfabetización Mediática e Informacional dentro de los diferentes grupos de interesados.
- Describir los temas claves que se deben tomar en cuenta cuando se planifica la integración de la AMI en las escuelas.

Estrategias pedagógicas

Guíe a los educadores a reflexionar y escribir un breve diario público sobre su propia autoevaluación de los siguientes siete tipos de conciencia.[113] Deberían hacer esto sin más investigación. Ahora guíelos para que investiguen más, reflexionen de nuevo y reescriban el diario; anime a los estudiantes a comenzar un blog y publicar sus experiencias y reflexiones o compartirlas en las redes sociales.

- Autoconciencia.
- Conciencia de las necesidades de información.
- Conciencia comunicativa.
- Conciencia lingüística.
- Conciencia de AMI.
- Concienciación sobre el aprendizaje.
- Sensibilización sobre la gestión del cambio.

Utilizando motores de búsqueda y otros recursos, realice una búsqueda de programas, proyectos o iniciativas en materia de Alfabetización Mediática e Informacional que existan actualmente en diversos espacios de aprendizaje, como en línea, comunidades, escuelas e institutos de educación de profesores. Tome en cuenta los ejemplos locales e internacionales. Elija uno de estos ejemplos e identifique las áreas claves que se van a tratar. ¿En qué forma este programa se diferencia del currículum que se incluyó en la AMI? ¿De qué forma este programa aún se puede utilizar como un recurso para los educadores y estudiantes que están interesados en la AMI?

Realice una investigación de asociaciones y organizaciones que apoyan los objetivos de la AMI. ¿Qué información y recursos (humanos y materiales) ofrecen estos programas a los educadores y estudiantes?

Guíe a los educadores y estudiantes a investigar e involucrarse en:

Alianza AMI de la UNESCO, https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil

113. Inspirado en la conferencia del Dr. Drissia Chouit sobre el Poder del Lenguaje. https://www.youtube.com/watch?v=5yGWASki1OU

Asociaciones o redes nacionales de AMI y ¿MIL CLICKS de la UNESCO? **https://en.unesco.org/MILCLICKS;**

Para garantizar el éxito de los cursos y programas de AMI, muchos expertos han desarrollado un conjunto de recomendaciones. Varias de estas recomendaciones se enumeran a continuación. Explique cómo se puede aplicar esta lista dentro de su situación particular. Identifique cualquier recomendación adicional que usted haría para garantizar el éxito de la AMI en su departamento o institución.

Recomendaciones sugeridas:

- Identificar el contexto.
- Identificar los principales participantes y partidarios a nivel de programa y de políticas.
- Desarrollar un plan estratégico para la implementación/integración, etc.
- Desarrollar un plan para promover AMI.
- Identificar las agencias/asociaciones que prestan apoyo.
- Identificar los recursos disponibles y los que se requieren.
- Desarrollar herramientas de evaluación para los cursos y los programas AMI.

¿Cambiaría esta lista si uno toma en cuenta los criterios de un programa exitoso para los estudiantes? Identifique aquí cualquier consideración adicional.

Tomando en cuenta las necesidades de su propia comunidad de aprendizaje y educativa, ¿de qué manera se podría integrar la AMI a los programas existentes para educadores y estudiantes, o desarrollarse como un programa en sí? ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de cada una? Cite módulos específicos como ejemplos.

Para lograr el cambio es necesario identificar a las partes interesadas y analizar los obstáculos y los beneficios del mismo. Requiere la selección de prioridades y la construcción de alianzas. Pida a los participantes que desarrollen una teoría del cambio que pueda informar una estrategia y planificar una acción específica.

Desarrolle un plan para promover la AMI entre los hacedores de políticas, directores de programas, ONU y otras organizaciones internacionales de desarrollo, y educadores de su institución o comunidad. ¿Cuáles son las principales prioridades o necesidades para cada grupo? Explique cómo este Currículum AMI puede ayudar a enfrentar aquellas necesidades. Identifique otros grupos de actores a quienes se podría incluir. ¿Qué papel jugarían ellos en la promoción de AMI?

Recomendaciones de evaluación

- Generación de ideas, desarrollo e implementación de proyectos grupales.

Temas para considerar en el futuro

- Participación en la articulación e implementación de políticas y estrategias nacionales o institucionales de AMI.

- Gestión del cambio.
- AMI para los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Recursos y referencias para este módulo

Big6. (2010). Teaching Information Literacy Through Literature. Big6 eNewsletter 11.1, 4. www.big6.com

Geek the Library, Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias, https://www.facebook.com/geekthelibrary

Los medios de comunicación como asociados en la educación para el desarrollo sostenible: Un kit de capacitación y recursos. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158787

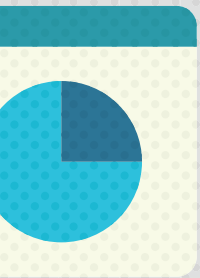
La enseñanza y el aprendizaje con Twitter: Alfabetización Mediática e Informacional, Aula Digital. https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_twitter_mil_guide.pdf

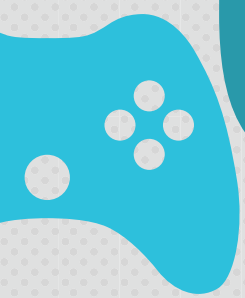
Enseñanza de la alfabetización informacional a través de estilos de aprendizaje: La aplicación de las múltiples inteligencias de Gardner. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, Escuela de Comunicación e Información (WKWSCI) en la Universidad Tecnológica de Nanyang (NTU), 2008.

University Library Service. (2009). Manual para la Enseñanza de Alfabetización Informacional, tercera revisión.

UNESCO. 2003. Educación Mediática en el Pacífico: Una guía para profesores de secundaria.


AI



Glosario de términos

Glosario de términos[114]

Acceso a la información: El acceso a la información se refiere al derecho, la posibilidad y la capacidad de identificar, obtener y hacer uso de la información de manera efectiva. Esto indica el derecho legal o de otro tipo a la información y la medida en que es o debe ser "abierta", así como las condiciones tales como la existencia y el costo de las conexiones a Internet para hacer que el derecho sea una realidad. La cuestión de la capacidad se refiere a las competencias para utilizar las oportunidades y hacerlo de maneras significativas. El acceso sin garantía a través de una ley de Derecho a la Información (también conocida como leyes de Libertad de Información) es limitado. Pero sin condiciones y capacidades propicias, este derecho sigue siendo hueco.

Alfabetización digital: Este concepto a menudo se toma para abarcar muchas cosas. Para este Currículum, la interpretación es estrecha, existiendo junto a otras alfabetizaciones. Por lo tanto, no se trata de la alfabetización sobre las empresas de comunicación digital, ni del contenido utilizado por estas, dado que estos son elementos ya cubiertos por la alfabetización de la economía política y la alfabetización de género. Del mismo modo, la alfabetización digital no se combina con la alfabetización en privacidad y tampoco con la alfabetización en datos. Más bien, para este Currículum, la alfabetización digital es específicamente la capacidad de comprender y utilizar la tecnología digital, las herramientas de comunicación o las redes para localizar, evaluar, utilizar, crear y compartir contenido. Esto incluye la capacidad de transformar datos e imágenes a través de la manipulación digital. No necesariamente se extiende a la codificación de la alfabetización, aunque sí se puede.

Alfabetización informacional: Se refiere a la capacidad de reconocer cuándo se necesita información y de localizar, evaluar, utilizar eficazmente y comunicar información en sus diversos formatos.

Alfabetización mediática: Comprender y utilizar los medios de manera asertiva o no asertiva, incluida una comprensión informada y crítica de las instituciones de los medios, su propiedad, las funciones normativas y reales, el empleo y los efectos de su contenido. Además, la capacidad de leer, analizar, evaluar y producir comunicación en una variedad de formas de medios (por ejemplo, audiovisuales, escritos, gráficos, juegos interactivos, etc.).

Alfabetización social y emocional: El aprendizaje socioemocional es el proceso de desarrollar y utilizar las habilidades sociales y emocionales. Es el conjunto de habilidades para hacer frente a los sentimientos, establecer metas, tomar decisiones y llevarse bien con los demás y sentir empatía por ellos. (El acrónimo SEL también se conoce como aprendizaje socioemocional o alfabetización socioemocional).

Algoritmo: Secuencia finita de instrucciones, programas o códigos bien definidos e implementables por computadora, normalmente con el fin de resolver una clase de problemas o para realizar un cálculo

AMI: AMI significa Alfabetización Mediática e Informacional, y se refiere a las competencias esenciales (conocimiento, habilidades y actitudes) que permiten a la ciudadanía involucrarse con los proveedores de contenido de manera efectiva y desarrollar el pensamiento crítico y las habilidades de aprendizaje permanente para socializar y convertirse en ciudadanía activos.

114. Este glosario se basa en varias fuentes, incluida la Wikipedia. No debe interpretarse como un conjunto autorizado por las Naciones Unidas de definiciones de los términos proporcionados.

Análisis contextual: El enfoque pedagógico en la enseñanza de la AMI que se enfoca en el estudio y análisis de los contextos técnicos, narrativos y situacionales de los textos.

Anuncio de bien público: Un mensaje de interés público producido y difundido gratuitamente, con el objetivo de sensibilizar y cambiar las actitudes y el comportamiento del público hacia una cuestión social.

Aprendizaje a lo largo de toda la vida: Conectado a la idea de la educación centrada en el estudiante. Reconoce que la vida no 'comienza' y ni 'se detiene' después de un programa de instrucción dentro de un tiempo y espacio específicos. Cada individuo está constantemente aprendiendo, interactuando con los proveedores de contenido, para mantener este tipo de aprendizaje. El desarrollo de la Alfabetización Mediática e Informacional no se limita simplemente a completar un programa, sino que se extiende más allá de los contextos de la educación formal. Ocurre en varios entornos (lugares de trabajo, en actividades comunitarias, entornos de educación no formal, etc.).

Aprendizaje auditivo: Aprender a través de la escucha: a veces se agrupa con el aprendizaje visual y el aprendizaje kinestésico (ver a continuación) como uno de tres tipos diferentes de aprendizaje.

Aprendizaje automático: El uso y desarrollo de sistemas informáticos que sean capaces de aprender y adaptarse sin seguir instrucciones explícitas, mediante el uso de algoritmos y modelos estadísticos para analizar y extraer inferencias de patrones en los datos.

Aprendizaje cinestésico: Se refiere a un enfoque del aprendizaje que implica actividad física en lugar de, por ejemplo, escuchar una conferencia.

Aprendizaje en grupos escalonados (jigsaw): Jigsaw es una estrategia de aprendizaje cooperativo que permite a cada estudiante de un grupo de "la casa" especializarse en un aspecto de un tema (por ejemplo, un grupo estudia hábitats de animales de la selva tropical, otro grupo estudia depredadores de animales de la selva).

Aprendizaje visual: Un estilo de aprendizaje basado en la absorción de imágenes o mediante la observación de demostraciones.

Archivista: Un profesional de la información que evalúa, recopila, organiza, preserva, mantiene el control y proporciona acceso a registros y archivos para los que se determina que tienen valor a largo plazo.

Arquetipo: Un modelo o forma ideal de una persona u objeto que se considera que representa versiones posteriores de esa persona u objeto.

Atractivo emocional: Persuasión basada en la reacción emocional en lugar de los hechos y el razonamiento.

Atractivo popular: El uso de personas comunes para promocionar un producto o servicio. El objetivo es demostrar que el producto o servicio es atractivo y valioso para todos.

Audiencia: Un grupo reunido, dirigido y construido como consumidores potenciales de textos de contenido particular. Dada la realidad del compromiso activo con los contenidos especialmente ofrecidos por varias empresas de comunicación digital en la actualidad, a veces se hace referencia al "grupo anteriormente conocido como la audiencia" y a los "prosumidores" en lugar de a los "consumidores" (pasivos).

Audiencia activa: Una teoría que consiste en que las personas reciben e interpretan los mensajes de los medios a la luz de su propia historia, experiencia y perspectiva para que diferentes grupos de personas puedan interpretar el mismo mensaje de diferentes maneras.

Autocensura: La autocensura es el acto de decidir suprimir el propio discurso. Esto se hace por temor o deferencia a las sensibilidades o preferencias (reales o percibidas) de los demás, y sin instrucciones explícitas de ninguna parte o institución de autoridad específica. Cuando la supresión se hace por orden de una parte externa, esto es censura.

Autorregulación: Véase "Regulación".

Aviso de servicio público: Un tipo de anuncio que aborda algún aspecto del interés público, en lugar de un producto o marca.

Base de datos: Una base de datos es una estructura de datos que almacena información organizada. La mayoría de las bases de datos contienen múltiples tablas digitales, cada una de las cuales puede incluir varios campos diferentes. Por ejemplo, una base de datos de la empresa puede incluir tablas de productos, empleados y registros financieros.

Blockbuster: Un producto, película, etc. muy exitoso que gana mucho dinero.

Blockchain: Un sistema utilizado para hacer un registro digital de todas las transacciones en múltiples ubicaciones, con verificación integrada en todas las ubicaciones. A menudo se utiliza para referirse a aplicaciones en criptomonedas (como bitcoin) que se pueden comprar o vender, y que pueden estar en constante crecimiento a medida que se agregan más bloques a los registros.

Blog: Un sitio web, generalmente mantenido por una persona, donde él o ella publica comentarios, descripciones de eventos, imágenes o videos. Otros usuarios pueden dejar comentarios a las entradas del blog, pero solo el propietario puede editar el blog real. Los blogs a menudo se denominan "revistas en línea".

Bloqueo: Se refiere a una forma técnica o editorial de obstruir el acceso a los contenidos digitales impidiendo el acceso a la dirección de una pieza de contenido o fuente del mismo. Mientras que anteriormente las opciones eran bloquear o permitir, hay muchos tratamientos adicionales que van desde hacer lentos ciertos contenidos o servicios, etiquetar el contenido de ciertas maneras, contrapesarlo con otros contenidos, etc.

Captura de medios: Una forma de control de los medios que se logra a través de pasos sistemáticos tomados por los gobiernos y poderosos grupos de interés. Esta captura se realiza a través del control y abuso de: mecanismos regulatorios que gobiernan los medios; operaciones de medios estatales o controlados por el estado; fondos públicos utilizados para financiar el periodismo; y propiedad de parte de los amigotes de medios de comunicación privados.

Ceguera de género: La ceguera de género es un término utilizado para describir una suposición implícita de que el género es irrelevante, es decir, tratar a todos los géneros de la misma manera, independientemente de sus diferencias biológicas o históricas. Aunque esto en apariencia pueda parecer una contribución a la igualdad de género, este tratamiento general puede terminar ignorando y perpetuando las desigualdades reales.

Centrado en el estudiante: Un enfoque de la educación que coloca al estudiante en el centro del proceso de aprendizaje. Aquí las necesidades y aspiraciones de las personas se colocan en el centro de cualquier proceso o programa de aprendizaje, centrándose en gran medida en las experiencias que aportan a la situación de aprendizaje. El concepto abarca la noción de participación y valora la contribución del estudiante a la comunidad de aprendizaje.

Ciberacoso: El ciberacoso es el acoso que tiene lugar a través de dispositivos digitales como teléfonos celulares, computadoras y tabletas. El ciberacoso puede ocurrir a través de SMS, texto y aplicaciones, o en línea en redes sociales, foros o juegos donde las personas pueden ver, participar o compartir contenido. El ciberacoso incluye enviar, publicar o compartir contenido negativo, dañino, falso o malo sobre otra persona. Puede incluir compartir información personal o privada sobre otra persona que le cause vergüenza o humillación. Algunos casos de ciberacoso cruzan la línea hacia comportamientos ilegales o criminales.

Ciclo de vida de la información: El ciclo de vida de la información es la etapa a través de la cual cada registro de información (escrito o informatizado) pasa, desde su creación, por su almacenamiento y distribución hasta su archivo o destrucción/pérdida. Estas etapas pueden incluir el cambio de formato o medios de grabación para permitir un acceso más fácil o un almacenamiento más seguro. El ciclo de vida de la información puede incluir un cambio en el valor de la información a lo largo del tiempo, con el contenido convirtiéndose en conocimiento e incluso sabiduría. Las personas deben ser conscientes del valor y las implicaciones de su participación en diversas etapas del ciclo de vida de la información.

Ciudadanía (activa): Una membresía de una comunidad definida (política, nacional o social). Por lo general, se entiende que la ciudadanía comprende un conjunto de derechos (por ejemplo, el voto y el acceso a la asistencia social) y responsabilidades (por ejemplo, la participación). La ciudadanía activa es la filosofía de que la ciudadanía deben trabajar para mejorar su comunidad a través de la participación, el trabajo público y voluntario, y otros esfuerzos para mejorar la vida de todos la ciudadanía. Tenga en cuenta que la ciudadanía legal de un país determinado a menudo excluye a muchas personas que viven en ese país, por razones de edad o nacionalidad. El término “ciudadanía” en AMI se utiliza más ampliamente que el de “ciudadanía legal”.

Ciudadanía digital: La ciudadanía digital se refiere a la participación en las TIC que promueve características de la ciudadanía como la participación, el derecho a los derechos, la solidaridad mundial y la preocupación de la comunidad. La ciudadanía digital está estrechamente relacionada con la Alfabetización Mediática e Informacional y las habilidades digitales para abordar temas como la prevención del acoso cibernético, la seguridad en línea, la rendición de cuentas digital y la salud y el bienestar digitales. Se trata de que los seres humanos busquen de manera proactiva dar forma y utilizar los servicios tecnológicos, en lugar de a la inversa, con el fin de que los fines de interés público puedan ser atendidos.

Ciudadanía/responsabilidad cívica: El estado de ser miembro de una comunidad social, política o nacional en particular. El estatus de ciudadanía, bajo la teoría del contrato social, conlleva tanto derechos como responsabilidades.

Código de conducta vs código de ética: Un código de ética es amplio, dando a los empleados o miembros una idea general de qué tipos de comportamiento y decisiones

son aceptables y alentados en una empresa u organización. Un código de conducta está más enfocado. Define cómo los empleados o miembros deberían actuar en situaciones específicas. Consulte “códigos periodísticos” a continuación.

Códigos direccionales y aspiracionales: Los códigos direccionales están orientados a prevenir conductas definidas por ciertos actores como poco éticas y, en consecuencia, estos códigos tienden a basarse predominantemente en normas. Proporcionan directivas de conducta específicas, o especifican en detalle los comportamientos que son aceptables e inaceptables. Los códigos aspiracionales están destinados a promover el comportamiento ético voluntario de acuerdo con las normas definidas.

Códigos periodísticos: Por ejemplo, códigos de ética periodística / códigos de práctica / otros códigos (por ejemplo, sobre la diversidad): El conjunto de principios de conducta para periodistas, que describen el comportamiento apropiado para cumplir con los más altos estándares profesionales. Ejemplos de tales códigos fueron establecidos por la Federación Internacional de Periodistas (FIP). Si bien hay diferencias entre los diversos códigos existentes, la mayoría comparte principios comunes, como la veracidad, la exactitud, la verificación, la imparcialidad, la equidad y la rendición pública de cuentas, ya que se aplican a la adquisición de información de interés periodístico y su posterior difusión al público.

Colocaciones de marca y producto: La colocación de marcas, a menudo denominada “colocación de productos”, es una práctica en aumento en un número creciente de vehículos de medios. A través de la colocación, una marca se incluye como parte de un programa de medios o contenido de plataforma digital a cambio de alguna consideración por parte del anunciante. El respaldo de la marca puede ser de manera similar una forma subrepticia de comunicación, como cuando los “influencers” en línea no revelan patrocinios ocultos cuando usan o recomiendan productos particulares.

Comprobación de los hechos: Confirmar la verdad de una afirmación (una afirmación hecha en el discurso o la escritura, o una imagen supuestamente verdadera), a menudo como parte del proceso de investigación o editorial.

Comunicación: Un proceso por el cual el contenido es empaquetado, canalizado e impartido por un remitente a un receptor a través de algún medio. No todas las formas de comunicación requieren un remitente, un mensaje y un destinatario previsto de una manera lineal e intencional. No es necesario que un receptor esté presente o sea consciente de la intención del remitente de comunicarse en el momento de la comunicación para que ocurra el acto de comunicación. Un receptor tampoco es el final de un proceso de estímulo-respuesta; el acto de recibir contenido implica un compromiso que puede “decodificar” los mensajes para que tengan significados muy diferentes al contexto en el que se crearon originalmente.

Conexión falsa: Contenido cuyos titulares, imágenes o subtítulos no admiten el contenido en sí. Además, falsos vínculos entre hechos que permiten la construcción de teorías de conspiración.

Configuración de privacidad: La parte de un sitio web de redes sociales, navegador de Internet, software, dispositivos digitales, etc. que le permite controlar parcialmente quién entre terceros puede ver o acceder directamente a información sobre usted, teniendo en cuenta que el/los servicio/s utilizado/s también suelen recopilar datos sobre usted, o permite que sean recopilados por las aplicaciones que utiliza o el

contenido al que accede. Un ejemplo es el proveedor de conectividad que utiliza. Además de esto están las aplicaciones que utiliza, con una gama de opciones.

Conocimiento: Información convertida en algo que puede ser aplicado ("know-how") o utilizado para la comprensión. El conocimiento puede ser aprendido. El conocimiento es la base de la sabiduría, que es el juicio sobre qué conocimientos aplican en casos particulares.

Consciente del género: Actividades que son conscientes del género y articulan políticas e iniciativas que abordan las diferentes necesidades, aspiraciones, capacidades y contribuciones de mujeres y hombres.

Contenido engañoso: Contenido que busca engañar a alguien para que crea algo que no es cierto.

Contenido fabricado: Contenido que es falso, diseñado para engañar y que puede dañar los derechos humanos como la dignidad, la participación política, la identidad, etc.

Contenido generado por el usuario (UGC): También conocido como medios generados por el consumidor (CGM) y contenido creado por el usuario, UGC se refiere a varios tipos de contenido multimedia disponible públicamente, que pueden ser producidos por los usuarios de los medios digitales. Por lo tanto, quienes consumen el contenido también producen contenido, a menudo sin normas éticas particulares. Los modelos de curaduría de las empresas de comunicación digital invitan, toleran o amplifican ciertos tipos de UGC, mientras que sus actividades de moderación buscan hacer cumplir sus políticas de contenido, a veces recabando la ayuda de usuarios en general, usuarios acreditados y verificadores de hechos externos pagados, con éxito variado.

Contenido impostor: Contenido cuyas fuentes genuinas son suplantadas.

Contenido manipulado: Contenido o imágenes genuinas que se manipulan para engañar.

Contenido: Se refiere a mensajes significativos, que abarcan muchos tipos de cualidades y formatos tecnológicos. El contenido incluye información, junto con (y sobre eclipsado por) otros tipos de significados que priorizan las dimensiones de entretenimiento (por ejemplo, películas), educativas (por ejemplo, documentales) o de persuasión (por ejemplo, publicidad). El contenido también incluye información falsa, desinformación y discurso de odio que explotan géneros que se encuentran en el contenido de información y entretenimiento, por ejemplo, y se disfrazan como si no tuvieran otras agendas.

Contexto falso: Contenido genuino compartido con información contextual falsa. También conocido como "mal-información"

Convergencia: Se refiere a la capacidad de transformar diferentes tipos de contenido, ya sea de voz, sonido, imagen o texto, en código digital, que luego es accesible por una gama de dispositivos, desde la computadora personal hasta el teléfono móvil, creando así un entorno de comunicación digital. El término también puede referirse a una fusión de instituciones y prácticas, por ejemplo, a una casa periodística que produce video servido por una plataforma de una empresa de comunicaciones digitales.

Cultura popular: La totalidad de ideas, perspectivas, actitudes, temas, imágenes otros fenómenos que son preferidos por un consenso informal en la corriente principal

de una cultura dada, especialmente la cultura occidental de principios a mediados del siglo XX y la corriente principal global emergente de finales del siglo XX y principios del siglo XXI.

Cultura: Un sistema compartido, aprendido y simbólico de valores, creencias y actitudes que da forma e influye en la percepción y el comportamiento: un "plan mental" o "código mental" abstracto. También se refiere a un patrón integrado de conocimiento humano, creencias y comportamiento que depende de la capacidad de pensamiento simbólico y aprendizaje social.

Curador del museo: Un especialista en contenidos encargado de las colecciones de un museo e involucrado en la interpretación del material patrimonial, incluidos los artefactos históricos. El término "curaduría" se ha expandido a las empresas de comunicación digital, y se refiere a cómo dichas instituciones establecen su "almacén" en términos de qué contenido es promovido por algoritmos relevantes, etc. El término "moderación" se utiliza para referirse a las intervenciones relacionadas con la forma en que los usuarios interactúan con la curaduría.

Currículum: Un conjunto de cursos cuyo contenido está diseñado para proporcionar un enfoque secuencial del aprendizaje.

Datos: Son la materia prima de la información, que es la forma en que se da sentido a los fragmentos discretos que se supone tienen un significado potencial. Los datos pueden dar lugar a hechos, y los hechos a su vez pueden servir como nuevos datos para futuras operaciones de creación de sentido. Cuando datos como hechos o números se transforman para convertirse en referencias significativas, esto puede enriquecer la toma de decisiones. Enormes cantidades de datos se establecen a través de rastros digitales o se reúnen por otros medios, y luego se almacenan y utilizan mediante la potencia de la computación en formas que las personas no podrían procesar. Hay grandes debates sobre quién recopila, posee y utiliza los macro datos, qué tan representativos son estos datos y qué impactos surgen para la autonomía individual y los derechos humanos, como la privacidad.

Democracia: Un sistema de gobierno donde el pueblo tiene la autoridad final que ejerce directa o indirectamente, a través de sus agentes electos elegidos en un sistema electoral libre. También implica la libertad de elegir entre las decisiones que afectan a la vida de la persona y la protección de los derechos y libertades fundamentales.

Derecho a la información: Véase "acceso a la información" arriba.

Derecho a la privacidad: Libertad de intrusión no autorizada; derecho de una persona a mantener en secreto sus asuntos y relaciones personales. Este derecho fundamental, con mucho en juego en el mundo contemporáneo, está definido en el Artículo 17 del Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos de la siguiente manera: "Nadie será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques ilegales contra su honor y su reputación".

Derechos de autor: Un conjunto de derechos otorgados al autor o creador de una obra, con el fin de restringir la capacidad de otros para copiar, redistribuir y remodelar el contenido. Los derechos a menudo son propiedad de las empresas que patrocinan la obra en lugar de los propios creadores, y pueden comprarse y venderse en el mercado.

Derechos humanos: Un conjunto de derechos y protecciones que se consideran necesarios para proteger la dignidad y la autoestima de un ser humano. Tales derechos generalmente se recogen en la documentación nacional e internacional que los articula (por ejemplo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Convenio Europeo de los Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño, etc.). También, los derechos de los grupos o pueblos. Se busca proteger especialmente a los grupos pobres y/o marginados en la sociedad.

Desinformación: Contenido que es falso y/o engañoso. Sin embargo, un uso más específico del término es limitarlo a contenidos falsos creados por productores que conocen la falsedad y tienen la intención de causar daño. Este sentido de "desinformación" se contrasta con la información falsa como contenido falso sin estos dos elementos de conciencia e intención. Sin embargo, en cualquier caso, el impacto potencial puede ser el mismo. Debido a que es difícil saber sobre la conciencia y la intención, ha surgido un enfoque para identificar contenido falso a través de las técnicas utilizadas para distribuirlo. En particular, lo que se llama comportamientos "inauténticos" y "coordinados", por ejemplo, por cuentas falsas y campañas evidentes, son pistas de que el contenido falso puede estar en acción. La desinformación en general reduce el poder, al trabajar diametralmente en contra del acceso a información verificable y confiable que hace que el derecho a la libertad de expresión sea significativo. La desinformación típicamente busca seducir a sus objetivos ofreciendo explicaciones fáciles como teorías de conspiración, o para intimidar y desacreditar a los narradores de la verdad que necesita inherentemente para desplazar si quiere hacerse creíble.

Discurso de odio: Cualquier comunicación que incite a la hostilidad, discriminación o violencia contra un grupo definido de personas por sus características colectivas (etnia, género, sexualidad, etc.).

Discurso: El tratamiento de un tema o tema (hablado o escrito) discutido en profundidad.

Diversidad de medios: Esto no es lo mismo que el pluralismo de medios (ver a continuación), aunque a veces se llama "pluralismo interno". Se refiere a la gama de voces, opiniones y análisis, ya sea dentro de una institución mediática o dentro del sector de los medios. El alcance de la diversidad a menudo está vinculado a la estrechez o amplitud de la propiedad, la dotación de personal y el público objetivo de las instituciones de medios de comunicación. Un sistema de medios inclusivo proporciona una amplia gama de contenidos, en diversas formas e idiomas, lo que permite a la opinión pública elegir y tomar conciencia de la inclusión demográfica.

Diversidad: Auténtico respeto y apreciación de la diferencia. Es complementaria a la idea de pluralismo. Las sociedades o sistemas democráticos protegen y valoran la diversidad como parte de los derechos humanos y el respeto a la dignidad humana. Consulte Pluralismo en los medios a continuación para obtener más información.

Editor: La persona responsable del lado editorial de una publicación, determinando el contenido final de un texto, especialmente de un periódico o revista. Este término debe diferenciarse claramente del propietario de los medios (o propietario de la empresa de comunicaciones digitales), que se refiere a la persona o grupo de interesados que son propietarias de la empresa de medios, aunque hay muchos casos en los que los roles están combinados problemáticamente en una sola persona.

Educación para el desarrollo sostenible: La educación para el desarrollo sostenible permite a los estudiantes tomar decisiones informadas y acciones responsables

para la integridad ambiental, la viabilidad económica y una sociedad justa, para las generaciones presentes y futuras. Se trata de una educación holística y transformadora que aborda el contenido y los resultados del aprendizaje, la pedagogía y el entorno de aprendizaje.

Educación para la ciudadanía mundial: La ciudadanía global se refiere a un sentido de pertenencia a una comunidad más amplia y a una humanidad común. Hace hincapié en la interdependencia e interconexión política, económica, social y cultural entre lo local, lo nacional y lo mundial. Como parte de la meta 4.7 de la Agenda Educación 2030, la Educación para la ciudadanía mundial tiene como objetivo ser transformadora, construyendo el conocimiento, las destrezas, los valores y las actitudes que los estudiantes necesitan para poder contribuir a un mundo más inclusivo, justo y pacífico. La educación para la ciudadanía mundial adopta un enfoque polifacético, empleando conceptos y metodologías ya aplicados en otras esferas, como la educación para los derechos humanos, la educación para la paz, la educación para el desarrollo sostenible y la educación para la comprensión internacional, y tiene por objeto promover sus objetivos comunes.

Enfoque pedagógico: Los principios y métodos generales de educación utilizados en las prácticas de enseñanza. Consulte el Módulo 1 de este Currículum AMI para ver un ejemplo de abordaje pedagógico relacionado con AMI.

Esfera pública: La noción de un espacio público en el que los miembros de la sociedad puedan intercambiar libremente noticias, información y opiniones; un lugar en el que las personas se reúnan e intercambien opiniones sobre cuestiones de interés común en público, sobre la base de la igualdad y la inclusividad. Uno de los teóricos modernos más influyentes de la esfera pública es Jurgen Habermas.

Ética de la información: La rama de la ética que se centra en la relación entre la creación, organización, difusión y uso de la información, y las normas éticas y los códigos morales que influyen en la conducta humana en la sociedad.

Ética en los medios: La ética de los medios de comunicación es la división de la ética aplicada que se ocupa de los principios y estándares éticos específicos de las instituciones de los medios de comunicación, incluidos los medios de comunicación, los estudios de cine, los teatros, los estudios de arte y los espacios de exposición, y los medios impresos, tanto en línea como fuera de línea. La ética de los medios de comunicación promueve y defiende valores como el respeto de la diversidad de las expresiones culturales, la igualdad y la no discriminación, la integridad y la elección. La ética periodística es más específica y más relevante para las instituciones de medios de comunicación (aunque también es relevante para los periodistas ciudadanía que operan fuera de las instituciones).

Exactitud: La exactitud denota la medida en que la representación de un texto es consistente con la evidencia disponible

Feminidad: Un conjunto de atributos, comportamientos y roles generalmente asociados con las mujeres y las niñas.

Género: Categoría de composición artística, musical o literaria caracterizada por un estilo, forma o contenido particular.

Gobernanza de Internet: El desarrollo y la aplicación por parte de los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, en sus respectivos roles, de principios, normas, reglas, procedimientos de toma de decisiones y programas compartidos que dan forma a la evolución y el uso de Internet. La UNESCO enfatiza el valor de la gobernanza de múltiples partes interesadas: el compromiso entre los diferentes sectores para evitar que la dirección digital sea capturada por solo uno (por ejemplo, empresas o gobiernos). Esto se aplica a la formulación de leyes, el desarrollo y la aplicación de políticas (a nivel gubernamental, empresarial e institucional), y en la supervisión y la revisión.

Gobernanza: Se entiende mejor como un proceso de gobierno que implica la interacción entre las instituciones formales y las de la sociedad civil. La gobernanza se ocupa de quién ejerce el poder, la autoridad y la influencia, cómo se utilizan y cómo se adoptan las políticas y decisiones relativas a la vida social y pública. Esto es muy relevante para los proveedores de contenido como los medios y las empresas de comunicación digital. El gobierno electrónico no debe confundirse con los asuntos de gobernanza: se trata del uso de las TIC por parte del gobierno para desempeñar sus funciones.

Guardián ("gatekeeper"): Término genérico que se aplica a cualquier persona (individuo, institución o algoritmo) que tenga la función de filtrar o tratar de otro modo el contenido para su publicación o difusión. En las instituciones de medios, la guarda ocurre a todos los niveles de la jerarquía de medios, desde un reportero que decide qué fuentes incluir en una historia hasta los editores que deciden qué historias publicar. En las empresas de comunicación digital, la guarda se realiza a través de medidas algorítmicas que, por ejemplo, recomiendan o elevan algunos contenidos a expensas de otros, y a veces por moderadores humanos internos o externos que buscan interpretar las pautas de la empresa sobre los contenidos.

Habilidades bibliotecarias: Competencia en el uso de una biblioteca para encontrar, evaluar y utilizar recursos de contenido.

Habilidades digitales: Esto designa parte de la alfabetización digital, que cubre las habilidades técnicas para utilizar herramientas digitales, incluso sin comprender el código subyacente o el carácter de la tecnología digital. La lectura y la escritura de código informático a menudo forman parte de las habilidades digitales, pero estas no agotan el rango de habilidades.

Hechos: Estos son significados establecidos que se cree que se correlacionan con el mundo real. La prueba habitual para una declaración de hecho es la verificabilidad, es decir, si se puede demostrar que corresponde a las percepciones. No todo el contenido es factual (por ejemplo, las opiniones no pueden ser probadas o refutadas). En muchos casos, como el del coronavirus, en los que la ciencia está en proceso, hay incógnitas en las que no es posible dar un estatus definitivo sobre los hechos frente a la falsedad, e incluso los hechos establecidos pueden adquirir un nuevo significado cuando otros hechos salen a la luz o se incorporan a una narrativa más amplia.

Huella digital: La huella digital se refiere al conjunto único de actividades, acciones, contribuciones y comunicaciones digitales rastreables que se manifiestan en Internet o en dispositivos digitales.

IA estrecha: La IA estrecha es un término utilizado para describir sistemas de inteligencia artificial que se especifican para manejar una tarea singular o limitada.

Igualdad: La idea de que todas las personas, independientemente de su edad, género, religión y origen étnico, tienen los mismos derechos. Es un principio fundamental de la Declaración Universal de los Derechos Humanos recogido en las palabras "el reconocimiento de la dignidad inherente y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana es el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo". La idea de ciudadanía abarca cuestiones de igualdad.

Imagen: Una representación o visión mental icónica.

Independencia de los medios de comunicación: La independencia de los medios es la ausencia de control externo e influencia sobre una institución o persona que trabaje en los medios. Es una medida de la capacidad para tomar decisiones de acuerdo con la política editorial y los estándares profesionales, y distingue los medios independientes de los medios controlados por el gobierno o el propietario. Su opuesto es la "captura de medios" (ver arriba).

Independencia editorial: La libertad profesional que se da a los editores para que realicen decisiones editoriales de acuerdo con la política editorial de la institución y estándares profesionales más amplios, sin interferencia del propietario del medio o cualesquier otros actores estatales o no estatales. Es esencial evitar el fenómeno de la "captura de medios" (ver a continuación).

Información ciudadana: La información impulsada por el ciudadano es un paso más allá de la información centrada o enfocada en el ciudadano, creada a veces por partes interesadas externas, donde los propios ciudadanía desempeñan un papel directo en uno o varios puntos del ciclo de vida de la información o de la cadena de valor de la información.

Información del dominio público: Término que se aplica a las obras creativas originales, incluidas la poesía, la música, el arte, los libros, las películas, los diseños de productos y otras formas de propiedad intelectual, como los programas informáticos. Estar en el dominio público significa que el trabajo creativo se puede utilizar para cualquier propósito que el usuario desee. Los elementos de dominio público se consideran parte del patrimonio cultural colectivo de la sociedad en general, en oposición a la propiedad de una persona.

Información falsa: Cubre contenido falso y engañoso. A veces se utiliza en este Currículum para abarcar la creación y difusión engañosa o no intencional de dicho contenido. En un sentido estricto, contenido que es falso pero no creado con la intención de causar daño, aunque su efecto puede ser tan dañino (como en el caso de las falsedades anti-vacunas). Con frecuencia, la información falsa se deriva de la desinformación inicial. El mismo contenido (por ejemplo, una elección es "robada") puede iniciarse con intención engañosa, pero luego ser difundido por personas que honestamente creen que es una verdadera evaluación. En otras palabras, una falsedad idéntica puede ser tanto información falsa como desinformación.

Información para el bien público: El concepto de que, dentro de la combinación de contenidos más amplia, la información es particularmente valiosa para el público. Además, eso merece el apoyo de la ciudadanía y, en caso necesario, de los recursos públicos. Las bibliotecas, los museos, los archivos, ciertos medios de comunicación (por ejemplo, los medios comunitarios) y las instituciones específicas en línea (por ejemplo, los centros de recursos comunitarios) son todos candidatos para su consideración en

función de su rendimiento y necesidad. El periodismo, cuando se realiza de acuerdo con su ética y estándares profesionales, es un generador clave de información.

Información perfecta: Una hipótesis de tener toda la información adecuada que una persona necesita para tomar decisiones en el momento adecuado.

Integración de marca y producto: Proceso de incorporar marcas o productos en propiedades de entretenimiento preexistentes. En lugar de simplemente (inocentemente) estar en segundo plano, la marca o producto se agrega a la historia o experiencia.

Inteligencia Artificial (IA): El estudio, la aplicación y la producción de máquinas y software que tienen algunas de las cualidades que tiene la mente humana, como la capacidad de navegar por el lenguaje, reconocer imágenes, resolver problemas y aprender. Los Estados Miembros de la UNESCO considerarán la adopción de una Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial en noviembre de 2021.

Hay 3 tipos de inteligencia:

Inteligencia artificial general (AGI), que estaría a la par con las capacidades humanas; o

Inteligencia artificial estrecha (ANI), que tiene un rango estrecho de habilidades;

Inteligencia artificial estrecha (ANI): También conocida como IA débil o IA estrecha, es el único tipo de inteligencia artificial materializado con éxito hasta la fecha. La IA estrecha está orientada a objetivos, diseñada para realizar tareas singulares, es decir, reconocimiento facial, reconocimiento de voz/asistentes de voz, conducir un automóvil o buscar en Internet, y es muy inteligente para completar la tarea específica para la que está programada.

Supér inteligencia artificial (ASI), que tiene más capacidad que un ser humano.

Interés público: El concepto de bienestar general o beneficio para el público en su conjunto, en contraste con los intereses particulares de una persona o grupo. No hay acuerdo general en cuanto a lo que constituye el interés público, pero el término refleja el sentido de que algunos intereses pertenecen a todos, independientemente de su condición o posición, y requieren medidas para protegerlos. Ejemplos de interés común incluyen exponer la corrupción, proteger a los niños y luchar contra el cambio climático.

Internet: Un sistema global de redes informáticas interconectadas que utilizan la Suite de Protocolo de Internet (TCP/IP) estándar para atender a miles de millones de usuarios en todo el mundo. Es una red de redes que consiste en millones de redes privadas, públicas, académicas, empresariales y gubernamentales, de alcance local a global, que están vinculadas por una amplia gama de tecnologías de redes electrónicas y ópticas.

Intolerancia: Falta de voluntad para tomar en consideración y respetar puntos de vista, creencias o comportamientos que difieren de los propios.

Lenguaje de los medios: Convenciones, formatos, símbolos y estructuras narrativas que indican el significado de los mensajes mediáticos a una audiencia. Simbólicamente, el lenguaje de los medios electrónicos funciona de la misma manera que la gramática funciona en los medios impresos.

Libertad de expresión: Un derecho humano fundamental. Se utiliza para indicar no solo la libertad de palabra, sino cualquier acto de buscar, recibir o impartir información.

La libertad de prensa (ver más abajo) es un corolario de este derecho y es esencial para la construcción y el apoyo a las comunidades y a la sociedad civil. La norma con la libertad de expresión, como con la mayoría de los otros derechos humanos, es que la libertad es la condición predeterminada, y que cualquier interferencia con esta debe ser excepcional. En términos de estándares internacionales, los estados solo pueden restringir la libertad de expresión por un conjunto limitado de razones (por ejemplo, protección de la dignidad de la persona; salud pública y orden público), y estas restricciones deben estar en la ley, así como ser proporcionales al objetivo buscado.

Libertad de información: El derecho de la ciudadanía a acceder a la información en poder de los organismos públicos, o a la información en poder del sector privado producida por mandato público (por ejemplo, investigación en institutos financiados por los contribuyentes) o de gran interés público (por ejemplo, de un derrame de petróleo).

Libertad de medios: Véase "libertad de prensa" más arriba

Libertad de prensa: Esta es la libertad de los individuos o instituciones (no solo las instituciones de medios de comunicación) para utilizar su libertad de expresión para poner el contenido a disposición del público mediante el uso de un canal que permita la distribución masiva. Esto implica una norma de estar libre de censura directa o de control por parte del gobierno. No impide la aplicación del derecho de la competencia para impedir los monopolios en los medios de comunicación o las empresas de comunicación digital, ni excluye la asignación estatal de frecuencias de radiodifusión o la aplicación de los derechos de autor, la protección de la infancia u otras restricciones cuando estén justificadas por las normas internacionales.

Masculinidad: Un conjunto de atributos, comportamientos y roles generalmente asociados con los hombres y los niños.

Medios alternativos: Los medios alternativos son fuentes de medios que difieren de los tipos de medios establecidos o dominantes (como los medios convencionales o los medios masivos) en términos de su contenido, producción o distribución. A veces el término medios independientes se utiliza como sinónimo, haciendo referencia a la independencia de las grandes corporaciones mediáticas, pero este término también se utiliza para indicar los medios que disfrutan de libertad de prensa e independencia del control del gobierno. Los medios alternativos no se refieren a un formato específico y pueden incluir impresión, audio, película/video, en línea/digital y arte callejero, entre otros.

Medios comunitarios: Un servicio de radio que ofrece un tercer modelo de radiodifusión además de la radiodifusión comercial y pública. Es un servicio que debe ser gobernado y producido por la comunidad a la que pretende servir. Esto puede ser una comunidad geográfica o una comunidad de identidad o interés (por ejemplo, lenguas indígenas).

Medios convencionales: Los medios difundidos a través de los mayores canales de distribución, que por lo tanto son representativos de lo que la mayoría de los consumidores de medios son propensos a encontrar. El término también denota medios que generalmente reflejan las corrientes predominantes de pensamiento, influencia o actividad. A medida que los contenidos continúan proliferando a través de las empresas de comunicación digital, existe una fragmentación que reduce el papel y el alcance de las instituciones de medios convencionales.

Medios de servicio público: Medios de comunicación financiados con fondos públicos que a menudo deben desempeñar un papel en el apoyo al interés público al proporcionar una programación equilibrada y diversa que sea representativa de la sociedad en su conjunto.

Medios masivos: Instituciones y proveedores de medios que buscan constituir grandes audiencias, incluso mientras potencialmente proporcionan publicidad micro-dirigida y "feeds" de contenido individualizados.

Medios noticiosos: La sección de los medios masivos que se centra en la presentación de noticias de actualidad al público. Incluye medios impresos históricos (por ejemplo, periódicos y revistas), medios de amplia difusión (radio y televisión), medios noticiosos exclusivamente en línea, así como otras entidades como ONG o individuos que pueden producir noticias (por ejemplo, a través de páginas y blogs de la World Wide Web).

Medios: Esto se utiliza de al menos dos maneras: para referirse a las instituciones sociales y a los vehículos técnicos para la comunicación. Como instituciones sociales, por ejemplo, "los medios" a menudo se refieren a instituciones productoras de noticias que deben cumplir con las normas y estándares para obtener información creíble, basada en un proceso editorial determinado por valores periodísticos y con responsabilidad editorial atribuida a una organización o persona jurídica. Al referirse a la tecnología, el término medios designa los medios físicos utilizados para comunicarse como el papel, la radiodifusión, la película y la transmisión digital.

Medium: Este término puede ser sinónimo de "medios" en el sentido tecnológico (ver arriba). Sin embargo, también puede designar un canal basado en tecnología o tecnologías particulares. Por ejemplo, la televisión es un canal que puede difundirse a través de la difusión (digital o por satélite), o a través de Wi-Fi o telecomunicaciones 3G, o a través de Internet de línea fija).

Mercadeo de afiliados: El proceso por el cual un afiliado gana una comisión por comercializar los productos de otra persona o empresa.

Mercadeo social: Mercadeo que tiene el objetivo principal de lograr el "bien social". Por ejemplo, en el contexto de la salud pública, el mercadeo social trataría de promover la salud general, crear conciencia e inducir cambios en el comportamiento.

Mercadeo: El proceso por el cual las empresas crean interés en bienes, servicios e ideas. El mercadeo genera la estrategia que subyace a las técnicas de ventas, la comunicación empresarial y los desarrollos empresariales. Las "comunicaciones estratégicas" y las "operaciones de información" son formas fundamentales de mercadeo, que a menudo involucran componentes visibles y ocultos.

Modelo BIG 6 de procesamiento de la información: El Big 6 es un modelo de proceso de cómo las personas de todas las edades resuelven un problema de información. El proceso es un enfoque sistemático para la resolución de problemas de información que se basa en las habilidades de pensamiento crítico. 1. Definición de la Tarea 2. Estrategias para buscar información 3. Localización y acceso 4. Uso de la información 5. Síntesis 6. Evaluación.

Modo incógnito o privado: Cuando se opera en tal modo, el navegador crea una sesión temporal que está aislada de la sesión principal del navegador y de los datos del usuario. El historial de navegación no se guarda y los datos locales asociados con

la sesión, como las cookies, se borran cuando se cierra la sesión. Sin embargo, tenga en cuenta que esto no significa que las acciones estén cifradas o protegidas de otras maneras contra el seguimiento de cookies u otro software comúnmente en uso.

Narrativa: La narración de una historia o trama a través de una secuencia de eventos. La mayoría de la información fáctica está estructurada dentro de una narrativa más amplia que da prominencia a ciertos hechos y proporciona orientación interpretativa a una persona que se involucra con el texto en cuestión. Por lo tanto, las narrativas pueden variar y, sin embargo, todas siguen siendo fácticas. Sin embargo, algunas narrativas entretejen falsedades o contenido engañoso en su estructura, como una técnica de información falsa y desinformación.

Nuevos medios: Contenido organizado y distribuido en plataformas digitales.

Operadores booleanos: Los operadores booleanos son palabras simples (AND, OR, NOT o AND NOT) utilizadas como conjunciones para combinar o excluir palabras clave en una búsqueda, lo que resulta en resultados más enfocados y productivos.

Participación (participación cívica): La participación está en el centro de la democracia, y su objetivo principal es garantizar que cada persona pueda ocupar su lugar en la sociedad y contribuir a su desarrollo. Es un elemento importante de la práctica democrática y crucial para los procesos de adopción de decisiones, y se considera una piedra angular de los derechos humanos básicos.

Pensamiento crítico: La capacidad de examinar y analizar el contenido para comprender y evaluar las conexiones lógicas, así como los valores y las suposiciones, en lugar de simplemente tomar las proposiciones a su valor nominal. Implica escepticismo en forma de cuestionamiento, que es diferente al cinismo (que conoce las respuestas de antemano, en otras palabras, hace juicios a priori).

Periodismo ciudadano: El acto de un ciudadano, quien no es un periodista profesional, que desempeña un papel activo en el proceso de recopilación, información, análisis y difusión de noticias e información.

Periodismo: La recopilación, producción, edición y presentación de información verificada y opinión informada. Algunos actores se centran en la recolección (reporteros), otros en la edición (editores). El periodismo puede ser realizado por personas que no son periodistas de carrera, siempre que se sigan la ética y las normas profesionales. Nadie debe ser atacado por ejercer la libertad de expresión, y especialmente aquellos que lo hacen a través del periodismo, que es un servicio público. El Plan de Acción de la ONU sobre la Seguridad de los Periodistas y la Cuestión de la Impunidad, liderado por la UNESCO, busca proteger a los periodistas.

Pluralismo en los medios: El pluralismo mediático se refiere a la coexistencia de diferentes y diversos tipos de medios. Es lo contrario de los servicios de medios centralizados, consolidados o monopolizados. El concepto también tiene resonancia para varios servicios digitales, como los servicios de conectividad a Internet, donde la pluralidad se ve como un bien social en términos de reducción de costos de acceso. También llama la atención sobre los problemas relacionados con las instalaciones centralizadas, como las “tiendas de aplicaciones” oligopólicas, especialmente cuando estas pueden privilegiar aplicaciones que no son rivales y perjudicar a los competidores, o cuando estas habilitan (o deshabilitan) las disposiciones de privacidad. En el espacio

de los medios, el pluralismo también abarca las funciones distintivas de tres sectores de las instituciones de los medios de comunicación: los medios privados, los medios comunitarios y los medios públicos, cada uno de los cuales difiere del otro en lo que respecta a la justificación principal, los sistemas de financiación, la gobernanza y el contenido. El pluralismo en los medios no garantiza la diversidad en los mismos.

Pluralismo: Véase "pluralismo en los medios".

Portal: Un portal es una idea de un sitio web o servicio que ofrece una amplia gama de servicios, como correo electrónico, juegos, citas, búsquedas, noticias y acciones. Un portal, portal web o sitio vórtice ofrece una gama tan amplia de servicios de acceso común que es más probable que los visitantes los visiten con más frecuencia. Lo opuesto a un portal es un "jardín amurallado" que busca mantener a los usuarios dentro de un entorno limitado, como una aplicación de red social específica que utiliza técnicas psicológicas para lograr la "adherencia", incluso mediante la retención de la atención a través de la involucración y la recomendación algorítmica. Las oportunidades de elección a través de Internet significan que tanto los servicios de portal como los de jardín amurallado encuentran constantemente formas de monitorear los comportamientos de los usuarios a través de Internet en general, como a través del seguimiento con cookies y la comparación de su dirección única de Protocolo de Internet con los datos recopilados en diferentes lugares de Internet. De creciente importancia hoy en día son los portales llamados "tiendas de aplicaciones", que también están atrayendo la controversia debido a las aplicaciones que incluyen, excluyen y sus modelos de negocio que algunos ven como extorsionistas.

Presentaciones/anuncios en video: El nombre y/o producto de la marca patrocinadora se menciona explícitamente en algún momento del video.

Privacidad de género: Es un término emergente utilizado por algunos académicos al investigar cómo la privacidad puede transmitir o significar diferentes normas de funcionamiento para las mujeres y los hombres.

Privacidad de la información/protección de datos: La privacidad de la información, o privacidad de los datos personales (parte de la protección de datos), es la relación entre la recopilación y difusión de datos, la tecnología y la expectativa pública sobre privacidad. La protección de datos también puede cubrir las expectativas de las empresas y los gobiernos sobre la protección de datos clasificados o secretos comerciales, pero tales casos no son del ámbito del derecho a la privacidad. Sin embargo, las empresas y los gobiernos tienen el deber de proteger este derecho en relación con los datos personales que poseen sobre la ciudadanía.

Propiedad de los medios: El control comercial y legal de las tecnologías de comunicación interpersonal y de masas por parte de personas, corporaciones y/o gobiernos. Hoy en día, la propiedad y la rendición de cuentas de las empresas de comunicación digital también se ha convertido en un tema de gran preocupación, dado el papel que desempeñan en la provisión de contenido (incluidos los contenidos de las instituciones de los medios de comunicación).

Propiedad intelectual: La propiedad intelectual (PI) es una categoría de propiedad que incluye las creaciones intangibles del intelecto humano. Hay muchos tipos de propiedad intelectual, y algunos países reconocen más que otros. Los tipos más conocidos son los derechos de autor, las patentes, las marcas comerciales y los secretos comerciales.

Prosumidor: Un individuo que consume y produce contenido.

Proveedor de información: Una persona u organización que proporciona información recopilada. Los diferentes proveedores de contenido pueden especializarse más en la información que en otros tipos de contenido, pero la mayoría proporcionan una combinación de contenido. Los medios de comunicación se especializan en información, pero muchas compañías de medios proporcionan tanto noticias como entretenimiento, a veces difuminando los límites. Las bibliotecas ofrecen tanto enciclopedias como revistas (información), así como novelas (ficción). Las empresas de comunicación digital son conocidas, polémicamente, por albergar una vasta mezcla de contenido que incluye información falsa y desinformación y discurso de odio junto con información, arte creativo y videos de entretenimiento, memes, publicidad y mucho más.

Publicidad de arrastre: Una forma de persuasión que busca convencer a las personas para que compren un producto o servicio, o adopten un comportamiento o actitud, para evitar ser excluidos.

Publicidad dirigida: Una forma de publicidad, incluida la publicidad en línea, dirigida a un público con ciertos rasgos, basada en el producto o la persona que el anunciante está promoviendo. Esto ha llevado a la publicidad micro-dirigida basada en muchos miles de puntos de datos que se han recogido sobre cada individuo, con potencial para dar sentido a la susceptibilidad de esa persona a la persuasión incluso más de lo que el individuo en particular es capaz de hacer. Diferente a todo esto es la publicidad contextual, donde los anuncios se entregan en relación con un contenido en particular más que con el perfil específico del individuo. La publicidad dirigida a los individuos es cada vez más automatizada y puede aparecer independientemente del contenido en particular, por lo que muchas marcas están cada vez más preocupadas por estar asociadas con el discurso de odio y el contenido misógino como resultado directo de operaciones algorítmicas que son ciegas al contenido.

Publicidad: Un conjunto de prácticas y técnicas que atraen la atención del consumidor hacia productos o servicios con el propósito de persuadirlo para que compre el producto o servicio anunciado, o para cambiar sus actitudes y comportamientos. Consulte “Publicidad dirigida” a continuación.

Público objetivo: El grupo de personas a las que se dirige específicamente un texto, y a las que el creador o distribuidor espera constituir, en función de un conjunto de características compartidas, como la edad, el género, la profesión, la clase, etc.

Racismo: La creencia de que los factores genéticos o culturales, construidos socialmente como significativos para constituir una raza, son un determinante primario de los rasgos y capacidades humanas y que las diferencias raciales producen una inferioridad y supersignificativos para constituir una raza sí clasificado.

Recurso educativo abierto: Los Recursos Educativos Abiertos (REA) son materiales de enseñanza, aprendizaje e investigación en cualquier medio – digital o de otro tipo – que residen en el dominio público o han sido liberados bajo una licencia abierta que permite el acceso, uso, adaptación y redistribución sin costo por parte de otros con restricciones limitadas o sin ellas.

Red privada virtual: Una red privada virtual extiende una red privada a través de una red pública y permite a los usuarios enviar y recibir datos a través de redes compartidas

o públicas como si sus dispositivos informáticos estuvieran conectados directamente a la red privada. Las VPN pueden eludir los bloqueos y filtros, pero los usuarios no son automáticamente inmunes a la vigilancia y el seguimiento corporativo a pesar de usar una VPN.

Redes sociales: Conexiones en línea con personas en redes que rodean un interés o actividad común. La actividad de las redes sociales incluye a las personas que publican perfiles que proporcionan información sobre sí mismas. Facebook, WeChat y VK son ejemplos de redes sociales populares. Muchos usuarios de redes sociales tienen la impresión de que están interactuando con otros usuarios, aunque la realidad es que también están interactuando especialmente con los sistemas de curaduría y moderación y con los intereses de la empresa de la plataforma, incluidos los mensajes publicitarios y las técnicas de recopilación de datos implementadas por la entidad. En otras palabras, una "plataforma" no es una estructura pasiva en la que las personas pueden desempeñarse, sino que se crea y opera para cumplir activamente el modelo de negocio de sus propietarios.

Regulación de la publicidad: Regulación (autorregulación o regulación legal) que se aplica a la publicidad y que proporciona definiciones de cómo términos como decencia, honestidad y veracidad deberían aplicarse a lo que está permitido.

Regulación: Se refiere a los intentos de controlar o afectar el comportamiento de las instituciones y los actores mediante el desarrollo y la aplicación de normas y códigos. Estas regulaciones pueden ser hechas por los estados, idealmente siguiendo marcos políticos y legales decididos democráticamente. Un ejemplo son las regulaciones sobre la competencia justa frente al monopolio, o sobre la asignación del espectro, la privacidad, los derechos de autor y la incitación al odio, etc. La regulación que llevan a cabo directamente las instituciones afectadas se conoce como autorregulación o regulación por pares, y debe implicar acuerdos que incluyan a la sociedad civil para permitir una evaluación y apelación independientes, como los Consejos de Prensa que incluyen a representantes del público. Una institución análoga en el espacio de las empresas de comunicación digital es el Consejo de Supervisión de Facebook. El término "corregulación" generalmente se refiere a sistemas que involucran conjuntamente la participación del Estado y del sector privado (por ejemplo, en cuestiones de seguridad cibernética, lucha contra el terrorismo y protección de la infancia).

Repositorio: Un recipiente o lugar donde las cosas se depositan, almacenan u ofrecen para su distribución o acceso; una fuente o suministro abundante; almacén: un repositorio de información. Puede ser físico o electrónico (en este último caso, generalmente digital).

Representación: Procesos por los cuales un texto construido representa, simboliza, describe o representa a personas, lugares, eventos o ideas que son reales y existen fuera del texto. También puede significar la relación entre lugares reales, personas, eventos e ideas, y el contenido.

Reseñas de productos o servicios: Las opiniones o comentarios de los clientes sobre un producto o servicio en particular (por ejemplo, un restaurante). A menudo se los critica por ocultar motivos ocultos o pagos por reseñas positivas o negativas.

Revisionismo y negacionismo: El negacionismo histórico, también llamado negacionismo, es una falsificación o distorsión del registro histórico. El revisionismo

histórico es un término más amplio que puede extenderse a las reinterpretaciones académicas de la historia, recientemente probadas y bastante razonadas. Algunos argumentan que el revisionismo histórico se ha instrumentalizado para legitimar "reinterpretaciones" de la historia, erróneas y motivadas por motivos políticos o ideológicos. El revisionismo histórico podría entonces ser una distorsión intencional de hechos históricos académicamente establecidos, por razones políticas e ideológicas.

Sensible al género: La sensibilidad de género es el proceso por el cual las personas son conscientes de cómo el género juega un papel en la vida a través de su tratamiento de los demás. Las relaciones de género están presentes en todas las instituciones, y la sensibilidad a las cuestiones de género se manifiesta especialmente en el reconocimiento de los privilegios y la discriminación en torno al género. Aunque no todas las mujeres experimentan la violencia y la discriminación de la misma manera, las mujeres tienden a estar en desventaja en todas las sociedades debido a los roles tradicionales de género y los estereotipos de género. Las capacitaciones de sensibilidad al género se utilizan para educar a las personas, generalmente a los empleados, para que sean más conscientes y sensibles al género en sus vidas o en los lugares de trabajo, proyectos, programas y actividades en general.

Sexismo: El prejuicio o la discriminación basada en el sexo, especialmente la discriminación contra la mujer: comportamiento, condiciones o actitudes que fomentan estereotipos de roles sociales basados en el sexo**.**

Sistema cognitivo: Categoría de tecnologías que utilizan la computación cognitiva, el procesamiento del lenguaje natural y el aprendizaje automático para permitir que las personas y las máquinas interactúen de manera más natural con el fin de ampliar y magnificar la experiencia y la cognición humanas.

Sitio web: Una colección de páginas web, imágenes y datos con un Localizador Uniforme de Recursos (URL) común (ver World Wide Web más adelante).

Sociedad de la información: Sociedad de la Información es un término para una sociedad en la que la creación, distribución y manipulación de contenidos se ha convertido en una actividad económica y cultural dominante. Una sociedad de la Información puede contrastarse con las sociedades en las que la base económica es principalmente industrial o agraria. Las máquinas herramienta de la sociedad de la información son la informática y las telecomunicaciones.

Sociedades del conocimiento: Las "Sociedades del conocimiento" es un concepto aportado por la UNESCO para describir un nivel supeior de las "Sociedades de la información". Es diferente del concepto de "Economías del conocimiento". En el sentido de la UNESCO, las sociedades del conocimiento se refieren a la capacidad de identificar, producir, procesar, transformar, difundir y utilizar la información para construir y aplicar el conocimiento para el desarrollo humano. Las sociedades del conocimiento se basan intrínsecamente en cuatro pilares: la libertad de expresión; el acceso universal a la información y el conocimiento; el respeto de la diversidad cultural y lingüística; y la educación de calidad para todos.

STEM: STEM es una abreviatura de un enfoque del aprendizaje y el desarrollo que integra las áreas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas. A través de STEM, los estudiantes desarrollan habilidades clave, incluida la resolución de problemas.

Taquilla (Box Office): Medida de la popularidad y el éxito financiero de una película o un actor. La taquilla también es el éxito o fracaso financiero de una película o obra de teatro medido por la venta de entradas.

Texto: Dentro de AMI, el texto se refiere a los resultados individuales de la producción de medios, no solo escritos, sino también de audio y video, gráficos y juegos (por ejemplo, un episodio de televisión, un meme, un libro, un número de una revista o periódico, un video "influencer", un anuncio, etc.).

TIC: Las tecnologías de la información y las comunicaciones que consisten en todos los medios técnicos utilizados para manejar la información y facilitar la comunicación, incluidos los equipos informáticos y de red, así como los programas informáticos necesarios. En otras palabras, las TIC consisten en la Tecnología de la Información, así como en la telefonía, los medios de difusión y todos los tipos de procesamiento y transmisión de audio y video. Destaca el papel de las comunicaciones (líneas telefónicas y señales inalámbricas) en la moderna tecnología de la información. Todas las TIC son electrónicas, pero no todas son digitales (aunque esto está cambiando). Además, no toda la tecnología digital se ocupa de la información y la comunicación en el sentido de AMI, sino que por ejemplo analiza datos en operaciones comerciales, vehículos motorizados avanzados, monitoreo climático, etc.

Transformador de género: Políticas e iniciativas que desafían las causas profundas de las políticas, prácticas y programas existentes y sesgados/discriminatorios y afectan el cambio hacia la igualdad.

Valores noticiosos: A veces denominados criterios noticiosos, determinan la importancia que suele dar un medio de comunicación a una noticia y la atención que le presta la audiencia. Algunos de los valores más influyentes de las noticias incluyen la frecuencia, lo imprevista, la personalización, la significación o la generación de conflictos. Sin embargo, estos valores noticiosos también devalúan dimensiones importantes del contenido informativo, como los procesos (como el calentamiento global) en lugar de los eventos (como las tormentas), la gente común en lugar de las élites, las elecciones basadas en problemas en lugar de los concursos del tipo "carrera de caballos", etc.

Violencia mediática: La violencia mediática es un concepto muy controvertido, relacionado con varios supuestos relacionados con el gusto y el impacto potencial. Hace referencia en términos generales al contenido que representa la amenaza del uso de la fuerza, el acto de usar la fuerza o las consecuencias del uso de la fuerza contra seres animados (incluidos personajes de dibujos animados u otras especies, así como humanos). Muchas décadas de datos científicos sugieren que la exposición a medios violentos aumenta la agresión, mientras que algunos estudios sugieren lo contrario e incluso lo contrario. En términos de estándares internacionales, el contenido que incita a la violencia real y el odio racial está legítimamente restringido. Sin embargo, el Plan de Acción de Rabat de la ONU sobre la prohibición de la incitación advierte que las restricciones deberían limitarse solo a aquellos casos de expresión significativamente peligrosa, sobre la base de la evaluación de varios puntos clave (como el estatus del orador, la probabilidad y la inmanencia del ataque, etc.). Las empresas de comunicaciones digitales, a través de sus datos en tiempo real, son capaces de evaluar qué expresiones (incluso las sutiles, a menudo llamadas "silbatos para perros") se están convirtiendo en una verdadera incitación. En teoría, podrían actuar preventivamente, y antes de que sea demasiado tarde para prevenir la violencia real.

Vlog: Un vlog es un conjunto de videos que alguien publica periódicamente en Internet en los que graba sus pensamientos o experiencias o habla sobre un tema.

Voluntad o autonomía humana: La voluntad humana se refiere a la capacidad de moldear la vida de uno mismo. La autonomía es la capacidad de la persona para la autodeterminación o el autogobierno. Requiere plena conciencia de los intentos externos de manipular o "empujar" las actitudes y comportamientos propios. La libre determinación se ve amenazada cuando existe una asimetría de información entre la persona interesada y otros agentes (y algoritmos). Estos últimos pueden conocer, recordar y utilizar una visión mucho más profunda de la persona de que se trate, a fin de influir en su psicología, aspiraciones, esperanzas, temores y vínculos sociales. Esta es una preocupación especialmente importante en relación con los niños y los jóvenes que todavía están en proceso de formar su identidad y están más abiertos a la manipulación. También es un riesgo para los adultos que pueden ser vulnerables debido a factores como la depresión, la soledad o el duelo, y que pueden ser presa de los poseedores de datos que pueden aprovecharse en esos momentos.

Web 2.0: Aplicaciones que facilitan la interactividad y permiten a los usuarios diseñar sus propias características de software. Las aplicaciones Web 2.0 enfatizan la importancia de la colaboración y el intercambio.

Wiki: Un sitio web generalmente mantenido por más de una persona, donde los usuarios colaboran en el contenido. A menudo tienen múltiples páginas y contenido entrelazados, incluyendo comentarios, descripción de eventos, documentos, etc. Un wiki difiere de un blog en que su contenido es generalmente actualizado por múltiples usuarios y en que pueden ser descargados en él una mayor variedad de materiales.

Wikibook: Wikibooks (anteriormente llamado Wikimedia Free Textbook Project y Wikimedia-Textbooks) es un proyecto de Wikimedia basado en wiki alojado por la Fundación Wikimedia para la creación de libros de texto de contenido libre y textos anotados que cualquiera puede editar.

World Wide Web: Un servicio que opera a través de Internet que permite que enormes volúmenes de contenido estén disponibles al proporcionar tres funciones clave: un formato de publicación, HyperText Markup Language (HTML); una dirección para cada pieza de información (conocida como su Uniform Resource Locator o URL); y un medio para transferir información, a través del HyperText Transfer Protocol (http).

Agradecimientos

Segunda edición

Revisores:

Bernard Combes, especialista del programa, sector de educación, Educación para el Desarrollo Sostenible, UNESCO

Damiano Giampaoli, especialista de programa, División de Igualdad de Género, UNESCO

Isabel Tamoj, oficial asociada de proyectos, sector de educación, Sección de Ciudadanía Mundial y Educación para la Paz, UNESCO

Joyce Monteiro, especialista adjunta de programa, Ciencias Sociales y Humanas, Diálogo Interreligioso, UNESCO

Karel Fracapane, especialista de programa, Sector de Educación, Sección de Ciudadanía Mundial y Educación para la Paz, UNESCO

Ke Leng, coordinador de programa, sector de cultura, Políticas Culturales y Desarrollo, UNESCO

Peter Wallets, oficial de proyectos, sector de educación, División de Formación de Docentes, UNESCO

Colaboradores:
Reunión internacional consultiva sobre el Currículum de AMI para docentes, 12-13 de septiembre de 201

Albert K. Boekhorst, investigador, Universiteit van Amsterdam/ University of Pretoria

Alexandre Sayad, copresidente, Comité Directivo Internacional de la Alianza para la Alfabetización Mediática e Informacional de la UNESCO

Alice Lee, profesora, Hong Kong Baptist University

Alton Grizzle, especialista de programa, UNESCO

Arul Selvan, profesor asociado, School of Journalism and New Media Studies, IGNOU

Bogdan Trifunovic, presidente, Asociación Serbia de Bibliotecas

Carolyn Wilson, expresidenta del Comité Directivo Internacional de la Alianza para la Alfabetización Mediática e Informacional de la UNESCO, consejera de MediaSmarts (Canadá) y de la Asociación Mentor para la Alfabetización Mediática (España), docente de educación de la Western University

Dalibor Todorovic, profesor de Informática, Serbia

Divina Frau-Meigs, profesora y cátedra UNESCO, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

Felipe Chibás Ortiz, profesor asociado, Universidade de São Paulo

Igor Simic, artista de cine y videojuegos, Demagog studio

Irina Zhilavskaya, directora de la cátedra UNESCO de Alfabetización Mediática e Informacional y Educación Mediática de la ciudadanía, Moscow Pedagogical State University

Jesus Lau, director de la Biblioteca USBIVER, Universidad Veracruzana, y copresidente del Comité Directivo Internacional de la Alianza UNESCO MIL

Katarina Aleksic, jefa del Centro de Tecnología Educativa, Institute for Education Quality and Evaluation

Lisa Serero, directora de proyectos educativos, Cartooning for Peace

Maha Bashri, profesora asociada, United Arab Emirates University

Maja Zaric, jefa de Unidad del Departamento de Medios de Comunicación, Ministerio de Cultura y Medios de Comunicación de la República de Serbia

Marjana Brkic, centro para la promoción de la Ciencia de Serbia

Mouna Benslimane, profesora, Escuela de Ciencias de la Información

Olunifesi Suraj, profesor titular, Departamento de Comunicación de Masas, University of Lagos

Rachel Fisher, investigadora y coordinadora, Red de Ética de la Información para África, Future Africa Institute, University of Pretoria, y copresidenta, International Centre for Information Ethics (ICIE)

Ramon Tuazon, presidente del Instituto Asiático de Periodismo y Secretario General del Centro Asiático de Medios de Información y Comunicación, Asian Institute of Journalism / Asian Media Information and Communication Centre

Roxana Morduchowicz, exdirectora del Programa de Alfabetización Mediática, Ministerio de Educación de Argentina

Sasa Mirkovic, experto en medios de comunicación y profesor de la Facultad de Medios y Comunicación, Serbia

Tatyana Murovana, especialista de programa, Instituto de la UNESCO para las Tecnologías de la Información en la Educación

Violeta Kecman, profesora de idiomas en el Fifth Belgrade High School, Serbia

Wallace Gichunge, director, Centre for Media & Information Literacy de Kenia

Xu Jing, oficial de proyectos Asociado, UNESCO

Consulta regional en los Estados Árabes, 8 y 10 de diciembre de 2020

Abdelhamid Nfissi, presidente, Foro Internacional sobre Medios de Comunicación y Alfabetización Internacional

Abtar Darsbau Singh, profesor, Hmadan Bin Mohammud Smart University

Alton Grizzle, especialista de programa, UNESCO

Anna Page, productora senior, UK Open University

Basu Der Kahe, profesor, Mibhuvan University

Bushro binti Ali, profesora titular, Institute of Teacher Education

Cathal de Paor, director de Desarrollo Profesional Continuo, Mary Immaculate College, University of Limerick

Connie Elaine George, administradora de Educación, Ministerio de Educación, Islas Vírgenes Británicas

Danilo Padilla, especialista de programa, UNESCO

Drissia Nfissi, profesora, Université Moulay Ismail de Meknes

Enas Abulibdeh, profesor Adjunto, Al AinUni

Gabriel Elrhili, especialista de programa, UNESCO

Gihan Osman, profesor Adjunto de Diseño y Tecnología de la Enseñanza, American University de El Cairo

Naglaa Emary, consultora y experta en medios de comunicación de la British University de Egipto

Ramon R. Tuazon, presidente, Asian Institute of Journalism & Communication

Steve Nwokeocha, director ejecutivo, Africa Federation of Teaching Regulatory Authorities (AFTRA)

Suad Al-Furrain, profesora asociada de la Facultad de Educación de la Kuwait University

Sumayyah Abuhamdieh, consultora de educación, University of Jordan

Consulta regional en África oriental, 5 de marzo de 2020

Abas Mpindi, director general, Media Challenge Initiative

Abdirahman Moallin Addow, director, Instituto Nacional de Telecomunicaciones, Ministerio de Correos, Telecomunicaciones y Tecnología

Bruce Vitalis, director ejecutivo, Centre for Media Literacy and Community Development (CEMCOD), Uganda

Gundeea Narrainen, profesor titular, Escuela de Comunicaciones, University of Mauritius

Elifas Bissanda, vicerrectora y presidenta de la UNESCO, Comisión Nacional de la Open University de Tanzania

Emmanuel Munyarukumbuzi, profesor adjunto, University of Rwanda

Farah Judith Isaacs, oficial de programas, Media and Information Literacy Learning Initiative (MiLLi) Namibia

Henry Kabwe, director ejecutivo, Media Network on Child Rights, Zambia

John Oluoch, decano, Facultad de Información y Comunicación, Rongo University, Kenia

John Okande, oficial nacional de programas, UNESCO

Kara Chaplain, vicedecano, Departamento de Periodismo y Comunicación, Juba University, Sudán del Sur

Levi Obonyo, decano, Facultad de Periodismo, Daystar University

Menychle Meseret Abebe, experto en medios de comunicación, investigador y profesor, Departamento de Periodismo y Comunicación, University of Gondar, Etiopía

Mirjam Gehrke, directora de programas, Coordinadora Nacional, DW Uganda

Olunifesi Suraj, profesor titular, Departamento de Comunicación de Masas, University of Lagos, Nigeria

Prossy Kawala, directora ejecutiva, Centre for Media Literacy and Community Development (CEMCOD), Uganda

Rachel Fischer, investigadora y coordinadora, Information Ethics Network for Africa (IEN4A), Future Africa Institute, University of Pretoria, y copresidenta, International Centre for Information Ethics (ICIE)

Rebecca Ryakitimbo, coordinadora nacional, Digital Grassroots, Tanzania

Thomas Sithole, cofundador y director ejecutivo, Zimbabwe Centre for Media and Information Literacy

Vitalis Bruce Ziraba, director ejecutivo, Centre for Media Literacy and Community Development (CEMCOD)

Wallace Gichunge, director ejecutivo, Centre for Media & Information Literacy de Kenia

William Tayebwa, jefe, Departamento de Periodismo y Comunicación, Makerere University, Uganda

Consulta regional en América Latina, 29 a 30 de junio de 2020

Abel Antonio Grijalva Verdugo, docente, Departamento de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Occidente

Abigail Castro de Pérez, exministra de Educación de El Salvador

Adelaida Trujillo, cineasta

Alexandre Bianquini do Amaral, periodista y cineasta, Universidade de São Paulo

Alexandre Fernandes Barbosa, director, Centro Regional de Estudios para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (Cetic.br)

Alexandre Sayad Le Voci, director General, ZeitGeist, y copresidente del Comité Directivo Internacional de la Alianza UNESCO MIL

Ana María Rodino, consultora internacional, Educación en Derechos Humanos

Anabella Serignese, directora, Asociación Conciencia

Ángel Martín Peccis, director, Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)

Camila Muñoz Churruca, asesora del proyecto Biblioteca Digital para Profesores, Universidad de Santiago

Camila Ponce, directora, América Solidaria

Carlos Staff, secretario general, CECC-SICA, exviceministro de educación de Panamá

Carlos Vargas Tamez, Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe

Carolina Casas, directora regional, Plaza Sésamo

Cecilia Martins, coordinadora de la Comisión Interamericana de Educación

Claudia Dulce Romero, Cátedra UNESCO de Educación y Cultura de Paz

Claudia Tobar, directora del Instituto de Enseñanza y Aprendizaje, Universidad San Francisco de Quito

Corrina Grace, directora ejecutiva, Asociación SERES

Daniela Zallocco, coordinadora nacional de la RedPEA de la UNESCO

Edgar Maestre Sierra, director de programa para América Latina, Young Americas Business Trust

Edison Lanza, exrelator Especial para la Libertad de Expresión, Comisión Interamericana de Derechos Humanos

Eduardo González Saá, director ejecutivo, Centro Boliviano de Investigación y Acción Educativa

Emilio García Méndez, experto en derechos de los Niños a la Libertad de Expresión

Ernesto Reyna Alcántara, vicepresidente ejecutivo, Consejo Nacional de Cambio Climático

Esther Hamburger, profesora, Universidade de São Paulo

Esther Kuisch-Laroche, directora, Oficina de la UNESCO en San José

Facundo Galván, experto en ECM y Desarrollo Profesional Docente, Asociación SERES

Felipe Chibás Ortiz, profesor asociado, Universidade de São Paulo

Felisa Tibbits, politóloga, profesora, exdirectora de Educación Electoral, Ministerio del Interior de Argentina

Gabriela Martini, politóloga, profesora de varias universidades de Argentina, exdirectora de Educación Electoral, Ministerio del Interior de Argentina

Gilson Schwartz, profesor asociado, Universidade de São Paulo

Glenda Marisol Xulú Pérez, profesora, Asociación SERES

Guillermo Orozco Gómez, profesor, Universidad de Guadalajara

Henry Arias Guido, asesor en educación para el Desarrollo Sostenible, Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación, Ministerio de Educación Pública de Costa Rica

Ismar Oliveira Soares, profesor titular de Comunicación, Facultad de Comunicación y Arte, Universidade de São Paulo

Jamion Knight, especialista asociado de Programa, UNESCO

Jesús Lau, director de la Biblioteca USBIVER, Universidad Veracruzana, y copresidente del Comité Directivo Internacional de la Alianza UNESCO MIL

José Fernando Mejía, director del ECM, Convivencia Productiva

Kerstin Forsberg, directora, Planeta Océano Perú

Laura Engel, cátedra UNESCO de ECM, George Washington University

Luisa Villegas, especialista en educación, Fundación Panamericana para el Desarrollo de la Organización de Estados Americanos

Manuel Salamanca Rangel, director, Instituto de Derechos Humanos y Construcción de Paz Alfredo Vázquez Carrizosa

Marcela Browne, coordinadora de cooperación, Fundación SES

Márcio Guerra Amorim, gerente ejecutivo de la Unidad de Estudios y Prospectiva, Confederación Nacional de la Industria

María Soledad Bos, especialista en educación, Banco Interamericano de Desarrollo

Mirian Vilela, directora ejecutiva, Secretaría Internacional de la Carta de la Tierra

Mónica Reinoso, exviceministra, de Gestión Educativa

Nascira Ramia, coordinadora de educación, Universidad San Francisco de Quito

Orlando Sáenz, coordinador, Alianza ARIUS

Roberto Beltrán, Cátedra UNESCO de Educación y Cultura de Paz

Rosa Campusano, directora ejecutiva, Instituto Nacional de Formación Docente de la República Dominicana

Roxana Morduchowicz, exdirectora del Programa de Alfabetización Mediática, Ministerio de Educación de Argentina

Sara Jaramillo, directora de la Oficina Nacional de Ecuador, Organización de Estados Iberoamericanos

Silvia Bacher, presidenta, Las Otras Voces

Soledad Mena, profesora, Universidad Andina Simón Bolívar

Tais Gadea Lara, periodista, Conexión Coral

Tomas Durán-Becerra, director de investigaciones, Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Vicky Colbert, directora, Fundación Escuela Nueva

Consulta regional en África Occidental, 7 de julio de 2020

Aboubakar Ali Kore, director general, National Curricula Center

Akore Massa Zoumanigui, director general, Higher Institute of Education Sciences of Guinea (ISSEG)

Alain Sessou, director, Maison des Médias

Amivi Cra Komlan, director de formación, Ministerio de Educación Primaria, Secundaria y Alfabetización de Togo

Biyao Kokou Essohanam, director de formación, Ministerio de Enseñanza Primaria y Secundaria (MEPS)

Camille Bulabula, jefe de la Oficina de Comunicación e Información, Ministerio de Enseñanza Primaria, Secundaria y Profesional

Cyrille Guel, presidente fundador y experto, EducommunikAfrik

Elvis Michel Kenmoe, asesor de comunicación e Información, UNESCO

Emile-Pierre Bazyomo, profesor e investigador, Observatory of Public Policies in Media and Digital Education in Africa (OPENEMA)

Emmanuel Edima N'Guessan, presidente, National Youth Council

Etienne Damome, profesor, Université Bordeaux-Montaigne

Evariste Hodonou, presidente, CNPA-BENIN

Francis Babbey, Observatory of Public Policies on Media and Digital Education in Africa (OPENEMA)

Georges Madiba, profesor e investigador, Laboratorio de Comunicación Social y Mediática y Departamento de Comunicación, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Université de Douala

Géraldine Apo Yanon, experta e investigadora

Germain Gonzalo, director, Porto Novo Teacher Training College (lenguas, literatura moderna, historia-geografía y filosofía)

Ibrahim Harouna, director, Maison de la Presse

Ibrahima Sarr, asistente, CESTI/CODESRIA

Ismaïla Camara, presidenta, Red de periodistas de las TIC (REJOTIC)

Jean Claude Bationo, director general, Higher School of Koudougou (ENS/UK)

Jean-Claude Coulibay, presidente del consejo ejecutivo, Sindicato Nacional de Periodistas de Costa de Marfil (UNJCI)

Kate Adoo-Adeku, presidenta del comité ejecutivo, Coalition Forum on Media and Education for Development in Africa (CAFOR)

Khadim Diop, presidente, National Youth Council

Leonce Gamai, director general, BANOTOU (medios de comunicación en línea)

Maidaji Mahamadou, director general, Ministerio de Educación Secundaria

Mamadou Kone, director de formación inicial, Ecole Normale Supérieure Abidjan

Elvis Michel Kenmoe, asesor de comunicación e información, UNESCO

Noël Gbaguidi, presidente, National Council of Education

Pierre Chanou, director, National Institute for Training and Research in Education (INFRE)

Roger Kabore, director general, Escuela Nacional de Enseñanza Primaria (ENEP) de Bobo Dioulasso

Romaine Raïssa Zidouemba, coordinadora, Red de Iniciativas de Periodistas

Salzabo Dimougna, responsable de comunicación, Tchad National Youth Council

Sounmaïla Moumouni, director, Ecole Normale Supérieure Natitingou

Valy Sidibé, director general, École Normale Supérieure Abidjan

Vinod Seegum, presidente, Government Teachers' Union (GTU)

Yaovi Ekoue, director, Notsé Teacher Training College

Zakiath Latondji, presidente, Union des Professionels des Medias du Benin (UPMB)

Zara Bakingue Gaoh, directora de formación, Ministerio de Educación Primaria, Alfabetización, Promoción de las Lenguas Nacionales y Educación Cívica

Consulta regional en el Caribe, 30 de julio de 2020

Alexandre Le Voci Sayad, director General, ZeitGeist, y Copresidente del Comité Directivo Internacional de la Alianza UNESCO MIL

Anthea Henderson, profesora, Instituto Caribe de Medios y Comunicación (CARIMAC)

Asif Dover, Oficial de Educación para la Alfabetización, Ministerio de Educación de San Vicente y las Granadinas

Catherina Schönhammer, Oficial de Información Pública, UNESCO

Charlene James, asistente de programas, UNESCO

Cheryl Bernabe Bishop, jefa de planes de estudios, Ministerio de Educación, Desarrollo de Recursos Humanos y Asuntos Religiosos, Granada

Cordel Green, director ejecutivo, Comisión de Radiodifusión de Jamaica

Daisy St. Rose, bibliotecaria, Campus Abierto de la University of the West Indies

David Jenkins, asistente de TI, UNESCO

Dorcas R. Bowler, directora de bibliotecas, Biblioteca Nacional y Servicios de Información, Ministerio de Educación de las Bahamas

Everton Hannam, secretario general, Comisión Nacional de Jamaica para la UNESCO

Faryal Khan, especialista de programa, UNESCO

Georgiane Adriana-Henriquez, entrenadora de TI para la Educación Pública, Escuelas de Educación Pública

Ingrid Peart-Wilmot, jefa de tutoría, Jamaica Teaching Council

Isabel Viera Bermúdez, asesora de comunicación e información, UNESCO

Joan McDermott, bibliotecaria, Shortwood Teachers' College

Katherine Grigsby, directora y representante, Oficina multipaís de Kingston para el Caribe de la UNESCO

Kathy Mc Diarmed, bibliotecaria adjunta superior, Hunter J Francois Library

Kiran Maharaj, presidenta, Media Institute of the Caribbean

Latoya Swaby-Anderson, Oficial Nacional, UNESCO

Marcellia Henry, secretaria general, Comisión Nacional de San Martín para la UNESCO

Marva C. Browne, secretaria general, Comisión Nacional de Curaçao para la UNESCO

Nurizcka Everts, Ministerio de Educación, Ciencia, Cultura y Deporte

Paulette Stewart, jefa, Departamento de Bibliotecas y Estudios de la Información, The University of the West Indies Mona

Valerie Clarke, bibliotecaria de campus, The University of the West Indies, Campus de Cave Hill

Colaboradores

La primera edición

Reunión del grupo de expertos internacionales para asesorar en la estrategia de preparación del currículum

Albert K. Boekhorst, profesor visitante, Departamento de Ciencias de la Información, University of Pretoria, Sudáfrica

Bandula P. Dayarathne, profesora licenciada y elaboradora de planes de estudios, Instituto Nacional de Educación, y profesora visitante de Educación en Medios de Comunicación, University of Colombo, Sri Lanka

Carmilla Floyd, escritora, periodista y formadora en medios de comunicación, Estocolmo, Suecia

Caroline Pontefract, jefa de la sección de formación del profesorado, UNESCO París

Carolyn Wilson, presidenta, Association for Media Literacy (AML), Ontario, Canadá e Instructora, Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto, Canadá

K. Cheung, formadora de profesores, Facultad de Educación, University of Hong Kong, China

Divina Frau-Meigs, vicepresidenta, International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Université de Paris - La Sorbona, Francia

Evelyne Bevort, directora adjunta, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), París, Francia

Fackson Banda, SAB Limited - Cátedra UNESCO de Medios de Comunicación y Democracia, Rhodes University, Grahamstown, Sudáfrica

Jesus Lau, director, biblioteca USBIVER, Universidad Veracruzana, México

Jordi Torrent, director de proyectos, Educación en Alfabetización Mediática, Alianza de Civilizaciones, Naciones Unidas

José Manuel Perez Tornero, vicepresidente, European Association for Viewers' Interest (EAVI), Secretario General, Asociación Internacional para la Educación en Medios (MENTOR), Universidad Autónoma de Barcelona, España

Kwame Akyempong, director adjunto, Centre for International Education, Sussex University, Brighton, Reino Unido

Manuel Quintero, director general, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México

Maria Ester Mancebo, profesora de políticas educativas, Universidad de la República, Montevideo, Uruguay

Martin Hadlow, director, Centro de Comunicación y Cambio Social, Escuela de Periodismo y Comunicación, University of Queensland, Brisbane, Australia

Noel Chicuecue, profesional nacional, UNESCO Mozambique

Penny Moore, consultora en Investigación Educativa y directora ejecutiva, International Association of School Librarianship, Wellington, Nueva Zelanda

Ramon R. Tuazon, presidente, Comité Técnico de Comunicación, Commission on Higher Education (CHED), y Presidente, Asian Institute of Journalism and Communciation, Filipinas

Rasha Omar, director, Área de Ciencia y Tecnología, Centro Palestino de Desarrollo Curricular, Ministerio de Educación y Enseñanza Superior, Ramala, Territorios Palestinos

Renato Opertti, Oficina Internacional de Educación, UNESCO Ginebra

Samy Tayie, presidente, International Association for Media Education (MENTOR), El Cairo, Egipto

Toussaint Tchitchi, Université d'Abomey-Calavi, Benín

Segunda reunión internacional del grupo de expertos para revisar el primer borrador del currículum

Ana Naidoo, vicedecana, Facultad de Educación, University of Pretoria, Sudáfrica

Asim Abdul Sattar, decano, Facultad de Educación, Maldives College of Higher Education, Maldivas

C. K. Cheung, formador de profesores, Facultad de Educación, University of Hong Kong, China

Carolyn Wilson, presidenta, Association for Media Literacy (AML), Ontario, Canadá e Instructora, Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto, Canadá

Clement Lambert, profesor, Artes del Lenguaje/Educación para la Alfabetización, Instituto de Educación, University of the West Indies, Jamaica

Jordi Torrent, director de proyectos, Educación para la Alfabetización Mediática, Alianza de Civilizaciones, Naciones Unidas

Jutta Croll, directora general, Stiftung Digitale Chancen, Berlín, Alemania

Kwame Akyempong, director adjunto, Centre for International Education, Sussex University, Brighton, Reino Unido

Mouna Benslimane, profesora, School of Information Science, Marruecos

Per Lundgren, miembro, junta directiva, Cumbre Mundial sobre Medios de Comunicación para la Infancia y la Juventud, Karlstad, Suecia

Ramon R. Tuazon, presidente, comité técnico de comunicación, Commission on Higher Education (CHED), y presidente, Asian Institute of Journalism and Communication, Filipinas

Renato Opertti, especialista de programa, Oficina Internacional de Educación, UNESCO Ginebra

Roxana Morduchowicz, directora del programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación, Buenos Aires, Argentina

Susan Moeller, directora International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA), Salzburgo, Austria

Series de talleres regionales de capacitación a capacitadores y consultas para África del Sur, América Latina y el Caribe y el Sur de Asia

África del Sur

Allen Chaida, profesor, Caprivi College of Education, Namibia

Ana Naidoo, vicedecana, facultad de educación, University of Pretoria, Sudáfrica

Andrew Stevens, profesor, Rhodes University, Sudáfrica

Elizabeth Brown, profesora, University of Namibia, Namibia

Gerhard Ngalangi, profesor, Rundu College of Education, Namibia

Gerrit Stols, University of Pretoria, Sudáfrica

Ina Fourie, profesora asociada, Departamento de Ciencias de la Información, University of Pretoria, Sudáfrica

Johan van Wyk, bibliotecario, University of Pretoria, Sudáfrica

John Nyambe, National Institute of Educational Development, Namibia

Les Meiring, profesor, Nelson Mandela Metropolitan University, Port Elizabeth, Sudáfrica

Mabataung Metsing, National Curriculum Development Centre, Sudáfrica

Mafata Paul Mafata, Lesotho College of Education, Lesoto

Mandie Uys, profesora, Universidad del Noroeste, Sudáfrica

Marianne Hicks, profesora, Estudios Internacionales, Monash University, Sudáfrica

Mary Anne Hood, profesora, Universidad de Fort Hare, East London, Sudáfrica

Maryna Roodt, profesora, Central University of Technology, Bloemfontein, Sudáfrica

Musa Hlophe, diseñador de planes de estudios de matemáticas, responsable de información en el National Curriculum Centre (NCC), Sudáfrica

Pentecost Nkhoma, profesor, Tshwane University of Technology, Pretoria, Sudáfrica

Phindile Maureen Nxumalo, jefa del departamento de educación, William Pitcher College, Suazilandia

Sikhonzile Ndlovu, responsable de formación en medios de comunicación, Gender Links, Johannesburgo, Sudáfrica

Tulonga Henoch, profesor, Ongwediva College of Education, Namibia

Van Heerden, profesor, University of Western Cape, Sudáfrica

Wandile Sifundza, editora del boletín SNAT, Asociación Nacional de Profesores de Suazilandia

América Latina y el Caribe

Barbara Foster, coordinadora, University of West Indies, Mona, Jamaica

Bob Harris, periodista independiente, PBC TV, Kingston, Jamaica

Catherine Gibson, tutora de estudios empresariales, Erdiston Teachers' Training College, Barbados

Dahlia Palmer, profesora, Shortwood Teachers' College, Kingston, Jamaica

Deborah Francis, profesora titular, St Joseph's Teachers, Kingston, Jamaica

Elizabeth Terry, presidenta, ICT4D Jamaica, y directora, Proyectos y Asociaciones, HEART Trust/NTA

Erika Vásquez, directora, Departamento de Educación Básica, Universidad Nacional de Costa Rica

Erika Walker, oficial del programa Nacional de Comunicación e Información, UNESCO Kingston, Jamaica

Gillian Bernard, consultora, UNESCO Kingston, Jamaica

Hirfa Morrison, bibliotecaria Universitaria, Excelsior Community College, Kingston, Jamaica

Isidro Fernandez-Aballi, asesor de información y comunicación para el Caribe, UNESCO Kingston, Jamaica

Jacqueline Morris, profesora, University of Trinidad and Tobago

Jennifer Palmer Crawford, directora de formación del profesorado, Clarence Fitzroy Bryant College, Guadalupe

Joseph Mckenzie, profesor titular, Moneague Teachers' College, Jamaica

Linda Rozenbald, formadora de docentes, Advanced Teacher Trainer College, Leysweg, Surinam

Lionel Douglas, profesor adjunto, University of Trinidad and Tobago

Lorraine Jeanette Campbell, directora de educación, Edna Manley College of the Visual & Performing Arts, Kingston, Jamaica

Marlon Dixon, camarógrafo, PBC TV, Kingston, Jamaica

Melody Palmer, directora de programas y coordinadora de Red, ICT4D Jamaica

Royston Emmanuel, profesor, Sir Arthur Lewis Community College, Santa Lucía

Sonia Bennet-Cunningham, directora principal, VTDI, HEART Trust/NTA, Kingston, Jamaica

Sylvia James-Mitchell, profesora, T.A. Marryshow Communication College, Granada

Valentine Telemaque, tutora de TIC, Northeast Comprehensive School, Wesley, Dominica

Zellyne Jennings-Craig, directora, Escuela de Educación, University of West Indies, Mona, Jamaica

Asia meridional

Abdul Rasheed Ali, decano, facultad de letras, Maldives College of Higher Education, Male, Maldivas

Anjum Zia, presidenta, D/O Comunicación de Masas, Lahore College University for women, Lahore, Pakistán

Anthony D'Silva, Notre Dame Institute of Education, Karachi, Pakistán

Arul Selvan, profesor asociado, School of Journalism and New Media Studies, IGNOU, Nueva Delhi, India

Braza Gopal Bhowmick, secretario, National Curriculum and Textbook Board, Dhaka,

Bangladés

Ima Naryan Shrestha, responsable de formación, National Centre for Educational Development (NCED), Nepal

Jigme Choden, Ministerio de Información y Comunicación, Thimphu, Bután

Mahalakshmi Jayaram, antiguo profesor, Asia College of Journalism, Chennai

Mohammad Akhtar Siddiqui, residente, Nacional Council for Teacher Education (NCTE), Nueva Delhi, India

Pradeepa Wijetunge, director, National Institute of Library & Information Sciences (NILIS), Colombo, Sri Lanka

Premila Gamage, bibliotecaria, Institute of Policy Studies of Sri Lanka (IPS), Colombo, Sri Lanka

Rayhana Taslim, profesora adjunta, Teacher's Training College, Dhaka, Bangladés

Shameem Reza, profesor adjunto del Departamento de Comunicación de Masas y Periodismo de la University of Dhaka, Bangladés

Shreeram Lamichhane, profesor del Training Institute, Nepal

Shuhudha Rizwan, oficial de desarrollo educativo, Centro de Educación Permanente, Ministerio de Educación, Male, Maldivas

Yeshey Yang, oficial de política y planificación, Ministerio de Información y Comunicaciones, Thimphu, Bután



unesco

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

"...los Estados partes en la presente Constitución, persuadidos de la necesidad de asegurar a todos el pleno e igual acceso a la educación, la posibilidad de investigar libremente la verdad objetiva y el libre intercambio de ideas y de conocimientos, resuelven desarrollar e intensificar las relaciones entre sus pueblos, a fin de que estos se comprendan mejor entre sí y adquieran un conocimiento más preciso y verdadero de sus respectivas vidas..."

– Extracto de la Constitución de la UNESCO.

"La Alfabetización Mediática e Informacional es una dimensión esencial de la educación moral y cívica. También es un derecho fundamental de toda la ciudadanía, en cualquier país del mundo, y por lo tanto permite proteger su privacidad y encontrar su lugar en una sociedad cuyo entorno tecnológico está cambiando más y más rápido."

– Audrey Azoulay, directora general de la UNESCO,
celebrada en la reunión consultiva internacional
sobre planes de estudio de Alfabetización
Mediáticae Informacional,
13 de septiembre de 2019, Belgrado, Serbia.

