ACTIVIDAD PRÁCTICA : ESTEREOTIPOS EN LAS REDES SOCIALES - MOVILIZAR A LOS DEMÁS

Autores: Zavod Risa

Marco de Competencias de EntreComp: Movilizar a otros

Detectar oportunidades, creatividad, pensamiento ético y sostenible, autoconocimiento y autoeficacia, tomar la iniciativa, trabajar con otros, aprender a través de la experiencia.

Finalidad y destinatarios

La actividad consiste en investigar y desafiar los estereotipos a través de una campaña en las redes sociales, promoviendo el pensamiento crítico y la alfabetización mediática. Beneficia a los estudiantes de secundaria, a los educadores y a la sociedad, fomentando la empatía, reduciendo los prejuicios y promoviendo la inclusión. Los alumnos pueden aplicar estas habilidades para abordar los estereotipos e impulsar un cambio positivo. Los principales destinatarios son los estudiantes, los educadores y la sociedad, adquiriendo conciencia y habilidades de pensamiento crítico.

Resultados de aprendizaje

1. Identificar los estereotipos de discapacidad en los medios de comunicación y en la sociedad.
2. Desafiar los estereotipos a través de narrativas alternativas.
3. Crear campañas impactantes en las redes sociales contra los estereotipos.
4. Aplicar habilidades de alfabetización mediática para el análisis crítico.
5. Colaborar eficazmente y abogar por el cambio social.

Descripción de las actividades y ejercicios

Paso 1

Título de la presentación: "Explorando los estereotipos de la discapacidad en los medios de comunicación y la sociedad"

- El docente introduce la prevalencia y el impacto de los estereotipos de discapacidad en diversos medios de comunicación, fomentando el pensamiento crítico.
- Tarea de investigación (alumnos): En grupos, los estudiantes investigan e identifican estereotipos comunes de discapacidad en los medios de comunicación, incluidas las películas, la televisión, los anuncios y el contenido en línea.

Co-funded by the European Union

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

- Preparación de la presentación (alumnos): Los grupos compilan listas de estereotipos con ejemplos y medios de apoyo, discutiendo el daño y la importancia de desafiarlos.

Paso 2

1. Discusión grupal: Los estudiantes discuten los estereotipos identificados y analizan su impacto negativo en las percepciones de las personas con discapacidad.
2. Puntos de vista alternativos: Los grupos hacen una lluvia de ideas sobre narrativas que destacan las fortalezas y las diversas experiencias de las personas con discapacidades.
3. Planificación de campañas en redes sociales: Los estudiantes planifican una campaña para crear conciencia sobre los estereotipos, el establecimiento de objetivos, el público objetivo, los mensajes y las plataformas.

Paso 3

Evaluación e implementación (sensibilización):

1. Campaña en redes sociales: Los grupos crean e implementan campañas con videos, infografías y publicaciones para desafiar los estereotipos e interactuar con su audiencia.
2. Evaluación: El profesor evalúa las campañas en cuanto a creatividad, claridad de los mensajes, compromiso e impacto de la concienciación.
3. Reflexión: Los estudiantes reflexionan sobre sus experiencias, discutiendo el aprendizaje, los desafíos y el impacto de sus campañas en la creación de conciencia y el desafío de los estereotipos. Este enfoque práctico desarrolla el pensamiento crítico y las habilidades de alfabetización mediática.

Metodología

Las estrategias de enseñanza y aprendizaje en esta actividad incluyen el aprendizaje basado en proyectos (ABP) para la motivación y la personalización, el aprendizaje cooperativo para la colaboración entre pares y la reflexión para comprender el impacto. El ABP motiva a través de tareas del mundo real, mientras que la cooperación fomenta diversas perspectivas. Las sesiones de reflexión evalúan las percepciones individuales y la aplicación de conceptos, mejorando el pensamiento crítico y las habilidades de alfabetización mediática.

Recursos de apoyo

1. Sitios web de verificación de datos (por ejemplo, Snopes, FactCheck.org, PolitiFact)
2. Sitios web educativos (por ejemplo, Common Sense Education)

Co-funded by the European Union

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

3. Herramientas de diseño (Canva, Adobe Spark)

4. Gestión de redes sociales (Hootsuite)

5. Colaboración (Google Workspace)

6. Herramientas de encuestas (Google Forms, SurveyMonkey)

7. Herramientas de creación de rúbricas

8. Videos educativos (TED-Ed, canales de YouTube)

9. Aplicaciones de verificación de datos (FactStream, NewsGuard)

10. Pizarra y rotuladores

11. Medios impresos (recortes de periódicos)

Duración: 15 a 20 horas. Las duraciones reales pueden variar.

1. Investigación y discusión (5-7 horas): Investigación de estereotipos y discusiones grupales.

2. Planificación de campañas en redes sociales (5-7 horas): Establecimiento de objetivos, investigación de audiencia, mensajes y selección de plataformas.

3. Implementación de la campaña (5-6 horas): Creación de contenido, publicación, participación y monitoreo.

4. Evaluación y reflexión (1-2 horas): Evaluación y reflexión sobre el impacto de la campaña.

Nivel de competencia:

1. EQF 2 (Básico): Los estudiantes siguen una guía, con instrucciones claras del profesor.

2. EQF 3 (Intermedio): Los estudiantes comienzan a asumir más responsabilidades, contribuyendo a la planificación y mostrando iniciativa.

3. EQF 4 (Avanzado): Los estudiantes trabajan con mayor independencia, tomando decisiones informadas y participando activamente en la planificación y la reflexión.

4. EQF 5 (Autonomía Total): Los estudiantes demuestran un alto grado de autonomía, asumiendo la plena responsabilidad de su aprendizaje, planificación y evaluación con una orientación mínima.

Co-funded by the European Union

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.