

Comunicación

Formación Específica del Ciclo Orientado

En sincronía: la comunicación en tiempos de pandemia

Actividades para estudiantes

Serie PROFUNDIZACIÓN · NES



Buenos Aires Ciudad



Vamos Buenos Aires

JEFE DE GOBIERNO

Horacio Rodríguez Larreta

MINISTRA DE EDUCACIÓN

María Soledad Acuña

JEFE DE GABINETE

Luis Bullrich

DIRECTOR GENERAL DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO

Javier Simón

GERENTA OPERATIVA DE CURRÍCULUM

Mariana Rodríguez

SUBSECRETARIO DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA Y SUSTENTABILIDAD

Santiago Andrés

DIRECTORA GENERAL DE EDUCACIÓN DIGITAL

Mercedes Werner

GERENTE OPERATIVO DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Roberto Tassi

SUBSECRETARIA DE COORDINACIÓN PEDAGÓGICA Y EQUIDAD EDUCATIVA

María Lucía Feced Abal

SUBSECRETARIO DE CARRERA DOCENTE

Manuel Vidal

SUBSECRETARIO DE GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Sebastián Tomaghelli

SUBSECRETARIA DE LA AGENCIA DE APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA

Eugenia Cortona

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO (DGPLEDU)

Gerencia Operativa de Currículum (GOC)

Mariana Rodríguez

Equipo de generalistas de Nivel Secundario: Bettina Bregman (coordinación), Cecilia Bernardi, Ana Campelo, Marta Libedinsky, Carolina Lifschitz, Julieta Santos

Especialista: Gabriela Rubinovich

Subsecretaría de Tecnología Educativa y Sustentabilidad (SSTES)

Dirección General de Educación Digital (DGED)

Gerencia Operativa de Tecnología e Innovación Educativa (INTEC)

Roberto Tassi

Especialistas de Educación Digital: Julia Campos (coordinación), Josefina Gutierrez

Equipo Editorial de Materiales y Contenidos Digitales (DGPLEDU)

Coordinación general: Silvia Saucedo

Coordinación editorial: Marcos Alfonzo

Edición y corrección: María Laura Cianciolo

Corrección de estilo: Vanina Barbeito, Ana Premuzic

Diseño gráfico y desarrollo digital: Gabriela Ognio

Asistencia editorial: Leticia Lobato

ISBN, en trámite.

Se autoriza la reproducción y difusión de este material para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se especifique claramente la fuente.
Se prohíbe la reproducción de este material para reventa u otros fines comerciales.

Las denominaciones empleadas en este material y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de los países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Fecha de consulta de imágenes, videos, textos y otros recursos digitales disponibles en Internet: 15 de septiembre de 2020.

© Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Ministerio de Educación.
Dirección General de Planeamiento Educativo / Gerencia Operativa de Currículum, 2020.
Carlos H. Perette y Calle 10. -C1063- Barrio 31 - Retiro - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

© Copyright © 2020 Adobe Systems Software. Todos los derechos reservados.
Adobe, el logo de Adobe, Acrobat y el logo de Acrobat son marcas registradas de Adobe Systems Incorporated.

¿Cómo se navegan los textos de esta serie?

Los materiales de la serie Profundización de la NES cuentan con elementos interactivos que permiten la lectura hipertextual y optimizan la navegación.



Adobe Reader Copyright © 2020.
Todos los derechos reservados.

Para visualizar correctamente la interactividad se sugiere bajar el programa [Adobe Acrobat Reader](#) que constituye el estándar gratuito para ver e imprimir documentos PDF.

Pie de página

 **Volver a vista anterior** — Al clicar regresa a la última página vista.

 — Ícono que permite imprimir.

 **5**  — Folio, con flechas interactivas que llevan a la página anterior y a la página posterior.

Itinerario de actividades

 **Actividad 1**

Crónicas de un tiempo excepcional

Organizador interactivo que presenta la secuencia completa de actividades.

Notas al final

¹ Símbolo que indica una nota. Al clicar se direcciona al listado final de notas.

Notas

¹ Ejemplo de nota al final.

Actividades

Actividad 1 Crónicas de un tiempo excepcional

Siempre es buen momento para detenerse y repensar lo que está sucediendo o lo que nos ha sucedido. Más aún en tiempos de cuarentena, una experiencia nunca antes transitada. Esta secuencia de trabajo propone realizar un recorrido reflexivo

Íconos y enlaces

El color azul y el subrayado indican un [vínculo](#) a un sitio/página web o a una actividad o anexo interno del documento.

Itinerario de actividades

Actividad 1

Crónicas de un tiempo excepcional

Actividad 2

Informarse sobre la cuarentena

Actividad 3

Vida cotidiana y pandemia: un análisis desde las dimensiones de la comunicación

Actividad 4

Vida cotidiana y pandemia: un análisis desde los medios

Actividad 5

#quedateencasa. Campañas de concientización y cuidado

Actividad 6

Los medios y el COVID-19

Actividad 7

Los memes y el COVID-19

Actividad 8

Dar lugar a la propia voz

Actividad 1 Crónicas de un tiempo excepcional

Siempre es buen momento para detenerse y repensar lo que está sucediendo o lo que nos ha sucedido. Más aún en tiempos de cuarentena, una experiencia nunca antes transitada. Esta secuencia de trabajo propone realizar un recorrido reflexivo por este acontecimiento tan particular que tocó atravesar. A lo largo de las diferentes actividades, se tomará la pandemia y la experiencia de la cuarentena como un caso muy particular e interesante para analizar desde la orientación en Comunicación.

Esta primera actividad consiste en la producción individual de un registro de la cotidianeidad en tiempos de pandemia. El armado de un registro multimedia de ese momento puede ser interesante como puntapié para un acercamiento analítico a este fenómeno tan particular que irrumpió en 2020.

Construir el registro:

- a. En forma individual seleccionen cinco fotografías o posteos que registren o retraten sus vidas, o las de su entorno, durante la cuarentena; o tomen nuevas fotografías de lo que ven desde sus ventanas si la particular experiencia continúa a la hora de desarrollar esta actividad. Tengan en cuenta que compartirán dichas fotografías con sus compañeros y compañeras, por lo que deben tener el consentimiento de quienes aparecen retratados/as allí.
- b. A partir de esos registros, redacten una crónica o un informe que les permita contar a otros/as cómo fue su experiencia durante la cuarentena. Pueden realizarla en un formato a elección.
 - Si deciden escribirla, pueden utilizar un procesador de textos como [Documentos de Google](#) o [LibreOffice Writer](#) (encontrarán un [tutorial de Documentos de Google](#) y un [tutorial de OpenOffice Writer](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).
 - Si deciden crear un audio o un *podcast*, pueden utilizar la grabadora de sonidos de su teléfono celular o computadora, o un programa como [Audacity](#) que, además de grabar, permite editar (pueden consultar el [tutorial de Audacity](#), en el Campus Virtual de Educación Digital). Encontrarán más orientaciones para la producción de un contenido en formato *podcast* en la propuesta [¿Estamos en el aire? Apuntes para hacer radio en la escuela](#).

Es decir, pueden producirlo del modo que más atractivo les resulte. Si no se definen por algo en especial, pueden consultar los materiales de la [colección Hacer para aprender](#), en la que encontrarán consejos para la producción.

Recursos para inspirar tu crónica

- Escuchen este diario de cuarentena: [“Cuarentena, día cuatro: «Conspiravirus»](#), en Hernán Casciari.
- Miren esta noticia: [“Diez propuestas para los chicos: del mundo a nuestra casa”](#), en *La Nación* (18/4/2020).

- c. Etapa grupal: Una vez que cada uno haya producido su crónica, reúnan todos los registros en un mural digital compartido, como [Padlet](#) (pueden consultar el [tutorial de Padlet](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).

A partir de la observación detenida de las producciones, entre todos/as, pongan un nombre a este registro y luego definan si quieren compartirlo con amigos/as o gente cercana.

Si definen compartirlo tengan en cuenta:

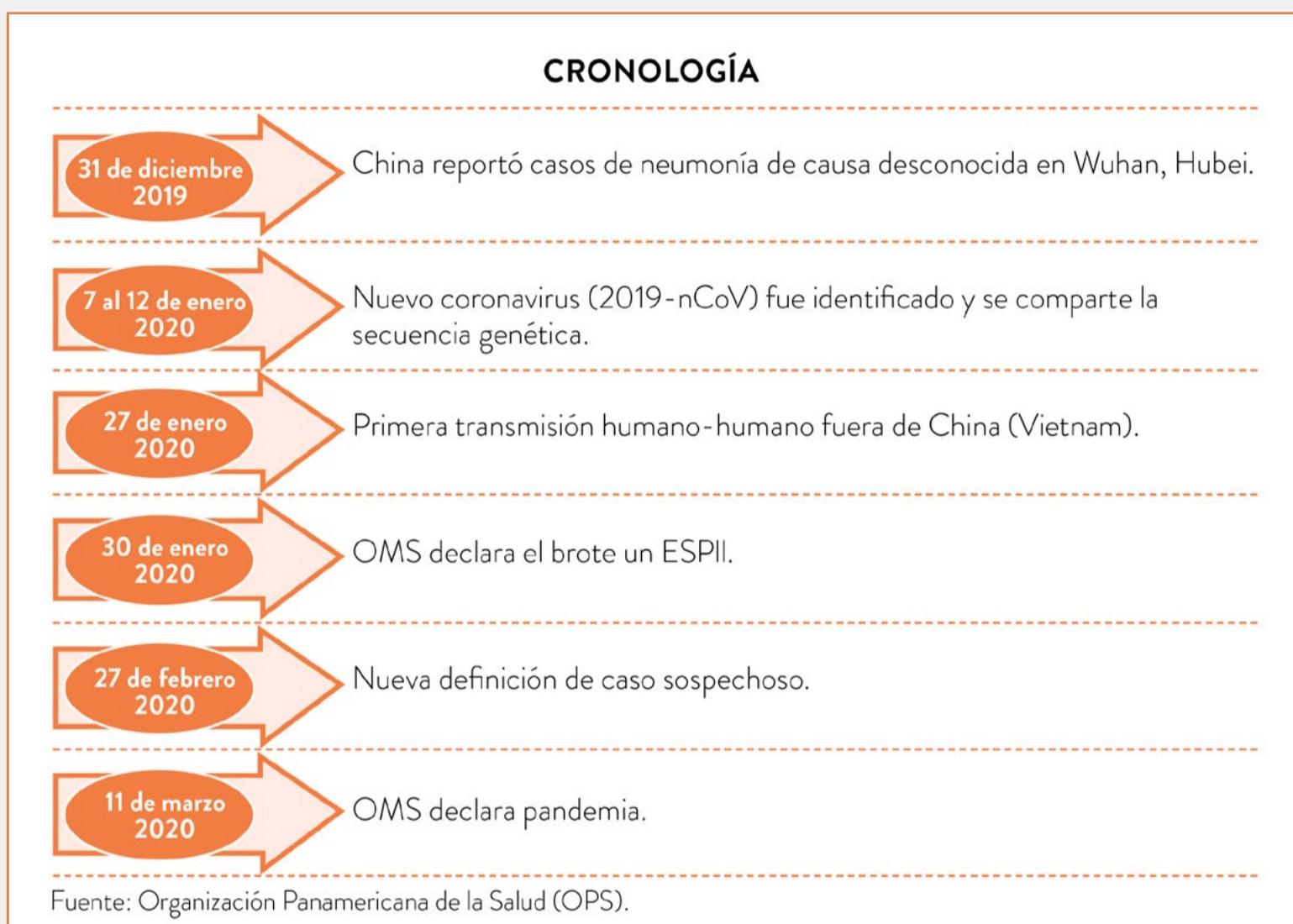
- ¿Con quiénes lo compartirán? ¿Desean recibir retroalimentación o comentarios? Si es así, ¿de qué tipo?
- Definir la vía por la que lo compartirán: ¿un mail?, ¿el blog de la escuela?, ¿redes sociales? Recuerden que cada una de estas posibilidades requiere diferentes modos de envío y permite, a su vez, diferentes modos de participación de los/as receptores/as (comentarios, mensajes uno a uno, interacciones como “me gusta” o “compartir”, etcétera).
- Reflexionen acerca de qué es necesario tener en cuenta al compartir un mural de estas características y definan el tipo de configuración de privacidad más adecuado. Por ejemplo, ¿darán permiso de edición a cualquier usuario/a? (Esto les permitiría intervenir directamente en el mural). ¿Configurarán el material para que los/as usuarios/as solo puedan verlo? ¿Abrirán comentarios?

Actividad 2 Informarse sobre la cuarentena

A comienzos de 2020 todo el planeta tuvo noticias de la aparición de una desconocida enfermedad. Un virus que, iniciado en China, enfermaba a los humanos bajo una lógica desconocida para la ciencia. En principio se pensó que sería una epidemia localizada geográficamente en lugares muy lejanos. Sin embargo, con el correr de los días, la dispersión de este virus se dio a nivel planetario en cuestión de meses.

La información periodística y el saber científico se fueron dando de manera sincronizada; en ocasiones se produjo sobreabundancia de datos y en otras, falta de certezas, tanto en los discursos como en las pautas que debía asumir la población.

- a. Lean esta cronología que ofrece la [Organización Mundial de la Salud](#) en su página web.



Fuente: Dr. Marcelo E. Vila. [COVID-19. Novel Coronavirus 2019](#), Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (15/04/2020).

¿La conocían? ¿Les sorprende algo de las fechas? ¿Qué les llama la atención?

- b. Consulten a las personas de su entorno para saber desde cuándo creen o registran que se empezó a hablar de este tema.

Pueden registrar las respuestas por escrito (a mano o en un documento de texto, por ejemplo, en [Documentos de Google](#) o [LibreOfficeWriter](#)) o grabarlas con la grabadora de sonidos de la computadora o del teléfono celular.

- c. En parejas escuchen o releen las respuestas obtenidas. ¿Son tiempos coincidentes? ¿Hay diferencia de registros? ¿Cuáles? ¿A qué se deberá esta similitud o diferencia de registro? ¿Tendrá esto relación con la construcción de la agenda que desarrollan los medios? Observen el programa [“En el medio / Medios de comunicación”](#), en Encuentro (temporada 1,

episodio 15, minuto 11 en adelante) para pensar el rol del periodismo en el establecimiento de agendas.

- d. Organizados en grupos, diseñen una encuesta (cinco o seis preguntas que formularán a cinco personas) para conocer cómo se informan acerca del COVID-19. En el material para estudiantes [La entrevista](#), de la colección Hacer para aprender pueden encontrar sugerencias para elaborarla.
 - Discutan qué tipo de preguntas les parece mejor incluir y por qué: de opción múltiple, escalas, preguntas abiertas, u otras.
 - Pueden crear un formulario digital, por ejemplo en [Formularios de Google](#) (pueden consultar el [tutorial de Formularios de Google](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).
 - Una vez creado el formulario, pueden compartirlo mediante un enlace por distintos canales digitales (correo electrónico, redes sociales, mensajes de texto, etcétera) para que los/as encuestados/as lo completen.
- e. Organicen y comparen las respuestas obtenidas teniendo en cuenta los modos y los medios a través de los cuales la gente se informa acerca del COVID-19.
- f. Construyan, con toda la información, una representación gráfica que esquematice los resultados obtenidos (por ejemplo, mapa conceptual, diagrama, circuito o "red" de medios, contactos e información). Para realizarlo, pueden utilizar una pizarra colaborativa como [Google Jamboard](#) o [Awwapp](#) que permiten crear diagramas o mapas mentales entre varios/as usuarios/as. Pueden agregar texto, notas adhesivas, imágenes, flechas, dibujos a mano alzada, entre otros elementos (encontrarán un [tutorial de Awwapp](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).

Acompañen esta producción con un título y un epígrafe o frase que sintetice alguna reflexión a partir de este esquema.

Actividad 3 Vida cotidiana y pandemia: un análisis desde las dimensiones de la comunicación

¿Cómo se vieron modificados la vida cotidiana y los modos de comunicación a partir de la pandemia?

- a. Analicen, en pequeños grupos, el esquema sobre las dimensiones de la comunicación.



- b. A partir del mural digital elaborado en la [actividad 1](#) de esta secuencia, discutan entre todos/as acerca de las diferentes dimensiones de la comunicación que aparecen involucradas en dicho registro.
- c. Indaguen con otros/as integrantes de sus familias o entorno cercano (de diferentes edades, por ejemplo) a través de entrevistas breves, cómo la cuarentena influyó en los siguientes aspectos:
 - Encontrarse con la familia.
 - Estudiar/trabajar.
 - Hacer deporte.
 - Festejar los cumpleaños.
 - Los vínculos de pareja.

- El uso y disfrute del tiempo libre.
- El cuidado de sí mismo/a y de las demás personas.

Registren las respuestas obtenidas ya sea de manera escrita o mediante una grabación de audio o video. También pueden crear un formulario digital, por ejemplo en [Formularios de Google](#), y compartir el enlace con quienes quieran entrevistar (encontrarán un [tutorial de Formularios de Google](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).

- d. Analicen la información relevada considerando estas preguntas-guía:
- ¿Qué dimensiones de la comunicación (interpersonal, institucional, intercultural o mediada por los medios masivos) aparecen involucradas? ¿De qué modo se han visto influenciadas?
 - ¿Qué aspectos de la vida social parecieran no haber sufrido modificaciones con la pandemia? ¿Por qué?
- e. Elaboren una presentación de cuatro diapositivas, por ejemplo, en [Presentaciones de Google](#) o [LibreOfficeImpress](#) (pueden consultar el [tutorial de Presentaciones de Google](#) y el [tutorial de LibreOfficeImpress](#) en el Campus Virtual de Educación Digital) que sintetice la información que les parece más relevante.

Actividad 4 Vida cotidiana y pandemia: un análisis desde los medios

En la actividad anterior pudieron reflexionar sobre las modificaciones que la pandemia trajo a la vida cotidiana. ¿Cómo se plantean estas alteraciones desde los medios?

- a. Lean los siguientes artículos:
- [Cumpleaños virtual: el festejo infantil en medio de la pandemia de coronavirs que reunió invitados de 7 ciudades](#), en *Infobae* (25/3/2020).
 - [Entre arte y cuarentena: El creativo reto que arrasa en las redes](#), en *Mundo Deportivo* (20/4/2020).
 - [El 47% de las empresas sostendrá el teletrabajo post pandemia](#), en *Télam* (18/6/2020).
- b. Discutan entre ustedes y argumenten:
- ¿Qué prácticas sociales aparecen representadas en estas tres notas?
 - ¿Cuáles son los cambios en la vida cotidiana que trajo la pandemia según estos artículos?
 - ¿Cómo se plantean las transformaciones en las relaciones humanas, los modos de trabajo y el tiempo de ocio?
 - ¿Qué dimensiones de la comunicación se ven modificadas?

- ¿Creen ustedes que, a futuro, permanecerán estas nuevas costumbres? ¿Cuáles? ¿Por qué?
- c. Una vez discutidas y sistematizadas las respuestas, revisen las presentaciones realizadas en la actividad 3. Si creen necesario modificar o agregar alguna diapositiva que incluya lo discutido en esta actividad pueden hacerlo.
- d. Luego, hagan circular estas presentaciones para concientizar a todos/as acerca de cómo la pandemia de COVID-19 está permeando la comunicación humana y los modos de relacionarnos. Tal vez a algún familiar o amigo/a le sirva para conocer sus perspectivas y repensar su propia realidad.

Actividad 5 #quedateencasa. Campañas de concientización y cuidado

Han circulado distintos tipos de campañas y mensajes del Gobierno, de organizaciones sociales, del sector privado, y hasta apropiaciones “individuales” del *hashtag* o mensaje “#quedateencasa”, “#yomequedoencasa”. ¿Ustedes los usan/usaron? ¿Los conocen?

Parte A

- a. ¿Cómo surgen estos *hashtags*, cómo se difundieron, qué multiplicidad de usos se les dieron? ¿Se trata de un fenómeno local o global?

Para saber más sobre esto:

- Pueden escribir el *hashtag* en el buscador de una red social—la que quieran analizar—para ver todas las publicaciones que lo utilizan en los perfiles públicos.
 - Pueden utilizar [Google Trends](#), que analiza tendencias de búsqueda en Google. Por ejemplo, pueden buscar en esta plataforma las palabras claves que componen *hashtag* (“quedate en casa”). También pueden aplicar filtros por fecha, región, categorías y tipo de búsqueda, y comparar términos.
 - También hay herramientas que mapean la utilización de *hashtags* alrededor del mundo, por ejemplo, [Social Searcher](#). Al introducir el *hashtag* que se desea buscar, la herramienta arroja resultados de publicaciones en distintas redes sociales que lo usan.
- b. Registren la información que obtengan de estas consultas. ¿Qué elementos les llaman la atención? ¿Qué reflexiones les surgen luego de estas indagaciones? ¿Tendrá algo que ver con el establecimiento de agendas temáticas desde las redes y los medios? Tengan en cuenta lo observado en la [actividad 2](#) de esta secuencia, acerca del

establecimiento de las agendas temáticas desde los medios.
Elaboren cinco afirmaciones a favor de esta idea y cinco en contra.

Parte B

Campañas gubernamentales, de empresas privadas, de organizaciones sociales.

Para tener en cuenta

La publicidad y la propaganda tienen algo en común: las dos tratan de convencer acerca de algo a las personas. Las publicidades intentan que las personas elijan el producto o servicio que ellas ofrecen. Las propagandas, por su parte, buscan que las personas prefieran una idea (por ejemplo, una opinión política), que adopten una conducta (por ejemplo, cuidarse de una enfermedad) o que abandonen un hábito (por ejemplo, el consumo de tabaco). Las campañas de bien público son aquellas que asumen como uno de sus propósitos fundamentales la educación y movilización social en torno a temas o problemas de gran importancia para toda la ciudadanía o gran parte de ella.

Para ampliar: observen el programa [“En el medio / Periodismo y publicidad”](#), en Encuentro (temporada 1, episodio 12), acerca de las publicidades y las propagandas.

También pueden consultar [“Campañas”](#), en Educar.

En el caso de la pandemia, hay ciertos *hashtags* que se instalaron fuertemente, ciertas frases formuladas de un modo particular y que fueron recuperadas en campañas tanto del Estado como de los sectores privados.

- c. Investiguen cuáles han sido las campañas organizadas por el [Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires](#). Hubo muchas, como por ejemplo la que promovió el #quedateencasa, la de solidaridad con adultos mayores, la de inscripción a voluntariados, etcétera. Seleccionen tres de ellas y sintetícenlas en un cuadro como el que sigue:

Campaña	Objetivos que promueve	Destinatarios/as de la campaña	Recursos que utiliza	Efecto que busca alcanzar

- d. ¿Recuerdan campañas o publicidades que se hayan producido en nuestro país, desde alguna empresa privada que promueva el #quedateencasa? Elaboren un listado. Si no las

recuerdan investiguen en las redes sociales o en internet (pueden utilizar alguna de las estrategias mencionadas en el punto **a**).

Completen nuevamente el cuadro con estas campañas:

Campaña	Objetivos que promueve	Destinatarios/as de la campaña	Recursos que utiliza	Efecto que busca alcanzar

- e. Comparen ambas tablas. Elaboren un listado de diferencias y similitudes que encuentran entre las campañas gubernamentales y las de empresas privadas en relación con:
- los modos de producción del discurso de cada una de ellas,
 - los objetivos que promueve, y
 - el público al que se dirige.

¿Qué opinan? ¿Son publicidades o campañas?

- f. Organicen un breve informe con las conclusiones a las que arribaron y compártanlas con el curso.

Para seguir pensando



En Argentina la pandemia dio lugar a que los diarios unieran fuerzas para concientizar: [“Somos responsables”: todos los diarios con la misma tapa](#), Secretaría de Medios y Comunicación Pública de la Nación (19/03/2020).

Resumen de las campañas que se vieron en México para fomentar el #quedateencasa: [“Campaña ‘Quédate en casa, quédate vivo’ - Sábados de Foro”](#), en Noticieros Televisa.

Actividad 6 Los medios y el COVID-19

Los medios de comunicación y las redes sociales han sido protagonistas de la cuarentena. Marcaron la agenda de aquello que la sociedad supo respecto de esta situación crítica. Expertos y legos, en cantidades semejantes, saturaron la programación de los canales de aire y de cable; en la radio y en las redes sociales se los escuchó hablar continuamente.

Les proponemos, entonces, lo siguiente:

Medios 1

Miren el sitio [Confiar](#), que la Agencia de Noticias Télam organizó para la difusión de información acerca del COVID-19.

¿Conocen la expresión *infodemia*? ¿Alguna vez escucharon o leyeron acerca de ella? Se trata de una suerte de invasión descontrolada de información, no siempre verdadera, en este caso, acerca del virus y de todo lo que este representa.

- a. ¿Cómo define este sitio la *infodemia*? Registren una definición.
- b. Reconstruyan qué circulaba en los medios durante la pandemia, por ejemplo, el tipo de programación que ofrecían los canales. Elaboren un listado de programas y sintetizen las características centrales que estos presentaban.
- c. Indaguen también aquello que no apareció en el discurso televisivo y que ustedes consideraran que hubiera sido bueno que haya estado presente durante el devenir de la cuarentena. Piénsenlo desde su punto de vista, como público consumidor de ese discurso, y hagan el esfuerzo también de pensar en otro público destinatario, de otras edades. Pueden consultar a sus familiares o acompañantes acerca de estas ausencias.
- d. ¿Les parece que se dio la *infodemia*? ¿Por qué estarían a favor o en contra de esta idea? Argumenten y registren las respuestas obtenidas. Armen un listado para utilizar en la consigna siguiente.
- e. Redacten (de a pares) una carta de lector/a dirigida a un medio determinado, donde presenten los argumentos del punto **d.** y transmitan una reflexión sobre la *infodemia*.

Medios 2

La [Defensoría del Público](#) ha elaborado [un decálogo de recomendaciones para quienes comunican acerca de la pandemia](#).

Observen cada una de las recomendaciones y busquen ejemplos en los medios de comunicación y redes sociales en los que se cumplió aquello que se sugiere y otros en los que no se lo hizo. Puede ser una nota, un programa o un *podcast*. Son recomendaciones para todos/as los/as comunicadores/as.

Sistematícenlo en la siguiente tabla:

Recomendación	Se cumplió en	No se cumplió en
1. Difundir información proveniente de fuentes oficiales y especializadas en la temática.		
2. Brindar información socialmente relevante.		
3. El rol social de quien comunica: promover abordajes rigurosos y evitar el pánico.		
4. Priorizar el respeto de las personas: contextualizar los relatos de las víctimas.		
5. Difundir las acciones positivas en términos de prevención.		
6. Evitar enfoques que promuevan una mirada estigmatizante o discriminatoria sobre determinados colectivos sociales.		
7. Utilizar la palabra <i>transmisión</i> en lugar de <i>contagio</i> .		
8. Construir coberturas informativas que sean accesibles para todas las audiencias.		
9. Hacer foco en los hechos y no en los rumores para evitar estigmas.		
10. Comunicar para contribuir al sostenimiento de la confianza.		

Compartan entre ustedes los ejemplos seleccionados y conversen:

- ¿Por qué habrá sido necesario armar este decálogo?

- ¿Fue sencillo encontrar los ejemplos correspondientes?
- ¿Cuáles de estas recomendaciones son para ustedes las más importantes y por qué?
- ¿Agregarían alguna recomendación a este decálogo?

Medios 3

Les proponemos leer el apartado “Fuentes de información”, en [Leer medios en tiempos de infodemia](#), producido por el Programa Medios en la Escuela.

Realicen las consignas de la página 8.

Una vez elaboradas, comparen sus respuestas con alguno/a de sus compañeros/as y saquen cinco conclusiones al respecto.

Actividad 7 Los memes y el COVID-19

¿Qué sucedió con el humor y la creatividad, a través de los memes, durante la pandemia?

- a. Lean detenidamente esta nota de color [El humor en tiempos del coronavirus](#), en *Página 12* (17/3/2020).
 - Miren ahora el informe [“Salvavidas de cuarentena: Los memes y el humor en pandemia”](#), en C5N.
 - Rescaten las ideas principales de cada uno de ellos.
 - Comparen ambas perspectivas teniendo en cuenta la relación que establecen entre los memes, el humor y la situación social.
 - ¿Están de acuerdo con dichos planteos?
 - Piensen con sus compañeros/as ideas para el armado de algún meme. ¿Sobre qué aspecto les gustaría focalizar el mensaje?
 - Para crearlo, pueden utilizar alguna herramienta de edición de imagen como [Canva](#) o [Gimp](#) (encontrarán un [tutorial de Canva](#) y un [tutorial de Gimp](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).
- b. Miren ahora esta acción propuesta por algunos museos:
 - [Recrear cuadros famosos desde casa, así es el divertido viral para amenizar la cuarentena](#), en *Vogue* (3/4/2020).
 - [“Cuadros vivientes”: la gente imita famosas obras de arte y explotan las redes](#), en *Infobae* (2/4/2020).

- ¿Conocían ustedes estas propuestas? ¿Participaron alguna vez de este desafío creativo? ¿Les parece que habrá sido exitoso? Indaguen en internet las creaciones que surgieron.
- Propónganlo como acción para desarrollar en sus casas. Compartan luego sus producciones con amigos/as y docentes.

Actividad 8 Dar lugar a la propia voz

Hasta acá hemos recorrido un camino que nos permitió ir debatiendo acerca de temas diversos: el registro propio de la vida en cuarentena, las dimensiones de la comunicación puestas en tensión en tiempos de pandemia, nuevas relaciones de instituciones con usuarios/as(desafíos) o campañas gubernamentales, qué es la *infodemia*, criterios para validar noticias y fuentes, etcétera. También analizamos herramientas de comunicación, *hashtags*, redes sociales, comunicación visual, campañas de actores públicos y privados. Muchas de las temáticas debatidas hasta aquí pueden ser útiles para quienes nos rodean; por eso, es el momento de producir una síntesis que sirva para dar a conocer lo trabajado y compartirlo con la comunidad.

Les proponemos poner manos a la obra y seleccionar alguna de estas opciones para dar cierre a este trabajo:

- Invitar a la comunidad a producir colaborativamente un registro del presente pasado. Se trata de proponerles que envíen imágenes, relatos o aquello que represente y registre para ellos/as el período vivido en aislamiento, para construir un archivo multimedia de la cuarentena. Serán ustedes los encargados de organizar algún entorno digital, por ejemplo un mural colaborativo o un blog, donde compartir los materiales recibidos.
- Diseñar una campaña de concientización acerca de alguno de los aspectos abordados en esta secuencia de trabajo compartido (por ejemplo: quedarse en casa, ser solidarios con los mayores o algún vecino necesitado, protegerse al salir a la calle, mantener distancia, cuidado de los vínculos a la distancia, etc.). Puede ser un afiche, un *podcast* o un audio para compartir por redes, un *hashtag*, una breve animación o la suma de todas estas opciones. Lo importante es que sea claro el mensaje que quieren transmitir. Piensen detenidamente qué información compartirán, sobre qué temas les parece crucial alertar a la comunidad, por dónde la socializarán, y mediante qué recursos lo harán. Una vez elaborada la campaña, verifiquen con sus compañeros/as y docentes si se logra transmitir el mensaje deseado. Después de realizar los ajustes necesarios,

compártanla en las redes o canales que les parezcan más apropiados e inventen un *hashtag* para difundirla.

- Construir en conjunto orientaciones para evitar la desinformación. Pueden producir un meme, algún tipo de pieza digital breve que visibilice alguna estrategia. Por ejemplo: pueden tomar como referencia la cuenta [MedioFlash](#), en Instagram.

Tengan en cuenta todo lo analizado en la [actividad 6](#) de esta secuencia para su producción. Una vez elaboradas estas orientaciones, chequeen con sus compañeros/as y docentes si se comprenden, y luego compártanlas en las redes.

Recursos digitales



Algunas orientaciones prácticas

- Para la producción de un registro colaborativo, se puede crear un mural digital, por ejemplo en [Padlet](#), un blog o un sitio web (por ejemplo, en [Blogger](#) o [Wix](#)). Será fundamental en este punto establecer por qué canales se invitará a la comunidad a participar y qué criterios se emplearán para la moderación de las interacciones, la selección y curaduría de los materiales compartidos. Por ejemplo, en [Padlet](#) se puede seleccionar el tipo de interacción de los/as usuarios/as desde la configuración del mural. Encontrarán un [tutorial de Padlet](#), un [tutorial de Blogger](#) y un [tutorial de Wix](#) en el Campus Virtual de Educación Digital.
- Para la creación de un audio o de un *podcast*, pueden utilizar un programa de edición de audio, como [Audacity](#) (encontrarán un [tutorial de Audacity](#) en el Campus Virtual de Educación Digital). También pueden recurrir a la grabadora de sonidos del dispositivo que utilicen (teléfono celular, computadora), y a bancos de sonido y música con derecho a reutilización, como [DigCCMixer](#), [Free Music Archive](#), [Open Music Archive](#) o [Freesound](#).
- Si deciden crear piezas gráficas (por ejemplo, afiches, memes, infografías, *flyers*), pueden utilizar herramientas como [Canva](#), [Inkscape](#) o [Gimp](#). Algunas de estas herramientas permiten incluir elementos interactivos (por ejemplo, enlaces). Pueden consultar el [tutorial de Canva](#), el [tutorial de Inkscape](#) y el [tutorial de Gimp](#) en el Campus Virtual de Educación Digital.
- Para la realización de una pieza audiovisual, pueden utilizar algún editor de video o de animaciones, como [ffDiaporama](#), [OpenShot](#), [Powtoon](#) o [Animotica](#) (ver [tutorial de ffDiaporama](#), [tutorial de Powtoon](#) y [tutorial de OpenShot](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).



Vamos Buenos Aires