

Una hora más



Red de Comunidades
de Aprendizajes



Comunidad de
COMUNICACIÓN

Índice

Bienvenida	4
Módulo 1: Comunicación y Educación	6
Módulo 2: Ejes de la comunidad	12
Experiencias de escuelas santafesinas	21
Referencias bibliográficas	30



Material elaborado por el programa Red de Comunidades de Aprendizaje, perteneciente a la Secretaría de Educación del Ministerio de Educación de la provincia de Santa Fe.

Este contenido es una adaptación de la Formación en Comunidad del programa Red de Comunidades de Aprendizaje, disponible en la Plataforma Educativa del Ministerio de Educación de la provincia de Santa Fe.

Bienvenida

¿Qué significa ser parte de una Comunidad de Comunicación?

Toda experiencia humana, como lo es la experiencia educativa, no sería posible sin comunicación. La comunicación funciona tanto como un proceso dinámico en la vida social, que nos permite relacionarnos, debatir, consensuar, como un medio para construir y transmitir significados, discursos y representaciones.

En este sentido, la **educación requiere de la comunicación** en su propósito de formación de personas críticas y autónomas, con sentido de lo colectivo, al tiempo que una **comunicación democrática y participativa** postula un sistema educativo que **favorece saberes y experiencias** que consoliden criterios y mecanismos amplios de participación.

De la mano, y a veces no tanto, la educación y la comunicación han evolucionado significativamente en el siglo XXI con el **avance de las tecnologías y en un contexto de globalización**. Se transformaron tanto las experiencias de enseñanza y aprendizaje, en el aula, como la interacción con el entorno, las representaciones, los modos de relacionarse y participar en el entramado mediático tradicional y digital. Los medios, en particular los digitales, constituyen plataformas de información mucho más al alcance, a la vez que convocan nuevos tipos de experiencias, en particular de socialización, entretenimiento, y también de educación.

En este sentido, la **alfabetización mediática e informacional, la ciudadanía digital y la participación en medios y plataformas** de comunicación motivan proyectos de aprendizaje valiosos para la vida en el contexto actual. Pertener a esta comunidad incentiva el **trabajo en red** con organizaciones y discursos que facilitan la formación, el **intercambio de ideas y la colaboración** entre proyectos que contribuyen a construir sentido en las relaciones sociales que entran las esferas públicas y mediáticas.

El desafío que nos proponemos en la **Comunidad de Comunicación** consiste en diseñar proyectos integrales y situados para conocer profundamente las lógicas específicas de las dinámicas de comunicación actuales y crear estrategias de articulación entre **comunicación y educación**, esenciales para la transformación social y cultural, la formación de personas críticas y la construcción de una sociedad más justa y democrática.

Objetivo general

Formar educadores que trabajen en equipos interdisciplinarios para generar proyectos educativos vinculados a la alfabetización mediática e informacional, ciudadanía digital, participación en medios y en plataformas de comunicación dentro de todos los niveles del sistema educativo.

Objetivos específicos

- Reflexionar acerca de las problemáticas de la comunicación y la educación en la sociedad mediatizada.
- Promover el desarrollo de experiencias educativas que incluyan la alfabetización mediática e informacional de forma transversal.
- Identificar beneficios y oportunidades de desarrollar proyectos de comunicación, como campañas de comunicación y periodismo escolar, en nuestras comunidades educativas.

Módulo 1: Comunicación y Educación en la sociedad mediatizada

¿Por qué trabajar en una comunidad que aborde las dinámicas de comunicación de nuestros estudiantes?

Adquirimos y fomentamos desde los medios pautas culturales, modos de vida, comportamientos, formas de relacionarnos y maneras de ver el mundo. Los programas de televisión, streaming y radio, las películas, los artículos en portales de noticias y las redes sociales en sí contribuyen a la **construcción de identidades sociales** y presentan visiones de los hechos que, aunque aparentan ser naturales, no son más que **interpretaciones subjetivas** de la realidad. La diversidad de medios genera múltiples visiones del mundo, lo que hace que las y los estudiantes lleguen a la escuela con informaciones, conocimientos y aprendizajes que, aunque fragmentados y variados, son parte integral de su bagaje cultural.

Desde sus inicios, el vínculo entre escuela y medios de comunicación ha sido muy discutido. Las posturas han oscilado entre dos extremos: las perspectivas condenatorias, que Umberto Eco denominó **“apocalípticas”**, y las visiones idealizadoras, también conocidas como **“integradas”**. La primera ve en los medios de comunicación una influencia negativa, centrando su discurso en los efectos nocivos que los medios pueden tener en la vida de las y los estudiantes. En contraste, los integrados defendían los medios como una oportunidad para democratizar el acceso a la cultura. Con el tiempo, ambas posturas han sido superadas, en parte porque ninguna de las dos logra capturar la complejidad del vínculo entre la escuela y los medios, y porque ambas se basan más en juicios de valor que en un conocimiento profundo y en la investigación de los medios.

Hoy en día, vivimos en un **“ecosistema comunicativo”** que plantea nuevos desafíos para la escuela. El aprendiz de hoy espera que la educación lo prepare para manejar la multiplicidad de saberes que recibe a través de los medios. Esto implica ofrecer herramientas para interpretar críticamente los diferentes lenguajes mediáticos, cuestionar y desafiar los discursos que circulan diariamente en la sociedad.

En este sentido, nos interesa pensar a la **comunicación como una práctica social** que posibilita la construcción de un **discurso colectivo**. Diego Levis (1999), expresa que, según su etimología, **comunicar** significa **convertir algo en común**, y plantea que nos movemos en comunidad porque a través de la comunicación podemos pasar de lo individual a lo colectivo. Desde esta perspectiva nos proponemos trabajar desde la Comunidad de Comunicación, bajo propuestas educativas que permitan circular la palabra, dar voz propia, generar representaciones comunes y partir de allí para construir una identidad colectiva.

¿Cómo la sociedad de la información transformó nuestro entorno?

“La virtualidad en la que vivimos es una de las dimensiones fundamentales de nuestra realidad. Vivimos con Internet, no vivimos en Internet o para Internet, pero sí con Internet. No salimos de Internet (...) Desde principio del día hasta final del día, todo lo que hacemos, lo hacemos con Internet”.

En este primer cuarto de siglo asistimos, casi perplejos, a un presente en donde las TIC interactúan en todos los intercambios sociales que experimentamos día a día. Se habla de la **sociedad de la información**, aquella que, en un principio, Manuel Castells (2004) denominó para caracterizar a las sociedades avanzadas que usan información y conocimiento como fuente de poder y bienestar.

En esta sociedad digitalizada, la **convergencia de medios y plataformas sociales** juega un papel crucial en la forma en que las infancias y juventudes construyen su subjetividad. Utilizando sus dispositivos móviles, no solo acceden a información y entretenimiento, sino que también crean y mantienen lazos principalmente virtuales con sus pares. Esta interacción constante y fluida en plataformas digitales fomenta la creación de identidades y relaciones que, aunque no siempre presenciales, son igualmente significativas. En este contexto, las redes sociales actúan como **espacios de socialización y autoexpresión**, donde los jóvenes pueden explorar y definir quiénes son, influenciados tanto por sus iguales como por las tendencias globales. Además, estas redes permiten que las relaciones se expandan más allá de las limitaciones geográficas, creando comunidades virtuales que comparten intereses y valores. Así, los dispositivos móviles se convierten en herramientas esenciales para la **autoexploración y la conexión social** en la era digital. Este paradigma constituye la base material sobre la que se están consolidando las sociedades en el siglo XXI, en las que el **“entorno digital”** se constituye como un escenario de vida totalmente integrado al **entorno natural y urbano**, y cuyos ensambles transforman desde la dimensión subjetiva hasta las relaciones sociales reales, de gran complejidad y escala.

Desde hace cientos de miles de años, hemos habitado el entorno natural y, desde hace más de cinco mil años, también el entorno urbano. De la misma manera, hoy habitamos el **entorno digital**, un contexto en el que transcurre gran parte de nuestras vidas. Este no reemplaza al entorno natural ni al entorno urbano, sino que se superpone a ellos. El experto en comunicación Pablo Boczkowski introdujo el término **“oxígeno digital”** para referirse a lo digital como algo que, metafóricamente, respiramos en los entornos actuales.

Las y los invitamos a ver la **charla TEDx de Pablo Boczkowski** donde presenta este concepto.



Escanear código
QR para ver el video
en YouTube.

¿Cómo se vincula el entorno escolar con estos nuevos escenarios?

Cincuenta años atrás, **la cultura extraescolar y la vida en las aulas compartían muchos puntos en común**: ambos espacios valoraban la cultura escrita, el aire libre y el juego colectivo eran tan habituales como los agrupamientos —aunque mucho más rígidos— que se formaban en las hileras de pupitres atorillados al piso. Hoy en día, sin embargo, la situación es completamente dife-

rente. **La escuela se ha convertido en un escenario que, en muchos casos, se resiste o hasta se opone a los hábitos dominantes, principalmente en el entorno digital.** “Eso pasó en las redes, fuera de la escuela”, nos decimos. **¿Pero cómo se relacionan ambos entornos? ¿Acaso no tienen impactos reales en los acontecimientos cotidianos en el aula?**

Mientras tanto, “la comunicación” se redefine en un entorno donde todo lo que hacemos está mediado por Internet, vivimos en una conexión constante entre lo digital y lo presencial.

Debates similares tuvimos con la incorporación de los medios al aula, y al final terminaron siendo objeto y estrategia de estudio en el día a día.

“Algo similar pasó con la televisión: a partir de los años 1960, los sociólogos y psicólogos de la comunicación nos inundaron de estudios —hoy irrelevantes— sobre “los efectos de la televisión en los niños”. En la actualidad nadie se molesta si los chicos y chicas miran televisión: el problema es otro. Pueden ser las redes sociales, los videojuegos. La historia de los medios es también la historia de los pánicos mediáticos y el miedo a los medios. A medida que pasan los años, los medios se naturalizan, dejan de ser percibidos como peligrosos porque aparecen nuevos monstruos. Es un proceso que se repite desde Platón y sus miedos respecto a la escritura, solo que ahora se ha convertido en algo mucho más acelerado. Cada año aparece un nuevo monstruo mediático”. (Entrevista a Scolari en barbarie.lat)

En el texto “Cultura escrita y textos en red” (2019), uno de sus autores, Carlos Scolari, destaca cómo los medios tradicionales (televisión, radio, prensa escrita) han tenido que adaptarse a la era digital para sobrevivir. Este proceso, conocido como “remediación”, implica que los **medios tradicionales** se transforman y se reinventan al integrarse en las nuevas **plataformas digitales**, y aunque la cultura digital es central, los medios tradicionales aún juegan un rol importante, adaptándose para seguir siendo relevantes. Este autor explora el concepto de “**cultura participativa**”, a partir del cual destaca que los usuarios no solo consumen contenido, sino que también lo producen y lo distribuyen a través de diferentes plataformas. En este contexto, los medios tradicionales se ven obligados a interactuar y coexistir con nuevos medios, generando una **convergencia cultural**, donde los antiguos y nuevos medios colaboran para formar una **narrativa transmedia** que contribuye al sentido común y las prácticas comunitarias.

¿Qué podemos hacer desde la escuela?

Es sumamente necesario recabar en lo determinante que puede ser la comunicación en la construcción de la **identidad comunitaria y colectiva**. Roger Chartier, analiza cómo la comunicación, tanto en medios tradicionales como en contextos digitales, participa en la construcción de identidades colectivas. Este autor señala que los discursos y representaciones mediales tienen un impacto profundo en la **formación del sentido común** y en la manera en que las comunidades se perciben a sí mismas y a los demás, y por ello los medios de comu-

nicación contribuyen a la construcción de la **identidad comunitaria y colectiva** a través de las representaciones, discursos y prácticas que difunden. Debemos entonces crear espacios donde se fomente un consumo cultural reflexivo, que invite a pensar en el rol del espectador y las audiencias.

Se trata de **construir colectivamente competencias, habilidades, valores y discursos** esenciales para una ciudadanía plena. A través del diálogo y el apoyo, fomentamos habilidades como el **pensamiento crítico, la colaboración y la responsabilidad digital**, permitiendo que nuestros estudiantes se conviertan en agentes activos que navegan con confianza la complejidad de un mundo interconectado:

“Los medios digitales se presentan como un punto de inflexión a la hora de pensar las nuevas subjetividades que habitan en el aula. Ante la presencia de rasgos que potencian la velocidad, lo efímero, la conexión permanente y la creciente tendencia a vincularse solo con quién es similar, la escuela se repone como un espacio de encuentro con la diferencia. Se reafirma —en la época del “si no me gusta cómo piensa alguien, puedo borrarlo de mis contactos y listo”— como un ámbito de convivencia que va a contracorriente de lo que hacen los medios y que restituye la complejidad que abraza al conocimiento”. (Ines Dussel, 2018)

Sabemos que las **plataformas sociodigitales** han alcanzado niveles sofisticados para captar la atención de todos, sin importar la edad, clase social o perfil del usuario. Sin embargo, **hoy la escuela se nos presenta como un espacio contracultural** que nos sigue ofreciendo la posibilidad de profundizar, investigar, analizar y recrear con tiempos para promover espacios de convivencia, participación, creación y diálogo.

Un puente entre la sabiduría de la experiencia y la fluidez digital

“La metáfora de nativos e inmigrantes digitales si bien resulta cómoda y reconoce ciertos saberes de los jóvenes, invisibiliza las diferencias reales en el acceso y uso de tecnologías según contextos sociales y culturales, dejando afuera a los docentes. Más que pensar en brechas generacionales, habría que atender a la disponibilidad material de dispositivos tecnológicos en los hogares, el contacto íntimo que ello permite y la mediación de esos usos por la cultura y los saberes circulantes. Se requiere desarmar esa dicotomía que hizo más mal que bien en educación” (Inés Dussel, 2015).

Nuestros estudiantes interactúan en el escenario virtual para un gran “show del yo”, lo hacen intuitivamente, manejan las redes con habilidades casi innatas, ya que, según la metáfora presentada hace más dos décadas por Mark Prensky (2001), los **“nativos digitales”** son una generación atraída por las nuevas tecnologías, trabajan y aprenden de forma colaborativa y en red, son versátiles e impacientes.

El término “nativos digitales” fue revisado por su propio autor, quien lo actualizó con el concepto de **“sabiduría digital”** (Prensky, 2010). Es innegable que las nuevas generaciones desarrollan **competencias transmediáticas** que resultan

fundamentales para su vida social, especialmente fuera del ámbito educativo. Sin embargo, es necesario propiciar un **encuentro entre generaciones**: reunir a los nativos digitales, que han crecido inmersos en la tecnología, con sus docentes de generaciones anteriores, quienes han adoptado las TIC en sus prácticas pedagógicas. Este encuentro es esencial para crear un entorno educativo enriquecido, cargado de significados y aprendizajes compartidos.

¿Por qué las redes sociales nos vuelven más narcisistas?



Esta nota de **Rebecca Yanke**, publicado en El Mundo, trae algunas respuestas. Escanear el código QR para leer el artículo.

Carlos Scolari, por su parte, destaca la importancia de entender la **alfabetización digital** no solo como una **habilidad técnica**, sino como una **competencia cultural**. En este sentido, los docentes, aunque no sean nativos digitales, poseen una comprensión valiosa de los contextos y narrativas que las TIC generan. Su experiencia en la lectura y producción de discursos educativos, combinada con la familiaridad de los estudiantes con los nuevos lenguajes digitales, puede dar lugar a una verdadera pedagogía transmedia, donde se cruzan y se enriquecen diferentes modos de comunicación y aprendizaje.

Este encuentro entre generaciones, entonces, no es simplemente una transferencia de conocimientos técnicos, sino una oportunidad para que ambas partes construyan **un puente entre la sabiduría de la experiencia y la fluidez digital**. Los docentes pueden enseñar a los estudiantes a navegar críticamente en un mundo mediático complejo, mientras que los nativos digitales pueden mostrar nuevas formas de interacción y aprendizaje. En conjunto, pueden enriquecerse en un vínculo educativo que no solo utilice las TIC, sino que también reflexione sobre su impacto en la sociedad y en nuestras formas de entender el mundo.

Educadores y estudiantes como exploradores digitales

Nuestros **antepasados del siglo XIX y buena parte del XX** usaban otro instrumental técnico para elaborar su subjetividad, **su memoria e historia común**, como relatos orales y danzas, como los lápices y los cuadernos, los diarios íntimos, las cartas y los libros impresos en donde la introspección y la confesión intimista; eran una serie de prácticas que demandaban silencio, concentración y soledad que ponían en juego otros mecanismos psíquicos y sociales. En contraparte, **hoy son prioridades la visibilidad y la conexión** en donde la mirada del otro adquiere una importancia desmesurada en esos juegos, ya que nuestra propia legitimidad pasa a depender de su conquista y aprobación. Los otros tienen la capacidad de definir quiénes somos y cuánto valemus, de un modo que parece incontestable: con sus comentarios, visualizaciones y clics en el botón “Me gusta”, por ejemplo; lo cual puede volvernos muy vulnerables.

En sintonía con ello, Alessandro Baricco (2006), en su “ensayo sobre la mutación”, presenta una nueva categoría de sujetos: **“los bárbaros”**, quienes valoran la experiencia sobre el conocimiento. Esto se manifiesta en nuestros consumos

culturales en donde la experiencia se ha convertido en el nuevo criterio de valor en una variedad de campos, desde el turismo hasta la gastronomía, pasando por la tecnología. Este énfasis en la experiencia por encima de la comprensión profunda es, para este autor, una característica definitoria de la “nueva era bárbara”. Además, la educación tradicional, que valoraba el estudio profundo y la transmisión de conocimientos establecidos, está siendo reemplazada por un enfoque más pragmático y utilitario. Argumenta que los **“bárbaros” priorizan habilidades prácticas y la adaptabilidad por encima del conocimiento teórico**. Baricco sugiere que esta tendencia está moldeando una nueva forma de pensar en la educación, donde el objetivo principal es preparar a las personas para un mundo en constante cambio, más que para preservar el conocimiento acumulado.

Desde esta Comunidad, valoramos el rol que sigue manteniendo la **escuela de promoción del conocimiento, la convivencia y la experiencia colectiva**. Como expresa Hannah Arendt: “la escuela es un espacio de encuentro entre generaciones, de transmisión intergeneracional, donde se unen el amor por el mundo con el amor por la infancia”.

Desde esta impronta, la escuela ofrece ciertas claves de lectura del mundo, distintas a las lógicas inmediatistas de las redes, ofrece ante ello, ciertos sistemas de interpretación del mundo, cierta inscripción en el lenguaje y en la producción de saberes, en los cuales se pasa “algo de generación en generación” y ese algo se recrea.

Imaginemos a educadores y estudiantes como **“exploradores digitales”** en un vasto territorio tecnológico en constante evolución. En este paisaje, la tecnología no es solo un entorno, sino un extenso terreno a explorar, descubrir y comprender en profundidad. Nos propondremos entonces realizar este viaje de exploración, en el cual asumimos el papel de guías expertos, líderes que no solo conocemos las rutas establecidas, sino que también estamos abiertos a la innovación y la adaptación a nuevos caminos. Como exploradores digitales, no solo aprenderemos a usar las tecnologías existentes, sino que también seremos capaces de trazar nuevas sendas, que nos permitan ser participantes selectivos y creativos de la cultura actual.

Módulo 2: Ejes de la Comunidad de Comunicación

¿Qué desafíos nos planteamos desde la Comunidad de Comunicación?

La **Ley de Educación Nacional (LEN)**, menciona la necesidad de garantizar el **acceso al conocimiento y a la información** como mecanismo primario de participación. Al mismo tiempo, promueve el desarrollo de acciones que apunten a la **utilización inteligente y crítica de las tecnologías** de la información y la comunicación. Esta referencia nos permite considerar que el acceso al conocimiento y a la información debe garantizarse desde las perspectivas de la recepción/consumo y de la producción.

En este segundo módulo, nos proponemos fomentar una comprensión profunda y crítica de la **alfabetización mediática e informacional, la ciudadanía digital y la participación activa en medios y plataformas de comunicación**, desde la pertenencia institucional y comunitaria de nuestras escuelas. Reflexionaremos juntos sobre cómo estos aspectos pueden aplicarse de manera práctica y significativa a través de proyectos educativos interdisciplinarios y contextualmente relevantes. Estos proyectos buscarán recuperar la memoria, promover la cultura en el territorio y valorar la voz de los estudiantes.

Enfrentar estos desafíos requiere no sólo una comprensión teórica, sino también su aplicación práctica en **proyectos socioeducativos** que surjan de nuestras comunidades, diseñados para integrar los ejes de esta comunidad de manera significativa para cada contexto.

Ejes de la comunidad

1. Alfabetización mediática e informacional
2. Publicidad y campañas de comunicación
3. Periodismo escolar
4. Participación y ciudadanía digital

1. Alfabetización mediática e informacional

¿A qué llamamos Alfabetización Mediática e informacional?

Según UNESCO, “la alfabetización mediática e informacional proporciona un conjunto de habilidades esenciales para hacer frente a los desafíos del siglo XXI, incluyendo la proliferación de la desinformación y la incitación al odio, la disminución de la confianza en los medios de comunicación y las innovaciones digitales, en particular la Inteligencia Artificial”.

La **alfabetización mediática e informacional (AMI)** es el proceso de aprendizaje de habilidades y capacidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas y éticas para analizar los contenidos de forma más crítica y desarrollar una postura activa ante ellos. Ser capaces, ante un contenido, de aprender a plantear las preguntas correctas sobre lo que se está viendo, leyendo o escuchando. En este sentido, la AMI es una **conceptualización ampliada de la alfabetización**. Si

esta es, de manera muy esquemática, la adquisición de un conjunto de competencias de lectura, escritura y cálculo, la alfabetización mediática es la adquisición de competencias centradas en los medios y las redes sociales con las que se interactúa a diario.

Diferencia entre alfabetización mediática y alfabetización informacional

La alfabetización mediática e informacional (AMI) es un concepto que combina dos áreas clave del conocimiento: la alfabetización mediática y la alfabetización informacional. Su objetivo principal es capacitar a las personas para comprender, analizar, evaluar y utilizar la información y los medios de manera crítica y responsable.

- **La Alfabetización Mediática** se refiere a la capacidad de entender y analizar críticamente los contenidos y el funcionamiento de los medios de comunicación.
- Mientras que la **Alfabetización Informacional** se enfoca en la capacidad para localizar, evaluar, y utilizar la información de manera segura y efectiva.
- La **Alfabetización Mediática e Informacional** en conjunto abarca la integración de ambas competencias, reconociendo que en la sociedad actual la información y los medios están estrechamente entrelazados.

Al desarrollar una comprensión profunda de los medios y la información, las y los jóvenes pueden aplicar estas habilidades en la creación y ejecución de proyectos que aborden problemas sociales y comunitarios. Estos proyectos pueden incluir la **producción de contenidos educativos**, la organización de **campañas de concientización**, o la implementación de **iniciativas que promuevan el diálogo y la participación activa** en temas de interés comunitario. Así, la alfabetización mediática no solo mejora la capacidad de las y los estudiantes para navegar en el mundo de los medios, sino que también les proporciona herramientas para contribuir positivamente a su entorno social a través de la acción y el compromiso informados.

Diferencia entre alfabetización mediática y alfabetización informacional

Alfabetización mediática	Alfabetización Informacional	Alfabetización mediática e informacional
<p>Comprensión del medio Conocer cómo funcionan los medios de comunicación, su rol en la sociedad, y cómo influyen en la opinión pública.</p>	<p>Búsqueda de información Saber cómo y dónde buscar información confiable.</p>	<p>La ciudadanía activa Permite a las personas participar de manera informada y crítica en la vida cívica y democrática.</p>
<p>Análisis crítico Evaluar la veracidad, parcialidad y calidad de los contenidos mediáticos.</p>	<p>Evaluación crítica Valorar la fiabilidad, relevancia, y precisión de la información encontrada.</p>	<p>La salud informativa Ayuda a identificar y resistir la manipulación y la desinformación.</p>

Diferencia entre alfabetización mediática y alfabetización informacional

1. Comprobación de hechos

La comprobación de hechos, el conocido como “factchecking”, es una competencia fundamental dentro de la alfabetización mediática en un momento en el que las redes sociales multiplican enormemente el alcance del contenido y lo convierten en viral. Algunas de las cuestiones a tener en cuenta a la hora de chequear información:

- **Firma:** Las noticias no firmadas son uno de los primeros signos de que la información debe ponerse en cuarentena. Las noticias falsas suelen ser anónimas.
- **Origen:** Es importante verificar las fuentes que tiene la noticia, analizar el apartado “sobre nosotros” de la página que la difunde, contrastar los enlaces y citas que se mencionan y realizar una búsqueda inversa de imágenes para comprobar que no se han utilizado fotos o videos fuera de contexto.
- **Contraste:** Si ningún otro medio de comunicación se hace eco de la noticia, posiblemente sea falsa.
- **Errores:** Las noticias que contienen errores ortográficos o de redacción también pueden ser falsas.
- **Formato:** Deben tenerse en cuenta los formatos inusuales y los títulos grandes y en mayúsculas, diseñados para apelar a la emoción y despertar la atención.
- **Fecha:** Las noticias reales aparecen justo después del suceso, mientras que las falsas se escriben días después, sin fecha o son atemporales. A menudo recibimos o reenviamos noticias de hace meses o años pensando que son nuevas o recientes.
- **URL:** Es necesario comprobar la dirección web y contrastarla con otros medios. Reparar si son URL similares a sitios conocidos, ya que los sitios de noticias falsas suelen simular las URL de sus páginas web o la de los medios de comunicación. Es una estrategia de páginas web que difunden noticias falsas para confundir al lector.

2. Visión crítica de los medios de comunicación

La comprobación de hechos, el conocido como “factchecking”, es una competencia fundamental dentro de la alfabetización mediática en un momento en el que las redes sociales multiplican enormemente el alcance del contenido y lo convierten en viral. Algunas de las cuestiones a tener en cuenta a la hora de chequear información:

- **¿Quién?** ¿Quién creó el mensaje? ¿Cuál es la fuente de la información (página web, blog)? ¿Está identificado? ¿Podemos contactar con él o ella? ¿Es un/a experto/a en el tema? ¿Habla en nombre de una institución o desde una perspectiva personal o individual?
- **¿Qué?** ¿Cuál es el mensaje? Los mensajes de los medios de comunicación no son un reflejo de la realidad sino construcciones de esa realidad. Cuando alguien comunica algo, su mensaje refleja lo que esa persona piensa, cree, siente. Del mismo modo, los mensajes reflejan los intereses de los medios de comunicación, a menudo de forma poco clara. Es muy importante identificar

los puntos de vista, valores, juicios e ideas que se reflejan en dicho mensaje. ¿Qué significa el mensaje? ¿Es diferente o similar a otros mensajes que tratan el mismo tema? ¿Qué diferencias y similitudes tiene? ¿Aporta algo nuevo? ¿Qué valores o ideas comunica? ¿Qué opiniones y puntos de vista aparecen? ¿Cuáles se han omitido?

- **¿Cómo?** Incluye el uso de técnicas creativas, el mensaje textual y la imagen o vídeo.

- **¿Por qué?** ¿Por qué se ha enviado el mensaje? Parte de los mensajes de los medios de comunicación se construyen para ganar poder. Por eso es importante preguntar: ¿Qué se dice en el mensaje? ¿Está tratando de convencernos de algo? ¿Quién se beneficia de ello? (Individuos, instituciones, intereses privados, ciudadanía). ¿Quién controla la producción y la transmisión del mensaje?

- **¿A quién?** ¿Cuál es el público objetivo? Cada persona puede entender y percibir el mismo mensaje de forma diferente, según sus conocimientos, valores, ideas, intereses, edad, género, estatus social y económico, educación, etc. De hecho, en general, consumimos los mensajes que reafirman nuestras ideas y rechazamos los que las cuestionan. Desempeñamos un papel fundamental en la interpretación de los contenidos de los medios de comunicación y no solo somos consumidores pasivos.

- **¿Cuándo?** ¿Cuándo se produjo y se publicó la información? ¿En qué contexto? Es importante entender y analizar en qué contexto se produce y comparte la información.

3. Conocimiento del papel de las nuevas tecnologías en la distorsión de la realidad

- **Filtro burbuja:** El concepto de filtro burbuja fue propuesto por primera vez por Eli Pariser, que argumentó que los filtros burbuja crean experiencias personalizadas para los usuarios de Internet al sugerirles contenidos que reflejan sus propios intereses y opiniones y, de este modo, les impiden interactuar con contenidos que son nuevos para ellos.

Se refiere al estado de aislamiento intelectual provocado por el algoritmo de un sitio web que adivina selectivamente qué información le gustaría ver a un usuario basándose en información sobre él, como su ubicación, su comportamiento a partir de visitas anteriores a páginas web y de su historial de búsqueda

- **Cámaras de eco:** El eco es la repetición de las ondas de sonido. Las cámaras de eco son una metáfora en la que las opiniones o creencias existentes se refuerzan porque se expresan o existen en un sistema cerrado

- **Del pensar al hacer:** Desde nuestro rol docente nos cabe incorporar metodologías innovadoras basadas en **“aprender a pensar” y “aprender a hacer”**, que impliquen activamente a los estudiantes en su formación sobre los medios y las tecnologías de la comunicación. Incorporar el aprendizaje basado en proyectos y el trabajo colaborativo, con iniciativa y seguimiento personalizado, que desarrolle las habilidades críticas de comprensión, argumentación y expresión, y el dominio del lenguaje hablado, escrito, audiovisual.



¿Sabías que Chequeado ofrece recursos educativos para eliminar la desinformación y mejorar el debate público?

Escanear QR para acceder
a todos los materiales
para docentes.

¿Por qué desarrollar competencias digitales para una formación crítica?

Experimentamos día a día el fenómeno cotidiano de que las tecnologías digitales cambiaron la forma en que se accede, comparte y produce el conocimiento y la información. La pandemia mundial de Covid-19 aumentó significativamente la transmisión digital de conocimientos, lo que hizo que las competencias digitales fueran cruciales para la participación en la sociedad, incluido el aprendizaje permanente y las oportunidades de empleo.

Basándonos en este esquema de la **Agenda 2030**, hay 6 pilares del desarrollo de habilidades técnicas y creativas en el uso de tecnologías, con una integración de herramientas digitales en la enseñanza y el aprendizaje, más el desarrollo de una ética y uso responsable de las TIC. Piscitelli afirma que los tiempos actuales requieren la vuelta de perfiles profesionales más generalistas y menos especializados (“polímatas”), aboga por el fin de la “grieta” entre humanidades y ciencias, y postula que debemos ampliar nuestra noción de inteligencia, para poder aprender también de la inteligencia animal y vegetal.

Por su parte, **Scolari (2018) establece las diferencias entre el alfabetismo, el alfabetismo mediático y el alfabetismo transmedia**. El alfabetismo transmedia se centra en las prácticas con los medios, siempre cambiantes, que desarrollan los jóvenes fuera de las instituciones formales de aprendizaje. Investigaciones previas en este campo (por ejemplo, Jenkins et al., 2006) han identificado varias habilidades que se podrían considerar **competencias básicas del alfabetismo transmedia**: desde **jugar** (la capacidad de experimentar con el entorno como forma de resolución de un problema), hasta **interpretar** (capacidad para adoptar identidades alternativas con el objeto de la improvisación y el descubrimiento), la apropiación (capacidad para samplear y remezclar el contenido de los medios creando significado), **juzgar** (capacidad para evaluar la fiabilidad y credibilidad de distintas fuentes de información), la **navegación transmedia** (capacidad para seguir el flujo de historias e información a través de múltiples modalidades), navegar por la red (capacidad para buscar, sintetizar y difundir información), y negociar (capacidad para moverse por distintas comunidades y discernir y respetar múltiples perspectivas, y aprehender y seguir normas distintas).

Recorridos sugerentes para proyectos educativos que incluyan AMI y educación digital

Narrativa Transmedia Escolar

Las y los estudiantes crean una historia que se cuenta a través de múltiples plataformas (blog, videos, redes sociales, cómics digitales, etc.).

Objetivos: desarrollar habilidades de narración, producción de contenido en diferentes formatos y comprensión de la convergencia mediática.

Actividades: Escritura de la historia, producción de videos y cómics, creación de perfiles en redes sociales para personajes, y promoción de la narrativa en la comunidad escolar.

Investigación Transmedia de la Historia Local

Las y los estudiantes investigan y documentan la historia de su comunidad utilizando diversos medios (pódcast, videos, artículos, fotografías, redes sociales).

Objetivos: fomentar la investigación, la narrativa digital y el uso de múltiples plataformas para contar historias.

Actividades: recopilación de testimonios, creación de videos documentales, producción de pódcast, redacción de artículos, y difusión del proyecto a través de una página web y redes sociales.

Campaña Transmedia de Alfabetización Mediática

Las y los estudiantes diseñan una campaña educativa que utiliza diferentes medios (videos, infografías, redes sociales, blogs) para enseñar a su comunidad a identificar noticias falsas y evaluar fuentes de información.

Objetivos: promover el pensamiento crítico, la evaluación de fuentes y el uso creativo de múltiples plataformas.

Actividades: creación de contenido educativo en diversos formatos, difusión en redes sociales, organización de talleres presenciales y en línea, y evaluación del impacto de la campaña.

Blog y Podcast sobre Competencias Digitales

Las y los estudiantes gestionan un blog y un pódcast donde se abordan temas de competencias digitales necesarias en el siglo XXI.

Objetivos: mejorar la redacción, la producción de audio y video, y la alfabetización digital.

Actividades: investigación sobre temas digitales, redacción de artículos para el blog, grabación y edición de episodios de podcast, promoción del contenido en redes sociales y análisis de métricas de audiencia.

Proyecto Transmedia de Documentación Digital

Las y los estudiantes recogen y digitalizan testimonios y documentos históricos de su comunidad, creando un archivo digital accesible a través de una página web, videos documentales y redes sociales.

Objetivos: desarrollar habilidades de investigación, digitalización y narración transmedia.

Actividades: entrevistas a personas mayores, escaneo de documentos, producción de videos documentales, creación de una base de datos en línea, y difusión del proyecto a través de redes sociales y una página web.

Hackathon Transmedia Educativo

Organización de un hackathon en el que las y los estudiantes colaboren para resolver un problema educativo utilizando tecnología y narrativas transmedia.

Objetivos: fomentar la colaboración, la innovación y las habilidades técnicas y narrativas.

Actividades: brainstorming de ideas, formación de equipos, desarrollo de prototipos transmedia, presentación de soluciones en diferentes plataformas, y premiación de los mejores proyectos.

Taller de Seguridad Digital Transmedia

Las y los estudiantes organizan talleres que utilizan múltiples medios (videos, infografías, blogs, redes sociales) para enseñar a su comunidad sobre seguridad en línea y protección de la privacidad.

Objetivos: concientizar sobre la seguridad digital y promover prácticas seguras en el uso de internet a través de narrativas transmedia.

Actividades: investigación sobre seguridad digital, creación de contenido educativo en diversos formatos, realización de talleres presenciales y en línea, y difusión del contenido a través de redes sociales.

Revista Digital y Serie Web Escolar

Creación y gestión de una revista digital que cubre temas de interés para los estudiantes y la comunidad escolar, complementada con una serie web.

Objetivos: desarrollar habilidades de escritura, edición y producción de video digital.

Actividades: redacción de artículos para la revista, producción de episodios de la serie web, diseño de la revista y la serie, publicación en plataformas digitales, y promoción en redes sociales.

Campañas de promoción y concientización

Las campañas de comunicación y concientización en el ámbito escolar son herramientas estratégicas para involucrar a los estudiantes en temas relevantes y fomentar la participación activa en su comunidad. Estos proyectos permiten a los alumnos desarrollar habilidades críticas y creativas mientras abordan problemáticas sociales y educativas. Algunas ideas y enfoques para desarrollar campañas pueden ser:

1. Educación Ambiental: Las escuelas pueden lanzar campañas sobre la importancia de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Estas campañas pueden incluir actividades como reciclaje, reducción de residuos y conservación de recursos naturales. El proyecto puede involucrar la creación de posters, videos y actividades educativas que se difundan en la comunidad escolar.

2. Prevención del acoso escolar: Las campañas de concientización sobre el bullying pueden ayudar a crear un ambiente escolar más inclusivo y respetuoso. Los estudiantes pueden participar en la creación de materiales informativos, dramatizaciones y eventos que promuevan el respeto y la empatía.

3. Salud y bienestar: Campañas sobre hábitos saludables, prevención de enfermedades y bienestar emocional son esenciales para el desarrollo integral de los estudiantes. Estas campañas pueden incluir talleres, charlas y actividades prácticas relacionadas con la nutrición, el ejercicio y la salud mental.

4. Participación Cívica: Las campañas que promueven la participación cívica y el conocimiento de los derechos y deberes ciudadanos pueden empoderar

a las y los estudiantes para que se involucren activamente en su comunidad. Actividades como debates, proyectos de servicio comunitario y simulaciones de procesos democráticos pueden ser parte de estas campañas.

5. Diversidad e Inclusión: Las campañas que celebran la diversidad y promueven la inclusión ayudan a construir un entorno escolar más equitativo. Estas iniciativas pueden incluir eventos culturales, talleres sobre tolerancia y materiales educativos que celebren diferentes identidades y experiencias.

Para desarrollar estas campañas, es crucial involucrar a los estudiantes en todas las etapas del proceso, desde la planificación hasta la implementación y evaluación. Esto no solo asegura que las campañas sean relevantes y efectivas, sino que también fomenta el sentido de responsabilidad y participación.

Pasos para diseñar e implementar una campaña comunicación

1. Definir objetivos y público

- **Objetivos claros:** Establecer qué se desea lograr con la campaña. Ejemplo: aumentar la participación en eventos, promover actividades extracurriculares, concientizar sobre temas específicos.
- **Conocer al público:** Identificar quiénes son los destinatarios principales (estudiantes, padres, personal escolar) y ajustar los mensajes y los canales de comunicación en función de sus intereses y necesidades.

2. Crear mensajes atractivos

- **Desarrollar mensajes Clave:** redacta mensajes claros, concisos y persuasivos que transmitan los beneficios y la importancia de la campaña.
- **Utilizar elementos visuales:** diseñar posters, flyers, videos y otros materiales visuales que sean llamativos y fáciles de entender.

3. Utilizar canales de comunicación

- **Medios Digitales:** usar redes sociales escolares, correos electrónicos y página web de la escuela para difundir la campaña.
- **Medios tradicionales:** pegar afiches, organizar asambleas o presentaciones en clase para comunicar los mensajes.
- **Intervenciones comunitarias:** diseñar un mural y pintarlo colectivamente, arreglar espacios lúdicos, pintar sendas peatonales, hacer una performance en la plaza principal de la ciudad, etc.

4. Involucrar a los Estudiantes

- **Participación Activa:** Permite que los estudiantes participen en la creación de contenido, la redacción de discursos y guiones, el diseño de posters, producción audiovisuales, etc.
- **Proyectos Colaborativos:** Fomenta la colaboración entre diferentes grupos de estudiantes para desarrollar y ejecutar la campaña, además de involucrar a otros actores de la comunidad (familias, organizaciones, municipios, etc).

5. Implementar y ejecutar

- Lanzamiento de la campaña: organizar eventos de lanzamiento para presentar la campaña y generar entusiasmo.
- Distribución de materiales: asegurarse de que los materiales promocionales lleguen a todos los miembros de la comunidad escolar.

6. Evaluar y ajustar

- Retroalimentación: pedir opiniones para evaluar el impacto de la campaña por ejemplo, mediante una encuesta.
- Revisar Resultados: analizar los resultados y ajustar la campaña según sea necesario para mejorar la efectividad.

7. Ejemplos de actividades

- Concursos y competencias: concursos de diseño de afiches promocionales, fotografía o videos relacionados con la campaña.
- Charlas y talleres: ofrecer charlas y talleres que expliquen los objetivos de la campaña y su impacto en la comunidad.
- Eventos Especiales: realizar actividades especiales que promuevan la campaña, como ferias, festivales, días temáticos o presentaciones en asambleas escolares.

Experiencias de la educación santafesina

- Campaña de difusión para la donación de sangre.
- Campaña de concientización vial inclusiva.
- Campaña de concientización por la violencia de género.
- Campaña de comunicación sobre el reciclaje del aceite usado.

3. Periodismo escolar: medios tradicionales y digitales

El periodismo escolar y la producción de contenidos en el aula

Los programas de radio, las revistas o periódicos escolares fueron y aún son proyectos educativos basados en la **construcción de un medio de comunicación** por las y los estudiantes. Habitualmente, se comunican hechos o actividades acontecidos en el centro educativo o temas que preocupan a la comunidad.

El **periodismo escolar** coloca al estudiante en el rol de periodista, estimulándolo a leer, investigar, analizar y desarrollar un pensamiento crítico. Además, le permite refinar su capacidad para comunicar y divulgar sus ideas y opiniones de manera efectiva. Este ejercicio no solo contribuye significativamente a su **formación cívica**, sino que también mejora sus **habilidades de comunicación**. Asimismo, al involucrarse con la realidad que lo rodea, tanto dentro como fuera de la institución, el estudiante establece un vínculo más profundo con la vida cotidiana, lo que promueve la interacción y fortalece las relaciones sociales.

Célestin Freinet, un pedagogo francés del siglo XX, introdujo el concepto de **periodismo escolar** como una herramienta pedagógica clave en su enfoque educativo. Según Freinet, el periodismo escolar no solo servía para mejorar las habilidades de lectura y escritura de los estudiantes, sino también para fomentar un **aprendizaje más activo y participativo**. A través de la elaboración de un periódico escolar, sus estudiantes se convertían en investigadores, reporteros y críticos, desarrollando **un pensamiento crítico** y una **comprensión más profunda de su entorno**. Freinet veía el periodismo escolar como un medio para conectar la escuela con la vida real, promoviendo así una educación más significativa y relevante.

Como expresa el material publicado por el Ministerio de Educación de la Nación "Lineamientos generales para una propuesta de medios en la escuela" (2021): "Los **proyectos de medios escolares** habilitan la posibilidad de proponer otros modos de hacer escuela. Una escuela que está en plena transformación, que es permeable a los cambios de época que atraviesan las distintas esferas de la sociedad". Estas iniciativas escolares generan un espacio dentro de la escuela donde los estudiantes pueden desarrollar proyectos de radio, cine, televisión y redes sociales, permitiéndoles generar una **agenda propia**, expresar y difundir sus propias interpretaciones sociales, en línea con sus realidades, edades e intereses. Esta oportunidad les proporciona herramientas para **analizar críticamente los consumos culturales** predominantes, que a menudo están desvinculados de sus contextos locales.

Caracterización de los lenguajes que pueden trabajarse en los medios escolares (extraído de Ministerio de Educación, 2021)

- **Radiofónico:** la radio escuela es uno de los proyectos de medios más frecuentes y potentes en la educación. Seguramente, porque permite crear nuevos mundos a través de la imaginación, tanto de quienes producen los mensajes como de quienes los escuchan, ejercer la libertad de expresar ideas y enseñar y aprender a través del sonido, la música y la voz. El lenguaje radiofónico es pionero en Latinoamérica: las propuestas de comunicación alternativa y popular, permite que las voces de las y los estudiantes atraviesen las paredes de las aulas y se multipliquen por el aire. La radio no es justamente el medio que quizás hoy los estudiantes más elijan, sin embargo, el lenguaje sonoro está presente en muchos de los contenidos que consumen a diario, casi sin identificarlo.
- **Audiovisual:** los medios audiovisuales se conforman por la integración de la imagen y el sonido para transmitir mensajes específicos, y es uno de los lenguajes más utilizados por las y los jóvenes, gracias a la disponibilidad de ciertos dispositivos (computadoras portátiles, celulares, entre otros) que diversifican los roles tradicionales de emisor y receptor. La escuela, a partir del uso cotidiano del teléfono celular, es más que interpelada y cumple un rol fundamental a la hora de garantizar y democratizar el acceso al capital cultural de la época. Entonces, educar con clave en comprender los modos en los que se construye el mensaje y la narrativa audiovisual implica abordar este lenguaje desde una perspectiva crítica y dejar de lado el consumo pasivo para **“tomar la voz y la imagen”**.
- **Multimedia:** es el lenguaje de los múltiples medios de expresión (texto, imagen, sonido, video). “Gracias a la disponibilidad de los dispositivos tecnológicos, los medios digitales facilitan la creación y la circulación de contenidos, y son sus principales características la versatilidad y la interactividad. Las **narrativas transmedia** permiten que una foto se convierta en una historia y, a la vez, esa historia en un video que puede compartirse en otras plataformas y obtener diversos significados. Desde esta perspectiva, los medios digitales ofrecen una multiplicidad de formatos para abordar, muchos de los cuales ya se trabajan en el ámbito escolar y tiene como su principal aporte la posibilidad de combinarlos, reutilizarlos y compartirlos”. Significa salir del aula y recorrer territorios que, muchas veces, suelen estar vinculados al ocio. Sin embargo, la creatividad, el conocimiento y los vínculos con otras y otros jóvenes impulsan a pensar que los procesos de enseñanza y aprendizaje pueden darse también allí. Redes sociales, juegos en red, comunidades virtuales, convergencia y colaboración al servicio de la participación y el debate de ideas.
- **Gráfico:** los medios gráficos son aquellos en los que interviene, sobre todo, el lenguaje escrito, y en segundo lugar la imagen. Algunos ejemplos son los diarios y revistas escolares, folletos y fanzines. Su propósito es la transmisión de ideas, opiniones, acontecimientos e imágenes. “Se espera que las y los jóvenes que forman parte de un proyecto de **medio gráfico** puedan familiarizarse con las herramientas propias de este lenguaje, resignificar los contenidos curriculares trabajados en otros espacios y hacer circular sus producciones impresas dentro y fuera de la escuela”.

Experiencias en medios de las escuelas santafesinas

Radiofonía

- Radio escolar del Complejo Educativo “Francisco Gurruchaga” de Rosario. Encuentro de radios escolares en la EETP N.º 459 de Pérez.
- Radio y alfabetización digital de la Primaria “Tomás Espora” N.º 1254 de Rosario.
- “El inforecreo” de la Escuela Primaria Provincia N.º 6004.
- Radio escuela, blog y redes sociales en la Escuela Primaria N.º 1295 de Venado Tuerto.
- Proyecto de radio en línea organizado con un enfoque interdisciplinario, entre siete asignaturas.

Gráfica

- La Revista Escolar, un proyecto de la jornada extendida de la Escuela Primaria Rural N.º 710 de Colonia La Nueva, Humboldt.
- La revista de la Lisandro es un proyecto de la Escuela Primaria N.º 1186 “Lisandro de la Torre” de Rafaela, producida por estudiantes de 7º en Lengua, con la participación de estudiantes de distintos cursos y otras áreas como artes, ciencias sociales, tecnología, etc.
- Revista escolar “Voces de mi escuela” de la Escuela Primaria Rural N.º 693 “Bernardino Rivadavia”.

Audiovisual

- Documental sobre Casa Tomada de Julio Cortazar de la Escuela Orientada N.º 311.
- Tertulia pictórica y Alfabetización Audiovisual Escuela N.º 6384 Almt. Brown, Santa Fe.
- Alfabetización audiovisual. Experiencias de distintas escuelas santafesinas.
- Programa de streaming audiovisual “La voz de Lourdes” de la EETP N.º 8122.
- Actos patrios por YouTube en el nivel Superior durante la pandemia del COVID-19 del Instituto Superior del Profesorado N.º 5 de Cañada de Gómez.

4. Participación y ciudadanía digital

Con la masificación de Internet en las grandes ciudades y la creciente conectividad y acceso en localidades más pequeñas y contextos rurales, se instalan nuevos modos de vivir la ciudadanía. Actualmente, el contexto digital es tan relevante en nuestras vidas que ha surgido una nueva “categoría” popularizada como **Ciudadanía Digital** que implica tanto la comprensión del funcionamiento y los principios del mundo digital, como también la capacidad de análisis sobre el lugar que las nuevas tecnologías ocupan en la sociedad. Siguiendo a UNESCO (2020), podemos afirmar que, para ejercer la Ciudadanía Digital hoy, es crucial también la capacidad de evaluar la incidencia que las tecnologías digitales tienen en nuestra vida cotidiana y entender su rol en la construcción del conocimiento, aprendiendo a utilizarlas de manera fructífera para la participación en la sociedad.

Pero, ¿cuándo somos considerados ciudadanos digitales?

“Somos ciudadanos digitales cuando contamos con la habilidad para navegar en contextos digitales complejos y comprender sus implicancias sociales, económicas, políticas, educativas y laborales. Somos ciudadanos digitales cuando sabemos hacer un uso reflexivo y creativo de Internet, tanto para el análisis crítico como para la participación, la misma supone un conjunto de competencias que nos permite acceder, comprender, analizar y utilizar el entorno digital de manera crítica, ética y creativa” (UNESCO, 2020, p. 9).

Si bien la Ciudadanía Digital no es idéntica a la ciudadanía previa a la virtualidad, podríamos decir, junto con Ávila Muñoz (2016), que tampoco se contraponen. Se trata de un “redimensionamiento” que deja sin efecto cualquier tipo de condicionamiento propio de los límites geográficos y políticas que hasta ahora nos dividían, por la simple razón de que una “comunidad digital” se puede conformar sin tiempo ni lugar compartido. Solo es necesario compartir el espacio virtual, con lo cual todas las categorías de agrupamiento, trabajo en equipo y socialización se ven trastocadas para siempre. Como ciudadanos digitales, reconocemos el **conjunto de pautas de convivencia y comportamiento** que nos permiten interactuar en entornos virtuales. Tenemos el derecho a expresarnos libremente dentro de un marco de reglas que contemplen las diferencias y garanticen un trato respetuoso y seguro. Además, tenemos la responsabilidad de intervenir, opinar y participar activamente, asegurándonos de mantener un ciberespacio libre de malos tratos, agresiones y discriminación.

UNESCO (2014) definió a esta **nueva alfabetización** como el conjunto de áreas temáticas que se integran en el desarrollo de competencias para una Ciudadanía Digital: “(...) conjunto de competencias que faculta a los ciudadanos para acceder, recuperar, comprender, evaluar y utilizar, crear y compartir información y contenidos mediáticos en todos los formatos, utilizando diversas herramientas, de forma crítica, ética y eficaz, para participar y participar en actividades personales, profesionales y sociales.

Experiencias en medios de las escuelas santafesinas

En el mundo digital, cada acción que realizamos en Internet deja una “huella digital”, compuesta por rastros de información y datos masivos recopilados por diversas compañías. Estas huellas se generan de múltiples formas, como al usar dispositivos móviles, realizar compras en línea, enviar correos electrónicos, y publicar en redes sociales, entre otras actividades. Las acciones que otros realizan sobre nosotros en el entorno digital también contribuyen a nuestra reputación y perfil digital. La **huella digital** está estrechamente relacionada con **nuestra identidad digital**, la cual persiste y a menudo se escapa de nuestro control. Esto trae consigo nuevos dilemas y problemas, incluyendo la manipulación de datos por redes sociales y otros medios digitales.



“Todo lo que aparece sobre nosotros va conformando lo que podemos llamar imagen o identidad digital”, esto explica Claudio Grosso en esta charla TED. Para ver video, escanear QR.

Construcción de Ciudadanía Digital en Educación

Para construir una ciudadanía digital efectiva en la educación, es crucial que los conceptos, habilidades y competencias relacionadas se integren de manera específica en el currículo escolar, la formación docente y la formación de formadores. Este ámbito está en constante evolución y requiere contenido actualizado y preciso para una correcta comprensión.

La UNESCO (2020) identifica tres ejes fundamentales para abordar la ciudadanía digital:

- **Protección y Seguridad**
- **Reflexión y Análisis**
- **Creatividad y Participación**

Estos ejes no son excluyentes y deben abordarse de manera integral. Temas como el pensamiento crítico, la complejidad, y la relación entre ciudadanía digital y global surgen en torno a los mismos.

Las competencias clave para la ciudadanía digital en educación

- Construcción de una identidad digital integral y sana
- Administración del tiempo de pantalla
- Detección y manejo del ciberacoso
- Protección de datos personales
- Control de la privacidad en línea
- Desarrollo del pensamiento crítico y creativo en red
- Participación social y solidaridad en línea

Las competencias clave para la ciudadanía digital en educación

Participar significa tomar acciones para mejorar la calidad de vida pública en una sociedad democrática que defiende los derechos humanos. Es la influencia de individuos o grupos en la comunidad, una actividad política y social visible (Sigel y Hoskin, 1989 en Morduchowicz, 2021). **En Argentina, el 40% de los jóvenes entre 13 y 17 años está conectado a Internet las 24 horas del día. Otro 50% navega en Internet hasta la hora de dormir. Solo 1 de cada 10 adolescentes se conecta menos de tres horas diarias.** Según Morduchowicz (2021), no debería sorprendernos que los adolescentes pasen más tiempo frente a pantallas que con sus docentes, incluso fuera de la pandemia. Las pantallas no conocen sábados, domingos, vacaciones ni feriados, y en muchos casos, esos días incrementan el uso de dispositivos por parte de los adolescentes.

Ante el creciente uso de Internet, surge la pregunta: **¿qué hacen los adolescentes conectados durante tantas horas? ¿Solo consumen información o también la producen? ¿Cómo se expresan online y en qué participan?** Para los jóvenes de 13 a 17 años, la principal función de Internet es comunicativa; el 98% tiene un perfil en redes sociales. Sin embargo, poco se sabe sobre su participación en la web. Una investigación de 2020 con dos mil jóvenes de 14

a 18 años en Argentina (Morduchowicz, 2021) reveló que, aunque se utiliza Internet, no se profundiza en las razones de su uso. La participación se refiere a la construcción de una sociedad en el espacio público, un espacio compartido. Es esencial fomentar una “cultura participativa” que incluya:

- **Fortalecimiento de la conexión entre personas.**
- **Promoción de la expresión y el compromiso social.**
- **Oportunidades para compartir ideas y contribuir.**

La comunicación frecuente y la **creación de comunidades virtuales** son cruciales para experimentar formas de participación que pueden llevar a la **movilización política y ética** en causas justas (Dussel, 2011). Junto con Morduchowicz (2021), sostenemos que el uso de tecnologías digitales para la participación es fundamental para construir una sociedad democrática. Una cultura democrática sólida hoy es difícil de imaginar sin una Ciudadanía Digital activa.

Es importante que reflexionemos cuál es la mirada de los adolescentes sobre qué significa participar. En la investigación antes citada de 2020, la mayoría de los encuestados se inclinó por decir que participar era estar informado y preocuparse de lo que pasa en el país y en el mundo, lo cual refleja a una limitación respecto del significado de la participación que compartimos anteriormente. En otras palabras, si no comprenden que la participación es un derecho de todos, dejarán la oportunidad de participar y decidir sólo en las manos de “los que saben y entienden”, con los riesgos que eso supone para la democracia (Morduchowicz, 2021)

Ser creativos en el ejercicio de la ciudadanía digital

En el ámbito de la Ciudadanía Digital, es esencial combinar la **participación con la creatividad**. Ambas se ven como positivas y se complementan, pero es importante definir qué significan y cómo funcionan en la práctica. Celebrar cualquier tipo de contenido generado en redes sociales puede ser un “slogan vacío” si no va acompañado de un pensamiento crítico.

“Hay una diferencia entre compartir un posteo en las redes sociales sobre un partido de fútbol o sobre un nuevo paso de baile y participar en una campaña en Internet por un tema que preocupa. Entre intercambiar canciones para armar una playlist y formar parte de un foro online para debatir un tema de la escuela. Entre jugar en red y producir un video digital sobre un problema comunitario” (Morduchowicz, 2021).

La verdadera participación creativa debe reflejar un compromiso con lo público y una acción en conjunto para mejorar la comunidad. La cultura participativa se nutre de esta creatividad, buscando siempre el Bien Común.

Los **procesos lúdicos** pueden ser espacios ideales para fomentar esta cultura participativa y creativa, lo que vale la pena explorar en la práctica. Ken Robinson (2015) identifica al menos cuatro mitos comunes sobre la creatividad. El primero sostiene que solo las personas “especiales” pueden ser creativas,

como si se tratara de un don reservado para unos pocos. El segundo mito limita la creatividad al ámbito de las artes, ignorando su presencia en otras áreas. El tercero afirma que la creatividad “no se puede enseñar”, lo cual subestima el potencial de desarrollo en este campo. Por último, el cuarto mito sostiene que la creatividad solo florece en contextos sin inhibiciones.



Las y los invitamos a ver la charla TED de Sir Ken Robinson, titulada “Las escuelas matan la creatividad”.

Escanear QR para ver el video.

Es importante reconocer que la creatividad en sí misma no siempre persigue un propósito social; puede manifestarse como la generación de nuevas ideas sin necesidad de que beneficien a la humanidad. Sin embargo, en el contexto de la Ciudadanía Digital, la creatividad se vincula intrínsecamente con la participación y su impacto en la sociedad.

Referencias en nuestro país. El abordaje de la Ciudadanía Digital tiene en nuestro país una trayectoria en la cual tanto el Estado como las iniciativas particulares o de distintas organizaciones juegan un rol importante. Algunos ejemplos interesantes para comenzar a explorar el tema pueden ser: la sección ¿Cómo puedo ejercer una ciudadanía digital responsable?, que puede visualizarse en la web oficial www.argentina.gob.ar. Allí encontraremos una serie de recomendaciones sobre seguridad, como navegación, contraseñas, sitios seguros, sitios sospechosos, phishing e ingeniería social. Esta sección es parte del programa “Con vos en la web” iniciativa sobre Ciudadanía digital responsable, seguridad, privacidad en internet y redes sociales, dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

Otra referencia importante en nuestro país es el colectivo llamado Faro Digital, que nació en el año 2015 y está dedicado al análisis, estudio y promoción de una ciudadanía en los territorios digitales. Desde **Faro Digital** se promueven talleres, campañas, investigaciones y contenidos buscando la transformación social a partir del cultivo de usos reflexivos y críticos de los medios digitales; abordando los dilemas educativos, sociales, comunicacionales y vinculares que emergen del uso cotidiano de las plataformas digitales.

Ejemplos prácticos para el aula

• Foro Juvenil de Ciudadanía Digital:

Las y los estudiantes organizan y gestionan un foro local donde se discuten temas relacionados con la ciudadanía digital, como derechos y responsabilidades en línea, ciberbullying, y privacidad.

Objetivos: promover la participación juvenil, el pensamiento crítico y el liderazgo.

Actividades: planificación del evento, invitación a expertos y participantes, moderación de debates, creación de materiales informativos, y difusión del foro a través de redes sociales y medios locales.

• **Plataforma de Participación Ciudadana en Línea**

Las y los estudiantes desarrollan una plataforma digital donde los jóvenes de su comunidad pueden proponer y votar sobre proyectos e iniciativas locales.

Objetivos: fomentar la participación juvenil, la toma de decisiones colectivas y el uso de herramientas digitales.

Actividades: diseño y programación de la plataforma, promoción entre los jóvenes, organización de campañas para propuestas de proyectos, y seguimiento de las iniciativas más votadas.

• **Red de promotores Juveniles**

Las y los estudiantes crean una red de promotores juveniles que brindan apoyo y orientación a sus pares en temas de ciudadanía digital y utilización creativa de la tecnología.

Objetivos: fortalecer la solidaridad juvenil, la transferencia de conocimientos y la creatividad.

Actividades: capacitación de promotores, desarrollo de recursos educativos, y evaluación del impacto de la red

• **Documental Comunitario Interactivo (podcast/audiovisual):**

Las y los estudiantes producen un documental interactivo que explore la historia y los desafíos de su comunidad, utilizando técnicas creativas y plataformas digitales.

Objetivos: desarrollar habilidades de producción audiovisual, narración interactiva y participación comunitaria.

Actividades: investigación y recopilación de testimonios, filmación y edición de videos, creación de elementos interactivos (mapas, encuestas, etc.), y presentación del documental a la comunidad.

• **Festival de Creatividad y Ciudadanía Digital:**

Las y los estudiantes organizan un festival que celebra la creatividad y la ciudadanía digital, con talleres, exposiciones y presentaciones de proyectos realizados por jóvenes.

Objetivos: promover la expresión creativa, el intercambio de conocimientos y la participación juvenil.

Actividades: planificación del festival, organización de talleres y exposiciones, promoción del evento, y documentación de las actividades para su difusión en línea.

• **Revista Digital de Participación Juvenil:**

Creación y gestión de una revista digital que recoja y difunda opiniones, historias y proyectos de jóvenes relacionados con la ciudadanía digital y la participación cívica.

Objetivos: mejorar las habilidades de escritura, edición y publicación digital, y dar voz a los jóvenes.

Actividades: Redacción de artículos, entrevistas, diseño de la revista, publicación en plataformas digitales, y promoción en redes sociales.

• **Juego de Rol sobre Ciudadanía Digital**

Desarrollo de un juego de rol en el que los estudiantes asumen diferentes roles (políticos, activistas, ciudadanos) y enfrentan desafíos relacionados con la ciudadanía digital.

Objetivos: fomentar la creatividad, el pensamiento crítico y la comprensión de la ciudadanía digital.

Actividades: Diseño del juego y sus reglas, creación de personajes y escenarios, organización de sesiones de juego, y evaluación del aprendizaje y la participación.

¡Cerramos esta etapa y seguimos adelante!

Emprender un proyecto dentro de la **Comunidad de Comunicación**, siendo parte de una **Red de Comunidades de Aprendizaje**, es una aventura colaborativa que busca **construir sentido** en las relaciones sociales que entran las esferas públicas y mediáticas de nuestras comunidades educativas. Es un viaje que tiene destino, pero no final: siempre habrá nuevos desafíos que afrontar.

Hasta aquí hicimos **un recorrido introductorio** para conocer la principal red de problemas, conceptos, enfoques y recursos disponibles para comenzar a diseñar un proyecto con nuestras y nuestros estudiantes, y la comunidad toda.

Hacemos una pausa en la lectura y comenzamos a poner nuestras ideas en común con el grupo de trabajo de nuestra institución, para diseñar el proyecto que les motiva llevar adelante de forma colectiva. En ese proceso, surgirán nuevas inquietudes para, luego, ir a profundizar los conocimientos sobre la problemática elegida, abrir instancias de socialización con actores externos al sistema educativo, incluso el diálogo con colegas y estudiantes que están trabajando en otras comunidades.

Ese es el camino que se abre a partir de ahora. Poner a rodar una idea, un proyecto, y continuar la formación y el trabajo en comunidad para hacerlo parte de nuestra realidad educativa.

Referencias Bibliográficas

Módulo I

Baricco, A. (2007). *Los bárbaros: ensayo sobre la mutación*. Editorial Anagrama. España.

Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología* [PDF]. Gedisa. Barcelona.
García Fanlo, L. (2012). Twitter y la rebelión de los ciber fans de Gran Hermano 2.0 En Fausto Neto & M Carlón (Eds.), *La política de los internautas* (pp.97-115). La Crujía Ediciones. Buenos Aires.

Jenkins, H.(2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona

Ávila Muñoz, P. (2016). *Construcción de ciudadanía digital: un reto para la Educación* Suplemento Signos EAD Cultura Transmedia.

Freinet, C. (1977). *El diario escolar*. Laia. Barcelona

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Editorial Gedisa. Barcelona

Chartier R., Scolari C.(2019). *Cultura escrita y textos en red Serie Diálogos*. Editorial Gedisa. Barcelona.

López G., Ciuffoli C.(Eds.)(2012) *Facebook es el mensaje*. La Crujía Ediciones. Instituto Superior de Estudios

Pedagógicos.(2018). *El enfoque de Dussel para pensar la articulación entre educación y entornos digitales*. Ministerio de Educación Provincia Córdoba.

Sibilia P..(2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo Cultura Económica. Buenos Aires

Sibilia, P. (2019). *El gran 'show' del yo: por qué las redes sociales nos vuelven más narcisistas*. El Mundo. España.

Prensky, M. (2001). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Distribuidora SEK, S.A. Impresión: Albatros, S.L. Depósito legal: M-24433-201.

Prensky, M. [Marc Prensky]. (2016). *¿Cómo debemos educar a los 'nativos digitales'?* Marc Prensky responde [Video]. Fecha de recupero: julio 2024. Recuperado de URL del video <https://youtu.be/Sr5ZF62-nXs?si=491RXaRWRurPmgWK>

Boczkowski P.J., Mitchelstein E..(2022). *El entorno digital: Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy* Siglo XXI Editores. Argentina

Módulo II

“Henry Jenkins sobre cómo sacar provecho competencias mediáticas en la escuela. Primera parte” (2008) Educ.ar.

“Henry Jenkins sobre cómo sacar provecho competencias mediáticas en la escuela. Segunda parte” (2008) Educ.ar.

Dillón, A (2023). Alejandro Piscitelli: “Necesitamos una tercera cultura, más allá de la grieta entre ciencia y humanidades” Infobae.

Scolari C.(2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. Carlos A. Scolari (Ed.). Barcelona.

Levis,D. (1999/2019). La pantalla ubicua– Manual crítico tecnoculturas contemporáneas , 3va edición. Buenos Aires; Sivel / Cátedra Diego Levis.





Ministerio
de Educación