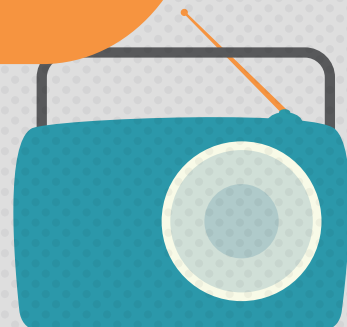


# MÓDULO 7:

CÓMO INFLUYEN  
LOS MEDIOS Y LA  
TECNOLOGÍA EN EL  
CONTENIDO



# “El lenguaje es la fuente de los malentendidos”.

- Antoine de Saint-Exupéry (1900 - 1944).

## Antecedentes y fundamentos

Marshall McLuhan escribió en 1964 "El medio es el mensaje". McLuhan es uno de los padres fundadores de lo que ahora llamamos Alfabetización Mediática e Informacional. Así como el medio puede afectar la manera como se reciben los mensajes, los propios antecedentes/experiencia de los usuarios/audiencias, también pueden afectar la interpretación de los estos. Un primer paso importante para ser alfabetizados en medios e información es entender cómo la información, las ideas y los significados se comunican de manera diferente a través de diversos proveedores de contenido como medios, empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos, museos, etc.

Los medios de comunicación o de transmisión de información existían desde la prehistoria con grabados en las paredes, piedras, el uso de conchas, tambores, gongos o escritura en pergaminos. La imprenta llegó en 1455 con Johannes Gutenberg, abriendo la puerta a los periódicos y los libros. Después del telégrafo y el teléfono, llegó la radio en 1901 con un desarrollo más completo en las dos décadas siguientes. La televisión era entonces la progresión que infundía imágenes en audio en 1927. El desarrollo informático comenzó en 1937. Durante la segunda mitad del siglo XX se han producido muchos cambios en el área de la información y la comunicación digital. Estos cambios surgieron tras la Segunda Guerra Mundial con la introducción del computador central ("mainframe") (1946), el principal descubrimiento que posibilitó a la aparición de las redes interconectadas (Interconnecting Networks - Internet) a finales de la década de 1960. En la década de 1990, la Internet

ya se utilizaba comercialmente y el acceso estaba abierto a todas las personas que tuvieran los medios para acceder a ella. (Web 2.0). A principios del siglo XXI, surgió una mayor interactividad, las interfaces se volvieron más fáciles de usar y las redes sociales se difundieron ampliamente entre las personas. La evolución tecnológica más reciente incluye el uso de Inteligencia Artificial (IA) y la tecnología "blockchain".

Cada medio ha dado lugar a diferentes formas de explosión de contenido. Cada medio tiene su variación de 'lenguaje' o 'gramática' que opera para transmitir el significado de maneras únicas. El 'lenguaje' en este sentido se refiere a los ingredientes técnicos y simbólicos o los códigos y las convenciones que los profesionales de la información, los medios de comunicación y medios digitales seleccionan y utilizan para comunicar ideas, información y conocimiento. Los códigos técnicos incluyen sonido, ángulos de cámara, tipos de disparos, iluminación, colores, gráficos, iconos, menús, código de programación, algoritmos, GIF, memes, emojis, etc. Por ejemplo, pueden incluir música siniestra para comunicar peligro en una película, utilizar ángulos altos para crear una sensación de poder en una fotografía, utilizar códigos de programación para mostrar ciertos gráficos o producir interactividad con el contenido o utilizar emojis para comunicar emociones de forma rápida y virtual.

Los códigos simbólicos incluyen el lenguaje, el vestuario o las acciones del personaje, símbolos icónicos que son fáciles de entender. Por ejemplo, una rosa roja puede usarse simbólicamente para comunicar un romance o un puño cerrado puede usarse para representar la ira. Ciertos códigos, como las voces y las entonaciones utilizadas para voces sintéticas en los sistemas de IA, también pueden utilizarse para reforzar o contrarrestar las desigualdades de género. Los lenguajes utilizados por diversos medios también pueden incluir el uso repetido de palabras particulares, frases o imágenes, también conocidas como lenguaje verbal o visual. Cuando estudiamos el lenguaje de los medios, hay tres preguntas principales que debemos tener en cuenta: ¿Cuáles son los principales códigos y convenciones que las personas que trabajan en producción de contenido utilizan hoy en día? ¿Cómo entienden las audiencias o la ciudadanía estos idiomas? ¿Pueden distintas personas obtener distintos significados que provienen de un mismo texto o pieza de información? Tenga en cuenta que "medios" aquí se refiere

no a las instituciones (que añaden sus propios matices), sino a los vehículos técnicos utilizados para la comunicación.

La comunicación digital se produce en plataformas donde los usuarios, personas y organizaciones pueden conectarse entre sí. Este entorno dinámico de redes sociales incluye sitios como Facebook y VK, plataformas para compartir videos como YouTube y Vimeo, plataformas para compartir material visual y audiovisual como TikTok, Instagram, Snapchat y Pinterest, microblogs como Sina, Weibo y Twitter, así como blogs y wikis. Las empresas y las personas ahora utilizan las herramientas para compartir y buscar información, promover ideas y productos, aprender e interactuar. Educadores y estudiantes enfrentan el desafío de mantenerse al tanto de los cambios, entenderlos y determinar las mejores maneras de usar las herramientas para el entretenimiento, el aprendizaje, la participación social y la toma de decisiones.

Este módulo abordará cómo diversos tipos de formas tecnológicas de medios (incluido el digital) ofrecen diferencias en la forma en que se transmiten los mensajes; también analizará los estilos de lenguaje que emplean estos medios, por ejemplo, el audiovisual permite que una cámara en movimiento siga el ritmo de un caballo corriendo, pero tomó tiempo antes de que los cineastas reconocieran y utilizaran esta posibilidad. Del mismo modo, se necesitó tiempo para desarrollar géneros como comedias, documentales, "reality TV", reportajes informativos, memes, películas de vanguardia y abstractas, etc.

El objetivo de este módulo es formar a los educadores para que adquieran conocimientos sobre una variedad de lenguajes y géneros utilizados para permitirles entender las formas en las cuales la información y los mensajes pueden ser transmitidos, y cómo su interpretación de la información o de las ideas de los proveedores de contenido pueden ser más conscientes de cómo las personas interactúan con el tipo de lenguajes utilizados.

# Unidades

## **Unidad 1:**

Lectura de medios y textos de información

---

## **Unidad 2:**

El medio y el mensaje: noticias impresas y difundidas

---

## **Unidad 3:**

Géneros cinematográficos y narración

---

## **Unidad 4:**

Comunicación en plataformas digitales de redes sociales

# Unidad 1: Lectura de medios y textos de información

DURACIÓN: 2 HORAS

## Temas claves

- Examinando los códigos y las convenciones de los medios y los textos de información.
- Analizando el significado: símbolos y lenguaje visual.
- Explorando los medios y los lenguajes tecnológicos: "collages" de fotografía y video.

## Objetivos de aprendizaje

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

- Identificar los códigos y convenciones que transmiten mensajes a una variedad de medios y textos de información.
- Identificar los signos y símbolos utilizados para una variedad de propósitos en las comunidades locales y globales.

## Enfoques pedagógicos y actividades

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

Enumere algunos códigos técnicos y simbólicos así como convenciones que se utilizan en los siguientes géneros: telenovelas o radionovelas, folletos de turismo, documentales, comedias familiares y propagandas políticas. ¿Qué mensajes e informaciones se transmiten a través de estos códigos?

- Identifique los signos y símbolos en su comunidad que se utilizan para una variedad de propósitos con el fin de transmitir la información (p. ej., para direcciones, ubicación de atracciones, etc.). Describa los "lenguajes" verbales y visuales que se utilizan en estos signos y símbolos, para que puedan ser entendidos por las personas en su comunidad. Tenga en cuenta el uso de la fuente, las imágenes estilizadas, el diseño, etc.
- Examine una variedad de tarjetas postales de su país o comunidad. Identifique cuáles son los principales códigos simbólicos o técnicos que se utilizan en cada uno. ¿Qué tipo de información se comunica sobre su país usando estos códigos? ¿Qué información se omite? Cree una tarjeta postal de un lugar o una organización que usted elija. ¿Qué códigos técnicos y simbólicos usted utilizará para transmitir información importante y crear la impresión deseada?

- Utilizando imágenes estáticas o de video, cree un collage de imágenes para transmitir la importancia de su institución educativa a un público objetivo. Considere el uso apropiado de íconos, símbolos, lenguaje visual/verbal, música, colores, tomas y ángulos de cámara, etc., para cautivar y hablar a esta audiencia. La audiencia para este collage podría ser los potenciales estudiantes que podrían inscribirse, padres, directivos, un político, etc.
- Las redes sociales son efectivamente una plataforma para la conversación y el intercambio, generalmente impulsada por algoritmos diseñados para fines comerciales. Si bien, uno de los principales usos de las redes sociales es mantenerse en contacto con amigos y familiares en todo el mundo, también es una plataforma para que clientes, inversionistas y empleados se comuniquen entre sí. Aquí es donde la enorme industria del mercadeo en redes sociales, en constante crecimiento, ocupa un lugar central. Divida a los estudiantes en pequeños grupos. Haga que cada grupo elija una plataforma de redes sociales. Guíelos para estudiar la plataforma con el fin de identificar los códigos técnicos y las convenciones que utiliza cada plataforma para comunicar y enmarcar mensajes. Piense, por ejemplo, que un trino no puede exceder los 240 caracteres. Organice presentaciones de cada grupo y discusiones para responder las siguientes preguntas, y otras que el educador pueda concebir. ¿Qué diferencia una plataforma de redes sociales de otras? ¿Qué es similar? ¿Qué es único para cada una? ¿Estos códigos técnicos y convenciones que se utilizan afectan la forma en que los estudiantes interactúan con la información y las herramientas digitales y el significado derivado de la experiencia? ¿De qué forma afectan a los estudiantes? ¿Son estos códigos y convenciones siempre sensibles al género o a veces están sesgados hacia las mujeres y los hombres? Ahora que educadores y estudiantes son más conscientes de la presencia y el efecto potencial de estos códigos en la mensajería y el significado, ¿cuáles son los pasos críticos que deberán tomar para actuar con más discernimiento en el futuro? Tenga en cuenta que las diferentes plataformas desarrollan diferentes características (p. ej., TikTok para clips de baile). Tenga en cuenta que las plataformas no son escenarios pasivos en las que los usuarios actúan sin dirección, son sistemas creados por algoritmos que determinan qué contenido tiene éxito. Aliente a educadores y estudiantes a compartir lo que han aprendido con amigos y familiares en las redes sociales.
- Dado que el entorno dinámico de la información y la comunicación digital no se ha vuelto más lento, los educadores y los estudiantes se verán obligados a abordar demandas competitivas en un futuro previsible. Organice una sesión de generación de ideas y debate entre educadores o estudiantes. Oriéntelos para que compartan qué nuevas tecnologías y medios podrían desarrollarse en el futuro y qué nuevos códigos y convenciones técnicas podrían utilizar. Por ejemplo, imagine un monitor de computador físico como lo conocemos, siendo virtual y en 3 dimensiones. ¿Qué cambios podría acarrear? Piense también en las herramientas tecnológicas presentes y futuras para el aula y en los espacios comunitarios como "aulas". Organice un debate sobre cómo el uso de ciertos códigos técnicos y convenciones podría permitir u obstaculizar aún más el proceso de enseñanza y aprendizaje.

- El potencial colaborativo de los nuevos medios y los teléfonos inteligentes proporcionan nuevas oportunidades para la expresión del talento y la creatividad. Las nuevas plataformas de medios hoy en día permiten a la gente común expresarse y producir su propio contenido sin las barreras habituales. Ya no se ven obstaculizados por la necesidad de grandes presupuestos, equipos y recursos humanos que antes se necesitaban para mostrar sus capacidades y llegar a los espectadores de todo el mundo. Además, ayudan a difundir y cultivar la idea de que el arte y la creatividad no se limitan a ciertas categorías de personas de sociedades particulares. Divida a los estudiantes en pequeños grupos. Pídales que investiguen, a fin de identificar los medios únicos y los códigos tecnológicos y las convenciones desarrolladas por individuos comunes para mejorar sus medios y productos digitales. ¿Son estos diferentes de los utilizados por los grandes medios y las empresas de comunicación digital? ¿Cómo afectan los modelos de negocio qué contenido creativo sube a la cima y es pagado? Organice presentaciones y debates.

## Recomendaciones de evaluación

- Análisis de los códigos y las convenciones en una variedad de textos.
- Análisis de los signos y símbolos en la comunidad.
- Análisis y evaluación de los códigos que se utilizan en las tarjetas postales locales o nacionales.
- Creación del "collage".

## Unidad 2: El medio y el mensaje: noticias impresas y difundidas

DURACIÓN: 2 HORAS

### Temas claves

- Análisis de los códigos y las convenciones en medios noticiosos.
- Aplicación de códigos y convenciones a una noticia.
- Lenguajes de los medios y su significado; evaluación y análisis de las noticias y la información.

### Objetivos de aprendizaje

**Después de completar esta unidad los educadores podrán:**

- Analizar los códigos y convenciones que se utilizan en la televisión, la radio y los periódicos, en línea o fuera de ella, o en la cobertura de un evento.



- Aplicar estos códigos y convenciones a una noticia en particular.
- Evaluar las formas en las cuales el medio y sus códigos particulares y sus convenciones pueden moldear el mensaje que se transmite.
- Evaluar la información que puede ser transmitida a través del uso de un medio en particular.

## Enfoques pedagógicos y actividades

Imagine que un gobierno está planeando cambios en la legislación que tendrá un efecto negativo sobre la protección ambiental o las preocupaciones sobre la igualdad de género en el desarrollo sostenible. Un funcionario del gobierno acaba de dar un discurso para justificar su posición. Un gran número de jóvenes se han presentado para protestar pacíficamente. Algunas personas violentas se infiltran en la protesta y se desata una lucha entre los que protestan y las fuerzas de seguridad. Para analizar cómo los medios podrían cubrir esta situación, educadores y estudiantes deben reflexionar sobre las siguientes preguntas: ¿Toman en cuenta quiénes podrían ser estos jóvenes? ¿Qué grupos de género están presentes? ¿De qué forma se presentan ellos mismos? Esto probablemente afectará la presentación dada por los medios y debería ayudar a las personas a ser conscientes y capaces de detectar estereotipos específicos.

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

- Prediga cómo este evento va a ser cubierto por un periódico, una estación de radio o una estación de televisión. ¿Cómo cree usted que la cobertura diferirá y por qué? ¿Cuántas de estas diferencias se basarían en las características particulares de cada medio?
- Seleccione un evento relacionado o un tema de interés, como el desempleo juvenil, un escándalo de corrupción o un desastre de contaminación ambiental. Trabajando en grupos, desarrolle una noticia sobre este evento que aparecerá en la radio, en un periódico y en un programa de noticias de la televisión. Para la radio, la historia no puede ser más extensa de 20 segundos; para el periódico, no más de 210 palabras; y para la televisión, 1 a 2 minutos. Después de completar las historias, hable sobre los resultados utilizando las siguientes preguntas como guía:
  - ¿Cómo los distintos medios afectan al tipo de cobertura y a la información que se puede dar?
  - ¿Qué códigos y convenciones se utilizan en el desarrollo de cada historia?
- Cree un collage de imágenes o símbolos que puedan ser utilizados por una escuela u otra institución, teniendo en cuenta el público objetivo y la información que se transmite.

## Recomendaciones de evaluación

- Descripción y evaluación de los posibles tipos de cobertura de noticias en una variedad de medios.
- Desarrollo y análisis de una historia noticiosa para la radio, la televisión y los periódicos.

# Unidad 3: Géneros cinematográficos y narración

DURACIÓN: 2 HORAS

## Temas claves

- Géneros de películas.
- Códigos técnicos y simbólicos en las películas.
- Hacer un guion gráfico de una escena de una película.

## Objetivos de aprendizaje

**Después de completar esta unidad los profesores tendrán la capacidad de:**

- Identificar una variedad de géneros de películas, códigos y convenciones asociadas con ellos (uso de técnicas de filmación, contenido, tema, personajes, tramas convencionales, situaciones y ambientes).
- Identificar códigos técnicos y simbólicos que se utilizan para transmitir el mensaje en una película.
- Desarrollar un guion gráfico de una escena de una película que incluya los códigos y las convenciones de un género en particular.
- Identificar los códigos y las convenciones que se utilizan en un género popular de películas en otro país.

## Enfoques pedagógicos y actividades

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

- Desarrolle una lista de géneros de películas que a usted le gusten. Identifique los elementos claves que definen a cada género. Vea una escena de estas películas. Anote lo siguiente: trama, ambiente, tipos de personajes, música, iluminación, efectos especiales, edición y trabajo de cámara. ¿Qué mensajes y valores se transmiten a través del uso de estos elementos en la película? Explique cómo el

significado de la escena puede ser alterado al cambiar diversos elementos (p. ej., escenario, banda sonora, etc.).

- En grupos, cree un guion gráfico de una escena de un género de película de su elección. Explique las formas en las que el 'lenguaje' del género se plasma en cada escena.
- Projete a los educadores un clip de una película popular de un país extranjero. Compare y contraste los 'lenguajes' cinematográficos que se utiliza en la película con aquel de una película producida en su propio país. Hable sobre el efecto de varias técnicas utilizadas. ¿Qué se comunica a través de estas técnicas? ¿Cuál es el público objetivo de cada película?
- Utilizando el Internet o la biblioteca local, ubique dos afiches de la misma película que serán presentados en distintos países y tenga en cuenta las siguientes preguntas:
  - ¿Qué impresión de la película se transmite a través de los afiches?
  - ¿Qué códigos técnicos y simbólicos se utilizan? ¿Cuál es el propósito?
  - ¿Basándose en los afiches, puede identificar cuál es el público objetivo para cada película?
  - En los afiches, ¿qué información se transmite sobre cada película?

## Recomendaciones de evaluación

- Análisis de una escena de la película.
- Creación de un guion gráfico de una escena de una película.
- Análisis de un cartel de una película.
- Comparación de películas.

## Temas para considerar en el futuro

- Uso de la banda sonora de la película.
- Obra de artistas que crean efectos de sonido.
- Convenciones del cine documental.

# Unidad 4: Comunicación en plataformas digitales de redes sociales

DURACIÓN: 2 HORAS

## Temas claves

- Redes sociales.
- Producción, monetización y transformación en datos en las plataformas.
- Estética, géneros y formas de comunicación de las redes sociales.

## Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Comprender la especificidad de las redes sociales como un entorno de comunicación.
- Comprender cómo funciona la comunicación en las plataformas digitales y cómo la gente común está involucrada en ella.
- Identificar patrones de comunicación en las redes sociales.

## Características de las redes sociales

Al interactuar con los medios de comunicación tradicionales, incluso en línea, generalmente nos posicionamos como miembros de audiencias que están recibiendo y analizando mensajes. En las redes sociales y otras comunicaciones digitales, al mismo tiempo que permanecemos en la posición pasiva de leer mensajes, también somos agentes públicos capaces de producir mensajes y acciones que afectan a los demás usuarios. Por lo tanto, las redes sociales no se tratan solo de recibir e interpretar mensajes, sino de reaccionar ante ellos, así como compartirlos y modificarlos y producir nuevas comunicaciones significativas. Las redes sociales, que incluyen todos los servicios con tecnologías digitales que permiten la interacción entre los usuarios, nos proporcionan entornos donde se produce la comunicación y que eventualmente pueden ser observados por grupos de personas. Las redes sociales cubren una amplia variedad de servicios, a menudo denominados plataformas, que han surgido durante el siglo XXI: aplicaciones de mensajería de texto, plataformas de intercambio de imágenes y videos, servicios de streaming, podcasts, blogs y microblogs, wikis; a menudo se combinan diferentes modos de comunicación, como la comunicación escrita, audio y audiovisual, conocida como comunicación multimodal. El contenido también circula a través de plataformas y se puede acceder desde diferentes dispositivos. Los algoritmos determinan los productores de contenido más populares, con los usuarios más seguidos, suscritos o a los que les gusta recibir la mayor atención, y capaces de ganar dinero con su comunicación. Pueden convertirse en creadores de significado, líderes de opinión y creadores de gustos influyentes. Es relevante señalar que no todas las redes sociales son públicas. Muchas están limitadas a grupos cerrados, o a redes de mensajería social de tamaño limitado. En todos los casos, tenga en cuenta la contribución de las redes sociales a la minería de datos y la elaboración de perfiles por parte de intereses corporativos o de otro tipo.

## Enfoques pedagógicos y actividades

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

Los siguientes debates y tareas grupales pueden ser útiles para comprender la acción sobre las empresas de comunicación digital:

- Dibuje un mapa de las aplicaciones de redes sociales más populares colocando el uno o dos servicios más utilizados a nivel mundial y/o en su país en las siguientes categorías y averiguando: a) cuántos usuarios hay a nivel mundial y/o en su país; b) cuándo se fundaron los servicios, y c) quién los posee: A) Comunidades de contenido (p. ej., YouTube, blogs); B) Sitios de redes sociales (p. ej., VK y Facebook); C) Comunidades colaborativas (p. ej., Wikipedia); D) Mundos de juegos virtuales (p. ej., World of Warcraft); E) Otros. Presente sus mapas en pequeños grupos y debata: ¿Cómo puede un usuario comunicarse en la plataforma? ¿Cómo pueden reaccionar los demás al contenido y cuáles son los principales modos de comunicación? ¿Cuán limitadas son las audiencias típicas, es decir, los grupos de seguidores, y qué afecta a su tamaño? De acuerdo con su propia experiencia, ¿cómo están los usuarios utilizando y haciendo mal uso de las funciones para mensajes que pueden apoyar el desarrollo sostenible y los derechos humanos, y por qué? Un tema de discusión adicional puede ser cómo los usuarios pueden recibir ingresos de su producción de contenido, es decir, cuáles son los principios de monetización dominantes en esa plataforma.
- Diferentes plataformas desarrollan diferentes lenguajes y prácticas de comunicación. Compare los idiomas de un blog, un microblog (p. ej., Sina Weibo), una actualización del sitio de red social (p. ej., Facebook), una aplicación basada en imágenes (p. ej., Instagram) y una aplicación de video (p. ej., TikTok). Elija un mensaje que le gustaría transmitir a un público determinado (p. ej., informe a los padres de los niños en edad escolar sobre un nuevo curso de baile diseñado para niños) y cree un mensaje para estas diferentes plataformas utilizando un lenguaje típico de la plataforma. ¿De qué manera las posibilidades y restricciones de las funcionalidades de la plataforma (las llamadas "prestaciones") afectan al mensaje?
- La comunicación en las redes sociales es significativamente egocéntrica, lo que se refleja en las formas de expresión, así como en las redes centradas en el individuo mediante la recopilación de seguidores, suscripciones y reacciones a las publicaciones propias. Hable sobre la estética y las funciones de las selfies (fotografías de autorretrato) en las culturas de comunicación en línea. ¿En qué plataformas y en qué contextos se producen las selfies? ¿Qué tipo de estilos de selfies diferentes puede identificar? ¿Cuáles son las funciones sociales de las selfies? ¿Por qué la gente (no) se toma selfies? ¿Qué tipo de consecuencias positivas y negativas hay en la cultura del selfie? ¿Cómo sería la cultura de la comunicación por Internet y qué perderíamos si se prohibieran las selfies? Tenga en cuenta las preocupaciones sobre el software de reconocimiento facial con relación a las preocupaciones de privacidad.
- ¿Cómo se discute sobre los libros en diferentes plataformas? Hable acerca de cómo la presentación de los libros depende de los medios de comunicación de las plataformas. Encuentre ejemplos de comunidades de libros en blogs, vlogs, plataformas para compartir imágenes y plataformas específicas de lectura, marcadores y reseñas en redes sociales (como Goodreads y bibliotecas nacionales/locales que utilizan características de redes sociales).
- Categorice el contenido de las redes sociales de acuerdo con las siguientes categorías: informativo, confesional, educativo, entretenido. ¿Cómo se hacen

estos contenidos para que atraigan a sus audiencias? ¿Por qué los usuarios están interesados en este tipo de contenido? ¿Por qué son vigilados? ¿Qué características del contenido aumentan la popularidad de estas categorías de contenido? ¿Cómo intentan llamar la atención los creadores de contenido?

- Considere los podcasts como narración de historias y evalúe lo que funciona en este formato.
- En las redes sociales, los géneros son a menudo híbridos, es decir, combinando y mezclando características de un número de géneros diferentes. ¿Qué tipo de géneros "mashup" (mezcolanza) hay en YouTube? Seleccione algunos ejemplos de videos e intente describir el género que se utiliza de la manera más detallada posible identificando qué estrategias de comunicación compartidas y comunes específicas de YouTube están en juego. Por ejemplo, puede tomar una publicación de blog de video (vlog) y describir cómo se comunica con su audiencia. Géneros o formatos de comunicación que se pueden encontrar en muchos géneros son, por ejemplo, tutorial, "haul", "my day", "mukbang" (comer delante de la cámara), "show and tell", "challenge" y "unboxing".
- Las prácticas de comunicación en las redes sociales se basan hasta cierto punto en los roles de género. Trabaje en pequeños grupos e identifique las culturas y prácticas de comunicación típicas de mujeres y hombres en diferentes plataformas. Por ejemplo, los blogs de belleza y los vlogs suelen estar dominados por mujeres productoras de contenido, mientras que las culturas de juegos y tecnología a menudo están dominadas por hombres. ¿Proporcionan estas vías para las voces y el empoderamiento de las mujeres o están reforzando los estereotipos de género? ¿Por qué sí o por qué no? Trate de identificar ejemplos de género minoritario en las culturas identificadas y debata cómo estos casos minoritarios posiblemente cambien las prácticas y normas de comunicación. ¿Existen culturas en línea con equilibrio de género? ¿Qué papel juega el género en la comunicación y qué consecuencias tiene un dominio femenino o masculino?
- Evalúe la publicidad personalizada que recibe cada alumno al usar las redes sociales y si esto es relevante para las recomendaciones de contenido y la investigación que ha experimentado. ¿Son conscientes de que sus rastros de datos tienen estos impactos? ¿El resultado es reforzar una "burbuja" en lugar de exponerlos a contenidos más diversos?

## Recomendaciones de evaluación

- Mapeo del panorama de las redes sociales; identificación de la versatilidad de las empresas de comunicación digital.
- Análisis crítico de las funciones de las redes sociales y las consecuencias de las elecciones estéticas y comunicativas en las plataformas.
- Inspección crítica de la experiencia diaria del usuario derivada de diferentes plataformas.



## Recursos para este módulo

Beckman, K. (2016). The Tortoise, the Hare, and the Constitutive Outsiders: Reframing Fast and Slow Cinemas. *Cinema Journal*, 55(2).

Bone, J., & Johnson, R. (2001). *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation*. Glencoe McGraw Hill.

Bordwell, D., & Thompson, K. (1998). *Film Art: An introduction*. 6th edition. McGraw Hill.

Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Polity Press.

Dzandza, P., & Kolan, B. (2018). Efecto de las redes sociales en el rendimiento académico de los estudiantes en las universidades de Ghana: un estudio de caso de la Universidad de Ghana. *Library Philosophy and Practice* (e-Journal). <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4687&context=libphilprac>

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

Film Education, 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP. Esto incluye una variedad de materiales de enseñanza gratis y excelentes guías de estudio, que pueden ser bajadas del sitio web. [www.filmeducation.org](http://www.filmeducation.org).

Ghani, M., Habes, M., Salloum, S., & Alghizzawi, M. (2019). The effect social media usage on Students' e-learning acceptance in higher education: A case study from UAE. *International Journal of Information Technology and Language Studies*. [https://www.researchgate.net/publication/338225144\\_The\\_effect\\_of\\_social\\_media\\_usage\\_on\\_students'e\\_learning\\_acceptance\\_in\\_higher\\_education\\_A\\_case\\_study\\_from\\_the\\_United\\_Arab\\_Emirates](https://www.researchgate.net/publication/338225144_The_effect_of_social_media_usage_on_students'e_learning_acceptance_in_higher_education_A_case_study_from_the_United_Arab_Emirates)

Goodman, S. (2003). *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*. Teacher's College Press.

Guías de estudios de películas para escuela secundaria superior. Escritas por Pacific Cinematheque y distribuidas por la Agencia de Enseñanza Abierta de BC, Canadá. Estas incluyen guías de estudio para películas individuales. [www.cinematheque.bc.ca](http://www.cinematheque.bc.ca)

Hitchcock, P. (1992). *Videography: A Guide to Making Videos*. Peter Hitchcock Productions.

Howard, S. (Ed.). (1998). *Wired-Up: Young People and the Electronic Media*. UK: Routledge. This anthology is designed as an accessible introduction to important research regarding new communication technologies. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. New York University.

Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Polity Press.

Lindgren, S. (2017). *Digital Media & Society*. Sage.

Lipschultz, J. H. (2018). *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. 2nd. ed. Routledge.

Luttrell, R. (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. 2nd ed. Rowman & Littlefield.

Mandiberg, M. (ed.) (2012). *The Social Media Reader*. New York University Press.

Manovich, L. (2019). *AI Aesthetics*. Strelka Press.

McLuhan, E. & Zingrone, F. (1995). *Essential McLuhan*. Anansi.

National Film Board of Canada. [www.nfb.ca](http://www.nfb.ca) The NFB works with schools, public libraries and museums to unite documentary films and education.

Reporting Africa: El papel de los medios en la (de)formación de la agenda democrática. (n.d.). [https://www.researchgate.net/publication/313731941\\_Reporting\\_Africa\\_The\\_Role\\_of\\_the\\_Media\\_in\\_UnShaping\\_Democratic\\_Agenda](https://www.researchgate.net/publication/313731941_Reporting_Africa_The_Role_of_the_Media_in_UnShaping_Democratic_Agenda)

Saied, S., ElSabagh, H., & El-Afandy, A. (2016). Adicción a Internet y Facebook entre estudiantes de medicina egipcios y malasio: Un estudio comparativo, Tanta University, Egypt. *International Journal of Community Medicine and Public Health*, 3(5). <https://www.semanticscholar.org/paper/Role-of-social-media-in-retail-network-operations-Ramanathan-Subramanian/7fb6085d7da22250510e487f7b7a1d374702fd7f>

Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.

Wang, Y., & Yang Y. (2020). Dialogic communication on social media: How organizations use Twitter to build dialogic relationships with their publics. *Computers in Human Behaviour*, 104, Article no 106183.