



INSTITUTO TECNICO DE COMERCIO BARRANQUILLA GUIA DE RECUPERACIÓN Y/O TRABAJO DIFERENCIADO A DISTANCIA PARA TERCER PERÍODO

1. IDENTIFICACION

GRADO: 7

AREA – ASIGNATURA: HABILIDADES COMUNICATIVAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

DOCENTE RESPONSABLE: SALVADOR MOGOLLÓN BALLESTAS

COMPETENCIAS: Intelectuales, Personales, Tecnológicas, Lectoras

APRENDIZAJES:

- ✓ Razona sobre la importancia del concepto de periodismo digital y su importancia en la vida de las personas.
- ✓ Argumenta sobre los retos que enfrenta el periodismo actualmente.
- ✓ Asume una actitud positiva y responsable frente a las actividades del área.



2- En este período hemos trabajado las temáticas relacionadas con el periodismo electrónico. Lee con atención estos textos y realiza la actividad que aparece al final, sé que has tenido dificultades, pero aun así, juntos y en equipo sacaremos este compromiso adelante. ¡No te preocupes!



1. ¿QUÉ ES ESO DE PERIODISMO DIGITAL?

También conocido como periodismo web es la modalidad del periodismo que utiliza Internet como entorno principal para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos. Por su forma de narrativa multimedia construye el relato a través de distintos formatos digitales para canalizar la información.

La importancia de los periódicos en Internet radica en el prestigio que tienen, en la confiabilidad que el usuario deposita en ellos. El cibernauta no puede consultar la totalidad de páginas de la Web, ni tampoco puede confiar en la veracidad de la información que estas páginas proporcionan.

Los medios digitales ofrecen una gran cantidad de información, que está disponible en cualquier momento y lugar.

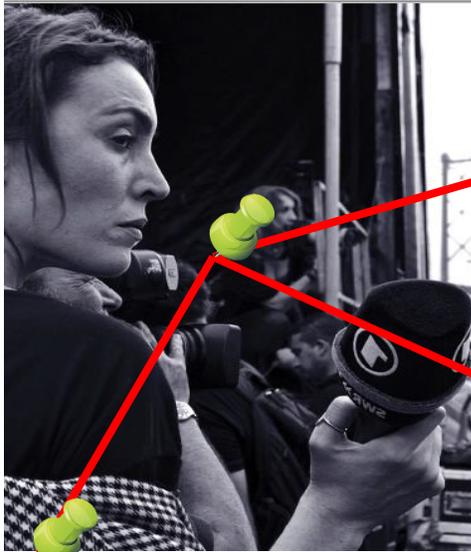
El periodismo digital les da a las personas el poder de interactuar con el contenido, ya sea comentando, compartiendo o discutiendo sobre los temas que se presentan.



Son al menos cuatro los cambios en la forma de hacer periodismo que han venido de la mano de la era digital:

1. Ha llegado la hora del trabajo en red.
2. Hay que saber jugar con el zoom sobre las historias para entender su valor local, pero potenciando sus impactos más allá de las fronteras.
3. Se requiere aprender a navegar en los océanos de terabytes de información a los que se tiene acceso.
4. La narración de las historias se aventura por rutas cada vez más innovadoras.





2. CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO DIGITAL

Los albores del periodismo digital se remontan a la década de 1990, cuando Internet hizo su entrada con fuerza en los trabajos y hogares del mundo, y muchos grandes medios periodísticos, como diarios y cadenas de televisión, abrieron sus portales web para ofrecer a sus lectores material adicional al exhibido en papel o en TV. El primero en hacerlo fue el diario estadounidense The Chicago Tribune empleando la plataforma America On Line (AOL).

Ya en plena efervescencia de la cultura web surgieron nuevas formas de periodismo que aprovechan las plataformas digitales,

Multimedialidad



El periodismo digital combina textos, videos, audios e infografías.

Uno de los rasgos distintivos del periodismo digital es **su aprovechamiento de los diversos formatos de información** disponibles en la [red](#): el texto escrito, el video, el audio, las infografías y gráficas, todo convive en un mismo soporte líquido, adaptado a las necesidades.

Así, una noticia puede presentarse como **la conjugación de texto, audio, imágenes fijas** y segmentos audiovisuales, lo cual forma a la vez una nueva manera de leer.

Interactividad



El periodismo digital permite administrar el tiempo de exposición a una noticia.

La interactividad es el tercer rasgo fundamental del periodismo digital y es **la más innovadora respecto a los medios anteriores** como la televisión y la [radio](#).

En estos medios el espectador ocupaba un rol meramente pasivo, mientras que **el cibernauta elige qué noticias ver y cuáles no**, elige qué videos reproducir y hasta cuándo y administra su tiempo de exposición a la noticia como quiera. Además, en muchos casos es capaz de replicar la noticia o de exponer su opinión en el apartado de comentarios de los lectores.



Hipertextualidad

Otro rasgo típico del periodismo digital y de la Internet en general, es lo conocido como el hipertexto: **la posibilidad de saltar de un texto a otro**, de un contenido a otro, armando un tejido de relaciones y de [lecturas](#) que se complementa recíprocamente.

Por ejemplo, una noticia sobre una región específica **puede contener vínculos hacia otras noticias previas**, necesarias para entender el contexto, así como a mapas de la región, [fotografías](#) pertinentes o explicaciones colaterales, con lo que podrá saltar de un sitio a otro en la medida en que necesite más información.

Impacto

El periodismo digital **pone en jaque los medios tradicionales de información** a través de nuevos modelos mucho más atractivos de encuentro con su público.

Los medios digitales **son más económicos, menos perecederos**, de mayor alcance y mayor complejidad. Esto no significa, de momento, que suponga su extinción o reemplazo, sino más bien la convivencia entre el modelo tradicional y el novedoso.

Además, los medios digitales poseen también nuevas limitaciones como es **su eventual sensación oceánica, de exceso de datos**, que a menudo desanima al lector o le impide dar con un dato específico.

Otro lo representa su **falta eventual de legitimación**, dado que el nuevo formato interactivo permite que parte de la información sea creada por los propios usuarios de Internet.

ACTIVIDAD

especial

Al comparar el periodismo digital con aquel que tradicionalmente leíamos en periódicos impresos, contesta: ¿Cuál de los dos tipos de periodismo te parece mejor? Justifica tu respuesta mencionando al menos tres aspectos comparativos que permitan sustentar tus afirmaciones. Asegúrate de que tu respuesta tenga al menos 15 líneas de extensión. Realiza la actividad en tu cuaderno, toma una foto y envíala al correo del profesor.



Aunque la actividad anterior será la única que realizarás en el período, te invito a leer el resto de la guía para que conozcas más información importante.

Cuídate mucho.

¡Espero puedas regresar pronto!



3. GÉNEROS DEL PERIODISMO

Los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace. En la prensa se diferencian tres tipos de géneros periodísticos:

- Informativo
- Opinión
- Interpretativo



El género informativo: Tienen como objetivo dar cuenta de la actualidad con un lenguaje objetivo y directo. La persona que redacta el texto queda fuera de él o no aparece de forma explícita. Para el autor español Álex Grijelmo, " Son informativos los textos que transmiten datos y hechos concretos de interés para el público, ya sean nuevos o conocidos de antemano. La información no permite opiniones personales, ni mucho menos juicios de valor".

Los géneros informativos son: la noticia, el reportaje objetivo, la entrevista objetiva y la documentación.

El género de opinión: Tienen como finalidad expresar el punto de vista de quién los escribe, que interpreta y comenta la realidad, evalúa las circunstancias en que se han producido los hechos, y expresa juicios sobre los motivos y sobre las consecuencias que puedan derivarse de ellas. En ocasiones, puede proponer alternativas para cambiar o mejorar la situación.

Los géneros de opinión son: el editorial, el artículo de opinión, y sus modalidades el comentario o la columna, la crítica y las cartas al director.

El género interpretativo: Son aquellos en los que, además de informar de un suceso o acontecimiento, el periodista expresa su opinión. Su finalidad es relacionar el acontecimiento con el contexto temporal y espacial en el que se produce. En el texto interpretativo, además de la información, se ofrecen detalles, se relacionan unos datos con otros, se avanzan hipótesis explicativas, se hacen proyecciones de consecuencias futuras, etc. El autor aparece de forma más o menos explícita como testigo cualificado de los hechos que relata. Este género se ha sido incorporado por el periodismo moderno para contrarrestar la influencia de otros medios de comunicación.

Los géneros interpretativos son: el reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica.



4. RETOS DEL PERIODISMO EN LA ACTUALIDAD

Reto 2. Cómo posicionarse en el ecosistema tecnológico:

Exigiendo más transparencia sobre los filtros y los algoritmos y reivindicar una tecnología con los aspectos humanos en el centro. Se puede resumir en solicitar un marco transparente para rendir cuentas sobre la nueva tecnología. Además, la importancia de tener un papel central en el ecosistema tecnológico está en poder preservar el protagonismo de la información de calidad elaborada por periodistas.

Reto 1. Cómo combatir la desinformación y las noticias falsas:

La necesidad de combatir este fenómeno no es solo vital para el periodismo, sino que supone una amenaza real para la democracia. Ya hemos visto el impacto en diversos procesos electorales en diferentes partes del planeta, y estos pueden ser solo la punta del iceberg. Hay que tener una vigilancia colectiva en este tema y promover la alfabetización mediática digital como materia obligatoria en la escolarización. Este ámbito será de especial relevancia y debe contar con una colaboración estrecha entre los medios de comunicación y las instituciones educativas.

Reto 3.Cuál debe ser la formación del periodista en la década 2020:

Los futuros periodistas deben tener una base sólida periodística, conocimientos tecnológicos y comprensión de la dimensión empresarial de los medios de comunicación. Es decir, una fórmula de tres ingredientes: Periodismo + Tecnología + Modelo de Negocio. Además, deben ser profesionales innovadores y que puedan abrazar el cambio de forma natural.

Reto 4. La fórmula del modelo de negocio todavía por determinar:

El reto se encuentra en diversificar las vías de ingresos. Además, lo que está claro es que ha cambiado la esencia del negocio: el periodismo ya no vende únicamente producto (información), sino que se ha convertido en un proveedor de servicios. Esto es, las empresas periodísticas tienen que hacer un cambio esencial y el futuro consolidará esta tendencia.

Reto 5. Cómo conectamos con las audiencias digitales: Habrá un debate para determinar qué datos son los más relevantes y se establecerán estándares comunes para toda la industria. Se establecerán parámetros y valores para medir qué significa realmente la participación, pasando de una mera interacción (me gusta) a una contribución elaborada (comentario). El engagement o compromiso con los usuarios se detallará y pasará de ser la palabra más utilizada en sentido abstracto a concretarse en detalles y acciones.



Ten en cuenta

1. Lee cuidadosamente la guía antes de responder la actividad.
2. Puedes consultar cualquier inquietud por medio del correo o escribe tus inquietudes para resolverlas en nuestro encuentro virtual.
3. Debes enviar cada actividad cuando las hayas finalizado, al correo del docente Salvador Mogollón Ballestas: profesalvamogollon@gmail.com
4. Trabaja a tu ritmo