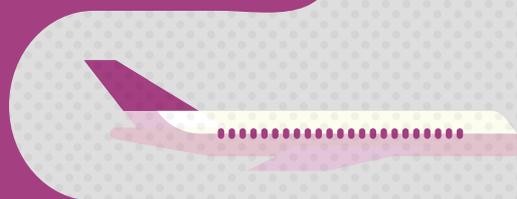


# MÓDULO 5:

## LAS AUDIENCIAS COMO CIUDADANÍA



# Antecedentes y fundamentos

Todos tenemos diferentes experiencias como audiencia de contenido, tanto en línea 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 entrelazados 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-psicológicas vividas, así como con nuestros valores, actitudes y comportamientos, dadas nuestras identidades culturales, económicas, étnico-raciales 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”.<sup>59</sup>

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 Informativa 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 Currículo 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<sup>60</sup>".

---

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 Informativa y Educación para la Ciudadanía Mundial

Propósitos de la Educación para la Ciudadanía Mundial <sup>61</sup>	Propósito de la Alfabetización Mediática e Informativa	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
<p>Anime a los estudiantes a analizar los problemas de la vida real de manera crítica e identificar posibles soluciones de manera creativa e innovadora.</p>	<p>La AMI se trata de adquirir competencias para analizar críticamente y comprometerse con problemas de la vida real que son reflejados y a veces amplificadas por proveedores de contenido individuales o institucionales en varias plataformas tecnológicas.</p>	<p>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.</p>	<p>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).</p>
<p>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.</p>	<p>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"<sup>62</sup> (p. 183 citado en <i>ibid.</i>).</p>	<p>AMI es tanto un medio como un fin para lograr la Educación para la Ciudadanía Mundial.</p>	<p>Véanse los ejemplos anteriores. (Consulte la sección sobre Actividades a continuación en la Unidad 2 para obtener más ejemplos).</p>

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 Informativa 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.
- Debate 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 subrepticamente 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 Informativa 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?<sup>63</sup>

## 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 Informativa 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 Informativa 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](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 Informativa 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](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](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](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&queryId=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\\_caribbean.pdf](https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/22_gce_in_latin_america_and_the_caribbean.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](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\\_cFukbkNjFs8niOoneVhyQflqzoZZNwX09In\\_hoCOpMQAvD\\_BwE](https://www.mediasmarts.ca/?gclid=CjwKCAjwnK36BRBVEiwAsMT8WEBH51ws5Rb6k7iQ_cFukbkNjFs8niOoneVhyQflqzoZZNwX09In_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](http://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>