



Embajada
de los Estados Unidos
de América
Santiago, Chile



VERIFICA TUS MEDIOS

UN PROYECTO DE LA RED DE
#AMERICANSACESCHILE
DESARROLLADO POR PERIODISMO UDP.

PROGRAMA CONTRA LA DESINFORMACIÓN

GUÍA DEL FACILITADOR

2022

Índice

VERIFICA
TUS
MEDIOS

¿Quiénes somos?	3
Conoce la página web	4
Talleres	7
Glosario	9
Desinformación: Definición y Tipos	11
Quiénes difunden y sesgos cognitivos	14
Impacto y formas de evitar su propagación	17
Actividades	20
American Spaces Chile: Contacto	22

¿QUIÉNES SOMOS?

Verifica Tus Medios es un proyecto de la red de **American Spaces Chile** desarrollado por la Escuela de Periodismo **UDP**.



OBJETIVOS

Mejorar la alfabetización mediática y el uso de herramientas para combatir la desinformación entre las voces emergentes de Chile a través de la difusión del contenido y talleres realizados por la red de **#AmericanSpacesChile**, en el cual los participantes lograrán:

- Diferenciar una afirmación de una opinión.
- Identificar un contenido desinformativo.
- Conocer las formas y formatos en que se les puede presentar cotidianamente un contenido desinformativo.
- Entender las motivaciones y facilitadores detrás de la desinformación (por qué se comparte y consume, etc).
- Verificar una imagen, vídeo, y textos desinformativos.
- Reconocer qué fuentes de información son confiables y cómo determinarlo.
- Conocer algunos de los sitios de fact-checking en español.

CONOCE LA RED DE **#AMERICANSPACESCHILE**

VERIFICA TUS MEDIOS PÁGINA WEB

VERIFICA
TUS
MEDIOS

Nuestro sitio web de verificatusmedios.cl contiene contenido en formato de recursos gráficos y cápsulas audiovisuales. Revisa nuestras secciones generales e interactivas:

SECCIONES GENERALES

INICIO

INICIO

Nuestro inicio cuenta con las secciones que se encuentran en el menú despegable.

CUÁNTO SABES

QUIÉNES SOMOS

Esta sección cuenta con información del desarrollo del proyecto así como información sobre la red de [#AmericanSpacesChile](#).

ENTÉRATE

¿CÓMO CHEQUEARLO?

QUIÉNES SOMOS

CONTACTO

Contiene información de contacto del American Corner UDP y de cada [American Space](#) en [Chile](#).

CONTACTO

SECCIONES INTERACTIVAS

CUÁNTO SABES:

Esta sección cuenta con un QUIZ que los participantes deberán completar PREVIO al taller. Para ello deberán registrarse en [nuestra página](#) con su correo.

Revisa el quiz con respuestas.

Imprime el quiz con esta versión.

Entrar a Verifica tus Medios

¡Hola! Para completar el quiz debes registrarte e iniciar sesión aquí.

Correo electrónico

Contraseña

ENTRAR

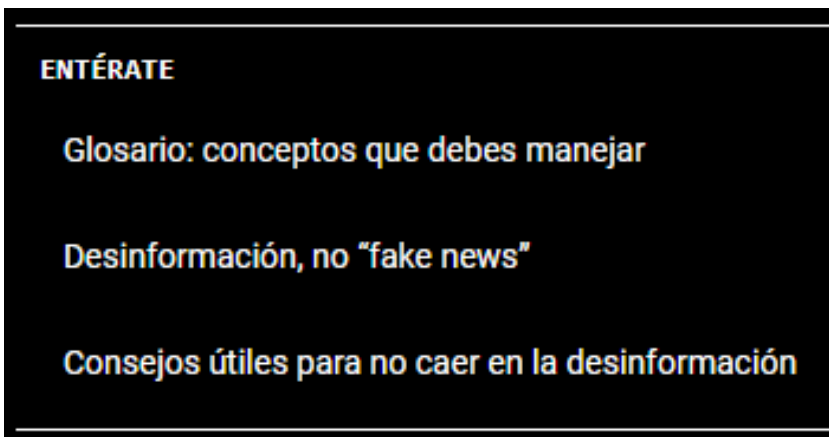
[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

[¿No tienes una cuenta? Regístrate aquí](#)

VERIFICA TUS MEDIOS PÁGINA WEB



SECCIONES INFORMATIVAS: ENTÉRATE



ENTÉRATE

Esta sección de nuestra página web cuenta con tres apartados con recursos gráficos:

GLOSARIO:

El glosario cuenta con conceptos básicos para manejar previo a continuar con el contenido informativo. Estos conceptos son de: *desinformación, información, fuentes de información, noticia, opinión, veraz, verificar*. También puedes encontrarlos en esta [guía](#).



DESINFORMACIÓN, NO "FAKE NEWS"

Esta sección cuenta con diapositivas referentes a la definición, difusión y presentación de la desinformación con ejemplos.

CONSEJOS ÚTILES PARA NO CAER EN LA DESINFORMACIÓN

En este apartado se encuentra una infografía con siete consejos principales para saber cuando sospechar.

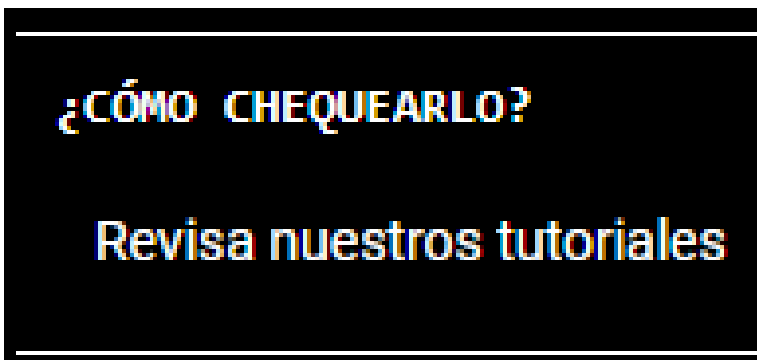


VERIFICA TUS MEDIOS

PÁGINA WEB



SECCIONES INFORMATIVAS: ¿CÓMO CHEQUEARLO?



REVISA NUESTROS TUTORIALES

Esta sección de nuestra página web cuenta con cuatro tutoriales en formato de cápsulas audiovisuales:

SOSPECHA DE ALGUNAS CADENAS DE MENSAJERÍA:

Este tutorial señala algunas razones por las cuales debamos sospechar de mensajes que recibimos o que leemos en redes sociales.

¿QUÉ ES UNA FUENTE DE INFORMACIÓN?

Esta cápsula muestra paso por paso de realizar una búsqueda de fuentes, lo que es esencial para verificar noticias.

CÓMO VERIFICAR UNA IMAGEN:

Este tutorial muestra paso por paso cómo verificar una foto. Este tutorial se usa en el taller para realizar una actividad práctica.

CÓMO VERIFICAR UN VÍDEO:

Este tutorial muestra paso por paso cómo verificar un vídeo. Para realizar este proceso, es necesario tener un computador o laptop; por lo que esta actividad no se encuentra en el programa; se deberá impulsar a los participantes a revisarlo desde casa.

GUÍA DE FACILITADOR

TALLERES



Los talleres son ocasiones para otorgar las herramientas para combatir la desinformación de manera dinámica.

DURACIÓN

Varía en duración según la discreción del facilitador, teniendo la opción de realizar el taller de 90 minutos o de 3 horas.

CONTENIDO



- Qué es la desinformación y sus tipos
- Quiénes la difunden
- Cómo se presenta
- Impacto y peligro
- Cómo se puede evitar su propagación


ACTIVIDADES

Las actividades se hacen de manera grupal según la cantidad de participantes. Hay dos actividades que son obligatorias y otras dos opcionales, según la duración del taller.

MATERIALES

QUIZ: En la página web verificatusmedios.cl los participantes podrán encontrar la sección de *Cuánto Sabes*. Deberán iniciar sesión (con previo registro en [Entra en Verifica Tus Medios](#)) y podrán completar el quiz. Idealmente este quiz se debe mandar a quienes participaran PREVIO a la fecha del evento.

RECURSOS: Idealmente, el / la facilitador(a) cuenta con una pantalla o proyector para compartir la presentación.  En caso de no contar con este recurso,  imprimir esta guía.

Al menos el 20% de los participantes deben contar con acceso a internet a través de su teléfono, tablet o laptop.  Al dividirlos en grupos en las actividades, cada grupo debe contar con acceso a este recurso.

TALLERES

90 MINUTOS

VERIFICA
TUS
MEDIOS

El contenido del taller de 90 minutos incluiría:

CONTENIDO

- Definamos Desinformación 15 MIN.
- Impacto y peligro de la desinformación 10 MIN.
- Cómo se puede evitar su propagación 5 MIN.

ACTIVIDADES

Las actividades se hacen de manera grupal según la cantidad de participantes.

1. Duda Cuando...

Actividad grupal o individual (según cantidad de participantes) donde se escribirán una guía de lineamientos con consejos para sospechar de contenido que puede ser engañoso.



15-20 MIN.



GRUPOS DE 5 MÁX.



PAPEL, LÁPIZ

2. Verifica La Foto.

Actividad grupal donde demostrarán los pasos a seguir para verificar una foto a través de este [vídeo](#). Cada grupo deberá realizar el proceso de verificación una imagen a su elección entre las opciones de imágenes reales y engañosas en la presentación.



30 MIN.



GRUPOS DE 5 MÁX.



NUESTRO GLOSARIO

VERIFICA
TUS
MEDIOS

Usa este glosario para repasar conceptos básicos del tema.



1 INFORMACIÓN

Conjunto de datos desde donde se puede extraer conocimiento; comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que ya se poseen sobre una materia determinada.

2 NOTICIA

Dato o información nueva interesante de divulgar. Al igual que la información, debe ser veraz.

3 VERAZ

Que dice o usa siempre la verdad.

NUESTRO

GLOSARIO



VERIFICA
TUS
MEDIOS

4 OPINIÓN

Juicio o valoración sobre algo o alguien.

5 DESINFORMACIÓN

Falta de información; datos difundidos fuera de contexto o manipulados a menudo de forma intencional.

6 VERIFICAR

Comprobar, comparar o contrastar un dato para constatar si es verdadero o no.

7 FUENTES DE INFORMACIÓN

Persona, institución o documento que entrega o contiene información.

DESINFORMACIÓN: ¿QUÉ ES?

VERIFICA
TUS
MEDIOS

TIP

Iniciar el taller con preguntas como warm-up y pidiendo ejemplos de situaciones donde puede aparecer la desinformación.

- ¿Has escuchado hablar de “fake news”, “noticias falsas” o “desinformación”?
- ¿Qué diferencia una opinión de un hecho?
- ¿Qué crees que sea una fuente de información?

Con las respuestas, se puede ir construyendo la definición de “desinformación” usando palabras claves de otras respuestas.

Popularmente, se conocen como “noticias falsas” o “fake news”. En contextos de enseñanza es preferible evitar el concepto ya que una noticia, para definirse como tal, debe ser verdadera. Además, algunos personajes suelen catalogar como “fake news” o “noticia falsa” contenidos que no les gustan, que no les conviene o que no quieren reconocer, aunque sean verdaderos.

La circulación de desinformación es un fenómeno muy antiguo, pero internet y las tecnologías sólo han hecho crecer (y empeorar) el alcance de la desinformación, ya que teniendo un computador o celular con internet se nos permite acceder a mucha información y desinformación al mismo tiempo. Asimismo, esto permite que cualquier persona publique cualquier cosa, ya sea con o sin intención de desinformar.

DEFINICIÓN DE DESINFORMACIÓN

Es el desorden informativo, la falta de información, manipulación, datos sin contexto, engaños y sátiras en ciertos casos.

DESINFORMACIÓN: TIPOS

VERIFICA
TUS
MEDIOS

Los investigadores Carlos Cortés y Luisa Isaza propusieron en 2017 cuatro grandes grupos de desinformación:

TIP

Al discutir los tipos de desinformación, usa los mismos ejemplos previamente discutidos durante la definición de desinformación.

Preguntar a los participantes "¿Cómo se puede presentar la desinformación?"

1 Noticias falsas

Aquel contenido deliberadamente falso que suplanta o imita el formato de un medio de comunicación para engañar al lector. Las intenciones pueden ser varias: perjudicar a alguien, generar tráfico (clicks), influir en el debate público, etc.

2 Teorías conspirativas

Se presentan como información para explicar planes coordinados por grupos o personas determinadas. Durante la pandemia del Covid-19 este tipo de teorías circularon masivamente para explicar, por ejemplo, que las vacunas serían dañinas o que el virus habría sido creado en un laboratorio para controlar a la población.

RESUMEN

Los tipos de desinformación son:

1. Noticias falsas
2. Teorías conspirativas
3. Rumores, cadenas, memes
4. Propaganda

DESINFORMACIÓN:

TIPOS



VERIFICA
TUS
MEDIOS

Los investigadores Carlos Cortés y Luisa Isaza propusieron en 2017 cuatro grandes grupos de desinformación:

3 Rumores, cadenas, memes

Una ampliación de lo anterior cuando se difunde en medios de mensajería instantánea, principalmente Whatsapp, Telegram y similares. Rota de usuario a usuario, sin identificar la procedencia ni autoría.

4 Propaganda

Generalmente corresponde a operaciones políticas donde se presentan afirmaciones verdaderas o falsas pero con enfoques engañosos. Por ejemplo omitiendo datos importantes de contexto, presentar teorías como datos duros, etc. Este tipo de desinformación suele ser intencional y utilizarse para influir en votaciones.

Puede incidir en el juicio de una persona pública (un mandatario o candidato, por ejemplo); llevar a creer en datos que no son tales, e incluso puede incidir en que una persona decida, en base a falsedades, por qué opción votar. Debido a esto, es más peligroso aún cuando dicha desinformación se coordina desde un grupo político o incluso desde el Estado, ya que su difusión es mayor.

DESINFORMACIÓN: ¿QUIÉNES DIFUNDEN?

De acuerdo al texto “¿Quién es más propenso a creer y compartir desinformación?”, donde se recopilan resultados de varias investigaciones académicas sobre

el tema, son las **personas mayores (tercera y cuarta edad)** quienes van perdiendo memoria sobre los detalles: “*Los eventos recientes se vuelven menos precisos para las personas mayores*”. Suelen no recordar la fuente y/o contexto de algo.

Asimismo, el **nivel educativo** de las personas incide más en la capacidad de diferenciar entre un dato y una opinión. En ambos grupos se ha estudiado que les es más difícil chequear o dudar de un contenido que reciben, por ejemplo, por WhatsApp. Asimismo, se les es difícil identificar las fuentes (o la ausencia de ellas).

TIP

Iniciar el tema preguntando:

- ¿Quiénes son más propensos a creer y difundir desinformación?
- ¿En qué contexto se suele difundir desinformación?

RESUMEN

Según edad (adultos mayores) y según niveles de educación, pero también según el contexto. En contextos de crisis, catástrofe y conflicto fomenta la difusión de este tipo de contenido.

Por un lado, un **contexto de crisis, catástrofe y conflicto** también puede fomentar la difusión de contenido engañoso, falso, o impreciso. Estos escenarios generan cierta ansiedad por obtener respuestas y explicaciones, así como pueden venir desde operaciones políticas para desprestigiar a una de las partes del conflicto o crisis mediante desinformación. Por ejemplo: el estallido social en Chile o en Colombia en 2019-2020; la salida de Evo Morales en 2019, la guerra en Ucrania, elecciones mediana o altamente polarizadas, y más.

DESINFORMACIÓN: ¿QUIÉNES LA DIFUNDEN? **SESGOS COGNITIVOS**

TIP

Preguntar a lxs participantes sobre sus experiencias propias:

- ¿Cuándo fue la última vez que 'caíste' en una noticia falsa?
- ¿Qué pasó que fue fácil creer en la noticia?

Para así llegar a la construcción de la respuesta a la pregunta:

- ¿Cuándo es más probable que creamos una noticia falsa?

Pero hay otros factores que pueden afectar a cualquier persona, aunque no sea mayor o tenga educación universitaria: los **sesgos cognitivos**.

El texto recopilatorio de Chequeado, Full Fact y África Check los sintetiza en tres tipos:

- **La ilusión de la repetición:** se ha repetido información varias veces es más común que la creamos.
- **Lo que “parece” verdad o “fluidez del proceso”:** algo es fácil de procesar mentalmente, es más probable que lo creamos.
- **Razonamiento motivado:** la información concuerda con nuestras creencias previas, es más fácil creerla.

Lee mayor información acerca de estos tipos de sesgos cognitivos en la siguiente página de la guía del facilitador.

DESINFORMACIÓN: ¿QUIÉNES LA DIFUNDEN? **SESGOS COGNITIVOS**

1 La ilusión de la repetición

Estudios citados tienden a mostrar que es común creer en algo que se ha repetido varias veces cuando, además, falta la información requerida para desmentir o refutar. En todo caso, aunque se nos enseñe el desmentido, es probable que tras haberlo escuchado o leído repetidas veces, permanezca aceptado como una verdad.

2 La fluidez del proceso

La fluidez del proceso refiere a lo que “parece” verdad. Creer o no en un mensaje o determinada información es voluntario, pero hay una percepción involuntaria cuando nos topamos con algo fácil de procesar. Por ejemplo, los mensajes acompañados de una imagen son más sencillos de digerir que un texto por sí solo, ya que el apoyo gráfico juega un rol de presunta evidencia.

3 Razonamiento motivado

Creer en contenidos o mensajes que calzan con nuestras ideas o ideales previos. Es decir, nuestra concepción de ciertas cosas influye en la manera en que aceptamos pruebas que refutan nuestra creencia previa. Creer en una desinformación bajo este tipo de sesgo cognitivo puede ocurrir, inclusive, en una persona joven con altos niveles educativos.

DESINFORMACIÓN: **SU IMPACTO**

VERIFICA
TUS
MEDIOS

TIP

Preguntar a lxs participantes sobre experiencias propias:

- ¿Conocen a alguien que al haber creído en desinformación, hayan tenido un mal resultado? ¿Alguna vez te ha pasado?

Para así llegar a las preguntas:

- ¿Qué impacto puede tener la desinformación?
- ¿Por qué es peligrosa?

El impacto y consecuencias de la desinformación puede ser fatal, en su forma más literal. Por ejemplo, según la BBC, durante la pandemia del Covid-19 una mujer checa murió tras contagiarse a propósito del virus, ya que creía que la inmunidad que obtendría de esta manera sería mejor que a través de la vacuna.

En 2016, Estados Unidos, un hombre ingresó armado a una pizzería en Washington para rescatar a presuntas víctimas de una red de pedofilia. Sus fuentes de información fueron teorías conspirativas que nunca fueron comprobadas, según las cuales miembros del Partido Demócrata eran cómplices de una red de trata de menores de edad, los cuales a su vez estarían en la pizzería. Este caso, conocido como Pizzagate, terminó con el hombre armado condenado a cuatro años de cárcel.

Al utilizar estrategias de propaganda desinformativa en una campaña electoral, esto puede influir en decisiones de voto basados en datos no certeros.



DESINFORMACIÓN: **EVITEMOS SU PROPAGACIÓN**

ESFUERZOS GENERALES:

La alfabetización digital es sumamente importante. Con esto, nos referimos a enseñar desde las escuelas las características, virtudes y peligros de cada red social y plataforma. Por ejemplo, es recurrente encontrarse con personas que dan validez a una cadena de WhatsApp con desinformación simplemente porque el mismo mensaje les llegó a más de un grupo. Lo mismo ocurre con publicaciones compartidas por cientos de usuarios en Facebook o videos virales en TikTok e Instagram.

Asimismo, es importante saber “leer” a los medios. Por un lado, esto se podría lograr fomentando el **consumo plural** de diarios, canales de TV, radios y portales digitales, ya que no todos ponen el mismo énfasis en una noticia, y no todos informan sobre los mismos temas. Estas diferencias responden, al mismo tiempo, a sus respectivas líneas editoriales e intereses, aspecto que también es deseable que sea aprendido.

Finalmente, se recomienda reforzar el **análisis crítico del discurso**. Es frecuente que una opinión se confunda con un dato o hecho, lo cual explica uno de los orígenes más complejos de la desinformación. Asimismo, es importante aprender a reconocer los intereses o intenciones que puede tener una persona o grupo al emitir comentarios desinformativos sobre otros.

DESINFORMACIÓN: **EVITEMOS SU PROPAGACIÓN**

TIP

Esta etapa del taller se basa mucho más en actividades que en discusiones. Para iniciar esta etapa, empieza preguntando:

- ¿Qué cosas podemos hacer para evitar creer en desinformación?

Toma en cuenta las siguientes ideas:

- Usar herramientas de fact-checking (boletines, plataformas, etc)
- Analizar el texto y sus posibles incongruencias con noticias (errores ortográficos, vocabulario usado, etc.)
- Buscar la noticia en distintas fuentes de información

Desde el periodismo existen múltiples esfuerzos desde el fact checking. Al respecto, sugerimos seguir en redes sociales o suscribir a los boletines de los siguientes medios:

FACT-CHECKING

El fact-checking o verificación de datos es una metodología que busca desmentir, aclarar, contextualizar y contrastar la desinformación que circula en internet y en el discurso público.

- Mala Espina Check
- Fast Check
- AFP Factual
- Contexto Factual.

Muchas de las desinformaciones que vemos podrían ya estar verificadas por estos medios, así como también todos tienen canales abiertos (chats de WhatsApp o mails) donde reciben sugerencias y consultas de sus lectores.

ACTIVIDAD 1:

DUDA CUANDO...

VERIFICA
TUS
MEDIOS



15 MIN.



GRUPOS DE 5 MÁX.



PAPEL, LÁPIZ

PREPARACIÓN:

- En caso de tener más de 10 participantes: Dividir a participantes en grupos de máximo 5 personas. En caso de tener menos de 10 participantes, realizar una discusión abierta.
- Pedir que cada grupo tenga papel y lápiz a la mano
- Si es posible: proyectar esta presentación o escribir en la pizarra:

¿CÓMO PODEMOS SABER SI ES CONTENIDO FALSO, MANIPULADO, ENGAÑOSO?

INSTRUCCIONES:

Los participantes o grupos tendrán 10 minutos para escribir una guía llamada "*Duda cuando...*" con 4 lineamientos que nos ayuden a saber cuándo sospechar que un contenido sea desinformativo.

Al finalizar el tiempo, deberán explicar sus lineamientos así ver cuáles se repiten entre grupos.

OPCIONAL: Cada grupo deberá presentar su guía.

RESULTADO DESEADO: POSIBLES RESPUESTAS

- **EMOCIONES:** Sospecha de noticias MUY buenas y de aquellas que son extremadamente trágicas.
- **FUENTES OFICIALES:** Revisa si esa información, foto, video, etc. que viste, ha sido publicado en medios de comunicación.
- **ERRORES:** Mayúsculas, faltas de ortografía, redacción incoherente... ¡Sospechoso!
- **FUENTE INDICADA:** Si el mensaje no indica cuál es la fuente, también dudemos. Si es verdadero, ¿por qué no indica de dónde viene la información?
- **MEDIO VERIFICADO:** Si fue publicado en un presunto medio de comunicación, revisa que este medio tenga página web y/o redes sociales, que indique quiénes son, si ha publicado más noticias, si indica alguna dirección o domicilio u otra forma de contacto.

OBJETIVO

1. Identificar un contenido desinformativo
2. Conocer las formas y formatos en que se les puede presentar contenido desinformativo

¿TIENES TIEMPO EXTRA?

Puedes optar por hacer que cada grupo presente su guía y luego discutir como los sesgos cognitivos nos pueden afectar.

ACTIVIDAD 2:

VERIFICA LA FOTO

VERIFICA
TUS
MEDIOS





30 MIN.



GRUPOS DE 5 MÁX.



PREPARACIÓN:

- Pedir que cada grupo tenga laptop, tablet o teléfono con acceso a internet.
- Si es posible: proyectar esta presentación  o imprimir los recursos. 




¿CÓMO PODEMOS SABER SI UNA IMAGEN ES FALSA, MANIPULADA, ENGAÑOSA?

INSTRUCCIONES:

1. Dividir a participantes en grupos de máximo 5 personas.
2. Preguntar a los participantes: *¿Qué pasa cuando ves una imagen muy increíble? ¿Cómo puedes saber si es una imagen real?*
3. Mostrar presentación con pasos para verificar una imagen, incluyendo el vídeo de "Cómo verificar una imagen."
4. Continuar con la presentación para **mostrar distintas opciones de imágenes**. Cada imagen va acompañada de un **código QR**, lo cual permitirá a las personas descargar la imagen y poder empezar los pasos para verificar la imagen.
5. Los participantes tendrán 15 minutos para escoger la imagen que quieren verificar, y cumplir con los pasos de verificación.
6. Al finalizar el tiempo, los grupos deberán comentar qué imagen escogieron, por qué y que concluyeron: *¿Es real o engañosa?*

¿NO CUENTAS CON PANTALLA?

Puedes imprimir este recurso con los pasos de verificar una imagen y con las imágenes a verificar. 

Si los participantes cuentan con acceso a internet, pedirles ingresar a "verificatusmedios.cl" y abrir la sección de "¿Cómo chequearlo?" donde se encuentran distintos tutoriales para verificar información, incluyendo "Como verificar una imagen."

OBJETIVO

1. Identificar un contenido desinformativo
2. Verificar una imagen desinformativos

RESULTADO DESEADO:

1. Imagen 1: Engañosa: otro lugar
2. Imagen 2: Manipulada: Photoshop
3. Imagen 3: Real
4. Imagen 4: Engañosa: antigüedad

CONOCE LA RED DE

#AMERICANSPACESCHILE

Los **American Spaces** son parte fundamental de las relaciones bilaterales entre Estados Unidos y Chile. Con un ambiente acogedor y abierto al público, día a día siguen acercando nuestros pueblos a través de la educación, cultura y valores que compartimos. En Chile, la red de American Spaces cuenta con 14 socios a lo largo del país.



UNA RED QUE REFLEJA LA RIQUEZA DE LOS LAZOS QUE NOS UNEN

La red de **#AmericanSpacesChile** está compuesta por los Instituto Chileno-norteamericanos, que ofrecen programas de aprendizaje del idioma inglés y una amplia agenda de actividades culturales sin costo para todas las edades en ciudades como **Antofagasta, La Serena, Valparaíso, Santiago, Concepción, Curicó y Chillán.**

Adicionalmente, cuenta con los American Corner, verdaderos “rincones estadounidenses” con programas en temas como cambio climático y ciencia, charlas, talleres y grupos de conversación en inglés. Estos Corners están ubicados en las Universidades a lo largo del país; en **Arica, Antofagasta, Santiago, Temuco, Valdivia y Punta Arenas.** A través de EducationUSA, nuestra red de **#AmericanSpacesChile** ofrece asesoría académica para quienes deseen estudiar en instituciones de educación superior en los Estados Unidos.

¡CONTÁCTANOS!

#AMERICANSACESCHILE

¿Tienes dudas o preguntas acerca del contenido de esta página?
Contacta el American Corner de la Universidad Diego Portales en:

american.corner@udp.cl

Estamos presentes en Santiago, busca tu **American Space** más cercano:

**INSTITUTO CHILENO NORTEAMERICANO:
AMERICAN SPACE - SEDE MONEDA**

 mclemente@norteamericano.cl  [@ichnorteamericano](https://www.instagram.com/ichnorteamericano)

 Moneda 1467, Santiago, Región Metropolitana

**AMERICAN CORNER UDP
UDP: BIBLIOTECA NICANOR PARRA**

 american.corner@udp.cl  [@acornerudp](https://www.instagram.com/acornerudp)

 Vergara 324, Santiago, Región Metropolitana

**AMERICAN ACADEMY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY:
UNIVERSIDAD DE TALCA - SEDE PROVIDENCIA**

 americanacademy@utalca.cl  [@aast.utalca](https://www.instagram.com/aast.utalca)




 Quebec 415, Providencia, Región Metropolitana

Estamos presente en todo Chile busca el **American Space** en tu región:




¡CONTÁCTANOS!

#AMERICANSACESCHILE




ARICA

-  American Corner UTA
-  acorner@gestion.uta.cl
-  @americancorneruta




LA SERENA

-  Ins. Chileno Norteamericano
-  ruth.mcbride@gmail.com
-  @norteamericanolaserena




CURICÓ

-  Ins. Chileno Norteamericano
-  manuelmolina@inchinor.cl
-  @norteamericano_curico







CONCEPCIÓN

-  Ins. Chileno Norteamericano
-  aarjona@ichnc.cl
-  @norteamericanoconcepcion




VALDIVIA

-  American Corner UACH
-  acorner@uach.cl
-  @american.corner.uach




ANTOFAGASTA

-  American Corner UCN
-  american.corner@ucn.cl@a
-  mericancornerucn
-  Cen. Binacional de Antofagasta
-  maykol.olivares.alano@gmail.com
-  @norteamericanoantofagasta




VALPARAÍSO

-  Ins. Chileno Norteamericano
-  svivar@chilenonorteamericano.cl
-  @institutochilenonorteamericano




CHILLÁN

-  Ins. Chileno Norteamericano
-  sandovalmi52@gmail.com
-  @chilenonorteamericanochillan

TEMUCO

-  American Corner UATemuco
-  daniela.garrido@uautonoma.cl
-  @americancorneruatemuco

PUNTA ARENAS

-  American Corner UMag
-  american.corner@umag.cl
-  @americancornerumag

VERIFICA TUS MEDIOS

UN PROYECTO DE LA RED DE
#AMERICANSACESCHILE
DESARROLLADO POR PERIODISMO UDP.