

# Módulo 6

## Narrativa inclusiva: amplificar las voces diversas en el espacio digital

*Desarrollado por EUCEN*



[www.includememedia.eu](http://www.includememedia.eu)

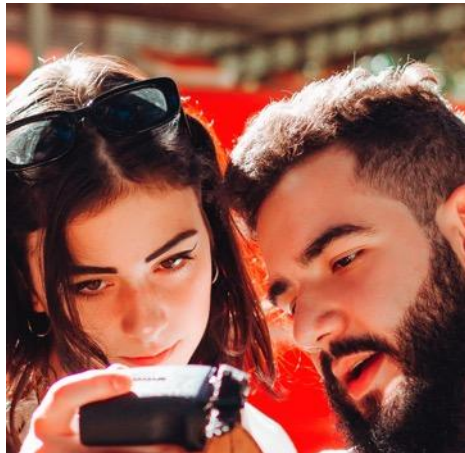
This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

\* Nota para reducir el desperdicio: imprima este documento en escala de grises o en blanco y negro, en lugar de a color. Imprima a doble cara (duplex) y, si es posible, imprima varias diapositivas o páginas en una sola hoja.



**02** **Página 5**

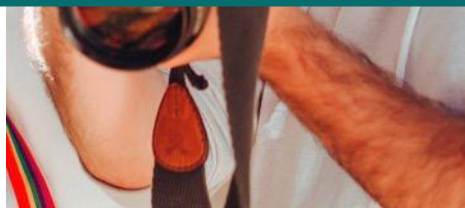
**Tema 2**  
El poder de la narrativa digital: desafiar los estereotipos y promover la equidad



**04** **Página 11**

**Tema 4**  
La preservación cultural en la era digital: salvaguardar el patrimonio y las voces indígenas

**Módulo 6:** Narración inclusiva: amplificar las voces diversas en el espacio digital



**01** **Página 4**

**Tema 1**  
Representación en los medios digitales: el panorama europeo de la diversidad y la inclusión



**03** **Página 9**

**Tema 3**  
La narración digital para el cambio social: iniciativas europeas y casos prácticos



# Resultados del aprendizaje

---

## Tema 1: La representación en los medios digitales: el panorama europeo de la diversidad y la inclusión

- Analizar la situación actual de la diversidad, la equidad y la inclusión en **los medios digitales europeos**.
- Identificar **las lagunas y los sesgos en la representación mediática** y su **impacto** en las comunidades marginadas.

## Tema 2: El poder de la narrativa digital: cuestionar los estereotipos y promover la equidad

- Examinar cómo la narración digital puede **romper los estereotipos y remodelar las percepciones sociales**.
- Comprender el impacto de la representación mediática **en la justicia social y la equidad**.

## Tema 3: La narración digital para el cambio social: iniciativas europeas y casos prácticos

- Evaluar la eficacia de las iniciativas de narración digital para **impulsar la concienciación social y la defensa de causas**.
- Explorar el papel de **la narración participativa** en el empoderamiento de las comunidades marginadas.

## Tema 4: Preservación cultural en la era digital: salvaguarda del patrimonio y las voces indígenas

- Comprender el papel de los medios digitales en **la documentación y la preservación del patrimonio cultural**.
- Evaluar las consideraciones éticas en **la narración cultural y la representación indígena**.

# Tema 1

---

La representación en los medios digitales: el panorama europeo de la diversidad y la inclusión





## Área de interés 1

Estado de la  
representación

# Análisis de la diversidad en los medios digitales europeos en función de la raza, el género, la discapacidad y las identidades LGBTQ+

La representación en los medios influye directamente en la percepción del público, moldeando las actitudes hacia las diferentes comunidades.

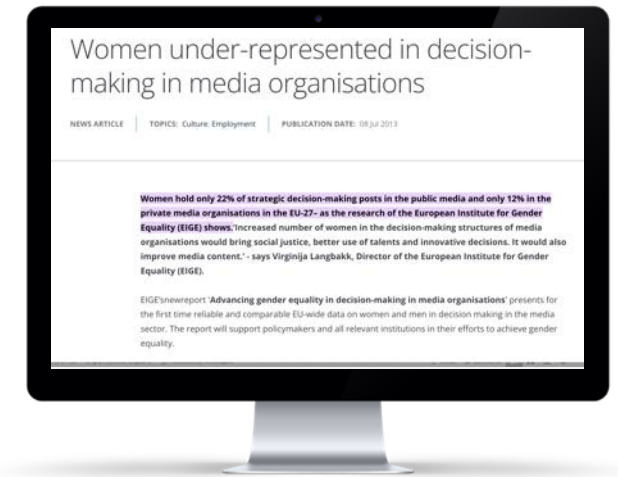
En Europa, los esfuerzos por aumentar la diversidad en los medios digitales siguen siendo desiguales, con algunos sectores que avanzan mientras que otros se quedan atrás.

Los estudios muestran una infrarrepresentación de las minorías raciales, las mujeres y las personas con discapacidad en los puestos de liderazgo y en los contenidos de los medios de comunicación.

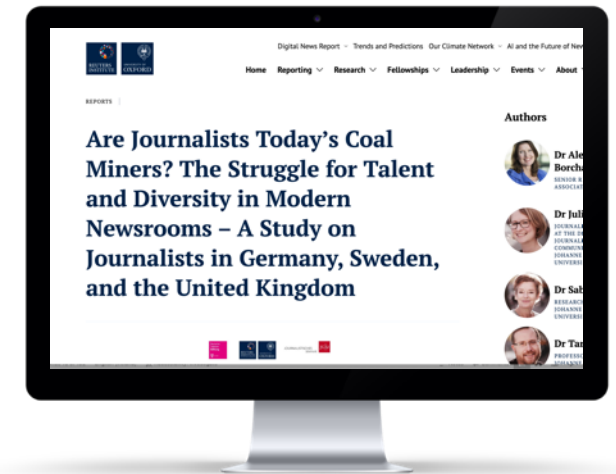
# Infra-representación en los puestos de liderazgo de los medios de comunicación

Los datos europeos muestran que la toma de decisiones sigue siendo abrumadoramente masculina y homogénea:

- [Una investigación](#) del Instituto Europeo para la Igualdad de Género puso de manifiesto que **las mujeres** ocupan solo el **22 %** de los puestos de liderazgo estratégico en los medios de comunicación públicos —y solo el 12 % en los medios privados—, a pesar de que constituyen casi la mitad de la plantilla del sector.
- Un [estudio reciente](#) del Instituto Reuters para la Investigación Periodística, que examina la composición de los consejos editoriales de los medios de comunicación impresos y en línea más importantes, reveló que ninguna de las principales empresas de medios de comunicación de Alemania y el Reino Unido cuenta con un director editorial **que no sea de raza blanca**.



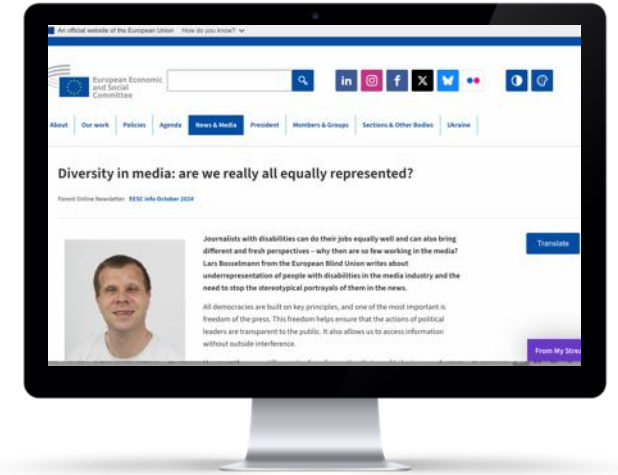
[Haga clic para ver](#)



[Haga clic aquí para ver](#)

# Infra-representación en los puestos de liderazgo de los medios de comunicación

- [Las cifras actuales](#) muestran que **las personas con discapacidad** no están representadas entre el personal de los periódicos, las emisoras de radio y las cadenas de televisión.
- Un informe de 2017 de [Ascend Leadership](#) reveló que, a pesar de que **los profesionales asiáticos** están casi tan representados como los profesionales blancos en las principales empresas de Silicon Valley, los empleados blancos tenían aproximadamente un 154 % más de probabilidades de ocupar puestos ejecutivos.



[Haga clic para ver](#)

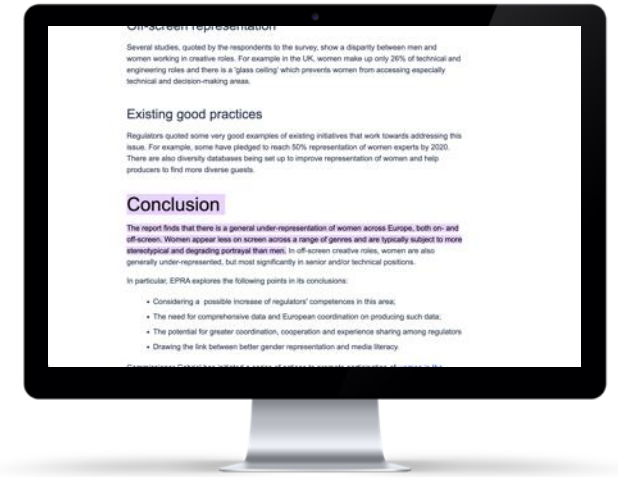


[Haga clic para leer](#)

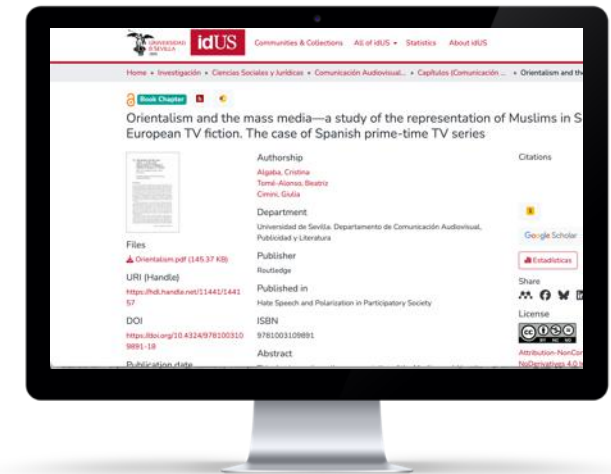
# Representación en pantalla

El reparto y la caracterización en pantalla siguen excluyendo o estereotipando a los grupos marginados:

- Un [informe](#) de la Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras muestra que **las mujeres** aparecen con menos frecuencia en todos los géneros, tienen menos presencia en la programación en horario de máxima audiencia y a menudo son retratadas de forma estereotipada o degradante.
- Un [análisis](#) de [contenidos](#) de la televisión de producción española (INE, 2010) reveló que **los personajes inmigrantes** representaban solo el 7,8% de los papeles, a pesar de que los inmigrantes constituyen el 12,2% de la población. No solo están infrarrepresentados, sino que también se les retrata de forma más negativa que a los personajes autóctonos.



[Haga clic para ver](#)

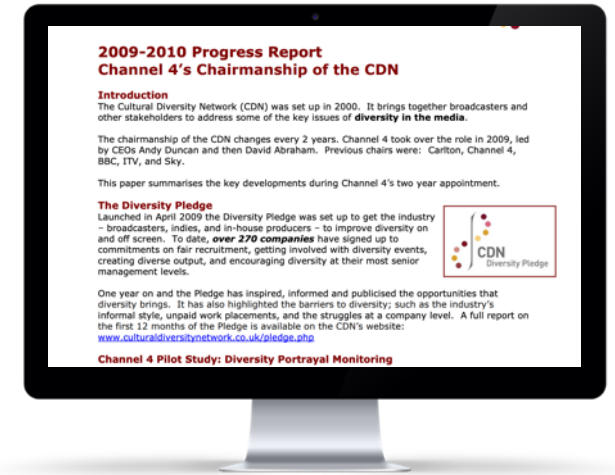


[Haga clic aquí para ver](#)

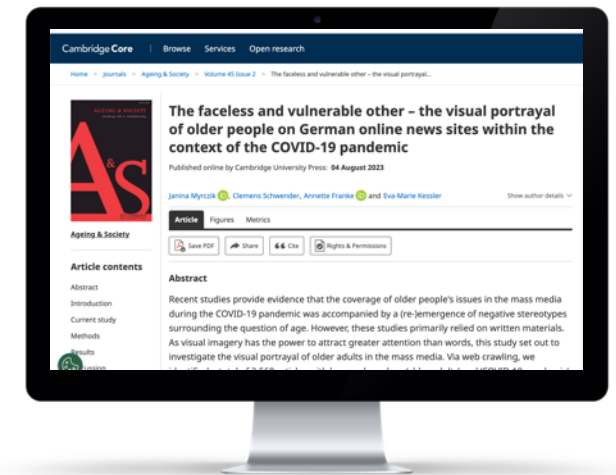
# Representación en pantalla

→ En el Reino Unido, el 20 % de la población tiene **alguna discapacidad**, pero menos del 1 % aparece representado en la televisión británica ([Informe de progreso de la CDN 2009-10](#)).


→ [Estudios recientes](#) demuestran que la cobertura de los problemas de las personas **mayores** en los medios de comunicación durante la pandemia de COVID-19 vino acompañada de un resurgimiento de los estereotipos negativos en torno a la cuestión de la edad.



[Haga clic para leer](#)



[Haga clic para ver](#)

A photograph of several small wooden human figures scattered on a dark surface, with a wooden beam or ramp running diagonally across the scene.

# Identificación de sesgos sistémicos, limitaciones económicas e influencias algorítmicas en la representación

## Área de interés 2

Barreras a la inclusión

El sector de los medios digitales se enfrenta a barreras estructurales y sistémicas que dificultan la representación en los medios, entre ellas prácticas de contratación sesgadas, limitaciones económicas y sesgos algorítmicos en la distribución de contenidos. En esta sección se analiza cómo las plataformas digitales pueden reforzar las narrativas dominantes al tiempo que limitan la visibilidad de los creadores marginados.



# ¿Qué obstaculiza la diversidad en los medios de comunicación?



**Como hemos visto, la representación en el panorama mediático europeo sigue siendo limitada y desigual. Pero, ¿qué está detrás de esta persistente falta de diversidad?**

En el entorno actual de los medios digitales, las barreras estructurales profundamente arraigadas —que van desde prácticas de contratación discriminatorias y una financiación crónicamente insuficiente hasta un filtrado algorítmico opaco— siguen determinando quién llega a ocupar puestos de liderazgo, quién dispone de los recursos para crear y cuyas voces se amplifican. Estos obstáculos no solo restringen el acceso a la creación, sino que también refuerzan las narrativas dominantes al marginar sistemáticamente a las mujeres, las minorías étnicas, las personas con discapacidad y otros grupos vulnerables.

En esta sección, exploraremos algunas de las principales barreras que siguen obstaculizando la representación equitativa en los medios de comunicación europeos.

# Prácticas de contratación sesgadas



A pesar de las promesas en sentido contrario, muchas empresas del sector tecnológico y de los medios de comunicación siguen contratando de formas que perjudican a los grupos infrarrepresentados:

→ En una [encuesta](#) realizada a 14 000 profesionales del sector tecnológico (entre los que se incluían 4000 reclutadores con sede en Europa), el 65 % admitió que sus propias decisiones de contratación se veían influidas por sesgos inconscientes o conscientes, lo que confirma que las prácticas discriminatorias en la contratación persisten incluso entre los responsables de formar equipos.



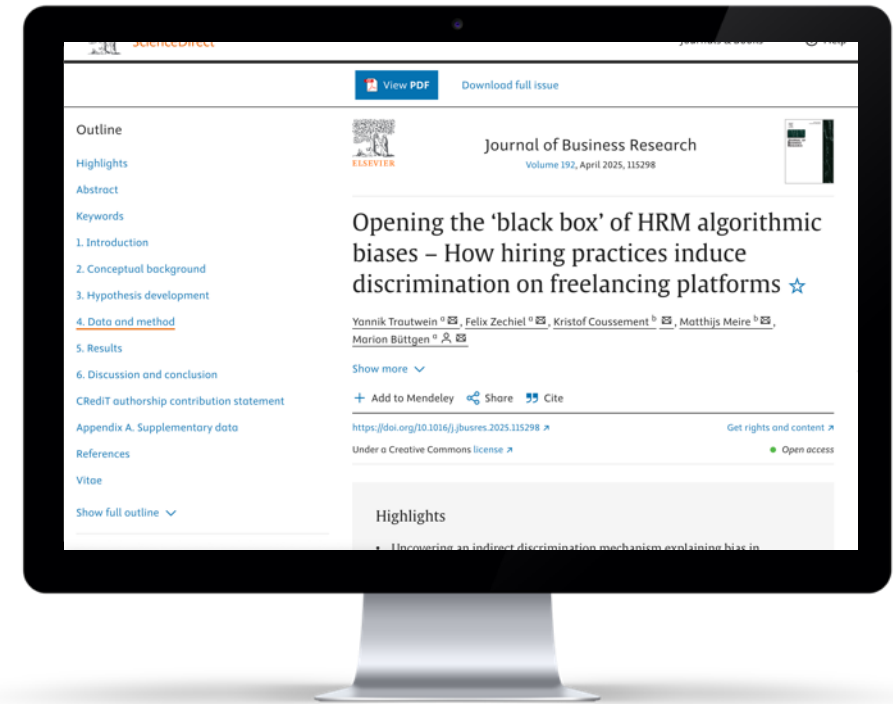
[Encuesta](#)

[Haga clic para ver](#)

# Prácticas de contratación sesgadas



→ Las plataformas de trabajo autónomo recurren cada vez más a sistemas de emparejamiento basados en la inteligencia artificial que perpetúan los sesgos y las desigualdades arraigados en sus datos de entrenamiento y algoritmos. Un [estudio](#) a gran escala realizado con más de 44 000 perfiles reveló que las mujeres —especialmente las de raza negra y asiática— y los candidatos más jóvenes tenían muchas menos probabilidades de ser recomendados.



[Estudio](#)

[Haga clic para ver](#)

# Sesgos algorítmicos y de las plataformas

Las plataformas digitales, que en su día fueron aclamadas como espacios inclusivos, a menudo refuerzan las desigualdades existentes a través de algoritmos ocultos y una moderación desigual:

- Una investigación sobre la juventud española revela que plataformas como Twitch y Discord favorecen los contenidos de hombres cisgénero, blancos y heterosexuales, lo que refuerza los estereotipos de género y excluye a las identidades no conformes.
- Los estudios sobre la «misoginia algorítmica» revelan que los sistemas de moderación de contenidos silencian de manera desproporcionada las voces de las mujeres negras —eliminando o restando prioridad a sus publicaciones— debido a sesgos arraigados tanto en el código como en las políticas.



[Haga clic para descargar](#)



[Haz clic para leer](#)

# Representación inclusiva en los medios de comunicación

## Área de interés 3

impulsadas por la industria  
Estrategias

Para contrarrestar los sesgos de los medios de comunicación, las productoras y los creadores están implementando estrategias para mejorar la representación tanto a nivel estructural como de contenido.

Esto incluye iniciativas como la contratación inclusiva, la formación en sensibilidad, las directrices de contenido y los programas de liderazgo que fomentan la diversidad en la narración.



# De la intención a la acción: estrategias para unos medios de comunicación inclusivos

---



Partiendo de lo expuesto anteriormente, resulta evidente que los sesgos sistémicos en la contratación y la distribución no solo obstaculizan el acceso y la progresión de los creadores marginados, sino que también determinan las narrativas que impregnan nuestro panorama cultural.

Estos sesgos limitan la diversidad de perspectivas, refuerzan los estereotipos y suponen un obstáculo para la búsqueda de una inclusión social genuina.

En respuesta a ello, varias organizaciones mediáticas han pasado de meras declaraciones de intenciones a la implementación de intervenciones concretas y a varios niveles destinadas a ampliar la representación.

Estas iniciativas abarcan la contratación selectiva, la formación obligatoria sobre sesgos, los mandatos editoriales y los fondos para el desarrollo del talento, todo ello diseñado para diversificar el liderazgo, la narración de historias y la participación de la audiencia.

Digital Education

Action Plan

2021-2027

Resetting education and  
training for the digital age

#EUDigitalEducation  
#DEAP

## Área de interés 4

Marcos normativos y  
reglamentarios

# Análisis de la normativa de la UE, las iniciativas empresariales y las intervenciones de los organismos de control de los medios de comunicación

La Unión Europea y las asociaciones del sector están tomando medidas para garantizar una mayor inclusividad en los medios de comunicación, tales como políticas, normativas, oportunidades de financiación, medidas de cumplimiento e iniciativas de rendición de cuentas pública.

Para promover una mayor inclusividad y diversidad en los medios de comunicación europeos, se ha establecido una combinación de normativas a escala de la UE, programas de financiación y mecanismos de rendición de cuentas. Estas iniciativas tienen como objetivo eliminar las barreras estructurales y fomentar un panorama mediático más representativo.

# Marcos normativos y políticos de la UE

## Guía sobre los derechos humanos para los usuarios de Internet – 2014

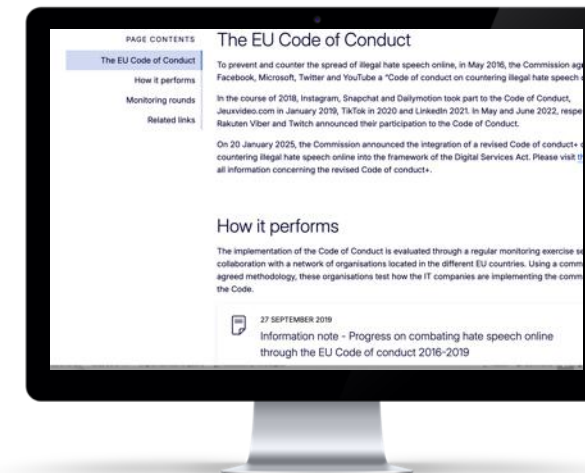
Describe los principios básicos que protegen los derechos humanos de todos los usuarios de Internet, tal y como garantiza el Convenio Europeo de Derechos Humanos.

## Código de conducta – 2016

El código tiene por objeto prevenir y combatir la difusión del discurso de odio en línea, mediante un seguimiento periódico llevado a cabo por una red de organizaciones con sede en la UE para garantizar el cumplimiento por parte de las empresas de tecnologías de la información



[Haga clic para leer](#)



[Haga clic aquí para ver](#)

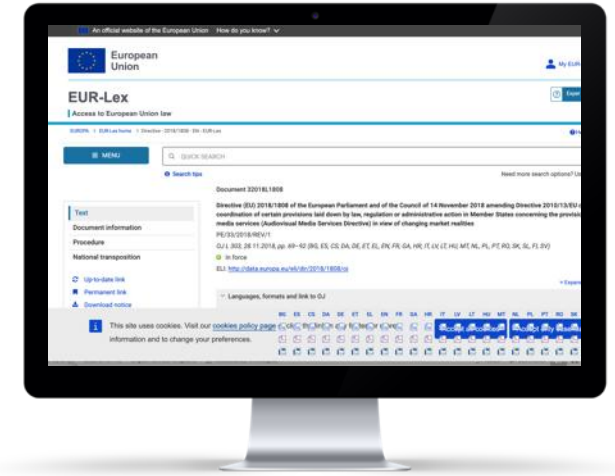
# Marcos normativos y políticos de la UE

## [Directiva sobre servicios de medios audiovisuales \(AVMSD\) – 2018](#)

Establece normas a escala de la UE para los medios audiovisuales, exigiendo que los servicios no contengan incitación al odio por motivos de raza, sexo, religión, nacionalidad u otras características protegidas. También exige que los servicios de medios sean más accesibles para las personas con discapacidad.

## [Ley de Servicios Digitales \(DSA\) – 2022](#)

La DSA impone a las plataformas en línea la obligación de mitigar los riesgos sistémicos, incluida la difusión de contenidos ilegales y la desinformación. Impone a las plataformas en línea la obligación de mejorar la transparencia y la rendición de cuentas.



[Haga clic para ver](#)



[Haga clic aquí para ver](#)

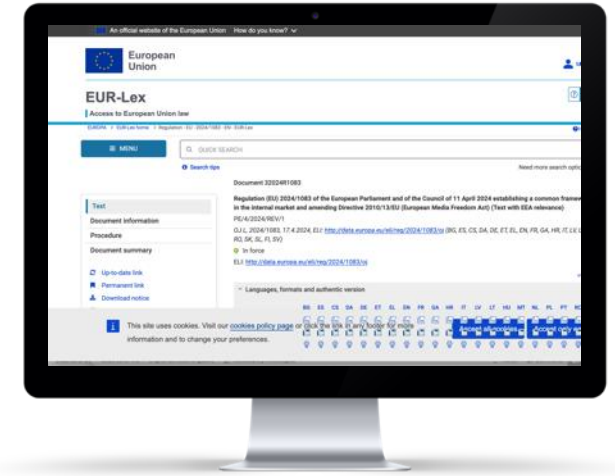
# Marcos normativos y políticos de la UE

## Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación (EMFA) – 2024

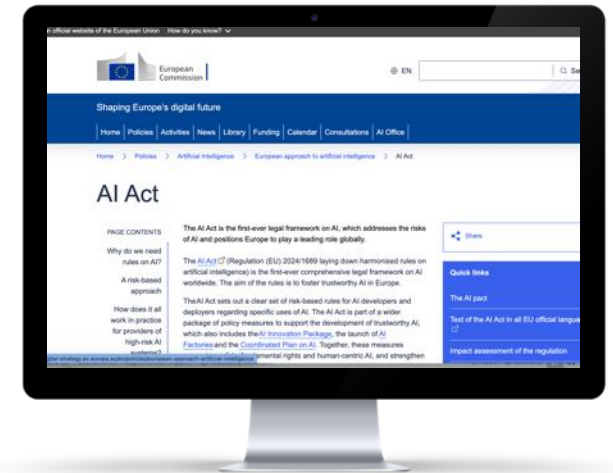
La EMFA es una normativa histórica diseñada para reforzar el pluralismo y la independencia de los medios de comunicación en toda la UE.

## Ley de Inteligencia Artificial (IA) – 2024

Se centra en promover el desarrollo y el despliegue responsables de las tecnologías de IA, incluyendo medidas para mitigar los riesgos que la IA plantea para los derechos fundamentales, la seguridad y la salud pública. Dado el papel cada vez más importante de la IA en la moderación de contenidos en línea, la ley desempeña un papel fundamental a la hora de prevenir la promoción involuntaria de comportamientos nocivos en Internet.



[Haga clic para ver](#)



[Haga clic aquí para ver](#)

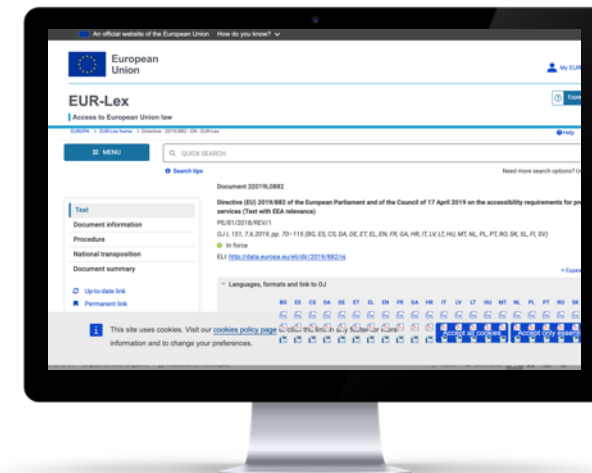
# Marcos normativos y políticos de la UE

## Ley Europea de Accesibilidad (EAA) – 2025

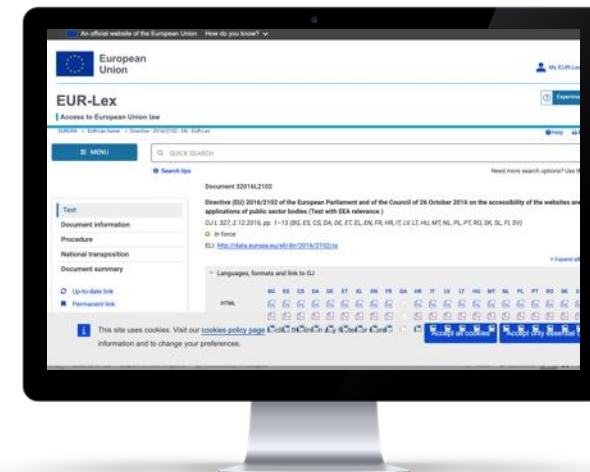
La EAA exige que los contenidos de los medios de comunicación públicos sean accesibles para las personas con discapacidad. Esto incluye requisitos relativos a los subtítulos, las audiodescripciones y las interfaces de usuario accesibles, con el fin de garantizar que los servicios de medios de comunicación sean inclusivos para todos los usuarios.

## Directiva de la UE sobre accesibilidad web – 2025

Garantiza que los sitios web y las aplicaciones móviles del sector público sean más accesibles para los usuarios, especialmente para las personas con discapacidad.



[Haga clic para ver](#)



[Haga clic aquí para ver](#)

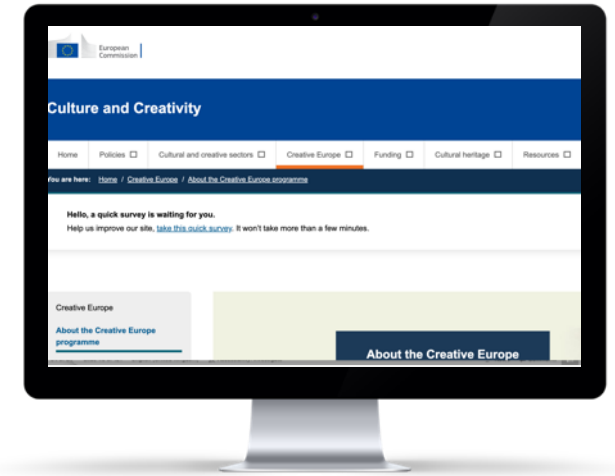
# Mecanismos de financiación e incentivos

## [Programa MEDIA de Europa Creativa \(2021-2027\)](#)

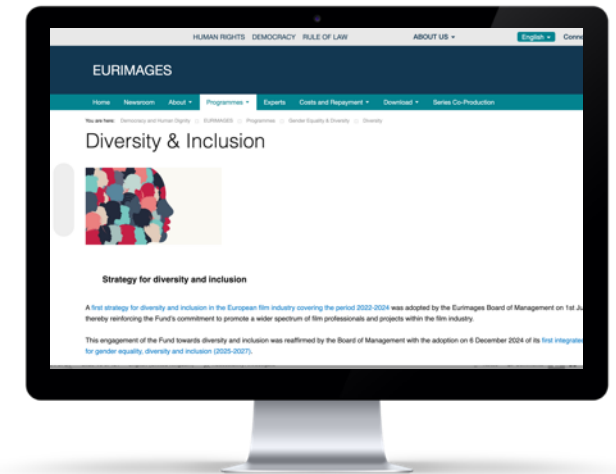
En el marco del [programa Creative Europe MEDIA](#), la Comisión ha comenzado a trabajar para mejorar el equilibrio de género y la diversidad en los medios de comunicación y en el sector audiovisual mediante la colaboración con las partes interesadas y la sensibilización, la recopilación de datos y la creación de redes.

## [Estrategia de Diversidad e Inclusión de EURIMAGES \(2022-2024\)](#)

Eurimages, el fondo de apoyo cultural del Consejo de Europa, ha adoptado una Estrategia de Diversidad e Inclusión (2022-2024) para promover un espectro más amplio de profesionales y proyectos cinematográficos dentro de la industria del cine.



[Haga clic para ver](#)



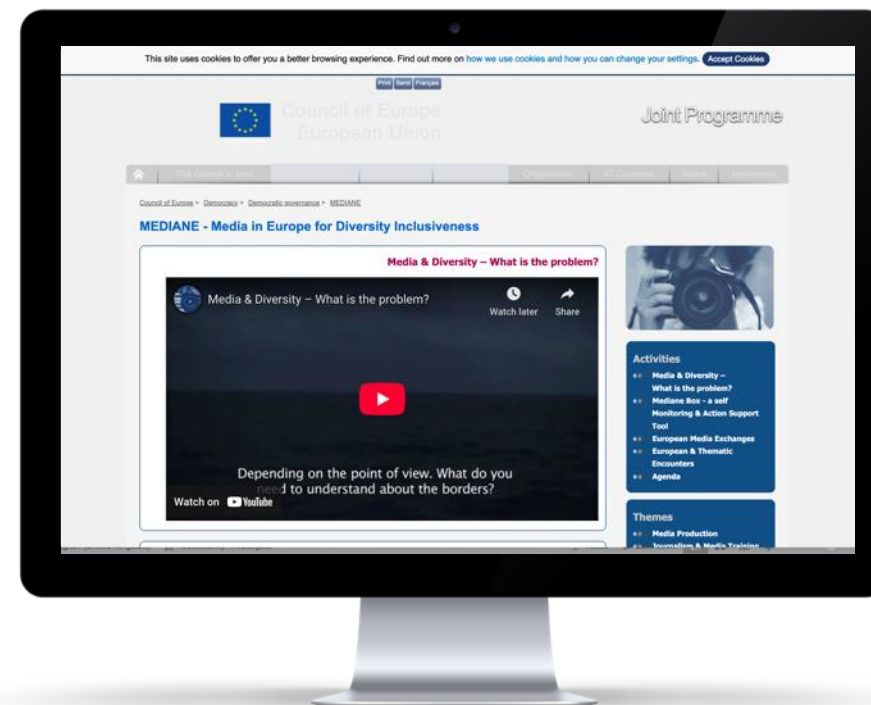
[Haga clic aquí para ver](#)

# Mecanismos de financiación e incentivos



## MEDIANE: Medios de comunicación en Europa por la diversidad y la inclusión (2013-2014)

Un programa conjunto de la Unión Europea, su Programa de Derechos Fundamentales y Ciudadanía y el Consejo de Europa destinado a fomentar formas verdaderamente diversas, inclusivas e interculturales de diseño y producción de contenidos mediáticos



[Haga clic para ver](#)

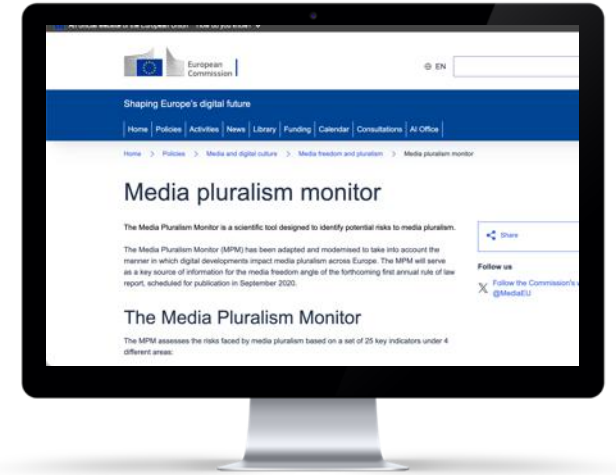
# Medidas de cumplimiento y rendición de cuentas

## Observatorio del Pluralismo de los Medios de Comunicación (MPM)

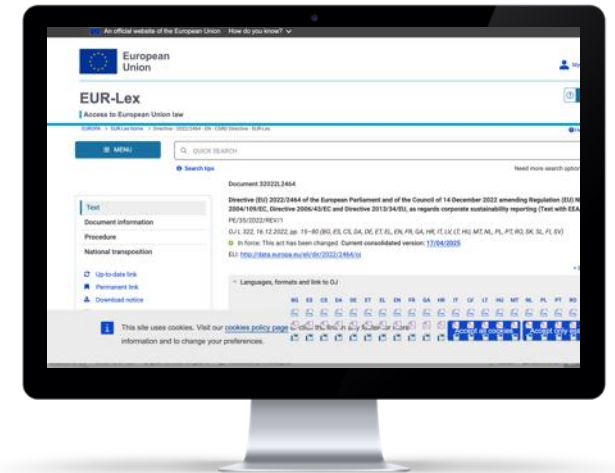
El Observatorio del Pluralismo de los Medios de Comunicación es una herramienta de investigación que evalúa los riesgos para el pluralismo de los medios de comunicación en los Estados miembros de la UE. Evalúa diversos factores, entre ellos la concentración del mercado, la independencia política y la inclusión social, y proporciona datos para fundamentar las decisiones políticas.

## **Obligaciones de información sobre diversidad, equidad e inclusión (DEI)**

La Directiva de la UE sobre la información de sostenibilidad de las empresas (CSRD) incluye requisitos específicos de información sobre diversidad, equidad e inclusión. Estas normas obligan a las empresas con más de 100 empleados a informar sobre los principales indicadores de DEI.



[Haga clic para ver](#)



[Haga clic aquí para ver](#)

# Tema 2

---

El poder de la narrativa digital: cuestionar los estereotipos y promover la equidad



# Poder y responsabilidad

---



## Área de interés 1

Las historias importan

La narración de historias tiene el potencial de moldear la percepción pública, reforzando o cuestionando los prejuicios.

Es fundamental verificar la información antes de compartirla y evaluar críticamente el contenido al consumirlo.

La desinformación puede reforzar prejuicios perjudiciales si no se controla.



# El poder de doble filo de la narración digital



La narración digital es una herramienta poderosa que da forma a los discursos públicos e influye en la forma en que las comunidades perciben los problemas sociales, las identidades y a los demás. Las historias pueden humanizar, inspirar empatía e impulsar el cambio, pero cuando se basan en información errónea o estereotipos, pueden con la misma facilidad causar daño, reforzar los prejuicios y agravar las divisiones. La información errónea sin contrastar no solo distorsiona los hechos, sino que puede:



**Alimentar la xenofobia y el racismo:** especialmente en historias sobre migrantes, refugiados o grupos minoritarios.

**Socavar la solidaridad** y la empatía entre las comunidades europeas.

**Perpetuar dinámicas de poder perjudiciales** al silenciar o tergiversar las voces marginadas.



European Fact-Checking  
Standards Network

## Área de interés 2

Verificación de la  
información

# Garantizar la veracidad en la narración digital

Conscientes de cómo la narración digital puede influir en la opinión pública y construir narrativas, debemos asegurarnos siempre de que la información sea veraz.



# 01

---

## Verifica la credibilidad de la fuente

1

**Antes de dar por buena cualquier información, averigua de dónde procede.**

**Comprueba la transparencia:** ¿La fuente indica claramente quiénes son, cuál es su misión y cómo se financian?

**Desconfía de las suplantaciones de identidad:** los autores de desinformación suelen crear sitios web clonados —conocidos como «operaciones doppelganger»— que imitan a medios de comunicación reales para difundir afirmaciones falsas.

**Fíjate en el dominio web:** las terminaciones de dominio inusuales como «.ltd», «.online» o «.xyz» pueden indicar que se trata de fuentes falsas o engañosas.

2

3

# 02

## Examine el historial de la fuente

1

**La credibilidad se demuestra con el tiempo: busca coherencia y transparencia:**

**Investigue la trayectoria del medio:** ¿ha informado con precisión en el pasado? ¿Publica rectificaciones cuando comete errores? Los medios fiables publican habitualmente rectificaciones cuando se producen errores y documentan abiertamente sus políticas editoriales y fuentes de financiación.

2

**Comprueba sus afiliaciones:** ¿Están vinculados a intereses políticos o comerciales que puedan sesgar su contenido? Consulta la sección «Quiénes somos» o sus políticas. Investiga a los autores, editores, colaboradores, etc.

3

**La transparencia es clave:** los medios de comunicación de prestigio revelan sus políticas editoriales, sus fuentes de financiación y la identidad de sus colaboradores. Si no encuentras esta información, sé cauteloso.

# 03

## Contrasta la información con múltiples fuentes fiables

1

**Nunca confíes en una sola fuente: es esencial obtener confirmación a través de fuentes independientes:**

**Triangula:** busca siempre al menos dos o tres fuentes distintas que confirmen la misma información.

2

**Confía en pruebas fiables:** como medios de comunicación consolidados, estudios académicos revisados por pares y datos oficiales de los gobiernos.

3

**Esté atento a la manipulación:** las campañas de desinformación suelen «seleccionar» datos o mezclar la verdad con falsedades para crear historias persuasivas pero engañosas.

4

**Busca pruebas primarias:** conjuntos de datos oficiales, investigaciones revisadas por pares o entrevistas directas, en lugar de resúmenes de segunda mano que puedan distorsionar u omitir el contexto.

# 04

---

## Esté atento a la manipulación emocional y al sensacionalismo

1

**La desinformación se nutre de reacciones emocionales intensas:**

**Detente y reflexiona:** si el contenido provoca ira, miedo o indignación moral, da un paso atrás antes de compartirlo. Las narrativas falsas suelen aprovechar las emociones.

2

**Evalúa el lenguaje:** ¿utiliza hipérboles o retórica incendiaria? ¿Es imparcial? ¿Culpa a un grupo específico sin pruebas?

3

**Evita el clickbait:** los titulares sensacionalistas suelen sacrificar los matices y la precisión en aras del impacto. [La UNESCO](#) advierte de que los influencers suelen anteponer la popularidad a la precisión, lo que lleva a dos tercios de ellos a saltarse las comprobaciones básicas de los hechos y a amplificar afirmaciones sensacionalistas.

4

**Da preferencia a los reportajes ricos en contexto:** el mejor periodismo explica la complejidad, presenta múltiples puntos de vista y evita las narrativas maniqueas.

# 05

## Utiliza herramientas de verificación de medios y datos

1

**Las herramientas digitales pueden ayudar a verificar el contenido en segundos:**

**Búsqueda inversa de imágenes y vídeos:** herramientas como [Google Reverse Image](#) o [InVid](#) te permiten rastrear fotos y vídeos hasta su fuente original, algo crucial para detectar contenidos reciclados o manipulados.

2

**Herramientas de verificación de datos:** Sitios web como [Snopes](#), [FactCheck.org](#) y [PolitiFact](#) investigan y desmienten regularmente la desinformación viral.

3

**Sigue las tendencias de desinformación:** [EUvsDisinfo](#) y plataformas similares sacan a la luz campañas coordinadas y ofrecen ejemplos de las tácticas de desinformación actuales.

4

**Usa extensiones de navegador:** algunas herramientas pueden alertarte de sitios web poco fiables o proporcionar contexto en tiempo real mientras navegas.

# Garantizar un uso responsable

**La narración digital debe ser siempre ética** para garantizar la difusión de representaciones precisas y respetuosas de las personas marginadas. Esto implica obtener el consentimiento informado, evitar el sensacionalismo y dar prioridad a las narrativas impulsadas por la comunidad.

**La narración ética también debe tener en cuenta la interseccionalidad.** La interseccionalidad analiza cómo los diferentes aspectos de la identidad —como la raza, el género, la discapacidad y la situación socioeconómica— se entrecruzan y repercuten en la experiencia de una persona. La narración inclusiva debe poner de relieve estas complejidades en lugar de reducir a las personas a una única identidad.



## Área de interés 3

Narrativa ética

# 9

## principios

### para la narración

La narración digital debe ir más allá de la mera transmisión de datos: debe respetar unos principios éticos que protejan la dignidad y la autonomía de las personas marginadas. Esto implica garantizar una representación veraz y respetuosa; obtener el consentimiento informado; evitar el sensacionalismo; dar protagonismo a las narrativas impulsadas por la comunidad; e incorporar una perspectiva interseccional que tenga en cuenta toda la complejidad de la vida de las personas. En conjunto, estas prácticas convierten las narrativas digitales en poderosas herramientas para el empoderamiento, la justicia y la inclusión. En las siguientes diapositivas veremos los **8 principios de la narración**.





## 01 No causar daño



**La narración ética comienza con un compromiso sencillo pero esencial: proteger a las personas que aparecen en tus historias.** La seguridad, la dignidad y el bienestar emocional de los colaboradores deben anteponerse siempre a cualquier objetivo de defensa o mediático. Esto requiere una reflexión continua: antes, durante y después del proceso de narración.

Debes evaluar si compartir una historia podría exponer a alguien a angustia emocional, reacciones sociales adversas, riesgos legales o una mayor marginación.

Pregúntate: *si esta fuera mi historia, ¿me sentiría seguro?* Realiza comprobaciones de empatía en todo momento, especialmente antes de la publicación. Ajusta el proceso si es necesario para evitar daños.

En caso de duda, prioriza la humanidad del colaborador por encima de la curiosidad de la audiencia. Utiliza la narración como una herramienta de cuidado, no solo de comunicación.



## 02 La verdad por encima de los titulares



**En un mundo impulsado por algoritmos y contenido viral, resulta tentador presentar las historias de forma que causen el mayor impacto posible.** Pero la narración ética se resiste al sensacionalismo. Cuenta la verdad, incluso cuando esta es discreta, compleja o difícil de explicar.

Garantiza la precisión mediante una rigurosa verificación de los hechos y el contexto. No manipules imágenes ni palabras para exagerar las dificultades o inspirar lástima. Evita el clickbait o el lenguaje excesivamente dramático que distorsione la realidad vivida por los protagonistas.

La narración honesta respeta la inteligencia de tu público y la dignidad de tu protagonista. Presenta las historias tal y como son, no como podrían funcionar en Internet.



## 03 Transparencia y responsabilidad



**Sé claro sobre tu identidad, tu propósito y tu proceso.** Explica a tu público quién eres, cuál es tu relación con la historia y cómo se ha elaborado. Reconoce lo que sabes y lo que no sabes.

La transparencia implica explicar las decisiones editoriales, revelar cualquier financiación o colaboración y dar a conocer cómo se seleccionó a los colaboradores. Cuando se produzcan errores (y se producirán), corrígelos de forma abierta y rápida.

La responsabilidad también significa respaldar tu trabajo. Los narradores éticos son responsables no solo de lo que crean, sino también de cómo se entiende, se comparte y se recuerda.



## 04 Respetar la dignidad



**Los colaboradores no son personajes, sino personas con capacidad de acción, historia y voz propias.** La narración ética los trata como socios, no como meros accesorios. Esto implica invitarlos a co-crear la historia, respetar sus deseos y utilizar un lenguaje e imágenes que afirmen plenamente su humanidad.

Evita las narrativas basadas en la lástima o el salvacionismo. En su lugar, céntrate en la fortaleza, la resiliencia y la experiencia vivida. Deja que las personas hablen con su propia voz, en su propio idioma y en sus propios términos.

Por encima de todo, recuerda que eres un invitado en la historia de otra persona. Escucha con humildad. Representa con cuidado.



## 05 Sensibilidad cultural



**La cultura no es un mero telón de fondo: determina cómo se ven a sí mismas las personas y cómo se desarrollan sus historias.** La narración ética respeta esto al aprender del contexto cultural de los colaboradores y respetarlo.

Evita los estereotipos, la apropiación cultural y las generalizaciones excesivas. Las comunidades son diversas en sí mismas, así que tómate tu tiempo para comprender las dinámicas, las costumbres y la historia locales. Ten en cuenta las normas morales, los estilos de comunicación y las estructuras de poder.

Antes de recopilar contenido, establece relaciones y consulta a las voces locales. Comparte borradores para recibir comentarios. La sensibilidad cultural ayuda a garantizar que las historias se compartan con respeto, no con simplificaciones.



## 06 Todos somos multidimensionales e interseccionales



**Ninguna identidad por sí sola define a una persona. La raza, el género, la discapacidad, la clase social, la edad, la religión y otros factores se entrecruzan para dar forma a la experiencia.** La narración ética refleja esta complejidad en lugar de reducir a las personas a roles unidimensionales.

Muestra a los protagonistas en su totalidad: sus trabajos, sus sueños, sus familias, sus dificultades y sus alegrías. Una persona afectada por la pobreza también puede ser profesora, madre o líder comunitaria. Captura la riqueza de la vida real.

Las historias interseccionales son más honestas y más poderosas. Desafían los estereotipos y ayudan al público a ver la humanidad compartida más allá de las diferencias.



## 07 Consentimiento informado



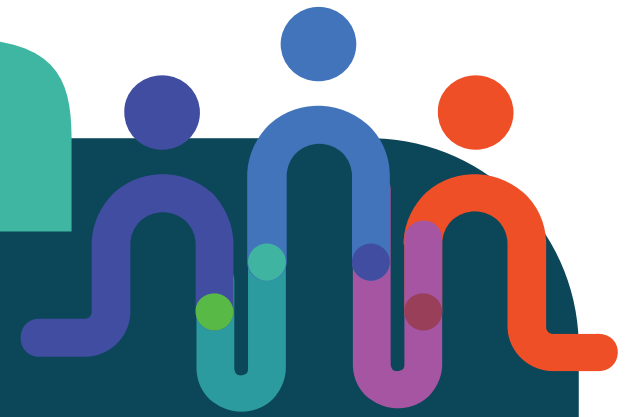
**El consentimiento no consiste solo en firmar un formulario, sino en comunicación, claridad y control.** Los colaboradores deben comprender cómo se utilizará su historia, dónde aparecerá y quién la verá.

Dale tiempo a las personas para que lo piensen, hagan preguntas y establezcan límites. Asegúrate de que sepan que pueden decir que no, o cambiar de opinión más adelante. El consentimiento debe ser informado, voluntario y continuo.

Respetar el derecho de los colaboradores a dirigir sus propias narrativas. Una historia puede pertenecer a tu proyecto, pero siempre empieza con la persona que la vivió.



## 08 Privacidad y confidencialidad



**Proteger la identidad de una persona suele ser fundamental, especialmente en historias que implican traumas, marginación o riesgo.** Incluso cuando se da el consentimiento, piensa detenidamente qué detalles se comparten.

Difumina nombres, rostros o ubicaciones cuando sea necesario. Cumple con las leyes de privacidad, como el RGPD, y establece límites de tiempo para el almacenamiento o la publicación de datos personales.

Almacena los materiales sensibles de forma segura y destrúyelos cuando ya no sean necesarios. La confidencialidad no es solo una obligación legal, es una muestra de respeto y consideración.



## 09 Cuidar de quienes cuentan las historias

**La narración ética también implica cuidar de las personas que cuentan las historias.** Los narradores —especialmente aquellos que comparten experiencias vividas o que trabajan en ámbitos delicados o polarizantes— pueden enfrentarse a tensión emocional, discurso de odio o acoso en línea. Prioriza su bienestar, seguridad y salud mental a lo largo de todo el proceso de narración.

Reconozca el desgaste emocional que puede suponer contar historias, especialmente cuando implica revivir traumas, lidiar con la identidad o decir la verdad al poder.

Crea un espacio para la reflexión, el descanso y el apoyo emocional. Antes de la publicación, asegúrate de que los colaboradores sean conscientes de los riesgos que conlleva compartir una historia públicamente, especialmente en línea. Prepáralos para la posibilidad de reacciones adversas y ofréceles herramientas o recursos que les ayuden a responder o a procesar los comentarios dañinos.

Y recuerda: **este principio también se aplica a ti.**



## Área de interés 4

La narración de historias como herramienta de defensa

# El uso de los medios de comunicación para promover la equidad, la justicia y el cambio sistémico

La narración de historias es una herramienta fundamental para el activismo, ya que permite a las comunidades infrarrepresentadas llamar la atención sobre cuestiones de justicia social e influir en el cambio de políticas para lograr la transformación social. Los medios digitales permiten a los activistas de base llegar a audiencias globales.



# La narración digital para el activismo y el cambio



**Ahora que hemos establecido que la narración digital debe ser veraz y ética, exploremos su potencial como una herramienta poderosa para el activismo.**

La narración da vida a cuestiones abstractas, convirtiendo los datos en relatos convincentes y cercanos que resuenan a nivel emocional e intelectual. Las plataformas digitales permiten que las voces de base eludan a los guardianes tradicionales, lleguen a audiencias globales y cambien la narrativa a favor de quienes a menudo no son escuchados. Cuando el testimonio personal se combina con pruebas sólidas y una difusión estratégica, la narración puede cambiar las actitudes del público, influir en las políticas y empoderar a las comunidades marginadas para que recuperen sus narrativas.

Exploremos campañas que muestran cómo la narración digital ética puede impulsar la justicia social, dar forma a las políticas y promover sociedades más inclusivas.

# Tema 3

La narración digital para el cambio social: iniciativas europeas y casos prácticos



# Casos prácticos de campañas digitales de gran impacto



## Área de interés 1

Campañas digitales de gran impacto

Las campañas digitales tienen el poder de combatir la discriminación, amplificar las voces marginadas e impulsar cambios políticos. Existen muchas estrategias que han dado lugar a iniciativas de defensa exitosas y a una mayor implicación del público en cuestiones de derechos humanos. Muchas iniciativas europeas utilizan las redes sociales, contenidos de vídeo y narraciones interactivas para sensibilizar sobre cuestiones sociales urgentes.



# Movilización de movimientos a través de plataformas digitales



## Área de interés 2

Las redes sociales y el activismo

Las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para el activismo moderno, ya que permiten a personas y organizaciones movilizar apoyos, compartir historias y denunciar injusticias en tiempo real. Los movimientos digitales pueden aprovechar la narración digital para llegar a audiencias globales e impulsar reformas legislativas o sociales.



# Amplificar las voces locales a través de la narración de historias

Los medios digitales potencian la participación comunitaria y permiten que las voces marginadas cuenten sus propias historias, proporcionándoles una plataforma para compartirlas. La narración participativa es fundamental para garantizar la autenticidad y fomentar la capacidad de acción dentro de las comunidades.

## Área de interés 3

Participación comunitaria

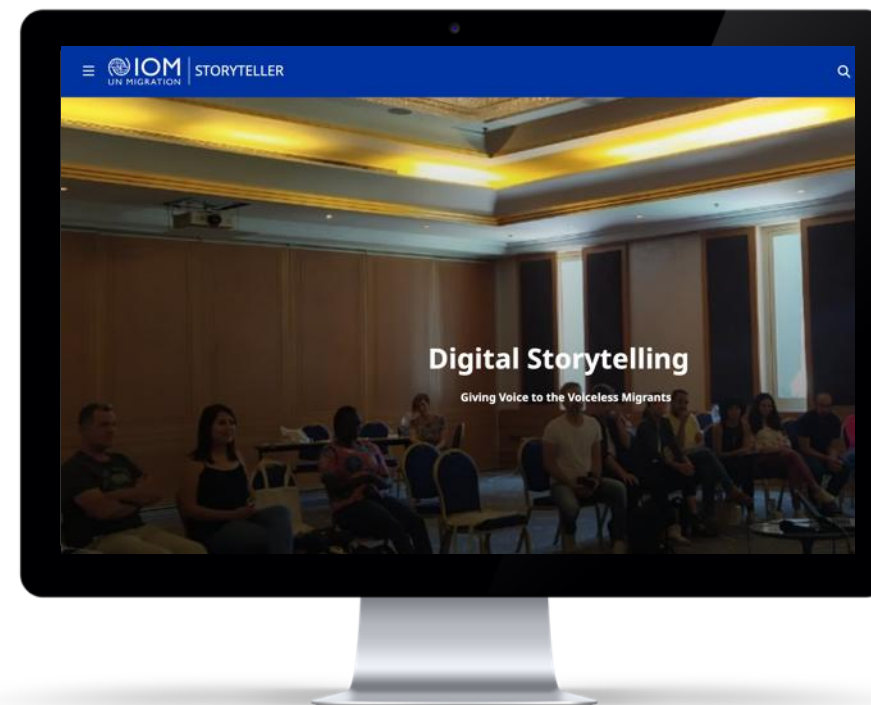


# La voz de los jóvenes romaníes: ¡El cambio empieza por nosotros!



Las herramientas digitales —desde los teléfonos inteligentes hasta los programas de edición y las redes sociales— han hecho que sea más fácil que nunca para las comunidades compartir sus opiniones con el mundo. Cuando se combinan con formación, tutoría y orientación ética, estas herramientas pueden dar lugar a nuevas formas de participación ciudadana y transformación social. Un ejemplo:

**La voz de los jóvenes romaníes: ¡El cambio empieza por nosotros!**



[Haga clic para ver](#)

# Evaluación de la participación, la influencia en las políticas públicas y las respuestas de la audiencia


Para garantizar la eficacia de las iniciativas de narración digital, las organizaciones deben medir su impacto. Esto incluye evaluar el alcance de la audiencia, los niveles de participación y los cambios políticos tangibles influidos por las campañas digitales.

## Área de interés 4

Medición del impacto



# Medir el impacto de la narración digital



Para que la narración digital impulse realmente el cambio social, debe ir más allá de las narrativas atractivas: también debe ser cuantificable. Evaluar el impacto de las iniciativas de narración ayuda a las organizaciones a comprender qué funciona, a perfeccionar sus estrategias y a garantizar la rendición de cuentas. Además, demuestra a los financiadores, a las partes interesadas y a las comunidades que sus esfuerzos se traducen en resultados tangibles.



La medición del impacto en la narración digital implica una combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos.



## Indicadores clave



**Alcance y participación de la audiencia:** métricas como las visualizaciones, comparticiones, comentarios y tasas de clics revelan hasta dónde llega una noticia y cómo interactúa la gente con ella.

**Análisis de opiniones y cambios en el discurso:** El seguimiento de la conversación pública, la cobertura mediática y el tono de los comentarios ayuda a evaluar si la historia está influyendo en las actitudes o cambiando las narrativas.

**Retroalimentación de la comunidad:** Recopilar las respuestas de las personas que aparecen en la campaña o se ven afectadas por ella garantiza que la narración se mantenga ética, respetuosa y alineada con los objetivos de la comunidad.

**Influencia en las políticas y cambio estructural:** Las pruebas de debates legislativos, reformas institucionales o nuevas asignaciones de fondos vinculadas a los esfuerzos de la campaña indican un impacto más profundo y sistémico.

# Tema 4

---

La preservación cultural  
en la era digital: la  
protección del patrimonio  
y las voces indígenas





## Área de interés 1

Herramientas digitales  
para el patrimonio

# IA, RV y plataformas en línea para documentar las tradiciones culturales

Las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, la realidad virtual y los archivos digitales, están desempeñando un papel crucial en la preservación del patrimonio cultural. Estas herramientas permiten a las comunidades documentar y compartir sus tradiciones de formas innovadoras.





# Herramientas digitales para la preservación cultural

La innovación digital está transformando la forma en que preservamos y nos relacionamos con el patrimonio cultural. Herramientas como la inteligencia artificial (IA), la realidad virtual (RV) y las plataformas en línea permiten a las comunidades y a los educadores documentar y compartir tradiciones con mayor acceso y profundidad. Ayudan a proteger el patrimonio inmaterial —como las historias orales, los rituales y las lenguas— al tiempo que ofrecen formas inmersivas de conectar con el pasado.

La IA puede revivir lenguas en peligro de extinción, restaurar documentos y descubrir historias olvidadas. La RV permite explorar lugares y acontecimientos históricos desde cualquier lugar, añadiendo riqueza emocional y sensorial. Los archivos digitales centralizan los materiales y dan a las comunidades más control sobre cómo se comparte su patrimonio.

Al hacer que la cultura sea más interactiva e inclusiva, estas tecnologías fomentan la educación, el intercambio de conocimientos y el diálogo intercultural. La narración digital se convierte en un puente vivo entre generaciones, honrando el pasado al tiempo que da forma al futuro.

# Garantizar una representación respetuosa y dirigida por la comunidad

La narración cultural debe estar impulsada por las comunidades a las que representa, garantizando que las tradiciones y las historias se documenten de forma precisa y respetuosa. Durante demasiado tiempo, las narrativas culturales han sido moldeadas por personas ajenas a ellas, lo que a menudo ha dado lugar a tergiversaciones, apropiaciones o la pérdida de autonomía de las comunidades representadas. Garantizar que las comunidades mantengan la autoridad sobre sus propias narrativas fomenta tanto la preservación cultural como la representación ética.

## Área de interés 2

Narración cultural





## Empoderar a las comunidades para que compartan sus propias historias



La narración cultural es esencial para preservar la identidad, la memoria y la tradición, pero debe ser respetuosa y estar dirigida por la comunidad. Durante demasiado tiempo, las narrativas sobre las culturas indígenas y marginadas han sido moldeadas por personas ajenas a ellas, lo que a menudo ha dado lugar a distorsiones o a su desaparición. La verdadera preservación comienza cuando las comunidades cuentan sus propias historias, con sus propias voces.

Cuando la narración está impulsada por la comunidad, garantiza la autenticidad, evita la tergiversación y refleja las realidades vividas. La práctica ética implica prestar atención al lenguaje, al consentimiento, al contexto y al conocimiento intergeneracional. Fortalece la identidad, fomenta el orgullo y fomenta el entendimiento cultural.

Las herramientas digitales pueden mejorar este proceso, pero solo si se centran en la capacidad de acción de los narradores, respetan el conocimiento local y la propiedad intelectual, y dan prioridad a la cocreación frente a la representación.



# Abordar la accesibilidad, la propiedad y la brecha digital

## Área de interés 3

Retos de la conservación digital

A pesar de las ventajas que ofrece la conservación del patrimonio digital, siguen existiendo retos, entre los que se incluyen garantizar el acceso a las comunidades marginadas, proteger la propiedad intelectual cultural y superar las barreras tecnológicas.





## Equidad, apropiación y sostenibilidad en el patrimonio digital



Si bien las herramientas digitales han revolucionado la conservación del patrimonio cultural, también plantean retos. Garantizar un acceso equitativo es fundamental, especialmente para las comunidades marginadas que se enfrentan a barreras como la infraestructura, el idioma y el coste. La brecha digital puede limitar quién se beneficia de los esfuerzos de conservación.

La propiedad cultural es otra preocupación. A medida que se digitalizan las tradiciones y la historia, surgen preguntas sobre quién controla este contenido y cómo se utiliza. Sin salvaguardias, la digitalización corre el riesgo de dar lugar a la explotación y a la pérdida del control por parte de la comunidad. Es esencial proteger los derechos de propiedad intelectual.

Además, los archivos digitales se enfrentan a problemas de sostenibilidad. Los formatos obsoletos, los fallos de los servidores y la pérdida de datos son riesgos si no se gestionan adecuadamente. La conservación requiere una inversión y una colaboración continuas para proteger tanto los materiales como su significado cultural.

# Análisis de las iniciativas europeas para la protección del patrimonio cultural



## Área de interés 4

Apoyo normativo e institucional

Los gobiernos y las instituciones desempeñan un papel clave en la financiación y el apoyo a los proyectos de patrimonio digital, garantizando la preservación de la diversidad cultural en una era de rápida transformación digital.





## Políticas y colaboraciones en la era digital



Los gobiernos e instituciones europeos reconocen la importancia de apoyar la preservación del patrimonio cultural en medio de la transformación digital. Los marcos normativos, la financiación y las colaboraciones son fundamentales para garantizar que las tradiciones de las comunidades marginadas se conserven en los espacios digitales.

Al respaldar iniciativas digitales, las instituciones contribuyen a mantener la accesibilidad, la integridad ética y la inclusividad de la conservación del patrimonio. Las políticas establecen normas para la recopilación, el almacenamiento y el intercambio de contenidos culturales, al tiempo que promueven la innovación a través de colaboraciones con los sectores creativo y tecnológico.

Estas iniciativas tienen como objetivo hacer accesible la riqueza cultural de Europa a públicos diversos, respetando los contextos locales y fomentando la participación de la comunidad. También promueven el diálogo intercultural, apoyan a las industrias creativas e impulsan la educación y el turismo al hacer que el patrimonio sea más interactivo.