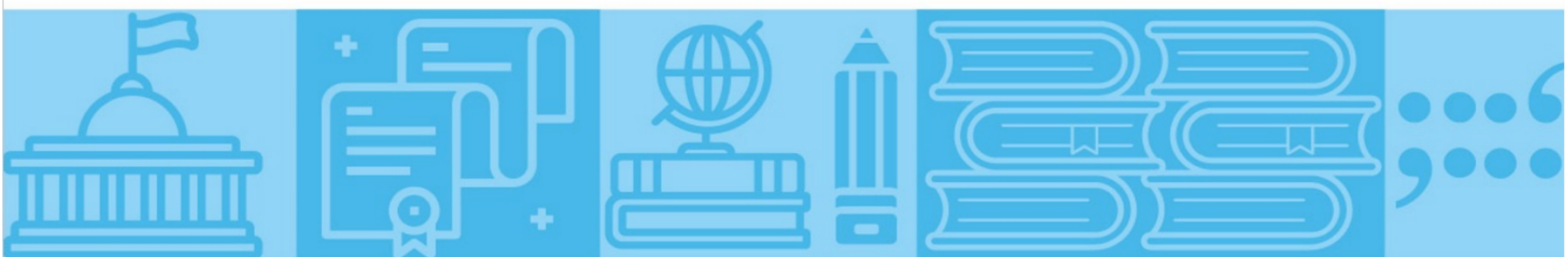


Colección **Actualizaciones Académicas**

Actualización Académica en tecnologías digitales y educación: nivel secundario

Módulo 3: **Cultura digital, adolescencias y juventudes. Claves para construir una referencia docentes en Internet**



Índice

Clase 1. Identidades digitales.....	3
Clase 2. Educación Mediática.....	27
Clase 3. Violencia de género digital.....	54
Clase 4. Bienestar digital.....	79

Módulo 3: Cultura digital, adolescencias y juventudes. Claves para construir una referencia docente en Internet

Clase 1: Identidades digitales

Bienvenida

Queridas y queridos docentes, es un gusto enorme unirnos al multiverso y emprender este viaje con ustedes. Nuestro viaje pondrá el foco en la **ciudadanía en entornos digitales**, en un acercamiento que abarcará tanto el marco normativo como nuestras posibilidades de intervención y reflexión como docentes y adultos/as.

A lo largo del módulo abordaremos temáticas referidas a la identidad digital; herramientas para la gestión de la privacidad; educación mediática; desinformación y consumo de contenidos digitales; vínculos sexoafectivos y violencias de género digitales; ESI digital y abordajes del bienestar digital; economía de la atención y estrategias para la desconexión.

En esta primera estación nos proponemos indagar y profundizar en base a algunas preguntas tales como: ¿De qué hablamos cuando hablamos de Internet como espacio público? ¿Qué implica ser ciudadanos/as del mundo digital? ¿Cuáles son los derechos en Internet que tenemos como ciudadanos y ciudadanas? ¿Cuáles son los desafíos que tenemos como docentes? ¿Cómo acompañar a los y las estudiantes en la crianza digital? ¿Qué relación existe entre lo privado, lo público y lo íntimo? ¿Cómo se pone en juego lo íntimo en Internet? ¿Qué relación se teje entre Internet como espacio público y las empresas tecnológicas?

¿De qué hablamos cuando decimos ciudadanía?

La **ciudadanía** en espacios digitales hace referencia a una serie de competencias que les permite a las y los usuarios acceder, recuperar, comprender, utilizar, evaluar, crear y compartir información y contenidos de los medios en todos los formatos, utilizando diversidad de herramientas de manera

crítica, ética y creativa, con el fin de participar y comprometerse en actividades personales, profesionales y sociales (UNESCO).



La UNESCO propone pensar la ciudadanía en ámbitos digitales desde **tres niveles**: el **sujeto como receptor, como participante y como actor activo**, siendo este capaz de identificar en cada nivel tanto las oportunidades como los riesgos correspondientes.¹



Fuente: <https://www.instagram.com/p/CRPjt95MKOI/>

La ciudadanía digital es un concepto dinámico, en construcción permanente. En líneas generales, se trata de reflexionar sobre las conductas en comunidad dentro de los espacios digitales y reconocer

¹ <https://farodigital.org/wp-content/uploads/2021/01/Gu%C3%ADa-sobre-Convivencia-Digital-2020.pdf>

nuestros derechos y responsabilidades en continuidad y coherencia con la dimensión física y presencial de la realidad.

En los últimos años, las plataformas y redes sociales han ganado un lugar protagónico en el intercambio y consumo de información por parte de la ciudadanía y en la deliberación pública a nivel global. De esta manera, estos entornos digitales y sus redes han conformado un ecosistema mediático privado con características de espacio público. Es decir, si bien todos y todas pueden acceder a estos espacios en línea, pertenecen en realidad a empresas privadas.

Por un lado, se han ampliado las posibilidades de producción y consumo de contenidos y de participación de la sociedad en espacios digitales de acceso masivo. Por otro lado, se han inaugurado nuevas problemáticas vinculadas a los mecanismos de control (lo que puede y no puede ser publicado en cada espacio digital) llevados adelante por Estados y empresas del mercado.

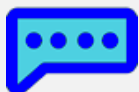
En la práctica, encontramos que estos entornos (plataformas, redes sociales) pueden nacer y fortalecerse alrededor de políticas de moderación de contenidos que configuran una suerte de regulación privada de la esfera pública de intercambio y debate.

Derechos y responsabilidades en el mundo digital

Con relación al concepto de ciudadanía en entornos digitales, resulta interesante detenerse a indagar acerca de los derechos y responsabilidades que encontramos presentes en el mundo digital. El [Comité de los Derechos del Niño de la ONU](#) hace referencia a la importancia de actuar en consecuencia para garantizar los derechos de niños, niñas y adolescentes dentro del entorno digital, al igual que fuera de línea.

En este sentido, en el ecosistema digital los niños, niñas y adolescentes [tienen derecho](#) a la intimidad; a la salud, educación y justicia; a participar; a la información; a jugar y a descansar; a la seguridad; a no ser explotados/as; a ser escuchados/as; y a ser ellos/as mismos/as.

Más adelante nos detendremos a debatir sobre la oposición entre mundo virtual y mundo real. Sin embargo, a la hora de abordar lo que refiere a los derechos y responsabilidades es importante tener en cuenta que si consideramos que internet o el entorno digital son espacios reales, como tales se deben ver atravesados por el cumplimiento y ampliación de los derechos humanos.



Interrogante para acompañar la lectura

Les proponemos reflexionar sobre la siguiente pregunta ¿De qué forma creen que en nuestra cotidianeidad se pone de manifiesto una división o separación entre lo virtual/digital y lo presencial/real? Esta reflexión puede ser un modelo para luego trasladar las mismas inquietudes a los y las estudiantes y motivar el análisis.

Más adelante veremos qué implicancias tiene la división entre virtual/real.

A su vez, al abordar los derechos también es interesante trabajar sobre su reverso o su contracara: las responsabilidades que como ciudadanos y ciudadanas tenemos con relación a nuestro rol en el entorno y ecosistema digital. Tal como vimos anteriormente, en internet tenemos derecho a la libertad de expresión. Sin embargo, esto no implica poder decir, escribir o publicar cualquier contenido sin tener en cuenta si esa publicación está afectando a otras personas.

En este sentido ingresamos a un terreno que está en constante debate, bajo el cual hay distintas posturas. Consideramos que la importancia de pensar los derechos —y su contracara constituida por las responsabilidades— remite a ubicarnos en un rol activo como ciudadanos y ciudadanas. Formar parte del ecosistema digital requiere una presencia responsable y una construcción colectiva por parte de distintos actores (personas, Estados, plataformas) para hacer de éste un lugar seguro, creativo y productivo para todos y todas.

Viralización, plataformas y exposición

De la mano de Internet y las redes sociales podemos publicar, comunicar y difundir contenidos — casi— sin límites de espacio, lugar y tiempo. De forma **rápida** y **espontánea**, **bidireccional**, **multidireccional** y en **comunidad**, con **mayor o menor visibilidad** y **exposición**.

Podemos afirmar, en líneas generales, que la conectividad y el acceso a los entornos digitales han democratizado las posibilidades de participación y comunicación en la esfera de lo público.



Con una población mundial de alrededor de ocho mil millones de personas, cerca del 62 % tiene conexión a internet; de este último grupo, algo más del 90 % usa su teléfono o dispositivo móvil para conectarse.²

La cantidad de datos que se producen en los espacios digitales viene creciendo progresivamente en los últimos años. Diversas compañías especializadas en el análisis de datos en la nube suelen realizar informes desde hace años donde, por ejemplo, se analiza **lo que ocurre en Internet durante un minuto** y los números son elocuentes: **167 millones de videos son vistos en TikTok, 6 millones de personas compran en línea, 694 000 videos son reproducidos en YouTube**, se publican **575 000 tweets** y, entre muchas otras actividades, **65.000 fotos son subidas a Instagram**.

Sin embargo, este ecosistema de intercambio en comunidad, de acaudalado tráfico de datos e información, no difunde ni recomienda todos los contenidos de manera igualitaria. Por un lado, la acción individual y grupal de los usuarios y usuarias, y, por otro, el diseño y los algoritmos de las plataformas darán prioridad a la difusión de ciertos contenidos sobre otros. Cuando por alguno de estos motivos un contenido comienza un proceso exponencial de difusión y visibilización en la esfera pública digital, a este proceso se lo conoce como **viralización**.



Un **algoritmo** es un **conjunto de instrucciones** para resolver una tarea determinada. En este caso, la selección de publicaciones acordes a intereses. Es decir, las computadoras y los programas que hacen funcionar a la Internet están programados para mostrarte posteos, fotos, videos y anuncios comerciales en base a tus intereses y a las cosas que ya estuviste mirando.

Un **contenido** puede comenzar a difundirse de manera rápida y **exponencial** por diferentes motivos (debido a la polémica que genera, la denuncia que promueve, la atracción o el humor que provoca) y es difícil prever su alcance y la velocidad con la que circula.

² <https://datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot>

La multiplicidad de plataformas y redes sociales facilita la distribución a través de los entornos digitales y permite su acceso a través de diversos dispositivos (celulares, tabletas, computadoras personales).

Resulta aconsejable, en este sentido, reflexionar sobre esta dinámica a partir de la cual se distribuye la información. Por ejemplo, se puede abordar la posibilidad de que un contenido de la intimidad o privacidad personal, una vez compartido, pueda ser descargado, copiado o difundido en la nube por cualquier otro usuario o usuaria de Internet. Si bien es algo que no debería ocurrir —ya que el contenido compartido es privado y dirigido a una persona en específico sin el otorgamiento del permiso para ser difundido a otras personas—, puede llegar a suceder. Es importante recalcar que la persona que está en falta en esta situación, es quien comparte contenido privado de otras personas sin su consentimiento.

¿Existe el derecho al olvido en los entornos digitales?

Se conoce con la expresión **derecho al olvido** al derecho mediante el cual cualquier usuario o usuaria de Internet podría solicitar que sus datos o contenidos de carácter personal sean suprimidos de los espacios digitales que conforman la nube.

La ciudadanía, en este sentido, contaría con el poder de reclamar esta supresión de materiales digitales por diferentes motivos: cuando estos ya no responden a la necesidad con la que fueron publicados, cuando ya no existe el consentimiento para su difusión, cuando se hayan obtenido de manera ilícita, entre otros. Sin embargo, en la práctica, la eficacia y el éxito de este tipo de solicitudes varía por caso y plataforma utilizada.

Debemos considerar que una vez que cualquier contenido (audio, video, foto, texto) es subido a un espacio digital no solo estamos dando el consentimiento a la plataforma o red social de ciertos derechos de uso de ese contenido (según los términos y condiciones que hayamos aceptado al momento de crear una cuenta), sino que estamos dando también la posibilidad a cualquier otra persona conectada a ese mismo espacio de copiar, descargar y difundir ese material. Por ejemplo, pudimos haber enviado una foto a un contacto mediante una aplicación de mensajería privada y luego de un tiempo arrepentirnos y haber borrado el envío. Entre el instante del envío y la decisión de borrar el material compartido, la otra persona podría haberlo guardado fuera de línea o

copiado/difundido múltiples veces, es decir, la imagen podría quedar en su teléfono o computadora sin tener que estar conectado a Internet.

Con la masificación del uso de las redes sociales e Internet como espacio en el cual se comparte información personal —tanto íntima (de acceso solo personal) como privada (de acceso compartido y bajo normas consensuadas entre quienes tienen acceso a la información)— solemos perder el control sobre esta.



RECOMENDACIONES

Proponer un trabajo reflexivo sobre la temática, debatiendo y promoviendo el diálogo sobre los alcances que puede tener cualquier material que subimos a un entorno digital.

El progresivo acceso universal a Internet, que pone en combinación una gigantesca capacidad de tráfico, almacenamiento y búsqueda de la información disponible en línea, puede entonces significar el fin del olvido. Este fenómeno implica nuevos desafíos para el Derecho internacional y alimenta debates y discusiones que se encuentran en permanente transformación. Si la privacidad y el anonimato en Internet están siendo propuestos como nuevos derechos humanos, entonces, es muy importante que como docentes reflexionemos sobre estas dinámicas y pensemos cómo abordar este tema con nuestros y nuestras estudiantes y el resto de la comunidad educativa.

El anonimato

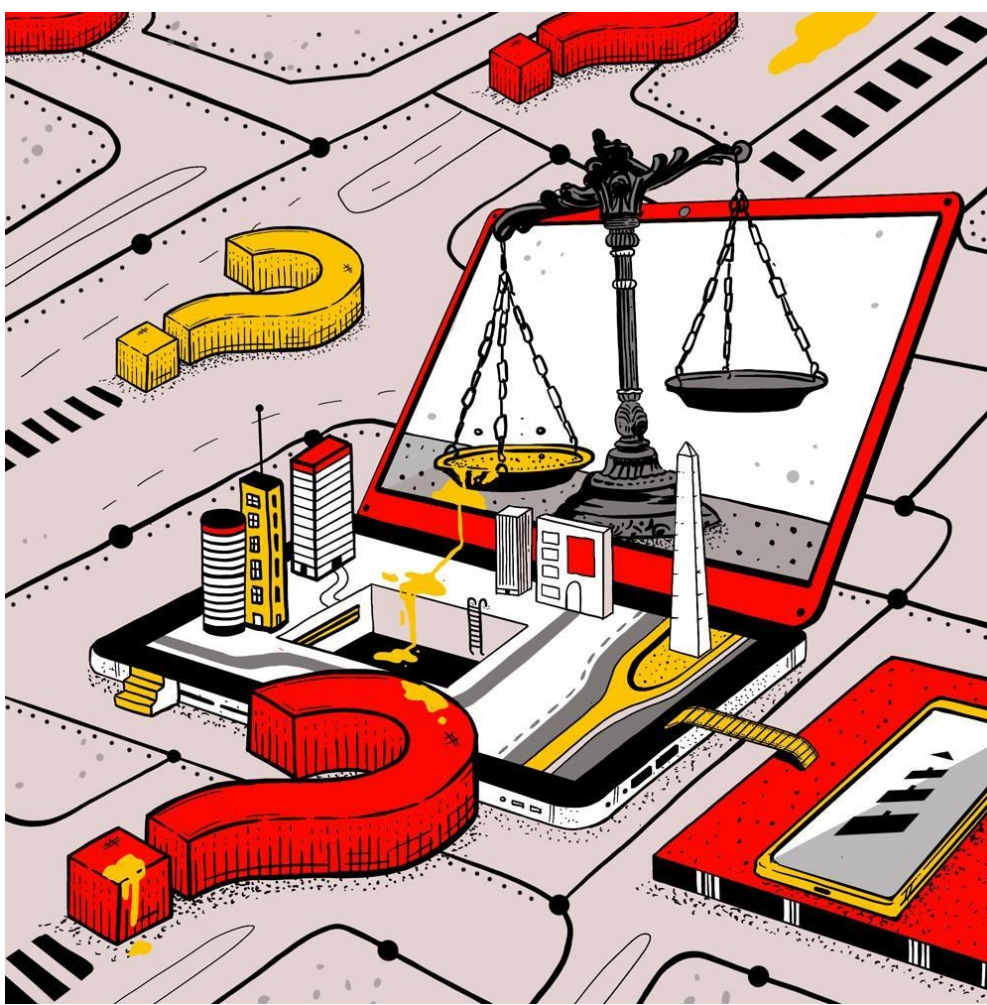
Existe, en cierta medida, una idea naturalizada según la cual los espacios digitales, las plataformas y las redes sociales nos ofrecen garantías para tener actitudes y llevar adelante conductas en Internet protegidas por una *falsa* identidad o anonimato.

Si bien es cierto que algunos aspectos de la identidad en Internet no son fáciles de corroborar (como sí los son el *cara a cara*, o sea, la apariencia física) la frontera cada vez más difusa entre las dimensiones en línea y fuera de línea de la realidad cotidiana de nuestra sociedad reconfiguran antiguos conceptos e ideas referidas a la amistad, los contactos y los vínculos sociales en general.

¿Qué diferencias existen entre amistades hechas en la escuela o en el club y aquellas nacidas en redes y plataformas digitales? ¿De qué manera podemos repensar las oportunidades y los riesgos en cada una de ellas?

¿Mundo virtual vs. mundo real?

Es frecuente referirse a Internet en contraposición a aquello que llamamos “vida real”. Seguramente, como docentes habrán escuchado alguna vez a sus estudiantes (o entre colegas) decir *“esto pasó en Internet, no en la vida real”*. Entendemos que Internet y las redes sociales son espacios públicos y como tales, reales. **Lo que sucede en internet es real, tiene efectos y consecuencias, que no por ser virtuales son menos reales.**




Fuente: <https://www.instagram.com/p/CXgwg-guE8k/>

Público - privado - íntimo


Como docentes tenemos un gran desafío: poder plantear el debate sobre las cuestiones referidas a la privacidad tomando la voz y las ideas que las infancias y las adolescencias tienen al respecto.

¿Qué se considera un aspecto de la vida pública? ¿Qué es para las infancias y adolescencias un dato privado? ¿Desde qué edad tienen los menores derechos sobre su identidad, datos e interacciones en Internet? ¿Qué configura los límites de la intimidad? ¿Qué efectos o interrogantes se les presentan cuando hablamos de privacidad e intimidad? Estas son algunas preguntas para orientar el debate y el abordaje de esta temática.

Distintos autores y autoras plantean que Internet y las redes sociales se constituyen como un espacio en el cual la subjetividad se construye en público, poniendo a la vista aspectos que en otros momentos de la historia correspondían a la vida privada, íntima y reservada al hogar.³



La transformación de la intimidad. Paula Sibilia



<https://www.youtube.com/watch?v=IENAddNN1WI&t=58s>

Tomar en cuenta esta premisa es vital a la hora de acompañar a las infancias y adolescencias en su crianza digital, en la construcción de su identidad en entornos digitales. Acompañar y abordar sin juzgar las prácticas de la cultura digital puede ser un elemento clave a la hora del abordaje de las temáticas que desarrollaremos aquí.

³ Sibilia, P. (2010). La intimidad como espectáculo. Fondo de Cultura Económica.

A la hora de trabajar sobre lo público, lo privado y lo íntimo resulta importante detenerse en considerar las regulaciones que existen en relación con los **datos personales**.

En Argentina, desde 2010, existe una ley que protege los datos personales. La [ley 25.326](#) de Protección de Datos Personales “tiene por objeto la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros, bancos de datos, u otros medios técnicos de tratamiento de datos, sean éstos públicos, o privados destinados a dar informes, para garantizar el derecho al honor y a la intimidad de las personas” (Art 1).

La ley hace referencia a lo que se entiende por datos personales y datos sensibles y da los principios generales relativos a la protección de datos.

Los datos personales son, para la ley, “información de cualquier tipo referida a personas físicas o de existencia ideal determinadas o determinables”. Los datos sensibles son “datos personales que revelan origen racial y étnico, opiniones políticas, convicciones religiosas, filosóficas o morales, afiliación sindical e información referente a la salud o a la vida sexual” (Art 2).

Como se desprende de la lectura del texto de la ley, no hay ninguna referencia a las categorías de datos públicos, datos privados o datos íntimos. Sin embargo, creemos que a fines de abordar la temática con las adolescencias, pero mas aún a la hora de poner en tensión la cuestión de los datos con las problemáticas de la época, las categorías de dato personal y dato personal sensible no son suficientes para profundizar críticamente en esta cuestión.



De esta manera, poder conceptualizar los datos en **tres categorías** comprendidas por lo **público, lo privado y lo íntimo**. Representan una herramienta que posibilita el acercamiento a las prácticas digitales de las adolescencias y la reflexión sobre las mismas.

Sin dejar de lado los elementos normativos, legales o regulatorios en relación con los datos personales y los aspectos de lo público, privado e íntimo, es muy importante que como docentes planteemos el debate acerca de estas categorías y las implicancias que tienen para el estudiantado.



Preguntas para acompañar la lectura

¿Qué datos personales nuestros circulan en Internet? ¿Cuáles consideramos de dominio

público, cuáles privados y cuáles íntimos?

Esta reflexión sobre nuestros propios datos puede servir como modelo para luego llevar al aula preguntas similares que propicien la observación de los y las estudiantes sobre su propia información. El objetivo es que podamos comprender los datos que se publican en la red para así luego generar estrategias de cuidado para aquellos y aquellas que necesitamos preservar.



Identidad en la red

Hablamos de **identidad en la red** para referirnos a la forma en que nos mostramos o relacionamos con otras personas a través de redes sociales y plataformas digitales.

Está definida por nuestros perfiles, por los contenidos que consumimos, compartimos e interactuamos y también íntimamente vinculada con los aspectos referidos a lo público, privado e íntimo. Aunque usemos poco y nada Internet y las redes sociales, todos y todas tenemos una **identidad digital**. Cuando buscamos a una persona en Internet y no encontramos nada sobre ella, también estamos frente a su identidad digital.

Tiene que ver con un proceso de construcción subjetiva que se da a partir del vínculo con otras personas, generalmente pares, a través de las redes sociales, los juegos en línea y las plataformas digitales.

Los espacios, canales y lugares donde las infancias y adolescencias se relacionan, vinculan y socializan son aspectos centrales para tener en cuenta a la hora de trabajar estas temáticas. Las prácticas que nuestros y nuestras estudiantes tienen en línea son variadas, diversas y en constante actualización. Como docentes, tenemos el desafío de conocerlas, abordarlas y repensarlas para acompañar en el vínculo que se conforma con las tecnologías.

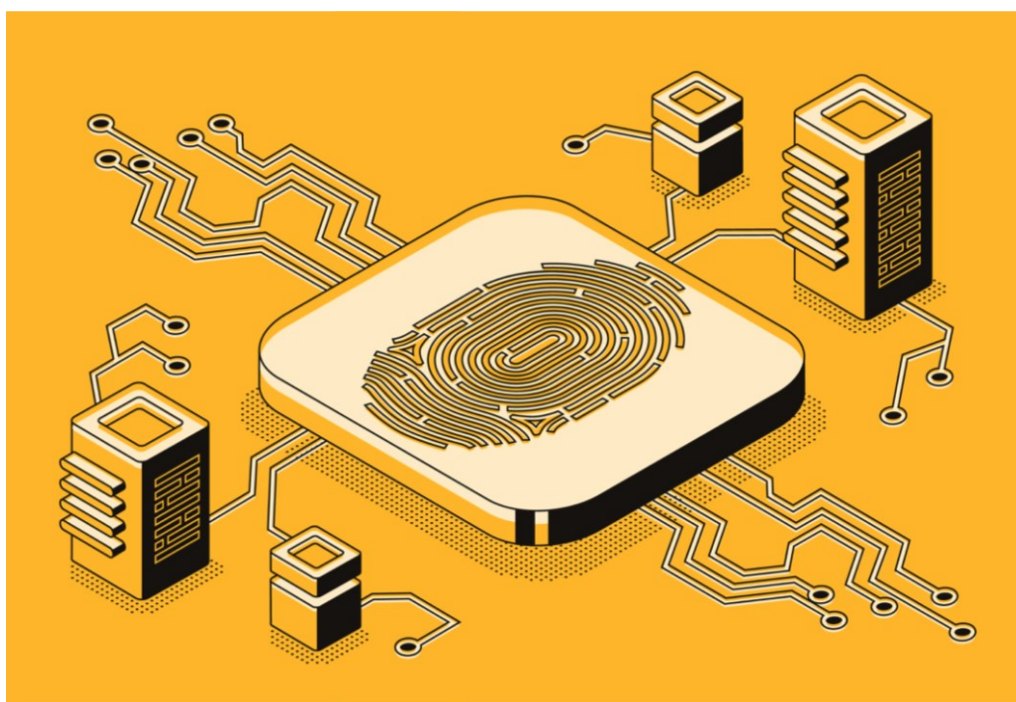


Preguntas para acompañar la lectura

Les proponemos pensar qué tipo de identidad están construyendo en Internet.

¿Cómo comenzarían a buscarla? ¿Cómo se sienten con esa construcción? ¿Su identidad digital está actualizada y contextualizada? ¿Creen que los/las representa en lo que desearían mostrar o compartir con otras personas?

Esta reflexión sobre nuestra propia construcción de identidad digital puede servir como modelo para luego llevar al aula preguntas similares que inviten al mismo debate y análisis.



Huella digital

La **huella digital** se compone de los rastros que dejamos cuando navegamos en Internet, de nuestras publicaciones, comentarios, fotos, videos, y también de las publicaciones, fotos o videos que pertenecen a otras personas y se asocian con nuestra identidad.

Tiene que ver con la información a la que otras personas podrían acceder si nos buscan en Internet. En ocasiones, según como hayamos configurado la privacidad de nuestras cuentas, mucha de esa información se encuentra accesible públicamente para cualquier persona que desee buscarla. En las próximas semanas abordaremos este tema en profundidad y compartiremos ciertas herramientas para manejar mejor los datos personales.

Las nociones de identidad en la red y huella digital están en íntima relación con los aspectos referentes al anonimato, al derecho al olvido y a la forma en que la información circula, se difunde y se comparte en los espacios digitales.

Esta temática representa un desafío a la hora del trabajo con infancias y adolescencias. Suele ser el disparador para iniciar la reflexión en torno a todas las temáticas que trabajaremos con nuestros estudiantes. Al no constituirse como una problemática en sí misma, en ocasiones se deja de lado o solo se aborda de manera superficial.

Creemos en la necesidad de abordar crítica y reflexivamente estos aspectos, poniéndolos en debate transversal con todas las temáticas que se trabajarán a lo largo de esta formación. En cada una de las clases podrán encontrar aspectos en los cuales se pone en juego la identidad, la huella digital, los interrogantes sobre lo público, privado e íntimo, el anonimato, el derecho al olvido, la pregunta por lo virtual y lo real, entre otros.

Alentamos a ampliar los sentidos, impulsando la pregunta por las prácticas y las inquietudes que las infancias y adolescencias plantean en relación con los espacios digitales, las plataformas y las redes sociales.

Estereotipos

Cora Gamarnik (2009) define a los estereotipos diciendo que “son conceptos de un grupo, lo que un grupo piensa de otro o de otros. Lleva necesariamente implícito en su existencia un consenso. A través de la simplificación y la generalización, nos permiten organizar la información del mundo que nos rodea. Sirven para establecer marcos de referencia y son una forma de orientar nuestras percepciones. El estereotipo funciona a modo de sistema cognitivo selectivo que organiza nuestro pensamiento.”⁴

En este sentido, resulta interesante reflexionar acerca del rol de los estereotipos en el vínculo con las redes y plataformas sociales y con las particularidades del ecosistema digital.

Tal como señala Gamarnik, los estereotipos se valen de un proceso reduccionista, que distorsiona lo que representa. En las redes sociales los estereotipos son un elemento presente que se vale, justamente, de este reduccionismo. ¿Es posible definir a una persona solo por lo que vemos que publica en sus redes sociales? ¿De qué forma se pone en juego la simplificación y la generalización?

Las redes sociales son primordialmente visuales, y como tales se pone en juego la imagen. En este sentido, Gamarnik afirma: “La imagen que nos hacemos de los otros pasa por las categorías a las que los vinculamos. Las representaciones colectivas, necesariamente superficiales, que se relacionan a cada categoría, tienen un impacto considerable sobre la identidad social” (2009). Cuando navegamos

⁴ Gamarnik, C (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. Disponible en:
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>

en internet y en las plataformas sociales, constantemente nos topamos con imágenes, publicaciones y videos que otras personas comparten. Posiblemente en alguna ocasión le hayamos asignado un determinado valor al contenido de alguna publicación, valor que puede estar asociado a las construcciones sociales que se generan en torno a determinada imagen, rol o lugar.

En las redes sociales, como parte de la vida social cotidiana, se ponen en juego distintos estereotipos de lo que *se puede* y *no se puede* mostrar, de lo que es *más* o *menos* aceptado y valorado. A su vez, estamos frente a las primeras generaciones que tienen una relativa cercanía con referentes, influencers y personalidades públicas y de la cultura digital. Hace 15 o 20 años solo podíamos ver cómo era la vida de las personas famosas a partir de la mediación de la televisión o las revistas. Hoy, como menciona Paula Sibilia (2010), ante el imperativo de la época de *hacerse visible y mostrable*, muchas personas (públicas, famosas, referentes, pero no solo ellas) exponen su intimidad en las vitrinas de la red. Esta exposición de la intimidad y de lo cotidiano en muchas ocasiones reproduce los estereotipos de cuerpo, género, belleza y éxito, entre otros.



A partir de esta cuestión surgen algunos interrogantes: ¿Cómo impactan los estereotipos en la construcción del cuerpo y en los modos de ser y estar en línea? ¿Cómo se pone en juego la subjetividad a partir de la imagen en Internet? ¿De qué forma la escuela puede poner en disputa y debate el impacto de los estereotipos?

A modo de cierre de este apartado resulta interesante pensar el lugar de la imagen y los imperativos de la época en relación con la exposición de la intimidad y los estereotipos. En ocasiones, para hacernos visibles y mostrables según las exigencias y requisitos que nos impone la era digital, las personas acudimos a algunos recursos que nos permiten volvernos *publicables*. Recursos híper extendidos como los *filtros* que nos habilitan a realizar algún retoque digital sobre nuestra imagen física, en algunos casos con fines lúdicos (como el famoso filtro de *Snapchat* que coloca orejas y nariz de perro en el rostro de una persona) y en otros, como un maquillaje. Sin ir más lejos, en *TikTok* (la red social que más creció en 2020) y en Instagram existen diversos filtros que operan sobre el cuerpo

estilizando las facciones, cambiando el color de los ojos, aplicando bronceado sobre la piel, entre otras posibilidades.

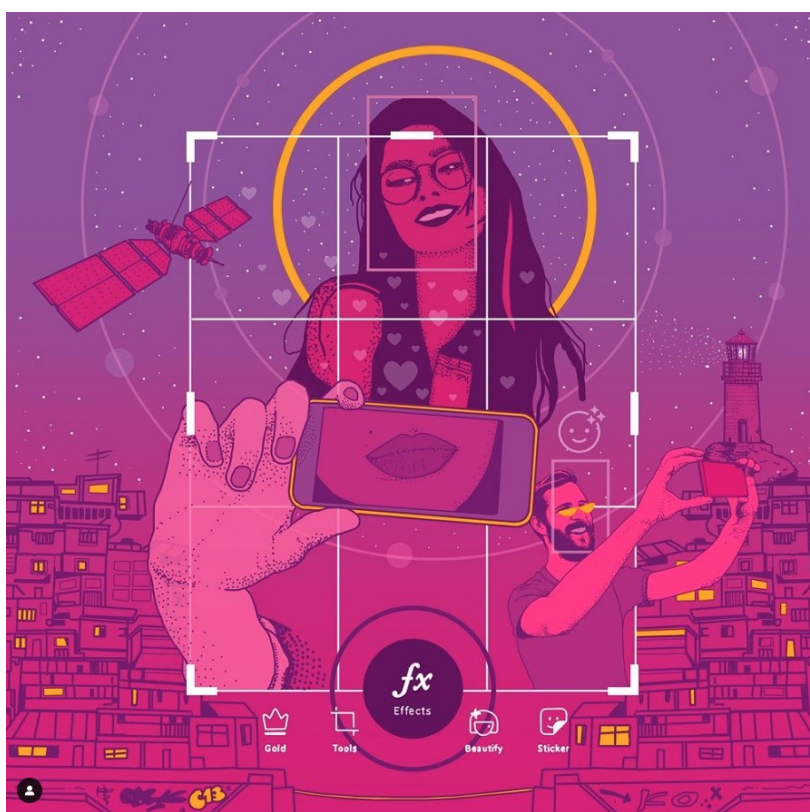


Preguntas para acompañar la lectura

¿Qué estereotipos de género, cuerpo, éxito y belleza resaltan, fomentan o reproducen los filtros utilizados por los chicos y las chicas? ¿Qué sensaciones genera su uso?

El cuerpo se posiciona como un campo que porta mensajes, creando una imagen de sí mismo que es vista, exhibida y observada por otras personas que a partir de su mirada reconfortan (Sibilia, 2010).

La identidad, construida a partir de las acciones propias y ajenas en línea, de las formas de ser, estar y relacionarse, va a surgir de lo que se muestra, en íntima relación con otras personas, pero también con lo que a la sociedad le atrae, lo que espera encontrarse, los marcos de referencia que orientan nuestras percepciones de los que habla Cora Gamarnik.



Fuente: <https://www.instagram.com/p/COstVjKMctP/>

Herramientas para la gestión de la privacidad

A lo largo de esta clase nos dedicamos a abordar y repensar críticamente los aspectos que involucran la identidad, su constitución, el vínculo con otras personas y cómo impacta en la construcción de los estereotipos. Todas estas cuestiones tienen que ver con aspectos reflexivos y críticos que son muy importantes para poder trabajar la temática. Abordar este terreno implica, necesariamente, reconocer que nos situamos en un espacio que plantea dilemas y que no presenta recetas ni modos correctos o incorrectos de habitarlo. Todos y todas aprendemos en el camino, repensando posiciones y ensayando recorridos posibles.

Sin embargo, la reflexión crítica sobre la posición que ocupamos en línea no agota los recursos que nos permiten cuidar y proteger nuestra identidad digital. Existen distintas herramientas técnicas que complementan la reflexión crítica, como elementos que permiten gestionar la privacidad en línea. Los y las invitamos a conocer algunas de ellas.

¿Cómo configurar correctamente la privacidad?



Podemos configurar contraseñas con distintos niveles de seguridad. Veamos el siguiente cuadro:

Contraseñas débiles:

- qwerty
- 12345678
- hola1234

Contraseñas seguras:

- ❖ Contienen más de 6 u 8 caracteres.
- ❖ Utilizar números, letras y caracteres especiales (&!*_/_/)
- ❖ No usar datos personales.

¿Cómo hacer una buena contraseña?

- ★ Fácil de recordar + difícil de adivinar
- ★ A alguna palabra o frase que sea representativa para mí le cambio algunas letras por otros caracteres. Ejemplo: *Estocolmo* ---> *3s7oC0lmo*

Alertas de inicio de sesión

Las alertas de inicio de sesión son avisos que las plataformas, aplicaciones o redes sociales nos hacen llegar cuando consideran que un inicio de sesión ha sido sospechoso. Nos indica qué dispositivo ha intentado ingresar a la cuenta, en qué horario y, generalmente, desde qué lugar.

Nos permite, en ese mensaje o correo electrónico, avisar a la plataforma si no reconocemos dicho inicio de sesión, cambiar las contraseñas o bloquear ese dispositivo.

Autenticación en 2 pasos

La autenticación en dos pasos implica añadir un paso extra de seguridad al proceso de ingreso en una cuenta, que normalmente se hace solo escribiendo nombre de usuario o correo y contraseña.

La identificación en dos pasos es un sistema para confirmar quién está accediendo a la cuenta. Si este sistema está activado, al escribir el nombre de usuario o correo electrónico junto con la contraseña, la aplicación o plataforma pedirá un segundo paso de autenticación, generalmente en otro dispositivo.

¿Cómo activar la autenticación en 2 pasos?

Google: <https://www.google.com/landing/2step/?hl=es>

Facebook: <https://www.facebook.com/help/148233965247823>

Instagram: <https://help.instagram.com/566810106808145>

Twitter: <https://help.twitter.com/es/managing-your-account/two-factor-authentication>

Microsoft: <https://support.microsoft.com/es-es/account-billing/c%C3%B3mo-utilizar-la-verificaci%C3%B3n-en-dos-pasos-con-su-cuenta-de-microsoft-c7910146-672f-01e9-50a0-93b4585e7eb4>

Sesiones - ¡Importante!

Asegurate de cerrar la sesión de todas las cuentas siempre que utilices dispositivos de acceso compartido (por ejemplo, la computadora de la escuela, institución educativa o en la computadora de otra persona).

Enseñar en el escenario actual

Entre los desafíos de nuestra profesión, nos encontramos con el de construir espacios y momentos para pensar junto con el estudiantado los modos en que habitamos los entornos virtuales. La reflexión y el pensamiento crítico no aparece naturalmente, sino que es el resultado de un proceso de acompañamiento, de enseñanza y aprendizaje, con el fin de repensar las propias prácticas. En este sentido, nuestro rol como docentes es fundamental.

El abordaje sobre estas temáticas requiere tener presente que los consumos culturales, las prácticas digitales y los aspectos que preocupan al grupo pueden ser diversos y variados. Por lo tanto, el rol docente de acompañamiento debe ubicarse desde un lugar que no juzgue prácticas ni inquietudes, sino que intente abrir los sentidos para promover la reflexión crítica y los usos responsables y creativos de Internet y las plataformas digitales.

Es vital generar instancias de debate en las cuales se aborden las nuevas concepciones sobre la privacidad, los vínculos y la amistad, así como también las perspectivas sobre lo privado, público e íntimo. En todos los casos, será central el rol que ocupemos a partir de nuestra escucha que aloje lo que chicos y chicas tienen para compartir con relación a sus prácticas digitales cotidianas.

A continuación, compartimos el diseño de una actividad pensada para trabajar con estudiantes de secundaria. Como docentes, creemos que la enseñanza siempre es una práctica situada, con personas y grupos que tienen determinadas características, que están atravesadas por situaciones e historias y, por lo tanto, ninguna actividad puede pensarse como una “receta a aplicar”. El propósito es, más bien, acercar algunas ideas que permitan pensar en propuestas pedagógicas valiosas para construir con nuestros y nuestras estudiantes.



Actividad ejemplo: mapeo de usos digitales

Destinatarios/as: Estudiantes nivel secundario

Duración: 60 minutos

Recursos necesarios:

Versión digital: Tablero en Padlet o Jamboard.

Versión en papel: Cartulinas, afiches o pizarra. Marcadores. Stickers (pegatinas) o papeles autoadhesivos.

Objetivos:

- Realizar un relevamiento de los usos digitales del grupo para diagnosticar prácticas y consumos culturales.
- Plantear interrogantes, inquietudes y problemáticas que los y las estudiantes reconoce en el entorno digital.

Desarrollo de la actividad

Primer momento

Para comenzar se propondrá realizar un censo de usos digitales del estudiantado.

Cada estudiante detallará en un tablero digital o en cartulinas/afiches que dispongan en el aula, utilizando papeles autoadhesivos o tacos de papel, todas las redes sociales, plataformas y juegos que utiliza habitualmente (debe incluir una sola red/plataforma por papel/tarjeta y pegarla en una cartulina o ubicarla en el tablero virtual conjunto).

Segundo momento

Todo el curso, en conjunto, pondrá en común los tableros/cartulinas y realizará una

agrupación de las tarjetas/papeles por categoría, similitudes o universos en común.

Tercer momento

Para cada universo o categoría agrupada, se propondrá que se planteen situaciones hipotéticas que representen una preocupación, dudas, miedos, interrogantes.

El rol docente será orientar el debate para poder abrir la mayor cantidad de preguntas y reflexiones posibles, realizando un relevamiento de los aspectos que inquietan al grupo para luego ser abordados en otras actividades.

Actividad

Retomando los contenidos de esta clase y las preguntas de reflexión que acompañan la lectura, les proponemos crear un instrumento (entrevista o cuestionario cerrado) que puedan utilizar para conocer más sobre los usos digitales de sus estudiantes y aplicarlo con por lo menos 5 estudiantes (quienes no estén actualmente a cargo de un grupo, les proponemos que puedan aplicarlo a 5 estudiantes de secundaria).

Seleccioná las preguntas que consideres más pertinentes para lo que te interesa indagar:

- Las plataformas que utilizan sus estudiantes
 - ¿Qué plataformas digitales, redes, apps y/o juegos utilizás? ¿Qué usos le das a esas plataformas (comunicación, entretenimiento, búsqueda de información, etc.)
 - ¿Ese uso es en forma individual o grupal?
- La configuración de la privacidad en las plataformas de las que hacen uso
 - ¿Tiene estrategias diferentes para cuidar la privacidad según el uso que le dan a la plataforma?
- Los aspectos técnicos (dispositivos y modos de conexión que utilizan)
 - ¿Qué dispositivos tenés? ¿Es de uso individual o compartido? ¿Cómo accedés a internet?
 - ¿Wifi, datos móviles?
- Los tiempos que están conectados
 - ¿Cuántas horas diarias/semanales, te conectas a internet?

- Los consumos culturales⁵:

¿Videojugás? ¿Jugás con otros/as? ¿Jugás solo/a? ¿Qué juegos son tus preferidos? ¿Cuál es la plataforma que más utilizás en general? ¿Cuáles plataformas y/o sitios utilizás para estudiar? ¿Escuchar música? ¿En qué plataforma escuchás música? ¿Mirás series? ¿Qué tipo de series o películas ves? ¿Qué plataforma utilizás para ver películas o series? ¿Lees libros digitales? ¿Qué plataforma utilizás para acceder a los libros? ¿Mirás televisión? ¿Por cable, televisión abierta? ¿Qué tipo de programas son tus preferidos?

- Mediación de los usos digitales: ¿Con quién charlas sobre lo que realizás en internet? ¿hablas con los docentes sobre lo que haces, ves o producís o en los entornos virtuales?



Este tipo de relevamientos deberían actualizarse cada año, y con cada grupo, ya que las prácticas digitales se modifican rápidamente. A su vez, es un insumo clave para ser utilizado para pensar propuestas de enseñanza.

Algunas cuestiones para pensar el diseño del instrumento:

- Elegir entre hacer un instrumento cerrado, es decir, preguntas de opción múltiple y un instrumento abierto, es decir, entrevistas.
En el primer caso, agreguen opciones de respuestas para cada pregunta. En el segundo caso, seleccionen aquellas preguntas abiertas que más les interesen para generar un registro narrativo.
- Destinatarios: Estudiantes de secundaria.
- Tendrán que decidir si la respuesta es anónima o con apellido y nombre

⁵ En la Encuesta Nacional de Consumos Culturales se pueden identificar un listado exhaustivo de las prácticas de consumo. Algunas de las mencionadas son: Buscar información -Escuchar música - Escuchar radio – Jugar- Leer el diario- Leer libros- Mirar películas- Mirar series- Mirar televisión- Seguir referentes significativos (actores, deportistas, youtubers, influencers) <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>

- Ajustar su administración al contexto de la población de la comunidad educativa (decidir si el instrumento se subirá a un grupo de WhatsApp, a una página web o blog, o en el caso que no pueda realizarse de modo digital, cuál es la mejor manera de enviarla a los/as estudiantes).

Esta **actividad es obligatoria**, y la pueden realizar de manera individual o en parejas y entregarla en el espacio “Indagación sobre identidades digitales”.

Les pedimos que esta semana suban al foro el instrumento diseñado y comiencen a probarlo con algunos estudiantes. Continuaremos trabajando con los resultados de esta indagación en el trabajo final.

Bibliografía de referencia

Baricco, A. (2019). *The Game*. Barcelona: Anagrama.

Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología: aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires: Manantial.

Defensoría de la niñez (s./f.). *¿Qué se entiende por Autonomía Progresiva?* Defensoría de la niñez. Disponible en: https://www.defensorianinez.cl/preguntas_frecuentes/que-se-entiende-por-autonomia-progresiva/

Deleuze, G. (1990). Posdata sobre las sociedades de control. En Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*. Montevideo: Nordan

Dessal, G. (2019). *Inconsciente 3.0. Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros*. Barcelona: Xoroi Edicions.

Faro Digital y UNICEF (2020). *Guía sobre Convivencia Digital* [Archivo PDF]. Disponible en: <https://farodigital.org/wp-content/uploads/2021/01/Gu%C3%ADa-sobre-Convivencia-Digital-2020.pdf>

Jornadas Ameghino (29 de abril de 2021). *Lo Político, Lo Social, El Sujeto: Franco "Bifo" Berardi* [Archivo de Vídeo]. Disponible en: <https://www.facebook.com/jornadasameghino/videos/148604793873304/>

Organización Mundial de la Salud (2019). *Para crecer sanos, los niños tienen que pasar menos tiempo sentados y jugar más*. Comunicado de prensa. Disponible en:

<https://www.who.int/es/news/item/24-04-2019-to-grow-up-healthy-children-need-to-sit-less-and-play-more>

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

Turkle, S (1995). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Paidós.

Ley 25.326 (2000). Protección de los datos personales. Disposiciones generales. Principios generales relativos a la protección de datos. Derechos de los titulares de datos. Usuarios y responsables de archivos, registros y bancos de datos. Control. Sanciones. Acción de protección de los datos personales. Octubre 4 de 2000. B.O octubre 30 de 2000.

Créditos

Autores: Faro Digital

Cómo citar este texto:

Faro Digital (2022). Clase Nro 1: Identidades digitales. Cultura digital, adolescencias y juventudes: Claves para construir una referencia docente en internet. Actualización Académica en Educación y tecnologías digitales para el nivel secundario. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
[Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/)

Módulo 3: Cultura digital, adolescencias y juventudes. Claves para construir una referencia docente en Internet

Clase 2. Educación Mediática

Bienvenida

Bienvenidas y bienvenidos a una nueva semana en este universo. Es un placer seguir encontrándonos para pensar colectivamente sobre nosotros/as y nuestros/as estudiantes en la cultura digital. Para empezar, les proponemos conocer algunos números que nos permitan dimensionar la importancia del fenómeno:



Algunos datos de contexto

En **Argentina** el 83 % de la población es usuaria de Internet y el 86,3 % usuaria activa de las redes sociales (es importante tener en cuenta que es posible que las y los usuarios de redes sociales no representen a individuos únicos). Estos números crecen considerablemente año a año.

En promedio, pasamos casi 10 hs diarias en conexión a internet.

El 95 % de las personas acceden a internet mediante sus dispositivos móviles.

Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-argentina>

Sugerimos que visiten el sitio web ya que presenta datos muy valiosos. A partir de su lectura, pondremos el foco en un aspecto muy importante para el aprendizaje: los modos de leer y de acercarnos a la información. Compartimos algunas preguntas de interés: *¿Cómo afectarán estos tipos de consumos y lecturas en la forma en que nos informamos? ¿Es lo mismo leer un tuit de 280 caracteres que un informe científico de 180 páginas? ¿Qué características tienen las lecturas que hacemos desde un smartphone?*

Roxana Morduchowicz —doctora en Comunicación y consultora de la Unesco en temas de educación y tecnologías— explica en su libro *Adolescentes, participación y ciudadanía digital* (2021) que las juventudes tienen una manera bastante particular de acceder y leer noticias en las redes sociales: se da de manera **incidental**. Es decir, no toman su celular y entran a Internet para buscar noticias en diarios digitales, revistas *online* o sitios específicamente informativos, sino que llegan a las noticias de manera casual. Así, la lectura mediante dispositivos móviles se vuelve fragmentada y descontextualizada.

En este contexto de consumo incidental, donde no suele haber una decisión de informarse en términos generales, sino que la información se le aparece a las personas, en un efecto similar al que observamos cuando vamos por una autopista y nos topamos con carteles de publicidad que no podemos evitar ver, aparece un fenómeno en particular al que debemos prestar atención: **la desinformación**. Informarse y desinformarse son formas de vincularse con los medios, los datos y las noticias. La diferencia radica en múltiples variables que actúan como causa pero también como efecto: por qué nos desinformamos y qué consecuencias nos trae esa desinformación.

¿Cuánto influyen en la desinformación las nuevas formas de relacionarnos con las noticias que nos trae la era digital? ¿Cuánto pesa en la polarización actual el tener constantemente noticias que desinforman? ¿Cuánto impacta en los discursos de odio que vemos en redes sociales el tener a mano datos falsos que justifican esos mensajes? ¿Cómo se vincula la desinformación con la cultura del multitasking⁶, de la inmediatez o con la disminución en nuestra capacidad de atención? ¿Qué tiene que ver la desinformación con la proliferación de formas diversas de informarnos donde incluso podemos crear y difundir noticias nosotros mismos?



En esta clase hablaremos de desinformación, entendiéndola como la **creación y difusión de información falsa o engañosa, de forma intencional o accidental**.

⁶ Del inglés: realizar diversas tareas al mismo tiempo

Este concepto es más amplio que el término conocido como **fake news** (noticias falsas, en inglés) ya que comprende distintos tipos de contenidos erróneos, engañosos, parcialmente falsos o descontextualizados, que exceden a las noticias falsas.

La **desinformación** puede producirse de forma intencional, pero también puede afectarnos sin tener intenciones de difundir contenidos falsos, tendenciosos o descontextualizados. Es aquí donde se ponen en juego distintos factores que tienen que ver con nuestra relación con las personas, las formas de lectura, la información y los contenidos.

Sin embargo, y a pesar de estar hablando de Internet, redes sociales y dispositivos móviles, la desinformación no es un fenómeno que haya nacido con la era digital.

Durante la Guerra de Malvinas se utilizaron distintos formatos y recursos para desinformar a la población de nuestro país respecto del transcurrir del conflicto bélico mediante fotos editadas, preparadas o posadas, titulares triunfalistas o crónicas que tergiversaban completamente la información. En [este informe de Chequeado](#) se detallan las distintas desinformaciones que existieron en dicho suceso histórico.



En 1988 Jorge Dorio y Martín Caparrós, dos periodistas argentinos, dedicaron una emisión completa de su programa *El Monitor Argentino* a homenajear la historia de un escritor injustamente olvidado,

José Máximo Balbastro. A lo largo del programa se emitieron reportajes a figuras que resaltaban su importancia e influencia y se recordaron sus obras más célebres.

Al día siguiente las librerías de Buenos Aires se abarrotaron de lectores en busca de sus obras. Durante la semana en varios diarios aparecieron cartas de lectores exigiendo notas sobre el autor y en dos de ellos se publicaron biografías basadas en los datos del programa. Hubo cuatro programas de otros canales que realizaron debates sobre su obra. El domingo siguiente, Dorio y Caparrós, develaron el engaño y dedicaron el programa al poder de los medios en el manejo de la opinión pública.

Estos ejemplos nos permiten dar cuenta de cómo históricamente los medios de comunicación han logrado instalar temas en la agenda pública y manipular a sus espectadores/as y lectores/as en la formación de opinión. Ahora cabe preguntarse ¿Qué estrategias o mecanismos pondrán en juego en la era digital donde —como hemos visto hasta aquí— las formas de lectura se han modificado?

En principio, es importante reponer algunas de las características de la arquitectura de Internet:

- 1) Se trata de una red **interactiva**. Podemos dar “me gusta”, compartir, reaccionar, comentar cada publicación que veamos en tiempo real. Cada una de esas acciones genera un rastro, una huella, que a su vez colabora en la visibilidad de los contenidos. A mayor interacción, más chances de llegar a más personas usuarias.
- 2) La **inmediatez** en la difusión de contenidos es una posibilidad propia de las redes sociales. Publicar un contenido y que en cuestión de segundos pueda llegar a cientos de personas ubicadas en diferentes zonas geográficas es una posibilidad propia de la era digital.
- 3) Es posible que todas las personas usuarias de plataformas y redes sociales seamos **consumidoras** de contenidos, pero también **creadoras**. Nunca antes fue tan accesible producir contenidos y darlos a conocer de manera masiva.
- 4) Para acceder a una red social no es requisito obligatorio usar nuestros datos personales (nombre completo, cédula de identidad, certificado de nacimiento, etc.). Esto habilita el uso de pseudónimos o creación de identidades falsas.
- 5) Como mencionamos anteriormente, el consumo de información característico de la época es **incidental**. En la misma línea, el acceso a las redes sociales y plataformas convive con esa lógica ya que no suele haber un momento específico del día en el cual nos detenemos a

consultar nuestros dispositivos, sino que convivimos con una conexión casi permanente. A su vez, accedemos a diversas fuentes de contenidos e información: medios tradicionales, medios digitales, influencers, publicaciones de otras personas. Estos aspectos modifican la relación entre las personas usuarias, los dispositivos y la información.

¿Qué caracteriza a la desinformación en la era digital?

Como hemos visto hasta aquí la desinformación es un fenómeno complejo, que no es propio únicamente de la era digital.

Sin embargo, la proliferación masiva de cuentas en redes sociales y portales digitales que se dedican a publicar información y la gran cantidad de usuarios y usuarias que comparten publicaciones e imágenes sin chequear y verificar su procedencia, veracidad, pertinencia, relevancia (entre otros elementos) provoca una difusión que es muy rápida (mayor que la de contenidos analógicos) y alcanza masivamente a muchas más personas que las que podría alcanzar un contenido ajeno a las redes sociales.

La desinformación tiene un poder de difusión mucho más amplio que las noticias veraces o confiables. Según un [estudio impulsado por Twitter](#) **las informaciones falsas reciben un 70 % más retuits que las veraces**. Es decir que los usuarios y las usuarias comparten mucho más noticias falsas entre sus seguidores, ayudando así a multiplicar su difusión y atentando contra la posibilidad de que las noticias veraces que desmienten la desinformación alcancen a la misma población.



Los y las invitamos a que lean este ejemplo de noticia falsa:

<https://www.nationalgeographic.es/animales/2020/03/noticias-falsas-sobre-animales-redes-sociales>

- ¿Habían leído la noticia falsa? ¿La habían creído? ¿Leyeron su desmentida? ¿Qué pensaron al leerla?

En este caso, la noticia falsa circuló mucho más que su desmentida: la necesidad de creerla fue activada por sesgos de confirmación. La desmentida no tuvo el mismo éxito ya que no se observaba una necesidad de creerla. La fuerza de la naturaleza surgiendo con fuerza

ante la retirada de las personas por la cuarentena caló hondo en la población y la noticia tocó muchas fibras emocionales: la emoción por la naturaleza volviendo a salir al espacio público

- ¿Qué emociones o sentimientos les provoca o provocaría la noticia falsa?
- ¿Cómo chequearían la información?

La [búsqueda inversa de imágenes](#) es una buena estrategia para ver el origen de las fotos y evidenciar que estaban editadas. Esta herramienta permite buscar una imagen en Google y averiguar cuándo y cómo se publicó por primera vez.

En este caso, muchos medios reconocidos difundieron la información falsa por lo cual la revisión de fuentes se vio obstaculizada. En otros casos, revisar la fuente que difunde la información es importante ya que nos permite analizar si es una fuente confiable y con trayectoria en la temática.

Les proponemos que busquen otro ejemplo de fake news y expliquen cómo lo analizarían con sus estudiantes.

Viralización

La desinformación como fenómeno está íntimamente relacionada con un concepto que no se vincula solo con esta temática, sino también con otros abordajes trabajados a lo largo de este curso: la **viralización de contenidos**.

Para profundizar en esta cuestión nos interesa trazar una analogía con algunos elementos que conocemos en relación con la pandemia del COVID-19.

Sabemos que los contagios de COVID-19 se producen entre personas. En ocasiones, podemos conocer *de quién* nos contagiamos, pero en muchos casos las personas no logran saber, a ciencia cierta, con quién han estado en contacto estrecho y cómo se transmitió el virus. A la hora de abordar la desinformación como fenómeno podemos pensar un aspecto similar: la difusión de contenidos que desinforman puede sorprendernos aún sin saber que son contenidos que tienen dicha

intencionalidad. Es muy complejo, por las propias particularidades del fenómeno y de la forma en que nos relacionamos con la información, registrar esta situación. En ocasiones, recibimos contenidos que desinforman por parte de personas conocidas. Sin embargo, en muchos otros casos, nos encontramos en las redes sociales y en los medios tradicionales con este tipo de contenidos y los compartimos aún sin conocer su fuente.

El COVID-19 se ha difundido en el mundo mucho más veloz que las medidas que se han tomado para su mitigación. La desinformación, en una misma línea, corre mucho más rápido que los intentos que en todo el mundo se han hecho por establecer regulaciones y normativas. La desinformación no se difunde masivamente de forma automática. Somos las personas quienes mediante nuestras acciones en línea viralizamos, difundimos y consumimos los contenidos que desinforman.

En este sentido cabe agregar, como desarrollaremos a la hora de abordar las etapas que forman parte del fenómeno, que la producción de la desinformación nace en muchos casos de grupos que ejercen su poderío mediático, económico, social o simbólico sobre las personas, quienes luego formamos parte clave del eslabón de la difusión/viralización.



¿Qué hace que un contenido se vuelva viral?

Lo viral puede ser definido como mensaje, idea o contenido que se transmite de forma exponencial a través de las redes sociales y plataformas digitales mediante constantes reenvíos entre las usuarias y los usuarios de Internet.

El portal digital [Retina](#), define tres características básicas para reconocer un contenido que es viral: primero, está en todos lados, inclusive en medios de comunicación tradicionales como la televisión y la radio. Segundo, son mensajes con contenidos humanos, [por ejemplo una mujer pide ayuda para encontrar a un hombre que conoció en un recital hace más de quince años](#), y tercero, permiten la participación de las y los usuarios con llamados de acción como “compartir” o “darle me gusta”.

La desinformación como fenómeno complejo

A menudo este concepto se confunde con el de *fake news* (noticias falsas). Sin embargo, la desinformación es un fenómeno más complejo. Según [First Draft](#), podemos comprender mejor el término desinformación cuando identificamos que incluye distintos fenómenos o tipos:

1. **Sátira o parodia:** no pretende causar daño, aunque posiblemente lo haga. Se trata de publicaciones en tono irónico o humorístico que sacadas de contexto pueden ser leídas e interpretadas de manera literal y tomadas como información chequeada.
2. **Contenido engañoso:** uso falaz de información para incriminar a alguien.
3. **Contenido impostor:** cuando se suplantán fuentes de información.
4. **Contenido fabricado:** contenido nuevo predominantemente falso, creado para engañar.
5. **Conexión falsa:** cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman ni se condicen con el contenido. Aquí se apela a la lectura desprevenida y superficial de las personas.
6. **Contexto falso:** cuando un contenido genuino se difunde con información contextual falsa. Por ejemplo, cuando una noticia es acompañada por fotos o videos editados o pertenecientes a un contexto que no se condice con la información.
7. **Contenido manipulado:** cuando información o imágenes se manipulan para engañar y formar opinión respecto a un tema, un partido político o la reputación de una persona, por ejemplo.

7 TIPOS DE MISINFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN



Es clave identificar el **fenómeno de desinformación** como una **problemática central** de esta era que excede ampliamente al concepto de *fake news*, que algunos especialistas creen que debería ser reemplazado por un término más profundo. Este reemplazo es, sin embargo, difícil.

[Tal como explica Claire Wardle](#), del sitio First Draft: “La razón por la que tenemos dificultades con un reemplazo es porque se trata de más que noticias, es todo el ecosistema completo de información. Y el término falso no llega a describir la complejidad de los diferentes tipos de información errónea (difusión involuntaria de información falsa) y la desinformación (creación y difusión deliberada de información que se sabe es falsa)”.

Complementando los distintos tipos de desinformación que define First Draft, es posible hallar este fenómeno asociado también a la publicidad encubierta, aspecto muy presente en buscadores, medios de comunicación y redes sociales. En ocasiones, este fenómeno puede darse de la mano de personalidades con alcance público y masivo (denominadas *influencers*) quienes comunican, comparten y difunden productos o servicios sin explicitar la existencia de una relación comercial con las empresas.

La publicidad en Internet y las redes sociales es una marca de la época, elemento central del modelo de negocios digital. La perspectiva de abordaje no es ir en contra de este fenómeno, sino poder contar con las herramientas necesarias para discriminar lo que resulta ser un contenido orgánico o nativo (no pagado) de aquellos contenidos promocionados, ya que los intereses que subyacen son distintos. La publicidad, a diferencia de las noticias y los contenidos informativos, tiene un objetivo claro: posicionar un producto o servicio en un determinado espacio para conseguir resultados económicos.

La publicidad es una forma interesante de desinformación que demuestra que no es suficiente con reducir el abordaje a las noticias falsas. Existe publicidad que técnicamente no brinda información falsa, pero que, al no evidenciar lo propio del lenguaje publicitario, otorga pocos o nulos elementos para analizar los mensajes y comprender la intencionalidad. Así, podemos pensar que estamos ante un producto o servicio "eficaz" o "útil" con base en la forma en que se muestra o suponer que la aparición de un sitio o enlace en los buscadores en una mejor posición que otro está directamente relacionada a la pertinencia de su contenido.

Nuestro rol como docentes es central a la hora de construir una educación y alfabetización mediática e informacional que incluya el fomento de la mirada crítica respecto de la información y contenidos consumidos, compartidos y difundidos.



Preguntas que acompañan la lectura

¿De qué forma le hacemos preguntas al contenido con el que nos encontramos en redes sociales? ¿Cómo discriminamos si se trata de un contenido publicitario u orgánico (no pagado)? ¿Cómo creen que impacta o afecta en las personas estar expuestas constantemente a la alternancia entre contenidos publicitarios y contenidos informativos?

La desinformación, sus causas y etapas

Para continuar profundizando sobre esta temática, y en estrecha vinculación con las características de este fenómeno, recuperaremos las etapas que constituyen la desinformación.

En líneas generales hablamos de la desinformación como un fenómeno que está atravesado por tres etapas centrales:



La etapa de producción de desinformación tiene que ver con los momentos o instancias en los cuales los contenidos que desinforman se originan.

Recordemos:

Hablamos de **desinformación** como un proceso complejo donde conviven distintos formatos de noticias y contenidos, el consumo, en líneas generales, de múltiples pantallas y plataformas. Hablamos de la desinformación como un fenómeno que se puede dar mediante la edición de un titular engañoso que acompaña una noticia, la manipulación intencionada de una imagen, la omisión de un dato relevante para el contexto de una información, entre otras tantas posibilidades. En todos estos sentidos, la desinformación **va conformando un sistema que influye sobre las creencias, las acciones y las decisiones de las personas.**

La desinformación, entonces, puede **originarse y producirse** con distintas motivaciones o causas: **políticas, económicas, sociales, ideológicas** que pueden desprenderse de la intención de dañar a personas, colectivos sociales, generar efectos de desconfianza hacia determinadas situaciones o decisiones políticas, entre otras consecuencias posibles.

La desinformación también puede tener motivaciones publicitarias:



El modelo de negocios de la economía digital está íntimamente relacionado con la necesidad de generar clics, tráfico y visitas a los sitios para así poder mostrarles publicidad a las personas que ingresan.



¿Qué es un clickbait?

Clickbait es un término en idioma inglés para referirse a la creación de un **anzuelo de clic**. Busca *pescar* consumidores y consumidoras de un contenido digital

utilizando títulos, imágenes o descripciones sensacionalistas para así atraer la atención.

El sitio Portal News elige colocar un titular llamativo para despertar el interés de la audiencia y así atraerla al sitio web.

Sesgos y Desinformación

A la hora de profundizar en relación con las etapas de consumo y difusión de la desinformación comienzan a relacionarse con mayor profundidad los distintos conceptos que trabajamos esta semana.

Cuando hablamos del consumo y difusión de desinformación nos referimos a las etapas en las cuales tenemos un rol central, voluntaria o involuntariamente, al usar las redes sociales e Internet.

Al leer, buscar o consumir un contenido operan en nuestra percepción los llamados **sesgos cognitivos**. Los sesgos cognitivos son, en líneas generales, una manera de ver el mundo con la cual filtramos toda la información a la que nos enfrentamos y afectan a todas las personas en los distintos ámbitos de la vida.

En este sentido, a la hora de trabajar sobre la desinformación es importante profundizar en tres tipos de sesgos cognitivos y otro tipo de sesgo que, si bien no es cognitivo, sino técnico, también influye sobre el consumo y difusión de la desinformación.

Sesgo de confirmación: cuando consumimos algún contenido, noticia o información que apoya o confirma las creencias que previamente tenemos, tendemos a darle un valor de verdad mucho mayor que a aquellos contenidos que no contradicen o son distintos a nuestras miradas. Los contenidos que no se ajustan a nuestras creencias tienden a ser descartados, ignorados o minimizados a la hora de tomarlos en cuenta.

El sesgo de confirmación es un sesgo cognitivo que atenta contra la posibilidad de ampliar

las miradas y ejercer la reflexión crítica.

Sesgo social: tiene íntima relación con los vínculos que establecemos con las personas que nos comparten contenidos o información. Si dichas personas tienen relevancia personal, vincular o profesional para nuestras vidas, tendemos a darle mayor valor de verdad a los contenidos que nos comparten o envían. Por ejemplo, si algún familiar directo con quien tenemos un vínculo cercano practica la Medicina, nos envía información sobre el COVID-19, tenderemos seguramente a darle mayor valor de verdad y certeza que a otra información proveniente de fuentes distintas.

El sesgo social tiene que ver con las jerarquías, conscientes o inconscientes, que establecemos en las relaciones humanas. Este sesgo cognitivo también puede afectarnos tratándose de personalidades públicas, periodistas o influencers a quienes respetamos, leemos y consumimos asiduamente.

Sesgo de repetición: Se relaciona con la propensión a creer como verdaderas aquellas cuestiones que como personas prosumidoras de información escuchamos una y otra vez. También se denomina ["efecto ilusorio de la verdad"](#).

Sesgo técnico: Este tipo de sesgo se asocia con la imposibilidad de leer y profundizar en una noticia o información que recibimos a través de aplicaciones móviles desde las cuáles sólo vemos su titular. Este sesgo refuerza la desinformación ya que nos imposibilita de hacer los chequeos necesarios para analizar la noticia, sus fuentes y desarrollo, generando que debamos conformarnos con el titular o una captura de pantalla que puede tener un recorte descontextualizado o tendencioso.

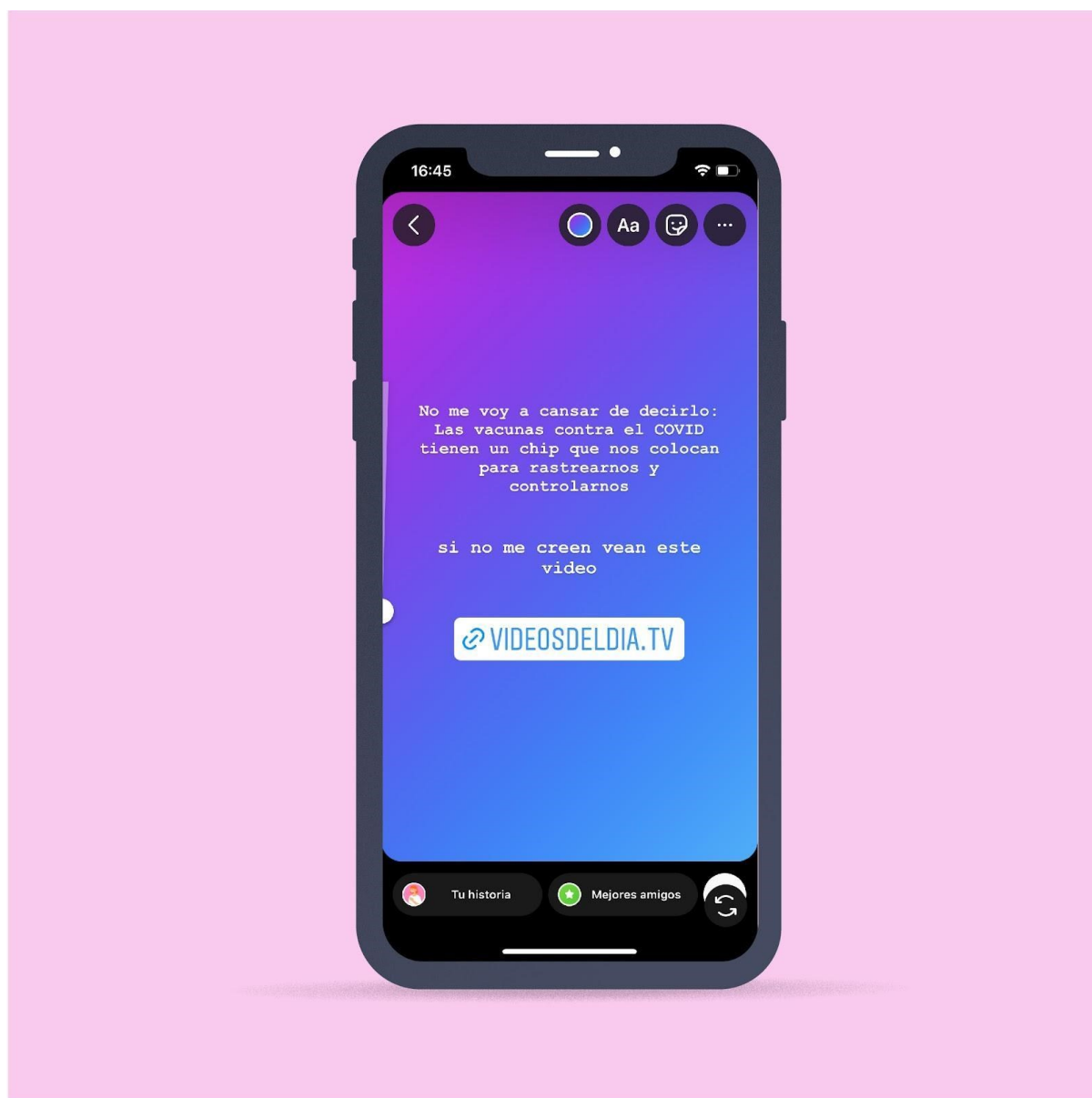
Cuando las personas cuentan con planes de internet "libres" con Facebook, WhatsApp u otras aplicaciones sociales (es decir, que no consumen saldo de datos móviles) pueden enviar y recibir mensajes y contenidos en sus dispositivos móviles aun habiendo agotado su saldo. Sin embargo, cuando alguien recibe una noticia con un enlace, pero no cuenta con datos móviles o conexión a internet para abrir dicho contenido, puede caer en lo que se denomina sesgo técnico.

Los sesgos, tanto cognitivos como técnicos, cumplen un rol principal a la hora de entender la complejidad de la problemática de la desinformación. Conforman distintos obstáculos para poder acceder a la información de manera reflexiva y crítica.

La producción de desinformación se vale hábilmente de estos sesgos que operan con mayor profundidad en sociedades polarizadas que buscan de manera constante confirmar sus creencias y valores previos.

Tal como mencionamos, la información verídica y las noticias o contenidos que desmienten campañas de desinformación tienen un alcance mucho menor que los contenidos falsos, manipulados, tergiversados o descontextualizados.

En este sentido, dichos contenidos no se estructuran ni desarrollan apoyándose en el efecto de los sesgos sobre nuestras percepciones. El poder de alcance, difusión y viralización de la información aclaratoria o de las desmentidas es mucho menor, ya que es menos atractiva al no operar en línea con los sesgos.



En esta imagen ilustrativa podemos observar cómo la usuaria ficticia **@carmen78** decide compartir con sus seguidores y seguidoras un video acompañado de sus propias creencias y percepciones sobre una temática sensible como lo es la vacunación contra el COVID-19. En su redacción apela al uso de términos y palabras determinantes, que no habilitan un intercambio de opiniones, sino que por el contrario clausura toda posibilidad de diálogo.

Efectos de la desinformación

La desinformación tiene consecuencias reales: tal como abordamos en la primera clase, las distintas problemáticas abordadas **atraviesan las pantallas**. Tienen consecuencias no solo en la vida online,

sino también fuera de ella. Incide en la opinión pública por fuera de Internet, en nuestras decisiones, opiniones y posicionamientos respecto a diversos temas de la agenda pública (política, salud, economía, etc.). De esta manera, atenta contra la conversación ciudadana, contra la pluralidad de voces y opiniones, contra la democracia y contra el acceso a la información verificable y confiable.

Polarización

A su vez, la desinformación fortalece y refuerza estereotipos y polariza el debate porque incrementa la distancia política, ideológica o afectiva que existe entre las y los miembros de una sociedad. Así, se constituye como causa y consecuencia de los discursos de odio y cala hondo en aquellos aspectos que ponen en juego las propias percepciones, valores y lecturas previas sobre determinados temas.

En lo que respecta a temáticas sociales, políticas y económicas, principalmente, el debate se polariza conformando un “ellos” y un “nosotros” motorizado por la confirmación de las propias creencias como lo verídico, veraz, verosímil y real, en contraposición con las creencias o postulados opuestos, descartados de plano. La polarización de los debates atenta contra la posibilidad de establecer visiones y opiniones que apelen al consenso y a la convivencia democrática a pesar de las diferencias.

Discursos de odio

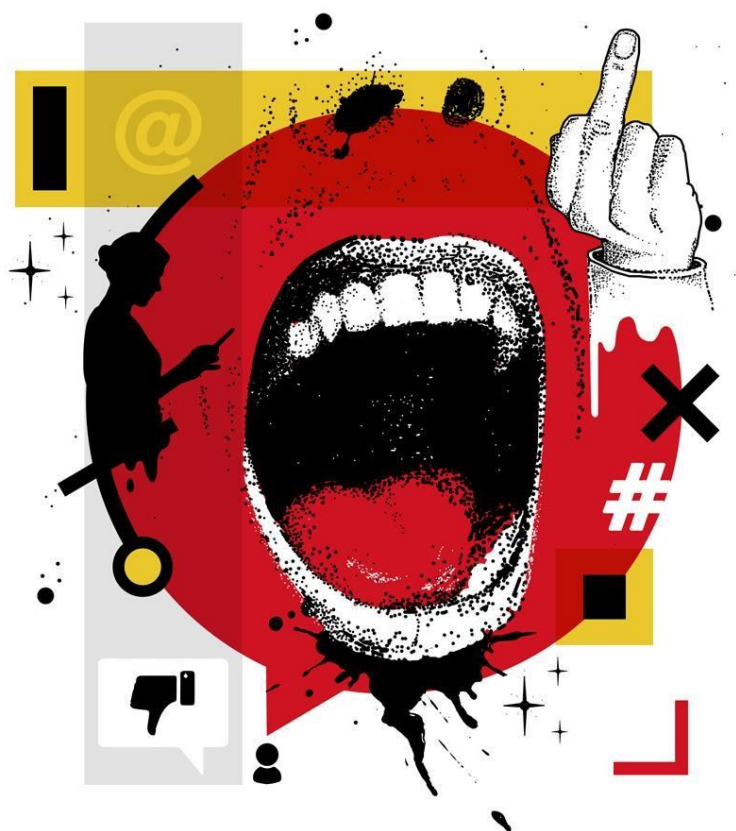
Tal como empezamos a ver en el recorrido de la primera semana, Internet se nos presenta como un espacio donde la subjetividad se pone en juego. La dimensión emocional está sobre la base de lo que hacemos en línea: la construcción identitaria, la vinculación con otras personas, el seguimiento de la actualidad informativa, etc. En este sentido, es interesante detenerse a profundizar sobre algunos tipos de vínculos o comunicaciones que existen en internet.

En las redes sociales y en las plataformas hay personas que suelen dar sus opiniones sobre diversos temas. Entre estas, se encuentran los **haters** (odiadores). Estas personas buscan, a través de comentarios agresivos, discriminar y ofender a una persona o a una organización. Generalmente, esta agresión es motivada por la intolerancia racial o de género. El **hater** está al tanto de lo que hace la organización o la persona sobre la que dirige su intolerancia y, con ese conocimiento, busca

estrategias para difamar y destruir la reputación de su víctima. Este odio es ejercido sobre personas en particular y sobre todas las personas que puedan ser afines a ellas.

Los *haters* buscan la atención de sus contenidos y la respuesta a sus agresiones, sosteniendo un papel protagónico en el discurso intolerante o de odio que atenta contra los avances en materia de derechos humanos dentro y fuera de línea.

Parte de este mismo discurso intolerante son los **trolls** (del inglés Troll: la mítica criatura nórdica), quienes generalmente atacan en manada e irrumpen en publicaciones para desvirtuarlas y arruinarlas. Lo hacen con argumentaciones falsas, comentarios agresivos y una gran cantidad de estrategias para no aceptar un debate enriquecedor. *To troll* (en inglés) es la pesca con anzuelo, buscan “pescar” la atención desde la tensión, que no quede tiempo para pensar y que la emoción impulse la acción de responder con más agresión.



De la mano de esta cultura de la intolerancia se perpetúan en línea los discursos de odio, como una narrativa que agrede a una persona por su identidad o pertenencia a algún colectivo históricamente

discriminado y, en esa agresión, busca privar a esa persona y a ese grupo de sus derechos humanos. Los discursos de odio encuentran la legitimación en el espacio público mediante un llamado expreso a otras personas a identificarse o apoyar ese comentario. Es decir que este tipo de discursos apuntan a legitimarse en planos públicos como pueden ser las redes sociales, donde la interpelación a que otras personas difundan o apoyen sus mensajes se vuelve un factor indispensable.

El discurso de odio no es efectivo en soledad, para que logre realmente su propósito debe salir de lo individual y generar un impacto en un grupo de la sociedad que se sienta interpelado y lo legitime. Esta narrativa apunta a la polarización en la que siempre el bando “bueno” es el propio y el “malo”, el otro. A ese otro bando se le adjudican las razones de los males de la sociedad y se los generaliza a través de la consolidación de un discurso repleto de estereotipos, mitos y desinformación generada para justificarse.

Es importante observar que el despliegue de los discursos de odio en espacios públicos es lo que les permite cumplir su objetivo de privar a las poblaciones agredidas de derechos humanos. En Internet, en particular, esto se evidencia cuando las poblaciones afectadas deben, como mecanismo de defensa, autocensurarse, disminuir su participación o directamente retirarse de las plataformas digitales donde ocurren los ataques.

Como consecuencia de estas acciones, no solo aparece una merma en el derecho a la libertad de expresión y a la participación, sino también un fomento a estereotipos de los llamados hegemónicos ya que los discursos de odio actúan como límite disciplinador de lo que puede o no mostrarse en las plataformas digitales, fomentando formas de ser que sean aceptadas. Por ejemplo los discursos que se basan en el odio a las personas gordas suelen generar autocensura de esta población a la hora de mostrar sus cuerpos, mermando su derecho a la libertad de expresión y al mismo tiempo potenciando que los cuerpos que puedan mostrarse sean los que cuadran en un modelo aceptado socialmente. Esto genera un efecto dominó de frustración entre quienes no logran pertenecer a estos cánones, potenciando la discriminación y disminuyendo las representatividades en las plataformas.

En este sentido, la desinformación y la polarización se nutren de la cultura de la intolerancia y de los discursos de odio, constituyéndose como causa y efecto que se retroalimentan mutuamente. Vemos el mundo a través de un prisma que está determinado por los sesgos cognitivos, a la vez que nos tendemos a vincular con personas que piensan de manera similar a la nuestra. Esta polarización nos vuelve más vulnerables a los contenidos que desinforman, ya que la capacidad de reflexionar

críticamente se ve afectada, justamente, por los sesgos, prejuicios y estereotipos a los que nos vemos expuestos.

Decimos que la desinformación y la polarización son causa y consecuencia de los discursos de odio (por supuesto, no son las únicas) ya que están completamente entrelazadas en los circuitos de la comunicación y la información que existen actualmente.



Preguntas para acompañar la lectura

¿Cómo crees que te sentirías si no pudieses estar en línea producto de las agresiones que recibís?

¿Qué sentirías si tuvieras que elegir qué mostrar o analizar qué decir o publicar para evitar recibir constantemente agresiones? ¿Cómo pensás que estarías conectándote con el mundo sin la posibilidad de navegar en internet? ¿Crees que quienes se deben retirar de Internet y los espacios digitales están en las mismas

condiciones que quienes pueden acceder y navegar cotidianamente? ¿Cómo te imaginás que estas violencias están afectando a los y las adolescentes? ¿Tuviste alguna experiencia en la cual tus estudiantes remitan a situaciones como estas?

¿Qué hacer ante los discursos de odio?

Tal como mencionamos anteriormente, este tipo de discursos busca agredir, discriminar y violentar a distintos grupos sociales, lo que lleva en muchas ocasiones a la autocensura, la exclusión y el retiro de los espacios digitales, atentando contra la pluralidad de voces diversas.

En este sentido, ante la presencia de discursos de odio las recomendaciones son:

- Reportar las publicaciones en las plataformas: todas las plataformas cuentan con la posibilidad de reportar y denunciar publicaciones agresivas, violentas o que fomentan el odio hacia una persona o grupo de personas.
- No compartir, poner *me gusta*, comentar ni reenviar publicaciones para no otorgarles mayor visibilidad.
- Bloquear y reportar usuarios/as que agreden o difunden discursos de odio.
- No responder ni discutir en las publicaciones: este tipo de discursos no buscan conciliar ni debatir, sino hacer daño y amplificar las violencias.
- INADI ofrece un canal para enviar reportes de publicaciones que difunden discursos de odio, una vez que se agoten las instancias de reporte y denuncia en las plataformas digitales: observatoriointernet@inadi.gob.ar.

¿Cómo combatir la desinformación?

Existen múltiples iniciativas y proyectos, tanto gubernamentales como de organizaciones civiles, que buscan combatir la desinformación y la infodemia. El objetivo compartido es colaborar en la

alfabetización mediática e informacional de los usuarios y las usuarias para así empoderarlos y empoderarlas en tanto ciudadanos y ciudadanas digitales y fortalecer los procesos democráticos.

Algunos de los recursos más difundidos para el abordaje de la desinformación y la infodemia son los relacionados con proyectos de **fact checking** (verificación de hechos), entre los cuales podemos mencionar los siguientes:

- [Chequeado](#), un medio digital argentino creado en 2010 que se dedica a la verificación del discurso público, a la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y a la apertura de datos. Chequean las afirmaciones de políticos/, economistas, empresarios/, personas públicas, medios de comunicación y contenidos virales de redes sociales clasificándolos de “verdadero” o “falso”.
- [LatamChequea](#): realiza las tareas de chequeo de información, recopilación y actualización de verificaciones en español sobre la pandemia.
- [Newtral](#): proyecto originado en España que chequea informaciones a partir de la incorporación de Inteligencia Artificial (IA).
- [Ciencia Anti Fake News](#): científicos argentinos de CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas) contra la información no chequeada.

El **fact checking**, sin embargo, no es la única respuesta a la problemática de la desinformación. La alfabetización mediática e informacional debe incluir aspectos que involucren el análisis de sitios web, la reflexión crítica sobre los contenidos publicitarios, el reconocimiento de la operatoria de los sesgos que impactan en la recepción, consumo y difusión del contenido, entre otros aspectos centrales que debemos reforzar en el trabajo escolar.

¿Qué podemos hacer frente a un contenido sospechoso, falso o que desinforma?

- Reportar en las plataformas.
- No compartir ese contenido.
- Advertir a otros usuarios.

- En caso de recibir un contenido falso o que desinforma, responder de manera respetuosa apelando a la repregunta. Por ejemplo: ¿sabés de quién es la autoría de esa nota?, ¿quién la firma?, ¿cuándo y dónde salió publicada?, ¿la leíste hasta el final?, ¿por qué creés que esto puede interesarme?

Es clave evitar confrontaciones y descalificaciones que polaricen, una vez más, el debate e intercambio.



Preguntas para acompañar la lectura

¿Cómo responder cuando se recibe un contenido falso?

Les proponemos que piensen propuestas para la respuesta e intervención ante contenidos o materiales falsos o que desinforman. Muchos de ellos se encuentran circulando en los grupos de WhatsApp de estudiantes y/o docentes.

¿Qué podríamos hacer y decir, qué herramientas podríamos poner a disposición para la verificación de la información compartida?

¿Cuáles son las herramientas que tenemos en tanto usuarios y usuarias para combatir la desinformación?

- Verificar imágenes (¿Es actual? ¿Está editada? ¿Corresponde al contexto de la información?).



Para verificar una imagen sugerimos hacer una **búsqueda inversa** para saber si fue publicada antes.

- Desde una computadora se puede hacer clic derecho sobre la imagen y seleccionar la opción “Buscar imagen en Google”.

- Desde el celular también se puede entrar al sitio [Reverse.photos](https://reverse.photos) y subir la foto allí.

- Chequear y comparar las fuentes, haciéndole preguntas al contenido: *¿De dónde surge esa información? ¿Puedo rastrear la fuente? ¿Esa fuente es una voz autorizada en la temática? ¿Dónde fue publicada esa información: en un sitio, plataforma, perfil de redes sociales o diario digital? ¿Qué trayectoria tiene ese espacio respecto a la temática? ¿Publica contenido referido a ese tema de manera habitual? ¿Cuál es la reputación de ese sitio?* En este punto la pertinencia y relevancia de la fuente en relación al contenido será un elemento vital a la hora de comparar y verificar la información.
- Tener una actitud crítica y reflexiva ante un contenido que ha sido “reenviado” o “reenviado muchas veces”. Cuando un mensaje viene acompañado de esa advertencia nos está dando la pauta que quien envía esa imagen, audio o texto no es el autor o autora, sino que le llegó por parte de otro usuario o usuaria que probablemente no conocemos, por lo cual nadie nos garantiza que haya sido chequeado.
- Dudar de aquellos mensajes que contengan capturas de pantallas de notas, publicaciones de redes sociales, declaraciones de especialistas, personajes públicos, etc., ya que son contenidos descontextualizados o recortados por otras personas.
- Buscar información en fuentes oficiales (organismos, cuentas verificadas).
- Dudar de los propios sesgos. Si una nota, imagen, audio, etc., me interpela, me provoca una emoción (positiva o negativa), es cuando más debo poner en práctica la actitud reflexiva y evitar compartir el contenido de manera impulsiva.

Tal como lo hicimos en la clase anterior, compartimos una propuesta pedagógica diseñada bajo el enfoque de la educación mediática que venimos trabajando. La presentamos a modo de inspiración, para construir las propias.



Actividad: ruta de la desinformación

Destinatarios/as: Adolescentes entre 12 y 18 años

Duración: 30 minutos

Recursos necesarios:

Esta actividad podría desarrollarse tanto en formato digital como en papel. Presentamos ambas variantes.

Formato digital: crear un mural (podría ser en aplicaciones como Jamboard, Miró, Padlet, por ej.). Las participaciones se realizarán a partir de los *post it* o notas de cada aplicación.

Formato analógico: Cartulinas, afiches o pizarra. Marcadores. *Stickers* (pegatinas) o papeles autoadhesivos.

Objetivos:

- Analizar la forma en que el estudiantado comparte y difunde información y contenidos
- Identificar la facilidad que presentan las redes sociales para compartir, difundir y viralizar la desinformación
- Reflexionar sobre el impacto de la desinformación sobre las personas

Desarrollo de la actividad

Primer momento

A partir del trabajo en grupos de 5 a 7 participantes, seleccionar un contenido o noticia de actualidad que se reconozca como desinformación o crear un contenido o noticia que cumpla con las características que definen la desinformación como fenómeno.

Segundo momento

Luego de crear o seleccionar la noticia, trazar un mapa en el cual den cuenta de los pasos que seguirían tomando como objetivo la viralización y difusión masiva del contenido creado.

Para tal fin podrán elegir distintas **redes sociales o plataformas** (WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, Snapchat, Twitch, correo electrónico, etc.), distintos **formatos** (publicación en el feed de Instagram, historia, tweet, meme, captura de pantalla, redacción de mensaje, mensaje de audio, enlace, mensaje reenviado, mensaje reenviado muchas veces, etc.) y distintos **destinatarios** (mensaje privado, mensaje a un grupo, historia, etc.).

La tarea será armar un mapa o una ruta en la cual puedan construir, a partir de un punto de partida, un proceso de viralización de la (des)información.

Por ejemplo: el punto de partida podrá ser:

- Captura de pantalla de un tweet con el enlace a la noticia creada,
- Reenviada a un grupo,
- En WhatsApp.

A partir de allí, podrán ampliar distintos caminos por los cuales la desinformación se difundir

Actividades

Les proponemos seleccionar algún contenido falso, sospechoso o que desinforma que hayan visto circular en redes sociales o medios de comunicación. Sugerimos que ese contenido se vincule con las preocupaciones y situaciones que atraviesan a sus estudiantes. Realicen un chequeo tomando en cuenta los tips y consejos que vimos. Compartan la noticia analizada en el foro “desinformación” para dar cuenta de los hallazgos referidos al contenido.

Bibliografía de referencia

Baricco, A. (2019). *The Game*. Barcelona: Anagrama.

Calvo, Ernesto; Aruguete, Natalia. (2020) *Fake News, trolls y otros encantos*. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina.

Deleuze, G. (1990). Posdata sobre las sociedades de control. En Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*. Montevideo: Nordan

Dessal, G. (2019). *Inconsciente 3.0. Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros*. Barcelona: Xoroi Edicions.

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

WARDLE, C. (2017). *Noticias falsas: es complicado*. First Draft News. Disponible en:

<https://firstdraftnews.org/articles/noticias-falsas-es-complicado/>

WARDLE, Claire & DERA KHSHAN, Hossein (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report. Disponible en:

<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Créditos

Autores: Faro Digital.

Cómo citar este texto:

Faro Digital (2022). Clase Nro 2: Educación mediática. Cultura digital, adolescencias y juventudes: Claves para construir una referencia docente en internet. Actualización Académica en Educación y tecnologías digitales para el nivel secundario. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
[Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/)

Módulo 3: Cultura digital, adolescencias y juventudes. Claves para construir una referencia docente en Internet

Clase 3. Violencia de género digital

Introducción

Queridas y queridos docentes, es un gusto enorme continuar el viaje por el multiverso. Esta semana nuestro foco estará puesto en las violencias de géneros. Sabemos que es un tema muy sensible y que interpela a nuestros y nuestras estudiantes y por tanto, un tema que nos interpela como docentes y adultos/as.

Iniciamos nuestro recorrido.

Los usos de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) generaron diversos cambios en la sociedad. En términos generales sabemos que impactaron en nuestras formas de trabajar, vincularnos, educarnos, expresarnos, comprar y vender y básicamente, de vivir. En lo específico vinculado a las violencias de género se observa con mucha preocupación que las características propias de los entornos digitales trasladaron y potenciaron las violencias machistas hacia las mujeres tanto en redes sociales, aplicaciones de mensajería y juegos online como en cualquier espacio donde convivan personas en Internet.

Debates que se observaban avanzados o incluso, que se creían saldados en entornos presenciales, se vuelven a naturalizar e invisibilizar en los virtuales: la desigualdad, el acoso, los mensajes de odio y la tendencia a señalar las acciones de las víctimas como causantes de diversos ataques.

¿Por qué reproducimos estas violencias y desigualdades en Internet? ¿Por qué ciertos debates vuelven a foja cero en estos entornos?

Evidentemente la fuerza con que se fundaron, reforzaron y reprodujeron las violencias de género a lo largo de nuestra historia permanecen en cada uno de nosotros y nosotras, y si bien, gracias a la lucha de miles de mujeres en todo el planeta se lograron desnaturalizar y revertir muchas de estas violencias, el habitar nuevos entornos nos hacen volver a pensar las convivencias y desigualdades que por costumbre se vuelven a generar.

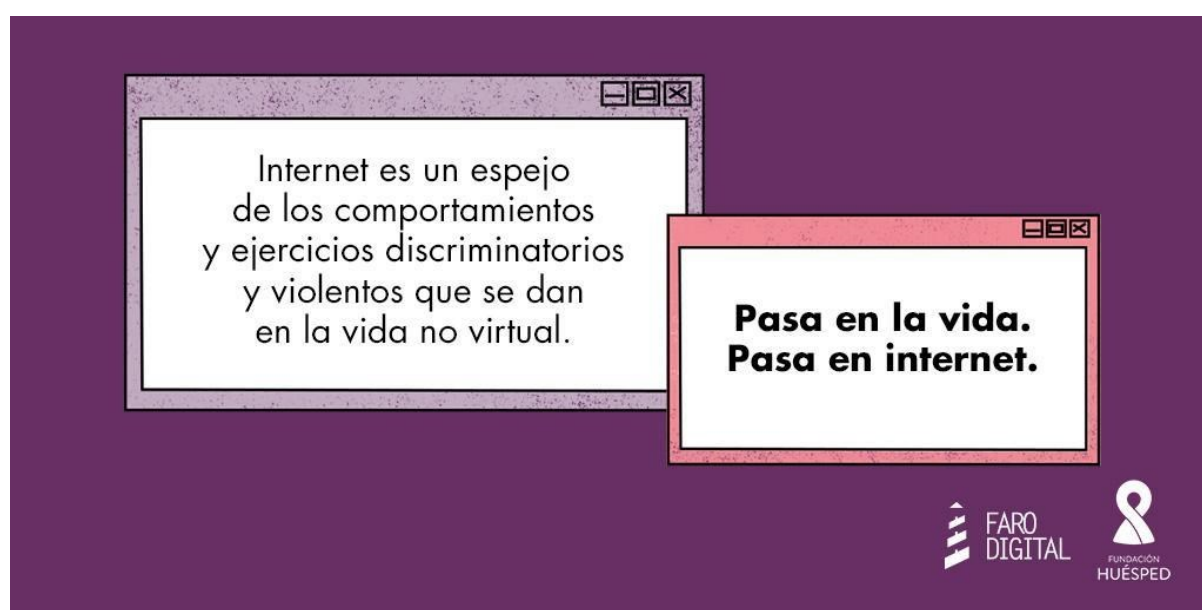
¿Quiénes ejercen violencia de género digital? No podemos responder a esta pregunta pero si plantear la inquietud que a partir de algunas características de los entornos digitales, muchas personas que no ejercen violencia machista en espacios presenciales sí la refuerzan o reproducen en Internet.

A modo introductorio, podemos plantear cuatro características de Internet que vuelven particulares las violencias de género que allí se producen o trasladan:

1. **Ausencia del cuerpo físico.** Aunque parezca obvio, muchas veces esto modifica los vínculos personales. No poder apreciar las reacciones, expresiones, tonos de voz o los efectos de alguna respuesta altera las pautas de comunicación. En algunas ocasiones esto puede llevar a aumentar nuestra violencia, agresión o malos tratos; también nos hace olvidar el efecto de nuestras acciones o palabras y, sobre todo, puede disminuir nuestra empatía.
2. **Soledad.** De la mano de la ausencia corporal, la conexión a la web, en soledad física, atenta contra la empatía. Nos cuesta dimensionar a las otras personas, y, por ende, la magnitud de nuestros actos.
3. **Anonimato.** La sensación de anonimato es propia de internet. Muchas veces podemos elegir usar un alias, nombre falso o seudónimo y así evitar dar a conocer nuestra identidad. Esta posibilidad trae beneficios para la libertad de expresión, pero también puede generar exacerbación de violencias o discursos de odio. Por un lado, quien está agrediendo siente cierta protección por no dar su nombre y potencia su violencia hacia las y los demás y, por otro lado, quien sufre hostigamiento o malos tratos siente más desamparo al no poder identificar quién lo está agrediendo.
4. **Mayor alcance de los contenidos publicados.** En los entornos digitales es muy posible que una imagen o información circule sin control. Esto se llama “viralización de contenidos” y, dependiendo el caso, puede ser intencionado o indeseado. El problema surge cuando no hay planificación, deseo o cuando hay arrepentimiento sobre esa difusión pero ya es imposible frenarla. La cadena de difusión no se puede cortar y el contenido llega a manos de cualquier persona, tanto conocida como desconocida. Esta posibilidad de generar un alcance masivo tiene como uno de sus efectos el daño a la imagen, reputación o identidad de muchas personas.

Sin ánimo de comparar violencias, es importante comprender que las que suceden en Internet no son menos graves, dolorosas, ni causan menores efectos en quienes las sufren. Los entornos digitales pueden generar nuevas formas o potenciar formas históricas de violencias de género que causan mucho dolor.

¿Es real lo que sucede en Internet? Claro que sí. **Lo digital es real, sus efectos y consecuencias, también.** Uno de los principales motores que refuerzan las violencias de género en Internet es el prejuicio de que, al suceder en este tipo de entornos, el fenómeno es menos grave o incluso irreal.



"Pasa en la vida, pasa en Internet" se refiere a reconocer la violencia de género digital como una continuación de las agresiones que sufren las mujeres en espacios fuera de línea.

Pensar la violencia de género digital en clave educativa

La gravedad y el impacto de la violencia de género digital en la vida de las y los adolescentes, requiere que la escuela como institución y las y los docentes como personas adultas nos involucremos no solo en la prevención sino en la visibilización y abordaje de estos casos.

Aunque las situaciones de violencia no ocurran físicamente en el aula, en ocasiones, le suceden a nuestros y nuestras estudiantes e impactan en el grupo.

Como veremos en esta semana, como docentes contamos con una herramienta pedagógica de enorme valor a la hora de abordar estos temas: la educación sexual integral (ESI). El desafío está en poder incluir lo digital y sus características dentro de la ESI para que estas temáticas sean abordadas de forma coherente y empática. A continuación, presentamos las principales formas de violencia de género digital que, hasta el momento, han sido conceptualizadas.

Formas de violencia de género digital



¿Qué papel juegan las dinámicas de género en el uso de la tecnología?

¿Cuál fue el mensaje que recibiste en Internet?

Hacé clic [aquí](#) para visualizar la infografía



La [violencia digital de género](#) es real. Existen distintas formas de ejercer esta violencia y muchas veces no las identificamos como tal.

- ¿Qué tipos de violencia de género digital identificás?
- ¿Qué características se repiten en los casos que conocen?

Bajo el amparo del anonimato, la inmediatez, la viralización y la desigualdad de género, quienes ejercen violencias hacia las mujeres encontraron en el medio digital un ámbito más que propicio para ejercer el control, el dominio, el abuso, la intimidación, la vigilancia, el hostigamiento y el maltrato.

Antes de continuar desarrollando las temáticas, sentemos la base de algo clave: **el consentimiento**. Antes de continuar desarrollando las temáticas, es importante definir que **si no hay consentimiento hay violencia**. Muchas veces la noción de consentimiento se minimiza siendo clave para comprender y dimensionar la violencia vivida. **Lo que define a una situación de abuso a la integridad sexual o de violencia sexual es la ausencia de un consentimiento libre**, es decir, de la capacidad de las personas que participan de aceptar sin presiones ni amenazas ser parte de la situación.

¿Qué es el consentimiento? El **consentimiento es una expresión** de deseo, **libre**, que se enuncia sin exigencias y **en estado consciente**.

- Es una expresión **reversible** (se puede decir sí y luego decir no, sin tener que agregar justificaciones).
- Es una expresión **específica** (se consiente un acto determinado).
- Es una expresión **enunciada** (solo sí es sí. Si dice que no o no dice nada, no es consentimiento).



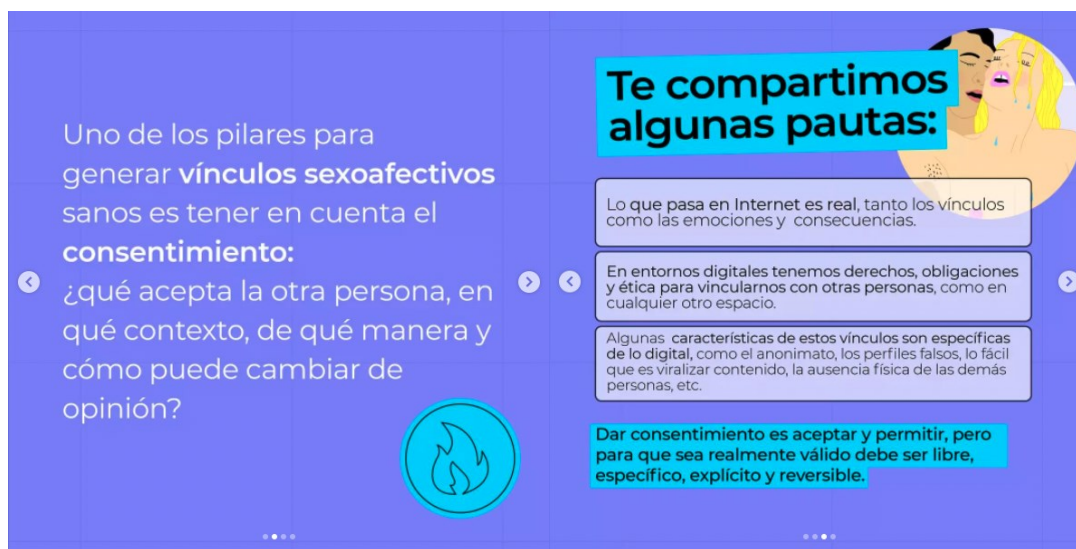
Esta [campaña de Fundación Avón](#) ponía el foco en lo enunciado del consentimiento: #SiNoHaySiEsNO

En el [Manual de Consentimiento Ilustrado](#) que se generó dentro de la campaña, hay diversas ilustraciones que pueden potenciar el debate sobre el tema y generar análisis entre los y las estudiantes.

Sugerencias para el aula

Les proponemos que sus estudiantes realicen ilustraciones, collages, o contenidos gráficos abordando la temática, ya sea a través de recursos digitales o analógicos, para compartir con la comunidad educativa.

Pueden, también, crear un hashtag propio y utilizarlo para compartir las producciones en las redes sociales.



Veamos las **principales características y formas de violencia de género en espacios digitales**:

Acoso

Se efectúa a través de Internet o cualquier dispositivo electrónico. Consiste en el envío de mensajes privados o comentarios públicos reiterados y no consentidos con el fin de establecer contacto, vigilar, perseguir y dañar el bienestar o seguridad de una persona.

¿Cómo se manifiesta?

- **Recepción sin consentimiento de mensajes y otros contenidos sexuales explícitos:** Se trata de que una persona envíe imágenes, videos, gif, audios, etc., con alto contenido sexual violento y explícito sin permiso de la persona que recibe ese material.

8 de cada 10 mujeres recibieron fotos de genitales sin su consentimiento

(Estudio Fundación Avón)



farodigital.org



Preguntas para acompañar la lectura

¿Qué responderías si te envían una imagen de genitales que no pediste?

¿Qué consejo le darías a una estudiante que recibe ese tipo de imágenes?

Un buen inicio:

- [Cómo reportar contenido inapropiado en Instagram](#)
- [Cómo reportar contenido inapropiado en Whatsapp](#)
- [Cómo reportar contenidos en TikTok](#)

¿Qué otros reportes sería útil saber en estos casos?

- **Exigencia de envío de imágenes o información íntima:** La persona que acosa pide de manera insistente el envío de contenidos íntimos. En muchas ocasiones lo hace desde la manipulación con el pretexto de un vínculo romántico (“si me querés, enviame una foto”, “esto hacen las parejas de verdad”).
- **“Piropo” digital:** es el correlato del callejero y ocurre cuando se reciben mensajes con contenido sexual tanto por privado como en publicaciones. Este tipo de mensajes no solicitados suelen justificarse por el contenido publicado. “¿Para qué subís esa foto si no te gusta que te comenten”?, “si subís esos videos ¿qué esperás que la gente haga?”. Suelen ser el justificativo que confunde la libertad de expresión de las mujeres con el consentimiento para recibir mensajes o contenido sexual.

Difusión no consentida de imágenes íntimas

La difusión de imágenes íntimas, sexuales o eróticas sin consentimiento es una de las problemáticas más vigentes entre los y las adolescentes y son situaciones que causan mucho dolor, problemas grupales y daños muy difíciles de reparar a corto plazo.

Para comenzar a abordar la temática es importante diferenciar la práctica del sexting de la difusión de imágenes sin consentimiento, una problemática que seguimos con especial atención. El sexting consiste en el envío de imágenes íntimas, mediante plataformas digitales, con el consentimiento de ambas partes. Una práctica extendida y habitual que, desde ya, no es exclusiva de las y los jóvenes, y que encuentra naturalidad en tanto los celulares se convirtieron en una extensión de nuestras manos. La particularidad de estar en etapas de exploración sexual, de autopercepción de sus cuerpos y los de las otras personas, sumado al hecho de vivir con dispositivos móviles que les permiten representar de manera instantánea todo lo que viven, hacen que esta práctica cotidiana deba reconocerse como tal y hasta considerarse un derecho.

Todos y todas tenemos derecho a enviar una imagen a otro u otra, de forma consensuada y entre pares. Aunque es conveniente resaltar que una vez que un dato personal (imagen, en este caso) sale de nuestros dispositivos y se comparte, puede implicar un riesgo concreto ya que se pierde el control de algo que ya no poseemos de forma exclusiva. Pero esto, la difusión o viralización de imágenes, nos lleva a analizar la responsabilidad de quienes reciben un material compartido en un contexto

determinado y deciden violar el pacto de privacidad y difundirlo. Si esa persona luego reenvía estas imágenes nos encontramos ante la verdadera problemática.

Las razones de por qué se difunden las imágenes de las mujeres son varias y todas responden a una posición de poder que percibe el hombre, consciente o inconscientemente. Ellos saben que pueden dañar la reputación de la chica difundiendo esa imagen, debido a las construcciones machistas sobre el cuerpo de la mujer que rigen en nuestra sociedad. La connotación sexual de los cuerpos femeninos, atravesada por el machismo instalado en nuestra sociedad, otorga un valor a esa imagen que puede llevar a impactar en la reputación o la identidad de esa chica o joven. Cabe también preguntarse para hacer un diagnóstico y entender esta diferencia ¿Qué sucede si se comparte una imagen de una mujer desnuda, en pose erótica o sexual o con poca ropa? ¿Y qué es lo que pasa si el que aparece en la imagen es un hombre? ¿Las opiniones públicas serán las mismas?

La difusión sin permiso de imágenes íntimas constituye una forma de violencia de género, debido a que, si bien no se cuenta con estadísticas oficiales, se observa en talleres y en diversos casos reflejados en los medios de comunicación, que un alto porcentaje de las víctimas son mujeres. Esto responde a diversos factores culturales.

La sexualización del cuerpo de la mujer en nuestra sociedad lleva a que, por ejemplo, una foto de un torso femenino desnudo tenga un peso sexual tan fuerte que incluso las redes sociales las censuran como contenido sexual, aunque en ellas no aparezcan genitales. La misma imagen de un hombre se difunde sin el tinte sexual ni pornográfico.

Relacionado al punto anterior, la cosificación del cuerpo sexualizado de la mujer genera un valor agregado a esa imagen que propicia que tanto hombres como mujeres las compartan y difundan como una moneda de cambio.

El hecho de abordar la temática poniendo el foco en la difusión de imágenes sin permiso y no en el envío (sexting) tiene que ver con la necesaria capacidad que debemos tener como personas adultas de comprender que la responsabilidad en el escenario planteado es de quien reenvía o comparte las imágenes y no en quien las envía.

También es necesario aclarar que el sexting no es condenado cuando parte de un deseo genuino de ambas partes. En el trabajo con adolescencias observamos con gran preocupación muchos casos donde las chicas se ven obligadas, extorsionadas, manipuladas u hostigadas a que envíen fotos de su

cuerpo. Esto también es violencia de género y debe abordarse como tal tanto como si una mujer recibe una foto o video íntimo sin pedirlo, algo muy escuchado también.

Cuando pensamos estrategias de prevención y abordaje, se debe tener bien en claro que la responsabilidad está siempre en quien difunde las imágenes sin permiso y no en quien las envía. En efecto, es necesario evitar culpabilizar a la víctima y restarle importancia a la responsabilidad del victimario.



¿Por qué no hablar de porno venganza?

En Internet, compartir imágenes de manera privada con otros/as es una práctica legítima (sean imágenes con contenido sexual explícito, implícito o sin contenido sexual) siempre que se haga con consentimiento de las partes involucradas y haya ganas de hacerlo.

La difusión posterior de esas imágenes sin la autorización explícita de quien está en ellas, es violencia.

¿Por qué no hablar de pornografía? Porque la pornografía es un tipo de contenido donde quienes participan están informados y prestan consentimiento para que las imágenes sean consumidas por otras personas, incluso en algunos casos en plataformas masivas.

¿Por qué no hablamos de venganza? Porque invierte la carga de la responsabilidad. La venganza supone una reacción a una acción. Nada de lo que haga una víctima provoca ni justifica la acción violenta.

Vigilancia digital

Se puede presentar de diversas maneras: mediante la exigencia de activar la geolocalización, mostrar la última hora de conexión, compartir contraseñas, crear cuentas en conjunto, etc. También puede ejercerse sin el conocimiento ni consentimiento de la víctima cuando, por ejemplo, se le instala un software en sus dispositivos que recopila información sobre navegación, conversaciones privadas y otros datos.

Este tipo de control, muy común en las violencias de género históricas, funciona reforzando la sensación de cosificación y pertenencia que construyen los hombres sobre las mujeres.

Intimidación

También conocido como *doxing* (proviene de *dox*, derivado de la abreviatura inglesa de documentos). Es una violación de la privacidad de la persona, consiste en la revelación en Internet de datos o documentos personales o de la identidad cualquier persona, en este caso estamos enfocando a la mujer sin su consentimiento, como, por ejemplo, el número de teléfono, la dirección, el lugar de trabajo o el colegio de sus hijos e hijas, etc. El objetivo no es otro que causarle miedo y temor a la víctima, incluso sobre su propia integridad física o de personas allegadas. Esto puede ir acompañado con el robo de identidad/creación de perfiles falsos.

Discursos intolerantes machistas

Como hemos visto en la clase 2, se trata de mensajes o publicaciones de hostigamiento o agresión basados en el género de la persona que los padece.

Según una encuesta de Kids on line y Unicef (2016)⁷, 8 de cada 10 adolescentes dijo haber experimentado alguna vez una situación negativa en Internet. Pero fueron las mujeres quienes las sufrieron con mayor frecuencia (8 puntos porcentuales más que los varones), sobre todo al recibir mensajes desagradables o hirientes. Estas agresiones efectuadas principalmente por *trolls* machistas

⁷ <https://www.unicef.org/argentina/media/1636/file/Kids-online.pdf>

afectan la reputación digital de otras usuarias, entendida esta como la forma en que terceras personas nos ven en el plano digital.

Estereotipos

Los estereotipos de género que naturalizan ciertas características de las personas como “ideales” facilitan formas de violencia simbólica. Reproducen modelos y hostigan, agravan o excluyen a quienes no se ajustan a estos moldes. En los entornos digitales esta forma de violencia no solo se traduce en la ausencia de la diversidad en los contenidos, sino también, y cada vez con mayor frecuencia, en discursos de odio hacia mujeres y otras identidades disidentes que no se ajustan a esos estereotipos.

La clave es cuestionar los cánones de comportamiento y belleza, identificar la presión y cosificación que viven, en este caso, las mujeres en la publicidad, medios, redes sociales (violencia simbólica) y fomentar el respeto a la diversidad de cuerpos e identidades.



Recomendaciones

A la hora de abordar la temática, dar a conocerla es muy importante.

Para esto, les proponemos que vean y compartan diversas campañas de concientización sobre alguna/s forma/s de Violencia de Género Digital.

Brecha digital de género

La brecha digital de género no se trata de una brecha aislada, sino de una brecha social que establece un lugar de desventaja de grupos vulnerables. En esta sección se enfocará la brecha digital de género de las mujeres en la sociedad (social, económica, educativa, laboral, cultural). El espacio digital no escapa a esta realidad. Según el documento *Las mujeres en ciencias, tecnología, ingeniería y*

matemáticas en América Latina y el Caribe (ONU Mujeres)⁸, la brecha de género es particularmente visible en las áreas de matemáticas, ingeniería e informática. El documento cita un estudio del BID en la región conducido en el 2018 el cual demuestra que “en todos los países de la región las mujeres son una minoría en el campo de la ingeniería, la industria y la construcción, y en las tecnologías de información y comunicación”.

Además, éstas no son las únicas barreras que se deben analizar. A continuación, discutiremos otras brechas que afectan más a mujeres en otros sectores y en otros niveles educativos, como la brecha de uso y permanencia en espacios digitales, así como los tipos de violencia digital que afectan más a mujeres.



Preguntas para llevar al aula

¿Te preguntaste alguna vez quiénes son los o las creadoras o creadores, CEOs o Presidentes de las principales plataformas que utilizás?

¿Son hombres o mujeres? ¿De quiénes recordás los nombres?

Este tipo de información genera un encuadre de referencia y delimita el horizonte de posibilidades.

Te sugerimos que lleves estas preguntas al aula para analizar junto con los y las estudiantes el nivel de representación de las mujeres en los lugares de toma de decisión en las principales plataformas digitales.

Brecha de acceso a las tecnologías y a internet

Es clave contar con dispositivos en condiciones y adecuados para ocupar el espacio digital. Además, es imperioso poder conectarse a redes seguras y mantener conexiones estables.

⁸ <https://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2020/09/mujeres-en-ciencia-tecnologia-ingenieria-y-matematicas-en-america-latina-y-el-caribe>

Esta brecha tiene un efecto claro en la integración: incomunicación y aislamiento en quienes no acceden.



"Resta mucho para actualizar la disputa por el reconocimiento de Internet como derecho humano, el acceso abierto a los datos, el código abierto, el software libre, las regulaciones del Estado y la Internet ciudadana, como componentes indispensables de su democratización. En las organizaciones y movimientos sociales se ha consolidado la acción directa a favor de una Internet libre y segura."⁹

Brecha de uso

Utilizar algunos recursos tecnológicos no es sinónimo de saber usarlos con seguridad y eficacia. Las habilidades digitales son clave para poder movernos en el espacio digital con una actitud crítica y reflexiva.

El analfabetismo digital disminuye las posibilidades de formación (al no acceder a los conocimientos y la información), las oportunidades de encontrar trabajo y de acceder a empleos de calidad.



Las mujeres¹⁰ continúan siendo minoría a nivel global en cuanto al uso de internet, con el 46%. Las mujeres además tienen 21% menos de probabilidades de tener su propio teléfono móvil, lo que se traduce en una brecha de 300 millones en todo el mundo.

⁹ <https://telos.fundaciontelefonica.com/brecha-digital-trabajo-y-plataformas/>

¹⁰ TIC SITEAL/ IYPE UNESCO Buenos Aires, 2015



Media Chicas, una organización que se especializa en brecha de género digital, lanzó un censo sobre el tema.

¿Querés sumarte y aportar tu experiencia para tener datos nacionales sobre la temática?

Ingresá a <https://encuesta.brecha.digital/>

¿Te animás a hacer una encuesta similar con tus estudiantes para comparar usos según el género? ¿Creés que habrá diferencias?

Brecha de permanencia

Ingresar a un espacio no alcanza. Es fundamental poder ocuparlo, transitarlo, decidir sobre él, valorarlo, crearlo. Existen una gran cantidad de formas de violencia de género digitales que buscan excluir a las mujeres del espacio digital o limitar su participación a meros roles secundarios. La violencia digital machista repercute e impacta en la vida privada y laboral de la persona afectada.

[Según un estudio de Chicas en Tecnología](#), “ En el período 2010-2015, y en el caso de las universidades que informaron datos desagregados por género en sus carreras, se registraron 102.800 nuevas inscripciones en carreras relacionadas con Programación. De este total el 16,02% corresponden a ingresos de mujeres y 83,98% a varones.”

Tal como explica el informe [“Percepciones de jóvenes sobre mujeres y niñas en STEM”](#) :
“Investigaciones anteriores han encontrado evidencia de que los estereotipos que afirman que las niñas y mujeres no pertenecen a STEM se desarrollan en la primera infancia. El

estudio detectó estereotipos raciales y de género sobre STEM entre niños en edad preescolar masculinos y femeninos”.

“Al observar los datos más de cerca, encontramos evidencia suficiente para afirmar que los estereotipos sobre la no pertenencia de las mujeres a STEM se refieren principalmente a campos que se perciben como “ciencias duras”, incluidas las ciencias exactas, TI, industria, mecánica y tecnología.

“Tanto los y las jóvenes encuentran más aceptable que las mujeres sigan carreras en “ciencias blandas” como la biología y la medicina. Mientras el 11% de los hombres y el 8% de las mujeres encuestadas creen que es apropiado que las mujeres trabajen en campos correspondientes a las “STEM suaves”. Solamente de 3 a 4% de los estudiantes creen que es apropiado que las mujeres trabajen en las “STEM duras”. En contraste, de 50 a 60% creen que los hombres pertenecen a este campo.”

¿Cómo combatir la desigualdad y la violencia de género en entornos digitales?

Ante esta realidad social es urgente identificar las violencias de género digitales para poder reducir las brechas y combatir la desigualdad de género.

Entre otras, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (**CEPAL**) recomienda las siguientes **acciones para superar la brecha digital de género**:

- Promocionar acciones de capacitación que permitan la inclusión de las mujeres a través de la adquisición de las habilidades necesarias para el uso de las TIC adaptados a sus perfiles y orientándola a la capacitación a cuestiones que inciden en aspectos sustanciales para ellas (comunicación, integración, derechos, combate de las violencias de género, etc.).
- Desarrollar programas para la inclusión digital de las mujeres que viven mayores desigualdades y que se encuentran más alejadas de las TIC.
- Promover el desarrollo de una ciudadanía digital, para lograr el uso responsable de Internet y la información que provee, lo que implica enfrentar los riesgos del uso cotidiano de las TIC frente al acoso a menores y a la violencia de género.

- Incorporar en las políticas de acceso y uso de TIC la perspectiva de género como eje transversal, para que estas consideren las desigualdades y las necesidades diferentes de mujeres y hombres en la sociedad de la información.



Existe más información en el documento [Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe. Mapas de ruta para el desarrollo](#), de la CEPAL.

¿Qué hacer ante situaciones de violencia de género digital?

Trabajar las violencias en nuestras aulas suele ser complejo y muchas veces incómodo. A modo de orientación, compartimos una serie de lineamientos para tener presente a la hora de abordar estos temas y posibles situaciones conflictivas que se puedan suscitar con nuestros y nuestras estudiantes.

- **No ser parte:** no naturalizar estas violencias como propias del entorno digital y reflexionar sobre los efectos de estas violencias y nuestras acciones en la convivencia digital. Por ejemplo, ante casos de violencia o acoso, evitá decir cosas como “es normal, les pasa a todas, no te preocupes.”
- **No revictimizar:** no hablar de las violencias desde las personas que las sufrieron (evitar frases como “ella le mandó la foto”, “ella tiene su perfil público”) y hablar de las violencias de género digital desde las acciones violentas (difusión de imágenes sin consentimiento, por ejemplo).
- **Ofrecer apoyo:** acompañar a las personas afectadas con escucha empática, sin agregar presiones sobre lo que deberían hacer.
- **Registrar toda la evidencia de las agresiones** (hacer capturas de pantalla, no borrar pruebas).
- **Reportar en las plataformas** donde ocurre el incidente.
- **Revisar leyes** vigentes y **hacer la denuncia** correspondiente.
- **Alzar la voz:** hablar de este tipo de violencias en línea.

Enseñar en el escenario actual

En el año 2006 Argentina aprobó la [Ley 26150](#) que creó el [Programa Nacional de Educación Sexual Integral](#) (PNESI). La Ley consigna en forma muy clara que:

“Establécese que todos los educandos tienen derecho a recibir educación sexual integral en los establecimientos educativos públicos, de gestión estatal y privada de las jurisdicciones nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipal. Creación y Objetivos de dicho Programa”.

En términos generales, la Ley, y por ende el Programa, dan el marco legal para que en todas las instituciones educativas de Argentina se implemente la Educación Sexual Integral (ESI) a partir de los siguientes objetivos:

- Incorporar la educación sexual integral dentro de las propuestas educativas orientadas a la formación armónica, equilibrada y permanente de las personas.
- Asegurar la transmisión de conocimientos pertinentes, precisos, confiables y actualizados sobre los distintos aspectos involucrados en la educación sexual integral.
- Promover actitudes responsables ante la sexualidad.
- Prevenir los problemas relacionados con la salud, en general, y la salud sexual y reproductiva, en particular.
- Procurar igualdad de trato y oportunidades para todas las identidades de género y orientaciones sexuales de las personas.

Para comprender con mayor profundidad la ESI y evitar miradas biologicistas sobre su implementación, recordemos que cuenta con cinco ejes:

- El ejercicio de derechos
- El cuidado del cuerpo y la salud
- El reconocimiento a la perspectiva de género
- El respeto a la diversidad
- El valor a la afectividad

La ESI otorga un marco para comprender que las violencias de género digitales deben incluirse en el abordaje transversal que cada institución lleve adelante.

A continuación, proponemos algunas pautas pensar e incluir **la ESI digital en el nivel secundario**:

- **Consentimiento:**

El consentimiento en forma integral, es decir, libre, explícito y reversible debe pensarse en clave digital:

- Sin mi consentimiento no pueden enviarme imágenes íntimas.
- No pueden exigirme sextear.
- No pueden exigirme compartir contraseñas, activar geolocalización, mostrar contactos, chats o cualquier información o comunicación privada.
- Puedo querer sextear pero no consentir que se difundan esas imágenes.

Es necesario incluir las diversas formas de manipulación que vuelven implícita la exigencia pero que tienen una enorme fuerza para que el consentimiento libre se diluya.

“Si no me compartís tu contraseña quiere decir que algo me ocultás”, “ Dale, mandame fotos sin ropa, eso hacen los novios de verdad”, son algunos de los ejemplos de manipulación más comunes donde puede parecer que existe consentimiento pero que en rigor no es tal ya que se logra luego de una extorsión o amenaza.



Para trabajar en el aula: la fuerza del consentimiento

Generar un registro digital, en padlet o alguna aplicación similar, que permita listar los derechos que toda persona tiene respecto del consentimiento digital.

¿Ante qué situaciones tengo derecho a que me pidan consentimiento?

- **Estereotipos:**

Es indispensable generar espacios donde debatir, replantear, discutir y poner en común qué imágenes representan a las mujeres, varones y diversidades en los entornos digitales: redes sociales, juegos online, etc. ¿Estoy cómoda o cómodo con esas imágenes? ¿Qué hago cuando algo me incomoda? ¿Cómo elijo a los o las influencers que sigo? ¿Tomo en cuenta mis sensaciones a la hora de seguirlos o seguirlas? ¿Me autocensuro por no cumplir con cierto mandato o estereotipo? ¿Cómo se refuerzan esos estereotipos? ¿Puedo hacer algo para cambiarlo?

- **No es no**

Las situaciones de violencia deben ser visibilizadas y la escuela cumple un rol indispensable en esta labor:

- Trabajar en la identificación de agresiones, acosos o violencias digitales para que no se invisibilicen o menosprecien.
- Identificar la cadena de responsabilidades, evitando señalar las acciones de la víctima como posible causa.
- Incluir las representaciones del cuerpo en los cuidados ya conocidos sobre el cuerpo propio: nosotros y nosotras debemos decidir quién ve fotos o videos donde se vean mis partes íntimas o alguna situación que se considera íntima.

- **Construyendo referencias**

Es indispensable que desde la escuela se promuevan los ejemplos, historias, consumos culturales que muestren referencias de mujeres en tecnología. Las condiciones de posibilidad se construyen a partir de referencias y su escasez recorta ese universo de posibilidades. Nos preguntamos aquí, ¿qué podemos modificar, incluir, traer a nuestras clases? ¿Conocemos mujeres que puedan dar testimonios valiosos sobre esto? ¿Qué posibilidades tenemos a partir de la web para generar estas referencias?

- **Espacios privados y seguros para hablar**

El trabajo preventivo y de visibilización de violencias debe ir acompañado de espacios de escucha donde prime la privacidad y la empatía para poder recibir a quienes sufren algún tipo de violencia.



Les proponemos pensar algunos puntos clave para acompañar desde la escuela casos de violencia de género digital.

¿Qué preguntas harían? ¿Qué preguntas evitarían usar?

¿Qué acciones llevarían adelante?

¿Cómo construirían un espacio privado y seguro?

¿Qué seguimiento desarrollarían? ¿Qué derivación institucional deberían desarrollar?

Tal como lo venimos haciendo, compartimos una propuesta pedagógica diseñada bajo el enfoque de la ESI digital. La presentamos a modo de inspiración, para construir las propias



Actividad ejemplo: cambiá el trato

Destinatarios/as: Adolescentes entre 12 y 18 años

Duración: 60 minutos

Recursos necesarios:

Dispositivo para proyectar un video.

Objetivos:

- Identificar estereotipos de género.
- Identificar la vulneración del derecho a la privacidad
- Problematicar la noción de consentimiento

Desarrollo de la actividad

Primer momento:

Quien lleve adelante la clase, proyectará para el curso el siguiente video: **Violencia digital | Cambiá El Trato** ([Violencia digital | Cambiá El Trato](#)) y recogerá las primeras impresiones y comentarios al respecto.

Nota: el video puede descargarse previamente desde el sitio de YouTube o verse en el momento si el dispositivo tiene conexión a Internet.

Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Cómo creen que se sintió la mujer afectada por la viralización?
- ¿Podríamos decir que hubo consentimiento por parte de ella?, ¿por qué?
- ¿Qué les parece la frase “cambiá el trato”?
- ¿Compartirían esta campaña con pares?, ¿por qué sí o por qué no?
- ¿Creen real una charla así entre dos varones?, ¿por qué sí o por qué no?
- ¿Se podría invertir este caso?

Segundo momento:

Se formarán grupos de 2 a 4 estudiantes. Deberán pensar una campaña gráfica para la concientización de los malos tratos en espacios digitales por razones de género. La idea es que puedan seleccionar un tipo de violencia de género digital, mostrarlo con una escena ilustrada y elaborar un hashtag (etiqueta) para una campaña digital.

Después de que cada grupo haya compartido sus producciones, se sugiere analizar y reflexionar sobre la vulneración de derechos humanos y el respeto hacia todas las personas, sin importar su identidad de género u orientación sexual.

Nota: *hashtag* es una etiqueta formada por una palabra o conjunto de palabras escritas a continuación del símbolo numeral (#) que sirve para agrupar varias publicaciones. Por ejemplo, #CambiáElTrato.

Actividades

¿Qué recursos y actividades podrían ser potentes para abordar los temas de este módulo en tus clases?

Comenzamos a crear un **banco comunitario de recursos** para abordar los temas trabajados en esta clase y en las clases anteriores. Pueden sumar videos, frases, artículos, imágenes, canciones, etc.

Junto al recurso esperamos que mencionen ideas sobre cómo incluir el mismo en una propuesta educativa para difundir y reflexionar sobre los temas de este módulo con la comunidad educativa de su institución.

Por último, les pedimos que comiencen a crear grupos de dos a cuatro personas, para la realización del **trabajo final del UNIVERSO ACOMPAÑAR**. Es importante que comencemos a organizarnos completando el recurso “consulta”.

Bibliografía de referencia

Boccardi, F. G. (2008). Educación sexual y perspectiva de género. Un análisis de los debates sobre la ley de educación sexual integral en la Argentina. *Perspectivas de la Comunicación* 1(2), 48–58.

Faro Digital (2019), Guía sobre difusión de imágenes íntimas sin consentimiento, OEI, Buenos Aires.

Recuperado de: <https://farodigital.org/guia-de-difusion-de-imagenes-intimas-sin-permiso/>

Faur, E. y Gagna, M. (2016). La educación sexual integral en la Argentina. Una apuesta por la ampliación de derechos. En Ramírez Hernández, I. (Comp) *Voces de la inclusión: Interpelaciones y críticas a la idea de la inclusión escolar*. Buenos Aires: Praxis Editorial.

Gil-juarez, A, Vitores, A., Feliu, J., Vall-Ilovera, M. (2011). Brecha digital de género: Una revisión y una propuesta. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 12 (2011).

González del Cerro, C., Morgade, G. A.; Nuñez, P. F. (2019). *Educación Sexual Integral, participación política y socialidad online: Una etnografía sobre la transversalización de la perspectiva de género en una escuela secundaria de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires* [Tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires]. Disponible en: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/82902>

Ministerio de Educación de la Nación Argentina (s./f.). Programa Nacional de Educación Sexual Integral (ESI). Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/educacion/esi/institucional-esi-0>

Ruiloba-Núñez, J. M. (2021). *Acciones públicas frente a la violencia de género digital. Un acercamiento comparado desde el nivel autonómico español* [Archivo PDF]. Disponible en:

https://www.researchgate.net/profile/Juana-Ruiloba-Nunez/publication/357033534_Acciones_publicas_frente_a_la_violencia_de_genero_digital_Un_acercamiento_comparado_desde_el_nivel_autonomico_espanol/links/61b91e6c63bbd93242940dd5/Acciones-publicas-frente-a-la-violencia-de-genero-digital-Un-acercamiento-comparado-desde-el-nivel-autonomico-espanol.pdf

Créditos

Autores: Faro digital

Cómo citar este texto:

Faro Digital (2022). Clase Nro 3: Violencia de género digital. Cultura digital, adolescencias y juventudes: Claves para construir una referencia docente en internet. Actualización Académica en Educación y tecnologías digitales para el nivel secundario. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0

Módulo 3: Cultura digital, adolescencias y juventudes. Claves para construir una referencia docente en Internet

Clase 4. Bienestar digital

Bienvenida

Les damos la bienvenida a la última clase de este módulo. A lo largo de estas semanas, nos acercamos a ciertos ejes fundamentales a la hora de pensar la ciudadanía en espacios digitales. Iniciamos nuestro recorrido reflexionando sobre la identidad digital y las tensiones y debates que se tejen a su alrededor, para continuar nuestro viaje trabajando uno de los mayores desafíos de este momento: el manejo de la información en la era digital y lo que implica en términos de educación mediática. Por último, la semana pasada trabajamos sobre las violencias de género en los entornos virtuales, abordándolo desde un enfoque de derechos a partir de la ESI.

Así llegamos a nuestra cuarta y última parada en el multiverso, en la que nos focalizaremos en el bienestar digital.

Comenzamos.

Ciudadanía digital

En los últimos 10 o 15 años se ha producido un estallido particular en la exposición a pantallas a través del uso de múltiples dispositivos, tales como TV, celular, computadora, y del acceso a plataformas sociales. A partir del uso masivo y extendido de Internet y los dispositivos digitales se comienzan a plantear nuevos y diversos desafíos con relación al vínculo entre las adolescencias, las pantallas y la información.

Tal como mencionamos en la primera clase de este módulo, el marco rector que orienta los abordajes es el vinculado a la **ciudadanía en espacios digitales**.



Recordemos:

“La ciudadanía en espacios digitales es una serie de competencias que les permite a los usuarios acceder, recuperar, comprender, utilizar, evaluar, crear y compartir información y contenidos de los medios en todos los formatos, utilizando diversidad de herramientas de manera crítica, ética y creativa, con el fin de participar y comprometerse en actividades personales, profesionales y sociales (UNESCO).¹¹”

La ciudadanía digital es un concepto dinámico, en construcción permanente. En líneas generales, se trata de reflexionar sobre las conductas en comunidad dentro de los espacios digitales y reconocer nuestros derechos y responsabilidades en continuidad y coherencia con la dimensión física y presencial de la realidad.

En este sentido, resulta muy relevante poder comprender y definir a los entornos digitales en general y a Internet en particular como **espacios públicos**. Esto implica que los usos, las prácticas y las trayectorias que hacemos de estas herramientas, ocurren en espacios sociales en donde nos relacionamos con el mundo, con la información y con otros y otras.

¿Por qué es importante abordar estas temáticas?

Estamos ante las primeras generaciones de adolescentes que han tenido la posibilidad de acceder durante toda su vida a plataformas y redes sociales de forma extendida en la sociedad.

¹¹ <https://farodigital.org/wp-content/uploads/2021/01/Gu%C3%ADa-sobre-Convivencia-Digital-2020.pdf%20>



[Franco “Bifo” Berardi](#) dice que la capacidad crítica —que supone la capacidad de discriminar la veracidad o falsedad en un intercambio comunicacional— implica, necesita, requiere y presupone tiempo para asumirla. Esta capacidad no es innata ni natural, sino que se adquiere. En un contexto donde lo digital es lo que está a la orden del día, se dan distintos cambios productivos, económicos y laborales que modifican los ritmos de vida, los tiempos y la capacidad de atención de las personas.

En relación con esta premisa, resulta vital reforzar que además de la capacidad crítica de la que habla Berardi, las adolescencias de nuestra época no nacen necesariamente sabiendo utilizar las pantallas, las redes ni las plataformas. Sin embargo, en mayor o menor medida según las posibilidades de acceso material a los dispositivos y a la conexión, vemos que las adolescencias están atravesadas por una cultura que es digital. Conocer y ser parte de la cultura no implica únicamente el acceso pleno a

la conectividad y los dispositivos móviles sino que refiere a la cultura digital como un aspecto que atraviesa las adolescencias actuales.

Como docentes y personas adultas tenemos un rol central: somos quienes debemos acompañar la mirada reflexiva y crítica sobre el uso de las pantallas. Desde nuestro lugar generamos, potenciamos, limitamos, repensamos o determinamos el tipo de vínculo que se establecerá entre las adolescencias y las pantallas.

En nivel secundario suelen darse distintos usos de plataformas y dispositivos digitales, en general con un fuerte componente vinculado a la socialización. Internet y las redes sociales conforman, tal como trabajamos en la primera clase, un espacio donde se ponen en juego los vínculos, el cuerpo y la subjetividad.

A su vez, entendemos que el vínculo entre los chicos y las chicas y las plataformas tiene bases sólidas que se construyen en los primeros años de su vida y se van complejizando y planteando nuevos desafíos a medida que crecen.

La reflexión sobre el vínculo entre las adolescencias y las pantallas debería abordarse tanto desde una mirada cuantitativa (respecto a las horas frente a las pantallas y plataformas) como desde una mirada cualitativa (la calidad del contenido que esas pantallas ofrecen). En particular, nuestro rol docente adquiere una gran relevancia para promover la capacidad crítica en el uso que tienen las adolescencias de las plataformas digitales y del valor que adquiere su atención. Con nuestro abordaje podremos abrir la opción a la pregunta, a reformular escenarios digitales, a cuestionar nuestro lugar en Internet y el lugar que Internet ocupa en nuestro día a día. En ese sentido, es importante dimensionar que estos debates atraviesan tanto a las adolescencias como a las personas adultas.

Cada etapa de desarrollo trae consigo una serie de características propias de maduración y autonomía. No podemos pedirle a una niña de 4 años lo mismo que a un niño de 10 o a una joven de 17. Esto puede parecer una obviedad, pero a la hora de plasmar nuestras planificaciones sería interesante que reflexionemos acerca de si la tecnología es un fin o es un medio.



Preguntas para acompañar la lectura

En esta línea, resulta interesante plantear como disparador algunas preguntas que orientarán esta clase: ¿Qué lugar ocupan las adolescencias en este sistema de la atención como valor? ¿De qué forma las personas adultas estamos protegiendo su privacidad? ¿Qué recursos tienen las adolescencias para elegir qué sitio ocupar en línea? ¿Qué herramientas tienen para limitar las decisiones que las personas adultas toman en su nombre? ¿Se debate sobre los vínculos, formas o lenguajes que aparecen en los diversos contenidos que se consumen? ¿Se toman medidas de protección a la privacidad o seguridad? ¿Cómo se eligen los contenidos que se consumen?

Pantallas y educación

Durante la irrupción de la pandemia por COVID-19 surgieron muchos nuevos interrogantes en relación con la utilización de plataformas y pantallas en la educación. Las pantallas estallaron como emergentes en una situación urgente e imprevista.

Siempre que las condiciones de acceso a la tecnología y la conectividad estén garantizadas, implementar el uso de tecnologías digitales en la escuela es un aspecto que permite el trabajo en distintos campos temáticos y cuestiones de interés. Las pantallas y las plataformas son los motores del lenguaje multimedial y audiovisual que las adolescencias suelen consumir en su cotidiano.

Esta realidad es un aspecto contra el que no podemos competir, sino por el contrario, estimular siempre que sea posible. El desafío es pensar propuestas atravesadas por la cultura digital, tomando en cuenta la inclusión digital como una pieza clave en su formación que brindará herramientas para la vida presente y futura.

Pensando en la escuela y las pantallas, consideramos la importancia de incluir activamente la participación de las adolescencias en los espacios digitales. Más adelante nos detendremos en algunos lineamientos para la inclusión de la tecnología en las planificaciones. Aquí nos interesa

profundizar en la base de la participación activa, que se relaciona íntimamente con la forma en que las personas consumen, producen y están en línea.

Utilizamos el término *prosumidores* para referirnos al lugar que ocupan las personas en el mundo digital en tanto productores/as y consumidores/as de contenido. El rol ya no es pasivo —como se desprendía de la posición ocupada por las audiencias en los medios de comunicación tradicionales—, sino que se ocupa un rol activo en la producción y también en la selección, curación y difusión de contenidos digitales. Hablamos entonces de adolescentes que tienen la posibilidad de ubicarse como *prosumidores* de contenidos. Podemos pensar en las adolescencias generando videos para Tik Tok, diseñando piezas para sus redes, produciendo videotutoriales o filmandose mientras juegan online como ejemplos que nos pueden servir para visualizar este fenómeno de usuarios y usuarias que aparte de consumir contenido que hacen otras personas, tienen acceso a plataformas y a habilidades (muchas veces incorporadas también a través de tutoriales de Internet) que les permiten producir y compartir sus propios contenidos.

En esta misma línea, creemos vital poder incluir en el debate la reflexión en relación con lo que caracteriza los usos digitales y las prácticas de lo cotidiano, para no quedarnos simplemente con la distinción entre tiempo en línea y tiempo fuera de línea, sino repensar qué está sucediendo en los tiempos —cada vez mayores— que pasamos online. Incluso, podemos pensar en la imposibilidad de distinguir cuáles son los tiempos o momentos de desconexión. Constantemente alternamos, excepto en las horas de sueño, entre la conexión y desconexión.

En Argentina, según el estudio realizado por [We Are Social](#), las personas pasamos cerca de 10 horas por día con nuestros dispositivos. En muchos casos cuando se trata de adolescentes, el tiempo de uso de pantallas es aún mayor. De esta manera, el desafío que subyace a la inclusión de las pantallas en la educación tiene que ver con el impulso de usos digitales que hagan de las usuarias y los usuarios protagonistas centrales de los espacios, redes y plataformas, brindando instancias para repensar los vínculos que se establecen con las pantallas, las plataformas y las redes sociales.

A la hora de desarrollar propuestas pedagógicas atravesadas por tecnologías es muy importante poder recuperar y reconocer los elementos de la cultura digital que el alumnado presenta en su cotidiano. Cuando esas prácticas culturales sean productivas, creativas o reflexivas pueden ser un insumo muy valioso para iniciar desde allí la inclusión de las pantallas a nuestras planificaciones. Promover la participación activa de los y las estudiantes en las pantallas nos brindará el camino para

abordar no solo las distintas temáticas trabajadas en este curso, sino también la posibilidad de incluir nuevos lenguajes, recursos y mensajes a la práctica educativa.



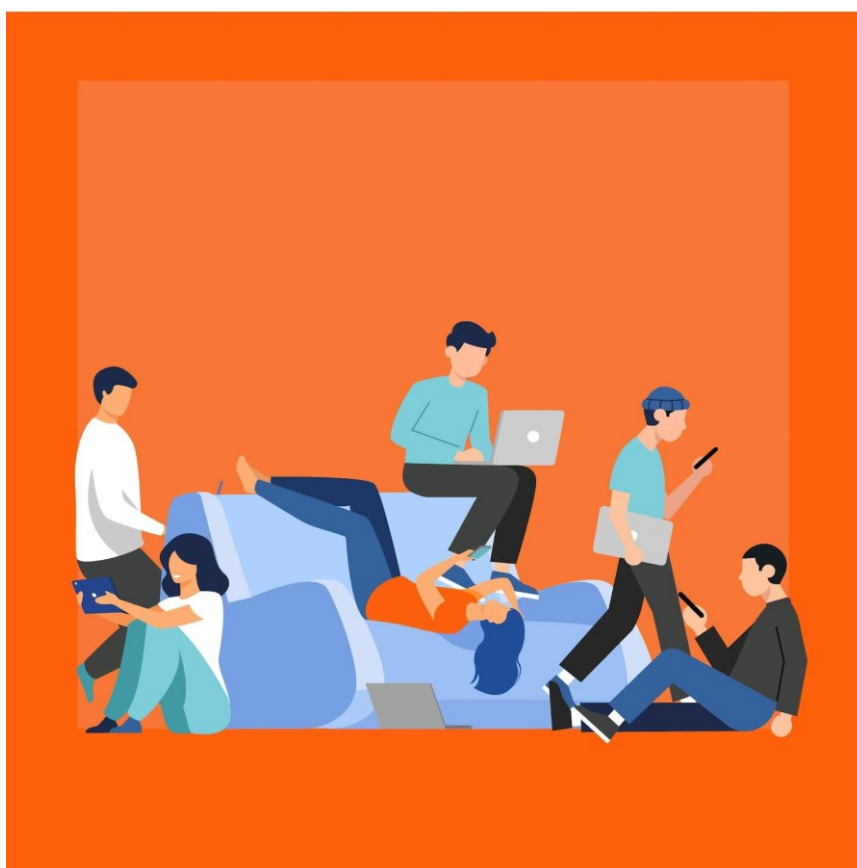
Tal como abordamos en la Clase 1, para recuperar y reconocer los elementos de la cultura digital es muy útil generar actividades, instancias y espacios de diagnóstico y mapeo de los usos digitales de los grupos mediante distintas propuestas que censan las prácticas culturales de los y las estudiantes.

Pantallas en adolescencias

Existe gran preocupación por parte de las personas adultas respecto de la exposición —excesiva— a pantallas en las adolescencias. Esta exposición **puede** generar distintos efectos sobre el cuerpo, las emociones y los vínculos: afecciones en la postura, en la vista y audición, baja de rendimiento escolar, entre otras.

En este sentido, sostenemos la importancia de **no generalizar** ni tomar posturas deterministas o concluyentes sobre los efectos posibles, ya que dependen de distintos factores individuales, familiares, sociales y culturales. Más adelante profundizaremos en este aspecto en relación con distintas cuestiones que intervienen a la hora de analizar la problemática.

La adolescencia es un momento que se caracteriza, en líneas generales, por una necesidad por promover los espacios de contacto con pares, de sostener, generar y cultivar vínculos y amistades. Las pantallas y las plataformas se diseñan con el objetivo de obtener la atención de las adolescencias en estas instancias y etapas de la vida. Más adelante nos detendremos a abordar las cuestiones referidas a la economía de la atención, aspecto central para pensar el bienestar digital de las adolescencias.



¿Cómo se vinculan las adolescencias con las pantallas?

En la adolescencia el consumo de pantallas suele realizarse en soledad, buscando espacios de privacidad. En este caso, que el uso de plataformas se presente en soledad no implica que es un uso solitario. Como hemos mencionado en la clase 1, las pantallas, plataformas y redes sociales se constituyen como un espacio de socialización y vinculación, de pertenencia y de construcción identitaria. En las adolescencias actuales el vínculo con otras personas, generalmente pares, se ve fuertemente mediado tanto por las redes sociales y las aplicaciones de mensajería, así como también por los juegos en línea.



A la hora de pensar abordajes posibles, es relevante recuperar en esta instancia lo que vimos en la primera clase: la importancia del trabajo en relación con la privacidad, al buen uso de contraseñas, la diferenciación entre las cuentas públicas y privadas, los datos personales, íntimos y sensibles, entre otros posibles disparadores para retomar o iniciar el trabajo con la temática.

Adicción a la tecnología

Una cuestión central a la hora de trabajar con el vínculo entre adolescencias y pantallas refiere a la adicción a la tecnología. Este término se lee, usa y escucha con frecuencia, en la amplia mayoría de las ocasiones de forma errónea, con liviandad o de manera poco precisa. Es por esto que resulta central detenernos a indagar sobre esta cuestión.

¿Existe la adicción a la tecnología y las pantallas?

No, la adicción a la tecnología no existe como tal. La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la existencia de un tipo de adicción a los videojuegos, pero no a la tecnología, a los dispositivos móviles ni tampoco a las redes sociales.

Desde 2019 la [Organización Mundial de la Salud](#) incluye, en la revisión número 11 de la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE-11), el **trastorno por uso de videojuegos** como un **trastorno debido a comportamientos adictivos**.

El trastorno por uso de videojuegos se caracteriza por un patrón de comportamiento de juego persistente o recurrente, que puede ser en línea o fuera de línea, y que se manifiesta por:

- 1) deterioro en el control sobre el juego (por ejemplo, inicio, frecuencia, intensidad, duración, terminación, contexto);*
- 2) incremento en la prioridad dada al juego al grado que se antepone a otros intereses y actividades de la vida diaria; y*
- 3) continuación o incremento del juego a pesar de que tenga consecuencias negativas.*

El patrón de comportamiento del juego puede ser continuo o episódico y recurrente y da como resultado una angustia marcada o un deterioro significativo en las áreas de funcionamiento personal, familiar, social, educativo, ocupacional u otras áreas importantes. El

comportamiento del juego y otras características normalmente son evidentes durante un período de al menos 12 meses para que se asigne un diagnóstico, aunque la duración requerida puede acortarse si se cumplen todos los requisitos de diagnóstico y los síntomas son graves.¹²

A su vez, desde 2022 se incluye en el CIE-11 el **trastorno por uso de videojuegos como un desorden mental**, lo que implica que la adicción a los videojuegos representa una enfermedad mental. Los tipos de videojuegos a los que refiere la definición de la OMS pueden ser tanto juegos en línea, entendidos como aquellos juegos en los que se interactúa o puede interactuar con otras personas a través de una conexión a internet, o juegos offline, fuera de línea, en los cuales no existen instancias de interacción con otras personas.

En este sentido, resulta importante detenernos en algunas aclaraciones. [La OMS indica que el uso peligroso de videojuegos es un factor que influye en el estado de salud](#), y tal como vimos anteriormente, se caracteriza por patrones de juego persistentes, la falta de control sobre el juego, el aumento de la prioridad sobre el resto de actividades vitales y la continuación o intensificación del juego a pesar de las consecuencias negativas en la persona.

Sin embargo, para determinar la presencia de una adicción o trastorno es central analizar en profundidad cuál es el vínculo y relación entre la persona y el objeto de consumo. Al igual que cuando hablamos de otras cuestiones relevantes para la construcción identitaria de las adolescencias, es vital acercarse con sumo cuidado a la hora de nombrar a las personas que están atravesando un trastorno, evitando rotularlas o etiquetarlas.

En esta línea, es totalmente válido que, como personas adultas de referencia, ciertos usos digitales de las adolescencias nos inquieten o preocupen. De esta manera, existen ciertos elementos que pueden impulsar la pregunta o el abordaje, más allá de tratarse o no de comportamientos que la OMS definiría como adictivos. Sin ir más lejos, indagando entre nuestros cursos, es posible que nos encontremos con adolescentes que tengan un tiempo de uso de pantallas mucho más alto que el promedio, pero sólo utilizando redes sociales o plataformas de streaming. En este caso, por ejemplo, la OMS diría que no se trata de un comportamiento adictivo ya que no involucra el uso de videojuegos. Sin embargo, cuando las pantallas intervienen en los vínculos, en los tiempos de

¹² <https://icd.who.int/browse11/l-m/es#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>

descanso o tienen influencia sobre el bienestar general, son algunos de los posibles disparadores que dan cuenta de la necesidad de abordar la temática con los y las estudiantes.

Por el contrario, también podemos encontrarnos con adolescencias que a pesar de un tiempo de uso de pantallas elevado pueden controlar los momentos o instancias de conexión, sostienen otras actividades sociales, educativas, vinculares y/o deportivas por fuera de las pantallas, mantienen su vínculo con la escuela y el estudio, e inclusive utilizan activamente las pantallas, redes y plataformas para conectarse y vincularse activa y reflexivamente con otras personas.

No podemos negar que las adolescencias de la época han cambiado las formas de vincularse, más aún luego de la emergencia sanitaria por la pandemia del Covid-19. Las pantallas, los juegos en línea y las redes y plataformas sociales representan un fuerte espacio de socialización, de sostén de los vínculos cotidianos, las amistades y las relaciones. Por este motivo sostenemos que más allá de las consideraciones sobre los trastornos y la adicción, que deben ser abordados activamente en los casos que se manifiesten, es urgente el trabajo escolar relacionado con la temática. Establecer instancias de reflexión crítica sobre la forma en que nos conectamos y desconectamos, la manera en la que usamos las pantallas, el vínculo que establecemos con las redes sociales y también con otras personas mediado por las plataformas digitales son temáticas que despiertan mucho interés en todas las personas, pero especialmente en las adolescencias. Pedirles (y pedirnos) una disminución radical del tiempo en pantallas es, en ocasiones, algo muy difícil de implementar, por las propias dinámicas de la vida cotidiana, los vínculos y tantas otras cuestiones. Sin embargo, habitar y transitar espacios que promuevan la desconexión reflexiva representa un elemento central para la promoción de la salud y del bienestar digital de todos y todas.



Preguntas para acompañar la lectura

Como personas adultas, ¿cómo nos afecta en lo cotidiano la exposición a pantallas, redes, plataformas y dispositivos? ¿Hay diferencias entre el uso que hacemos de las pantallas a partir de nuestro vínculo laboral respecto de los usos privados, de entretenimiento o no laborales? ¿Cómo podemos plantear usos más reflexivos y críticos de los momentos en que habitamos espacios digitales?

Bienestar digital



Uno de los tantos derechos digitales que tenemos como personas usuarias es el acceso a internet. En esta línea existen varios Estados que trabajan en brindar facilidades para el cumplimiento de este derecho, a partir de la implementación de diversas políticas públicas.

En el año 2016, el Consejo de Derechos Humanos de la ONU remarcó la importancia del acceso a internet para el progreso de la humanidad. [Este documento](#) es una declaración que no obliga a los Estados al reconocimiento de este derecho, pero sí marca un estándar internacional. Esto significa que [la conexión está hoy vista como derecho humano](#).

Para fomentar el bienestar digital, la desconexión aparece también como un derecho que debe respetarse y garantizarse. Distintos Estados nacionales, entre los que se encuentra nuestro país, decretaron leyes que regulan el teletrabajo, considerando el derecho a la desconexión.

Del mismo modo que fomentamos en estudiantes de todos los ciclos educativos hábitos de cuidado, es fundamental que incorporemos hábitos de desconexión consciente o reflexiva. La hiperconexión puede tener diferentes efectos, entre los que se destacan:

- **Infoxicación:** la exposición a una gran cantidad de información. Al no poder procesarla, se pueden generar agotamiento, estrés y ansiedad.
- **FOMO** (por sus siglas en inglés: *fear of missing out*): es el miedo a perderse algo por estar sin conexión, pudiendo producir sensaciones de ansiedad en la persona usuaria.
- **Nomofobia:** miedo excesivo e irracional a estar sin el celular. Puede producir pensamientos obsesivos, ansiedad y diversos malestares físicos.

Es urgente que tomemos acciones reflexivas que nos permitan tomar decisiones acerca de cómo nos vinculamos con el entorno digital. No podemos naturalizar que habitar un espacio nos promueva malestar físico o psicológico.



Para acompañar la lectura

Les proponemos que generen una definición personal sobre lo que consideran que es el **bienestar digital**.

Para construir esta definición, les sugerimos que profundicen sobre el registro de usos y en las instancias que les gustaría modificar o cambiar sus prácticas, que se proponen en el anterior recuadro correspondiente a este tipo de actividades [Rol docente en la construcción de la Ciudadanía Digital]

Cuando estamos en el espacio digital al mismo tiempo estamos en un espacio fuera de línea en el que suceden una gran cantidad de acciones. Por ejemplo, nos conectamos a ver un correo electrónico en la sala de profesores y mientras leemos el mail, otro docente puede estar iniciando una charla sobre algo en particular. Es importante que podamos seleccionar en qué momentos nos conectamos al espacio digital y nos desconectamos para llevar nuestra atención al espacio fuera de línea. Es nuestro derecho tener un equilibrio entre los diferentes espacios que habitamos. **Desconectar para conectar nos va a ayudar a establecer hábitos saludables cotidianos.** Estos mismos hábitos deberían

ser parte de nuestro acompañamiento docente en el desarrollo curricular y en las actividades propuestas a los cursos con los que trabajemos.

Economía de la atención

Cuando hablamos de tiempo en pantallas, de bienestar digital y de las problemáticas e interrogantes que eso representa para nuestras vidas, necesitamos detenernos a entender cómo funciona internet, las plataformas y las redes sociales. Como personas usuarias es importante saber cómo funciona el ecosistema, poder conocer y elegir qué queremos y podemos hacer con eso.

El modelo de Internet y de las plataformas contempla una gran cantidad de información disponible las 24 horas, los siete días de la semana. Ante la abundancia, como seres humanos, tenemos un límite para poder procesar todo el flujo de contenidos. De esta manera, nuestra atención se vuelve un bien preciado. Esta lucha por nuestra atención se sostiene en un sistema que busca maximizar los resultados, optimizando las audiencias a quienes se dirige.

Las personas usuarias somos segmentadas para recibir diferentes contenidos según nuestros intereses y perfiles. Mientras más se relaciona un contenido con nuestros intereses, más tiempo podemos destinar a pasar en él. Para optimizar las audiencias, las plataformas estudian y analizan nuestros movimientos y comportamientos en línea, registrando los me gusta, el tiempo que nos detenemos en cada publicación, la publicidad que vemos, los clics que realizamos, las personas con quienes interactuamos, los horarios en que usamos las aplicaciones, entre tantas otras fuentes de datos e información.

Todos los datos personales que las plataformas recolectan son datos que compartimos y entregamos voluntariamente. En ocasiones podemos saber que lo estamos haciendo, por ejemplo, si etiquetamos la ubicación en una publicación en una red social, y en otras ocasiones no, por ejemplo, cuando aceptamos sin leer en profundidad los términos y condiciones a la hora de descargar una aplicación a nuestros teléfonos celulares.

A la hora de evaluar los contenidos con los que nos topamos en las plataformas, suelen ser contenidos efímeros, es decir que los consumimos porque están visibles y disponibles en un momento particular, pero a los que difícilmente volveremos. En esta línea, decimos que se trata de una atención cautivada por las plataformas, una atención que no es voluntaria.

Por otro lado, la permanencia en las pantallas tiene una íntima relación con la propia arquitectura de las plataformas: los “me gusta”, las publicaciones compartidas, las recompensas en los juegos en línea, entre otros, generan la liberación de dopamina, que es un neurotransmisor también llamado la “hormona de la felicidad”. Estos estímulos, también llamados “recompensas variables intermitentes”, cumplen un rol principal para fomentar el uso de las aplicaciones. En esta línea, algunas configuraciones propias de las plataformas de streaming, como el autoplay (reproducción automática de contenido de video), contribuyen a la dificultad para efectuar un corte. Ante la competencia por nuestra atención, este es un recurso que las plataformas de video utilizan para darnos escaso tiempo para decidir no continuar consumiendo sus contenidos.

A partir de estas cuestiones referidas a las nuevas “materias primas” de la época creemos en la necesidad y urgencia de poder diferenciar, en este contexto de multiplicidad de pantallas, de abundancia y diversidad de propuestas, la manera en que se pone en juego la atención. ¿Elegimos dónde depositarla o, por el contrario, nos es arrebatada con numerosas estrategias de marketing y publicidad?



¡Oh, Algoritmo!

[Jorge Drexler - ¡Oh, Algoritmo! \(Lyric Video\) ft. Noga Erez](#)

En la canción *¡Oh, Algoritmo!* de su disco *Tinta y Tiempo* (2022), Jorge Drexler aborda la inquietud sobre el rol de los algoritmos en la producción artística, así como también en el consumo de contenidos en la era digital.

A modo de cierre: hablamos de economía de la atención para referirnos a la forma en que consumimos contenidos digitales y usamos nuestros dispositivos. ¿O luego de lo abordado deberíamos decir: la forma en que los contenidos y dispositivos nos consumen?

Les recomendamos dos podcast para profundizar en estos conceptos:

1- [Podcast sobre desconexión de Faro Digital](#)

2- [Podcast de revista Anfibia](#)

Sharenting y Adolescencias



Término del inglés "share", que significa compartir, y "parenting" que significa paternidad. Se refiere a la práctica de las familias y docentes de compartir información sobre los chicos y las chicas en línea.

Tal como trabajamos en la clase 1, la huella digital se compone de los rastros que dejamos cuando navegamos en Internet, de nuestras publicaciones, comentarios, fotos, videos, y también de las publicaciones, fotos o videos que pertenecen a otras personas y también formamos parte. Esta huella digital conforma nuestra identidad en la red.

En este sentido, resulta muy importante repensar nuestro rol como docentes y el de las familias en la constitución de la identidad digital de las adolescencias y, sobre todo, en la protección y resguardo de los derechos.

La protección del derecho a la privacidad es un aspecto central: **todas las personas tenemos derecho a la privacidad**. Este postulado está presente en numerosos tratados internacionales, tales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, así como también en la Ley 25.326, de Protección de Datos Personales.

Cuando participamos de un evento familiar, de una muestra de arte escolar, de un partido de fútbol y compartimos fotos o videos que se relacionen con los chicos y las chicas en nuestras redes sociales

estamos contribuyendo a conformar su identidad en línea. También lo hacemos cuando compartimos en redes o plataformas sociales trabajos, evaluaciones, tareas, fotos del aula o la clase.

En este punto, creemos que es central la reflexión sobre dichas prácticas, tomando en cuenta nociones relativas al uso de la imagen personal, al derecho a la protección de los datos personales y su relación con la conformación de la identidad en línea.

En estrecha vinculación con el uso de la imagen personal y el derecho a la privacidad se encuentra la noción de consentimiento, que trabajamos también en la clase anterior y volvemos a traer en este contexto.



Recordemos... ¿Qué es el consentimiento?

Es una expresión de deseo, libre, reversible, específica y enunciada sin exigencias y en estado consciente.

Para seguir pensando:

¿En qué situaciones cotidianas pedimos consentimiento? ¿En qué situaciones específicas del aula o la escuela se involucra la noción de consentimiento?

En este sentido, trabajar la noción de consentimiento en los espacios digitales, aun cuando los contenidos involucrados no tienen que ver con elementos de índole sexual o íntimo, es un aspecto central para articular los abordajes.

La protección de derechos de las adolescencias es vital a la hora de acompañar su devenir por las plataformas digitales, por lo tanto, las nociones relativas a la protección de datos personales, privacidad y consentimiento podrán introducirse reflexionando sobre las prácticas habituales de la cultura digital. Estamos ante las primeras generaciones que pueden tener toda o gran parte de su vida compartida en Internet, en muchas ocasiones sin haber sido consultadas.

¿Las familias consultan a los chicos y chicas antes de compartir una foto de su cumpleaños en las redes sociales? Como docentes, ¿compartimos imágenes de nuestros cursos tapando la cara u otros

elementos que identifiquen al alumnado?, ¿consultamos antes de compartir dichas imágenes, videos o producciones?

En 2021, [Google añadió una funcionalidad](#) en la cual se puede solicitar la eliminación de contenidos relativos a menores de 18 años.

Es central y urgente que nos demos el espacio para reflexionar sobre el rol que ocupamos como docentes y personas adultas en la conformación de las identidades digitales de las infancias y adolescencias, haciendo valer sus derechos, sus deseos y sus decisiones.

Enseñar en el escenario actual

Internet es parte de la vida cotidiana de la mayoría de los chicos y las chicas. A partir de nuestro genuino interés en conocer qué les gusta, qué les interesa, qué les preocupa, es importante que podamos hablar de este espacio habitualmente y no solo cuando aparece un problema en particular. Es fundamental habilitar una escucha activa y empática para que la pregunta no sea desde un interrogatorio adultocéntrico, sino desde un verdadero interés por sus usos digitales.

A su vez, es vital abordar instancias donde se explique y explicita el funcionamiento de internet y las lógicas que imperan en la actualidad: economía de datos y extractivismo, economía de la atención, algoritmos y publicidad, entre otros elementos centrales. Proponer actividades de investigación, puede ser una estrategia para empezar a andar este camino. Por ejemplo, explorar qué tipo de anuncios se le muestran a una persona en comparación con otra, profundizando la relación con los comportamientos digitales en los que se basan tales anuncios, indagando sobre qué información personal se involucra en el perfilamiento de las personas usuarias, son algunas posibilidades concretas y a nuestro alcance para abordar este tema.

En esta línea, resulta interesante profundizar sobre la desconexión como derecho, habilitando espacios de reflexión sobre los momentos que atravesamos como personas usuarias, las instancias en las cuales elegimos conectarnos y aquellas en las cuales queremos desconectarnos.

A modo de cierre

En el contexto actual es urgente revisar los esquemas conceptuales que nos guían para trabajar la convivencia digital y las estrategias para analizar la información con la que nos topamos en Internet. Un primer paso es dimensionar que la división entre vida digital y vida presencial queda caduca, que distinguir lo que sucede en Internet sin correlato con la identidad y los vínculos que transcurren en la escuela o en la calle, es irreal.

Como dice Baricco (2018), nos encontramos en un “(...) sistema de realidad con una doble fuerza matriz, donde la distinción entre mundo verdadero y mundo virtual se convierte en una frontera secundaria, dado que uno y otro se funden en un único movimiento que genera, en su conjunto, la realidad” (p.92). Es decir que actualmente, los vínculos de nuestra realidad, se alimentan tanto de lo que sucede en Internet como de lo que ocurre en entornos presenciales, no tiene sentido distinguir. Nuestra realidad como tal, se compone y alimenta de ambos territorios: presenciales y digitales.

Sin embargo, esta realidad atravesada por lo digital y lo presencial tiene un desafío para la sociedad en general y para la educación en particular: la alfabetización digital. ¿Qué se necesita aprender y conocer para ser una persona alfabetizada que logre comprender los desafíos básicos del mundo actual? Para David Buckingham (2008), “(...) la alfabetización digital no puede estar restringida a la mera adquisición de habilidades o al dominio de prácticas determinadas: también debe conllevar un “marco crítico” que le proporcione a quien aprende la posibilidad de tomar distancia teórica de lo que acaba de aprender, dar cuenta de su ubicación social y cultural, y formular una crítica y una ampliación de ese aprendizaje” (p.196).

El desafío es grande pero necesario. La realidad nos demuestra que lo que sucede en los territorios digitales requiere con urgencia ser identificado no solamente como real sino también como vinculado con lo que ocurre en espacios presenciales. Es necesario entonces generar instancias de aprendizaje y acompañamiento que no solamente incluya los aprendizajes instrumentales (indispensables) sino el pensamiento crítico y reflexivo sobre la vinculación con otras personas, la mediación con la información y el análisis sobre la arquitectura de Internet y el impacto que tiene entre quienes la habitan.

Por último, compartimos una actividad inspiradora para pensar, adaptar y construir la propia propuesta de enseñanza.



Actividad ejemplo: ¿cantidad o calidad?

Destinatarios/as: Adolescentes entre 12 y 18 años que se conecten asiduamente a Internet.

Duración: 60 minutos

Recursos necesarios: Papel y lápices.

Objetivos didácticos:

- Identificar la cantidad de tiempo que usan un dispositivo.
- Identificar los diferentes usos que puede tener un dispositivo, aunque sea la misma pantalla.
- Problematizar la noción de cantidad por sobre calidad.

Desarrollo de la actividad

Primer momento:

Quien lleve adelante la clase le pedirá a cada estudiante que arme una tabla con 3 celdas. En la primera anotarán cuántas horas creen que usan el celular. En la segunda anotarán la cantidad de horas que efectivamente usaron el celular en promedio la última semana (este dato pueden verlo desde los propios dispositivos o pedirles que lo midan con 24 horas de anticipación a realizar la actividad). En la tercera celda deben hacer una lista en la que definan las cinco plataformas más usadas en su celular.

Tutorial para medir el uso desde Android:

<https://www.xataka.com/basics/tiempo-uso-android-como-saber-cuanto-tiempo-pasas-movil-que-apps-usas>

Segundo momento:

Se formarán grupos de 2 a 4 estudiantes. Deberán comparar sus tablas y debatir entre las percepciones de uso y las verdaderas cantidades que usaron. Además, hacer un listado

en el que puedan identificar para qué utilizan las aplicaciones que más usan (ocio, vinculación, estudio, etc.).

Después de que cada grupo haya compartido sus debates, se sugiere analizar y reflexionar sobre la variedad de usos que hay detrás de una misma pantalla e identificar si alguno puede sustituirse por prácticas fuera de línea y debatir por qué sí o por qué no reemplazarían esa actividad.

Actividad integradora final

Elegí entre la actividad A y B

A- Les proponemos que realicen en los grupos constituidos en la semana 3, el **diseño de una jornada** que involucre a la comunidad educativa en la que aborden alguna/s o de las temáticas abordadas en el UNIVERSO ACOMPAÑAR.

Este diseño requiere de un trabajo en conjunto, ya que sin duda los temas abordados son transversales a todas las áreas y la mirada de cada uno/a fortalecerá las producciones.

Para el diseño de la jornada les pedimos:

- Retomar los resultados del instrumento implementado en la clase 1 y analizar los resultados propios y de los/as colegas del grupo. Para esta actividad final les pedimos que describan en un párrafo breve (250 palabras aprox.) cuáles han sido para ustedes los datos más valiosos, los que resultan más preocupantes, lo que resultan más interesantes para trabajar con sus estudiantes, etc.
- Pensar y describir en un texto de aproximadamente 150 palabras, qué se proponen como horizonte de transformación para ACOMPAÑAR a los/las adolescentes y jóvenes en el mundo digital. Pueden pensar distintos ejes, les proponemos algunos de muchos posibles (pueden elegir uno o varios):
 - Eje sobre concientización: ¿qué recursos potentes pueden servir para despertar la atención, el cuidado, las alertas, los riesgos de los y las jóvenes?
 - Eje sobre abordaje de situaciones: ¿cómo reaccionar ante el conocimiento sobre un caso o situación? ¿Qué acciones podría llevar adelante? ¿Qué es importante evitar?

- Eje para el uso reflexivo: ¿Cómo repensamos las plataformas, la arquitectura de Internet, los vínculos que generamos con los entornos virtuales y con la información? ¿Qué debates pueden habilitarse?

Una vez definido, les pedimos:

- Seleccionar recursos y/o actividades para poner en práctica en la jornada. Pueden recurrir al banco de recursos comunitario creado en la clase 3 o buscar nuevos recursos. (Seleccionar entre 2 y 5 recursos)
- Elegir herramientas puntuales a incorporar para complementar el debate con un eje instrumental: herramientas de bloqueo, de reporte, de configuración de privacidad, etc.
- ¿Qué tipo de producciones o acciones esperan construir con los actores de la comunidad educativa? (Este punto es amplio, lo importante es que describan qué objeto o acción concreta quiere alcanzar al finalizar la jornada)
- ¿A qué actores/as convocarían para trabajar en la jornada?
- ¿Cómo podrían socializar la jornada y las producciones para que lleguen más allá de las aulas?
- Toda otra información que crean relevante.

El diseño de la jornada debe tener aproximadamente **2 páginas**.

Ojalá sea un maravilloso diseño que luego puedan implementar.

Esperamos que nos compartan esta actividad en el espacio de Entrega de Tareas: UNIVERSO ACOMPAÑAR.

*Si no has logrado agruparte con compañeros de este módulo podés hacer esta actividad individual pero te proponemos que puedas conversarla con tus colegas.

Actividad B

1. Les proponemos construir un **decálogo de buenas prácticas digitales** sobre alguno de los temas abordados en las cuatro clases del módulo.
2. En este decálogo los y las invitamos a incluir 10 **comentarios, consejos, reflexiones o sugerencias** donde puedan dar cuenta de su recorrido por la propuesta. A su vez, es importante que se incluya en al menos un punto alguna idea referida a la definición de

acuerdos áulicos de uso de dispositivos y plataformas digitales.

3. A la hora de armar el decálogo, es importante que piensen a quién le hablan y qué necesidades tienen esas personas: ¿Nos dirigimos a colegas docentes? ¿El decálogo se orienta a ser compartido con estudiantes? Si las y los destinatarios son colegas docentes, puede ser una buena idea, por ejemplo, hacer énfasis en recomendaciones o sugerencias para abordar las temáticas, así como también esbozar ideas de actividades que trabajen los contenidos. Si las y los destinatarios son estudiantes, es enriquecedor, por ejemplo, dar cuenta de reflexiones conceptuales o sugerencias referidas al uso de dispositivos o plataformas, entre otras posibilidades.
4. Recuerden que en las 4 clases abordamos distintas temáticas. Pueden elegir más de un tema, explicitando y fundamentando la relación que encuentran entre las temáticas seleccionadas.
 - *Clase 1: Identidades digitales*
 - *Ciudadanía en entornos digitales, derechos y responsabilidades*
 - *Algoritmos y viralización de contenidos digitales*
 - *Anonimato y derecho al olvido*
 - *Mundo virtual y mundo real*
 - *Lo público, lo privado y lo íntimo*
 - *Identidad en la red y huella digital*
 - *Estereotipos en Internet*
 - *Herramientas para la gestión de la privacidad*
 - *Clase 2: Educación Mediática*
 - *Contexto actual del consumo de información*
 - *Características de la arquitectura de Internet*
 - *Viralización e información*
 - *Etapas, tipos y causas de la desinformación*
 - *Sesgos y efectos de la desinformación*
 - *Polarización y discursos de odio*
 - *Iniciativas y herramientas para combatir la desinformación*
 - *Clase 3: Violencia de Género Digital*
 - *Características de Internet relacionadas con las violencias*
 - *Tipos y formas de Violencia de Género Digital*

- *Consentimiento*
- *Brechas de género*
- *ESI y Violencias Digitales*
- *Acciones para combatir la Violencia de Género Digital*
- *Clase 4: Bienestar Digital*
 - *Vínculos entre las pantallas y la educación*
 - *Pantallas en la adolescencia*
 - *Adicción a la tecnología*
 - *Bienestar digital, desconexión e hiperconexión*
 - *Economía de la atención y modelos de negocio digital*

5. Extensión máxima del decálogo: 10 puntos y 2 páginas A4.

¿Cómo se entrega esta actividad final obligatoria?

Se entregará en el espacio de Entrega de tareas: Actividad Integradora Final.

Bibliografía de referencia

Baricco, A. (2019). *The Game*. Buenos Aires: Anagrama.

Buckingham, David. (2008) *Más allá de la tecnología: aprendizaje infantil en la era de la cultura digital* - la ed. - Buenos Aires: Manantial.

Calvo, Ernesto; Aruguete, Natalia. (2020) *Fake News, trolls y otros encantos*. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina.

Deleuze, G. (1990). Posdata sobre las sociedades de control. En Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*. Montevideo: Nordan

Dessal, G. (2019). *Inconsciente 3.0. Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros*. Barcelona: Xoroi Edicions.

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

Calvo, Ernesto; Aruguete, Natalia. (2020) *Fake News, trolls y otros encantos*. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina.

Créditos

Autores: Faro Digital

Cómo citar este texto:

Faro Digital (2022). Clase Nro. 4: Bienestar digital. Cultura digital, adolescencias y juventudes: Claves para construir una referencia docente en internet. Actualización Académica en Educación y tecnologías digitales para el nivel secundario. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0