

Programa de asignatura Retos de la ciudadanía digital

Nombre Escuela:	Administración
Nombre área académica:	Dirección, estrategias y organización
Nombre Programa:	Núcleo de Formación Institucional
Nombre Programa Académico:	Retos de la ciudadanía digital
Nombre Programa Académico (En inglés):	Challenges of digital citizenship
Materia Prerrequisito	Ninguna
Semestre De Ubicación:	Libre
Código CINE:	X
Código EAFIT:	OG0408
Intensidad Horaria Semanal	3 Horas
Intensidad Horaria Semestral	48 Horas
Créditos	3
Características	No suficientable

1. Justificación

Durante el último lustro (2017-2022) se han desarrollado diferentes estudios en importantes universidades del mundo que permiten afirmar que los estudiantes universitarios están mal equipados para evaluar la veracidad de la información en línea. Además, los estudiantes subestiman la importancia de evaluar críticamente dicha información, incluso cuando se les brindan herramientas para hacerlo. Este curso busca solucionar ambos problemas, brindando las habilidades necesarias para evaluar críticamente la información digital y enfatizando la importancia como ciudadanos digitales de consumir y difundir información confiable.

2. Objetivo general de la asignatura

Desarrollar la capacidad para buscar y analizar críticamente la información en línea, así como el interés y la voluntad para hacerlo.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

Al culminar esta materia, el estudiante habrá aprendido cómo y por qué la desinformación se difunde en línea, por qué es importante tratar la información en línea con cuidado y cómo hacerlo. Estas habilidades se avanzarán a través de los siguientes resultados de aprendizaje:

3.1 Competencias genéricas:

Pensamiento Crítico: capacidad de analizar y evaluar la consistencia de los razonamientos.

Pensamiento Sistémico: capacidad para analizar sistemas complejos y pensar cómo están integrados dentro de distintos dominios y escenarios.

3.2 Resultados de Aprendizaje

RA1. Comprende la lógica y la economía política de los algoritmos de la información en línea y sus efectos psicológicos y sociológicos.

RA2: Analiza críticamente los conceptos de “hechos”, “valores” y “verdad” en la sociedad contemporánea cultivando una actitud escéptica ante la información (sin caer en teorías de la conspiración).

RA3: Aplica procedimientos específicos para analizar la información en línea (por ejemplo, “lectura lateral” y “*factchecking*”).

RA4: Reconoce la importancia de implicarse en el tratamiento cuidadoso de la información y de evitar la difusión de información no verificada.

3.3 Relación entre competencias genéricas y resultados de aprendizaje

Resultado de aprendizaje	Competencia genérica
1: Comprende la lógica y la economía política de los algoritmos de la información en línea y sus efectos psicológicos y sociológicos.	Pensamiento sistémico
2: Analiza críticamente los conceptos de “hechos”, “valores” y “verdad” en la sociedad contemporánea cultivando una actitud escéptica ante la información (sin caer en teorías de conspiración).	Pensamiento crítico
3: Aplica procedimientos específicos para analizar la información en línea (por ejemplo, “lectura lateral” y “ <i>factchecking</i> ”).	Pensamiento crítico
4: Reconoce la importancia de implicarse en el tratamiento cuidadoso de la información y de evitar la difusión de información no verificada.	Pensamiento sistémico

4. Contenidos

Unidad 1: Explicación

Duración: 4 semanas- 12 horas de trabajo presencial, 18 horas de trabajo independiente

Contenidos:

- Presentación del problema de *fake news* y la economía política de las redes sociales (algoritmos, *troll farms*, manipulación política, etc.) **[RA1]**
- Presentación de los efectos psicológicos y sociológicos de las redes sociales **[RA1]**

Unidad 2: Comprensión

Duración: 4 semanas- 12 horas de trabajo presencial, 18 horas de trabajo independiente

Contenidos:

- Contextualización de los conceptos de "hechos", "valores", y "verdad" [RA2]
- Reconocer entre actitud crédula, duda razonable y teorías de conspiración [RA2]

Unidad 3: Aplicación

Duración: 8 semanas- 24 horas de trabajo presencial, 36 horas de trabajo independiente

Contenidos:

- Procedimientos específicos para analizar la información en línea (por ejemplo, “lectura lateral” y “factchecking”) [RA3]
- Tratamiento cuidadoso de la información y difusión de información confiable. [RA4]

5. Estrategias metodológicas y cronograma

5.1 Metodología

Además de las charlas de clase tradicionales y la preparación previa de lecturas, el curso aplica un elemento sustancial de aprendizaje activo. Los estudiantes participan en experimentos sobre los efectos de las redes sociales en la atención, la memoria, la cognición y la autoestima. Los estudiantes también trabajan en grupos y participan en evaluaciones entre pares para identificar los sesgos en línea y expresar la importancia de la ciudadanía digital.

5.2 Cronograma

Cronograma Retos de ciudadanía digital			
Unidad	Semana	Tema	Resultado de Aprendizaje
1. Explicación	1	Pacto Pedagógico; Introducción al concepto de inteligencia medial	RA1
	2	El problema de <i>fake news</i> y la amenaza que puede representar para la democracia	
	3	La economía política de las redes sociales	
	4	Los efectos psicológicos y sociológicos de las redes sociales	
2. Comprensión	5	Introducción epistemológica: ¿qué es la verdad?	RA2
	6	Contextualización de los conceptos de "hechos", "valores" y “sesgos”	

	7	¿Por qué la gente se cae en teorías de conspiración?	
	8	Actitudes crédulas y dudas razonables sobre la información en línea	
3. Aplicación	9	Diagnóstico de competencias para distinguir entre información confiable y no confiable	RA3
	10	Introducción a los procedimientos específicos para analizar la información en línea	
	11	Lectura lateral y factchecking (procedimientos para analizar la información en línea)	
	12	Lectura lateral y factchecking II (procedimientos para analizar la información en línea)	
	13	Lectura lateral y factchecking III (procedimientos para analizar la información en línea)	
	14	Diagnóstico de actitudes sobre la importancia de consumir y compartir información confiable	RA4
	15	Ciudadanía digital I (la importancia de consumir y compartir información confiable)	
	16	Ciudadanía digital II (la importancia de consumir y compartir información confiable)	

6. Recursos

6.1 Locativos:

Aulas de clase, espacios interactivos (aulas invertidas)

6.2 Tecnológicos:

Acceso a cuentas de las redes sociales para uso experimental; software para montar encuestas (p.e. Qualtrics). Jamovi (v. 1.6; The Jamovi project, 2021).

6.3 Didácticos:

Materiales audiovisuales, documentales, películas, artículos científicos en bases de datos, fichas y juegos didácticos que se irán desarrollando en la asignatura

7. Criterios de evaluación académica

Resultado de Aprendizaje	Criterio de Evaluación
1. Comprende la lógica y la economía política de los algoritmos de la información en línea y sus efectos psicológicos y sociológicos	Identificar los factores detrás de la producción de información no confiable
	Identificar los efectos psicológicos principales asociados con el uso prolongado de redes sociales
2. Analiza críticamente los conceptos de “hechos”, “valores” y “verdad” en la sociedad	Distinguir entre hechos y valores e identificar el área gris entre ellos

contemporánea cultivando una actitud escéptica ante la información (sin caer en teorías de la conspiración).	Explicar los efectos de los sesgos cognitivos en el consumo de información en línea
3. Aplica procedimientos específicos para analizar la información en línea (por ejemplo, “lectura lateral” y “factchecking”).	Demostrar conocimiento de las mejores prácticas para evaluar la confiabilidad de información en línea
	Crear contenido enseñando cómo evaluar la información en línea
4. Reconoce la importancia de implicarse en el tratamiento cuidadoso de la información y de evitar la difusión de información no verificada.	Explica las consecuencias sociales de compartir información no confiable
	Crear contenido sobre la importancia de la ciudadanía digital

8. Bibliografía

Breakstone, J., McGrew, S., Smith, M., Ortega, T., & Wineburg, S. (2018). Why we need a new approach to teaching digital literacy. *Phi Delta Kappan*, 99(6), 27–32. <https://doi.org/10.1177/0031721718762419>

Breakstone, J., Smith, M., Connors, P., Ortega, T., Kerr, D., & Wineburg, S. (2021). Lateral reading: College students learn to critically evaluate Internet sources in an online course. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-56>

Breakstone, J., Smith, M., Ziv, N., Wineburg, S. (2022). Civic Preparation for the Digital Age: How College Students Evaluate Online Sources about Social and Political Issues, *The Journal of Higher Education*. Advance online edition. DOI: [10.1080/00221546.2022.2082783](https://doi.org/10.1080/00221546.2022.2082783)

Brodsky, J. E., Brooks, P. J., Scimeca, D., Todorova, R., Galati, P., Batson, M., Grosso, R., Matthews, M., Miller, V., & Caulfield, M. (2021). Improving college students’ fact-checking strategies through lateral reading instruction in a general education civics course. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 6(23), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s41235-021-00291-4>

Carr, N. (2020). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. WW Norton & Company.

Choi, W., & Stvilia, B. (2015). Web credibility assessment: Conceptualization, operationalization, variability, and models. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(12), 2399-2414. <https://doi.org/10.1002/asi.23543>

Choi, M. (2020, October 11). When Gen Z is the source of the misinformation it consumes. *Politico*. <https://www.politico.com/news/2020/10/11/gen-z-misinformation-politics-news-conspiracy-423913>

- Colby, A., Beaumont, E., Ehrlich, T., & Stephens, J. (2003). *Educating citizens: Preparing America's undergraduates for lives of moral and civic responsibility* (Vol. 6). John Wiley & Sons.
- Deibert, R. (2019). The Road to Digital Unfreedom. Three painful truths about social media. *Journal of Democracy*, 30, 25-39.
- Dissen, A., Qadiri, Q., & Middleton, C. J. (2021). I read it online: Understanding how undergraduate students assess the accuracy of online sources of health information. *American Journal of Lifestyle Medicine*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/1559827621990574>
- Evans, B. J., Marsicano, C. R., & Lennartz, C. J. (2019). Cracks in the bedrock of American democracy: Differences in civic engagement across institutions of higher education. *Educational Researcher*, 48(1), 31-44. <https://doi.org/10.3102/0013189X18809053>
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2020). Source credibility. In J. Van den Bulck (Ed.), *The international encyclopedia of media psychology* (pp. 1-5). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0289>
- Fogg, B. J., Soohoo, C., Danielson, D. R., Marable, L., Stanford, J., & Tauber, E. R. (2003). How do users evaluate the credibility of web sites? A study with over 2,500 participants. *DUX '03: Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences*, 1-15. <https://doi.org/10.1145/997078.997097>
- Gigerenzer, G., & Goldstein, D. G. (1996). Reasoning the fast and frugal way: Models of bounded rationality. *Psychological Review*, 103(4), 650-669. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.4.650>
- Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision making. *Annual Review of Psychology*, 62, 451-482. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120709-145346>
- Hansen, K., Gerbasi, M., Todorov, A., Kruse, E., & Pronin, E. (2014). People Claim Objectivity After Knowingly Using Biased Strategies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(6), 691-699. <https://doi.org/10.1177/0146167214523476>
- Hargittai, E., Fullerton, L., Menchen-Trevino, E., & Thomas, K. Y. (2010). Trust online: Young adults' evaluation of Web content. *International Journal of Communication*, 4, 468-494. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/636/423>
- Head, A., Wihbey, J., Metaxas, P. T., MacMillan, M., & Cohen, D. (2018). *How students engage with news: Five takeaways for educators, journalists, and librarians*. Project

Information Literacy Research Institute. <https://projectinfolit.org/pil-public-v1/wp-content/uploads/2020/08/newsreport.pdf>

Hilligoss, B., & Rieh, S. Y. (2008). Developing a unifying framework of credibility assessment: Construct, heuristics, and interaction in context. *Information Processing and Management*, 44(4), 1467–1484. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2007.10.001>

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.

Iding, M. K., Crosby, M. E., Auernheimer, B., & Klemm, B. (2009). Web site credibility: Why do people believe what they believe? *Instructional Science*, 37, 43–63. <https://doi.org/10.1007/s11251-008-9080-7>

Kight, S. W. (2020, September 15). *Gen Z is eroding the power of misinformation*. Axios. <https://www.axios.com/gen-z-is-eroding-the-power-of-misinformation-5940e3cd-e3d0-44a1-b66c-93be45fe1d2c.html>

Kirschner, P. A., & van Merriënboer, J. J. G. (2013). Do learners really know best? Urban legends in education. *Educational Psychologist*, 48(3), 169–183. <https://doi.org/10.1080/00461520.2013.804395>

Leeder, C. (2019). How college students evaluate and share “fake news” stories. *Library and Information Science Research*, 41, 1-11. ^[L]_[SEP]

Lim, S. (2020). Academic library guides for tackling fake news: A content analysis. *Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102195. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102195>

List, A., Grossnickle, E. M., & Alexander, P. A. (2016). Undergraduate students’ justifications for source selection in a digital academic context. *Journal of Educational Computing Research*, 54(1), 22–61. <https://doi.org/10.1177/0735633115606659>

Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of personality and social psychology*, 37(11), 2098-2109.

Lurie, E., & Mustafaraj, E. (2018). Investigating the effects of Google’s search engine result page in evaluating the credibility of online news sources. *Proceedings on the 10th ACM Conference on Web Science*. ACM Digital Library. <https://doi.org/10.1145/3201064.3201095>

Martoukou, K., Fulton, C., Kostagiolas, P., & Lavranos, C. (2020). A study of higher education students’ self-perceived digital competences for learning and everyday life online

participation. *Journal of Documentation*, 76(6), 1413–1458. <https://doi.org/10.1108/JD-03-2020-0041>

McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M., & Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory & Research in Social Education*, 46(2), 165–193. <https://doi.org/10.1080/00933104.2017.1416320>

McGrew, S., Smith, M., Breakstone, J., Ortega, T., & Wineburg, S. (2019). Improving university students' web savvy: An intervention study. *British Journal of Educational Psychology*, 89(3), 485–500. <https://doi.org/10.1111/bjep.12279>

McKay, S. and Tenove, C. (2021). Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy. *Political Science Research Quarterly*, 74(3), 703-717. ^[L]_[SEP]

Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078–2091. <https://doi.org/10.1002/asi.20672>

Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Medders, R. B. (2010). Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication*, 60(3), 413–439. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01488.x>


Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2015). Psychological approaches to credibility assessment online. In S. S. Sundar (Ed.), *The handbook of the psychology of communication technology*, Wiley. (pp. 445–466). <https://doi.org/10.1002/9781118426456>

El Rayess, M., Chebl, C., Mhanna, J., Hage, R-M. (2018). Fake news judgement: The case of undergraduate students at Notre Dame. *Reference Services Review*, 46(1), 146-169.

Pan, B., Hembrooke, H., Joachims, T., Lorigo, L., Gay, G., & Granka, L. (2007). In Google we trust: Users' decisions on rank, position, and relevance. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 801–823. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00351.x>

Pornpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: A critical review of five decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(2), 243–281. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02547.x>

Pronin, E., Lin, D. Y., & Ross, L. (2002). The Bias Blind Spot: Perceptions of Bias in Self Versus Others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(3), 369–381. <https://doi.org/10.1177/0146167202286008>

- Reed, Edward S., Elliot Turiel, and Terrance Brown, eds. *Values and knowledge*. Psychology Press, 2013.
- Ross, L. Greene, D., House, P. (1977). The “false consensus effect”: An egocentric bias in social perception and attribution processes, *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(3), 279-301. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(77\)90049-X](https://doi.org/10.1016/0022-1031(77)90049-X).
- Stroup, J. T., Bunting, H., Dodson, K., Horne, M., & Portilla, J. (2013). Promoting a deliberative and active citizenry: Developing traditional first year college student political engagement. *College Teaching*, 61(4), 116–126. <https://doi.org/10.1080/87567555.2013.809327>
- The Jamovi Project (2021). *jamovi*. (Version 1.6) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>.
- Thomas, D. R. (2006). A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data. *American Journal of Evaluation*, 27(2), 237-246. <https://doi.org/10.1177/1098214005283748>
- Vosoughi, S, Roy, D., and Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151. 
- Wiley, J., Goldman, S. R., Graesser, A. C., Sanchez, C. A., Ash, I. K., & Hemmerich, J. A. (2009). Source evaluation, comprehension, and learning in Internet science inquiry tasks. *American Educational Research Journal*, 46(4), 1060–1106. <https://doi.org/10.3102/0002831209333183>
- Wineburg, S., & McGrew, S. (2019). Lateral reading and the nature of expertise: Reading less and learning more when evaluating digital information. *Teachers College Record*, 121(11), 1–40. <https://doi.org/10.1177/016146811912101102>
- Weinburg, S., Breakstone, J., Ziv, N., and Smith, M. (2020). Educating for Misunderstanding: How Approaches to Teaching Digital Literacy Make Students Susceptible to Scammers, Rogues, Bad Actors, and Hate Mongers. *Working Paper*, Stanford History Education Group, Stanford University, 22pp.
- Young, E. (2015). *How millennials get news: Inside the habits of America's first digital generation*. NORC Center for Public Affairs Research & American Press Institute. <http://www.mediainsight.org/PDFs/Millennials/Millennials%20Report%20FINAL.pdf>
- Zuboff, S. (2015) Big Other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology* 30, 75-89.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile Books.

9. Requisitos del proceso de aseguramiento de la calidad

Versión número: 1
Fecha elaboración: agosto de 2022
Responsable: Joshua Large