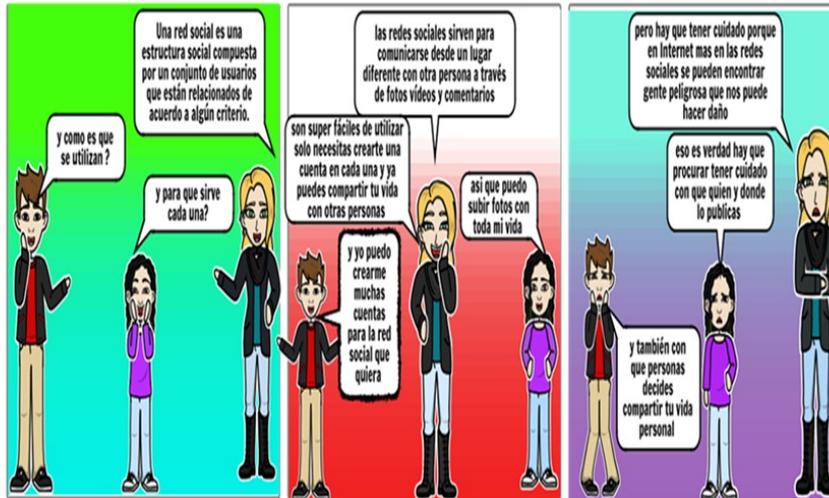


PROPÓSITO:

Que el estudiante distinga los medios de comunicación masivo, en particular la internet, que son parte de su entorno social valiéndose del acceso a ellos con el fin de mejorar su competencia comunicativa, elaborando textos de opinión.

MOTIVACIÓN:

Las actividades presentes se relacionan con internet y redes sociales.



EXPLICACIÓN:

LA INTERNET

CONCEPTO DE INTERNET

El Internet es una red informática descentralizada, que para permitir la conexión entre computadoras opera a través de un protocolo de comunicaciones. Para referirnos a ella además se utiliza el término "web" en inglés, refiriéndose a una "tela de araña" para representar esta red de conexiones. En palabras sencillas, la Internet es un conjunto de computadoras conectadas entre sí.



Existen dos versiones sobre el inicio de internet. La más popular señala su creación como una respuesta del Departamento de Defensa estadounidense, quienes en los años 60 buscaban la forma en la que todos los ordenadores que se utilizaban dentro de la organización funcionaran en red, aún y cuando una de las computadoras sufriera una falla debido a un ataque enemigo. La otra versión menos extendida señala que en esa misma época, en la Oficina para Tecnologías de Procesado de la Información (IPTO), Robert Taylor (quien se estrenaba como director de la oficina) tuvo la idea de generar un sistema que permitiera que los investigadores pudiesen compartir recursos a través de la utilización de enlaces.

Internet es un neologismo del inglés que significa red informática descentralizada de alcance global. Internet es un anglicismo que se forma por la abreviación del término International Network of Computers, que en español se podría traducir como 'Red Internacional de Computadoras', o también como 'Red de redes'. En español, la palabra internet está considerada como un sustantivo propio. La Real Academia Española (RAE), en su diccionario, admite que se escriba con o sin mayúscula inicial. Preferentemente, se utiliza sin artículo. En caso de usarlo, se recomienda el uso femenino (la), ya que el nombre equivalente en español vendría a ser 'red', que es femenino.

Servicios de internet

Internet es el medio de transmisión que utiliza la world wide web o www (en español se suele utilizar el término web). De esta forma, uno de los servicios que Internet permite utilizar es la web, entendida como un conjunto de protocolos que permite el acceso a distancia de archivos de hipertexto (contenido con enlaces a otros textos). Además de la web, que permite la consulta de hipertextos, internet es también el medio de transmisión del correo electrónico, la transmisión de datos multimedia (audio, video) en sistemas de telefonía y plataformas de intercambio de archivos, los sistemas de mensajería instantánea y los videojuegos en línea, por mencionar los más utilizados. Igualmente, en internet, coexisten los 4 medios de comunicación masiva: prensa, radio, televisión y cine.

Internet como medio de comunicación

Las posibilidades que brinda internet como fuente de acceso a información y conocimiento en múltiples formatos son casi ilimitadas. En las últimas décadas, los medios de comunicación

tradicionales se hayan visto impulsados a ofrecer plataformas y soluciones adaptadas a nuevos tiempos y consumidores de información.

Las características propias de internet permiten la presentación de información en multitud de formatos como sonido, video, imágenes y texto. Permite combinar elementos

de otros medios de comunicación, como la radio, el periodismo y la televisión. De allí que, en las últimas décadas, muchos medios hayan logrado adaptarse al avance tecnológico que internet admite para la creación y transmisión de información y contenidos.

REDES SOCIALES



Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos - como el profesional, de relación, entre otros - pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. La idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX.

Fue en la década de 1990, con internet disponible, que la idea de red social emigró también al mundo virtual. El sitio **SixDegrees.com**, creado en 1997, es considerado por muchos como la primera red social moderna, ya que permitía a los usuarios tener un perfil y agregar a otros participantes en un formato parecido a lo que conocemos hoy. El sitio pionero, que en su auge llegó a tener 3,5 millones de miembros, se cerró en 2001, pero ya no era el único.

El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media.

Aspectos positivos de las redes sociales en el ambiente empresarial.

El uso de redes sociales es importante instrumento en el ámbito empresarial. Estos son los aspectos

positivos:

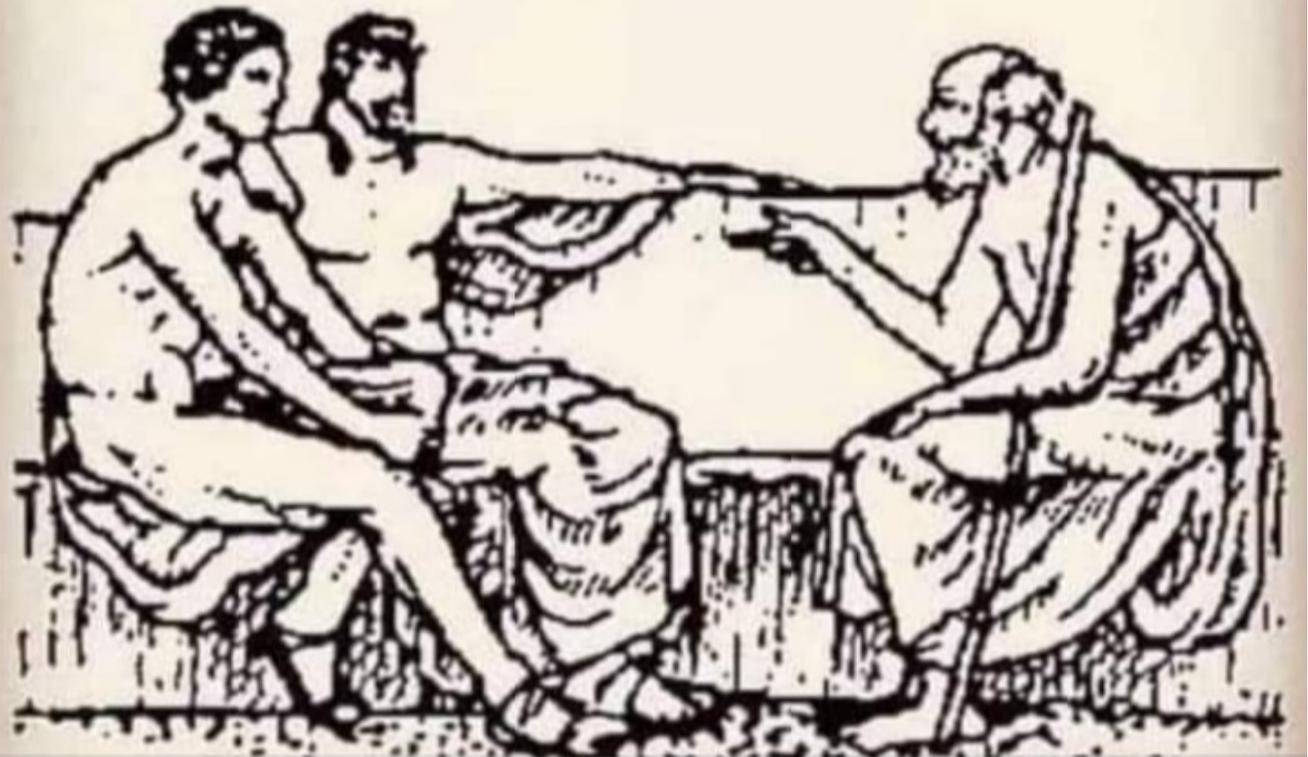
- *Compartir la visión de la empresa:* las redes sociales son una especie de vitrina de su empresa; se puede mostrar la visión del negocio.
- *La personalización del mensaje y la interacción directa con el cliente:* en las redes sociales, es posible tener una relación más personalizada y directa con los clientes o posibles clientes, ya que puede entrar en contacto con cada uno, para resolver problemas o para descubrir nuevas informaciones;
- *Poder saber más sobre cada uno de tus clientes:* las personas comparten sus gustos, deseos y otras informaciones que pueden ser valiosas para las empresas a la hora de acercarse a su público objetivo.
- *Posibilidad de vender por estos canales:* las redes son usadas para vender tus productos o servicios, Crear un entorno controlado por la marca: independientemente de quién es tu público, este va a estar en alguna red social.
- *Posibilidad de divulgación para empresas con bajo presupuesto:* a diferencia de los medios tradicionales, anunciar en las redes sociales tiene un costo más bajo, además de la ventaja de que en la web es mucho más fácil medir los resultados.
- *Información en tiempo real:* las redes sociales permiten comunicar mensajes urgentes de la marca en un canal oficial.



EL TEXTO ARGUMENTATIVO

El objetivo de la argumentación, o de la discusión, no debe ser la victoria, sino el progreso.

- Joseph Joubert



Texto argumentativo es todo aquel discurso en el que el autor intenta convencer, modificar o reforzar la opinión del lector u oyente sobre su hipótesis o punto de vista, mediante justificaciones coherentes que sustenten su idea.

Los textos argumentativos se utilizan en el ámbito periodístico, científico, judicial, filosófico y publicitario, por mencionar algunos. Su objetivo es persuadir al receptor de fijar posición sobre un tema, por lo que se suele combinar con el texto expositivo, caracterizado por presentar temas de interés general de manera objetiva.

Los textos argumentativos no solo se presentan de forma escrita. También pueden ser un recurso en conversaciones, exposiciones y debates.

La estructura de un texto argumentativo tiene tres partes, que deben ser desarrolladas en el siguiente orden:

Introducción: el autor introduce la idea sobre la que quiere argumentar, generando el interés en el receptor pero sin adelantar el desarrollo.

Desarrollo del contenido: en esta parte se exponen los argumentos, según los tipos diferenciados anteriormente. El texto puede estar estructurado de manera monologada (solo el autor expone sus ideas) o dialogada (cuando se asume que la argumentación tendrá preguntas o réplicas). Los

argumentos deben de presentarse por orden de importancia, sin olvidar los ejemplos que permitan obtener una mejor comprensión de las ideas que se quieren exponer.

Conclusión: se presenta nuevamente la idea inicial y un resumen de los argumentos que la justifican a manera de cierre, presentando primero aquellos de mayor relevancia.

En un texto argumentativo pueden estar presentes uno o más tipos de justificaciones:

- Argumentos de autoridad: se caracteriza por incluir la opinión de un experto, estudioso u organización especializada en el tema. Los textos académicos o científicos usan este tipo de argumentos.
- Argumentos de causa-efecto: se presentan las razones de un hecho a través de las razones que lo originan y sus consecuencias. Un reportaje periodístico que intenta explicar un problema de índole social, seguramente utilizará este tipo de argumentos para que el lector entienda el origen del problema y su impacto en la sociedad.
- Argumentos afectivos: el emisor utiliza un discurso diseñado para generar una respuesta emocional en el receptor (tristeza, indignación, orgullo, agradecimiento, alegría, etc. Los textos que se redactan para ser utilizados por personalidades políticas en eventos públicos, suelen tener argumentos de este tipo.
- Argumentos de experiencias personales: el autor expone vivencias propias como justificación de su idea. En una columna de opinión, un autor puede utilizar este recurso.

ESTRUCTURA DEL TEXTO ARGUMENTATIVO

Son tres los elementos o partes en las que se divide generalmente una argumentación: la tesis, el cuerpo argumentativo y la conclusión. A pesar de que la mayoría de los textos argumentativos suele presentar estos tres elementos, puede ocurrir que esté ausente alguno de ellos: la tesis, en muchos casos, es sustituida por una exposición inicial sobre el tema que se va a tratar. Es muy importante, por esta razón, señalar que el texto expositivo y argumentativo funcionan conjuntamente en el caso de la argumentación: no podemos defender ideas o situaciones sin haberlas puesto, previamente, en conocimiento de nuestro receptor.

- La tesis: es la idea fundamental en torno a la que se reflexiona; puede aparecer al principio o al final del texto y ocupa un párrafo, también al inicio o al final. En este último caso muchas veces se omite la conclusión por considerarse innecesaria, pues es la tesis la que ocupa su lugar. Es muy importante que la tesis esté formulada de forma clara, dado que es el núcleo en torno al cual gira la argumentación que se va a desarrollar a continuación.
- El cuerpo de la argumentación: a partir del planteamiento de la tesis, en un nuevo párrafo, empieza la argumentación propiamente dicha. Se van ofreciendo argumentos de distinto tipo, de los que hablaremos más adelante, ejemplos y otra serie de recursos que tienen como fin fortalecer la opinión defendida y refutar la contraria. La refutación o rechazo de las ideas contrarias es de gran importancia, pues en ella puede encontrarse el éxito de nuestro objetivo (recordemos: convencer a los demás). Debe prestarse especial atención a los argumentos que empleamos para rechazar ideas contrarias a la nuestra: podemos emplear la ironía, introducir elementos subjetivos, pero siempre desde el respeto y la tolerancia ante las ideas ajenas, sin caer en el insulto o comentarios despectivos que podrían ofender a alguna persona.
- La conclusión: constituye la última parte de nuestra argumentación. Recuerda que un buen principio es fundamental, pero, en este caso, un buen final todavía lo es más. La conclusión recoge un razonamiento lógico derivado de la argumentación precedente: es muy importante que lo que formulemos al final sea coherente con todo lo anterior, de lo contrario, todo el esfuerzo realizado habrá sido inútil.

Un ejemplo de argumentación es el siguiente:

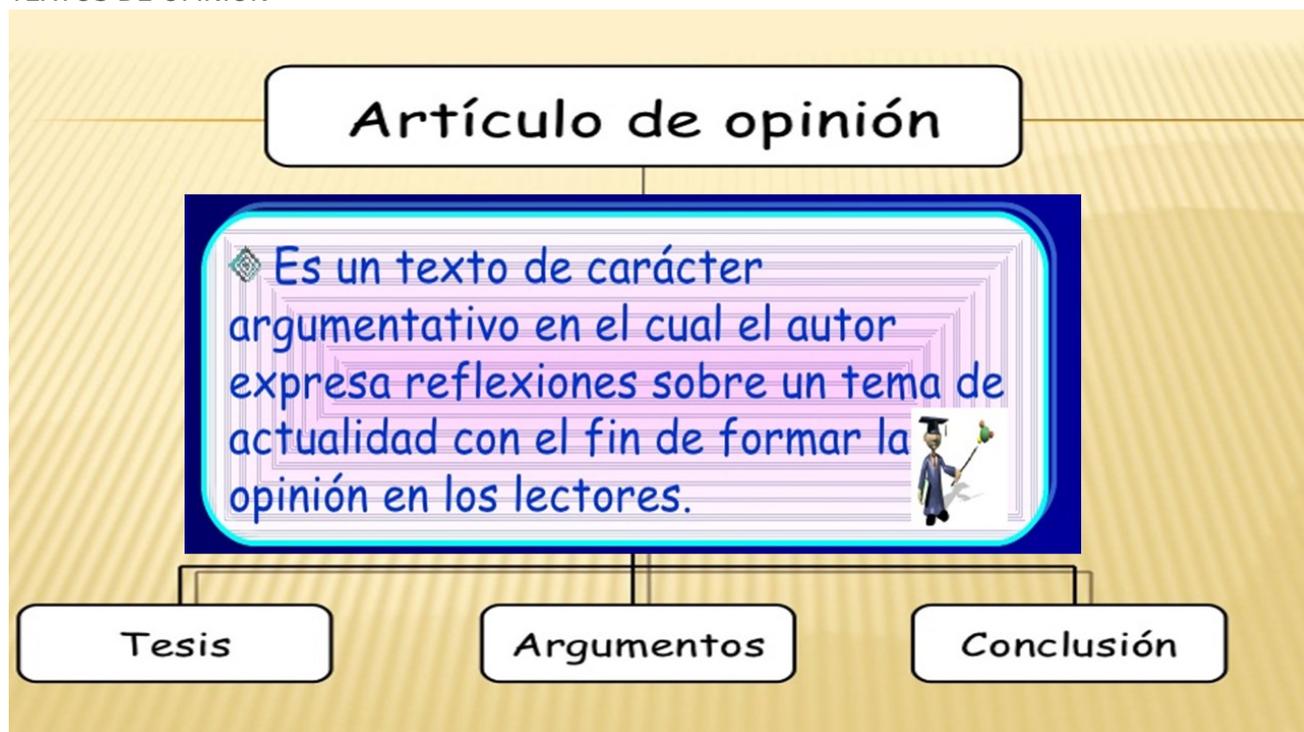
Los videojuegos

Los videojuegos cada vez más van adquiriendo mayor importancia en nuestra sociedad. Seguro que estarán de acuerdo con esta afirmación Ya no son sólo una distracción de unos pocos. Incluso el creador de la Nintendo DS, Shigeru Miyamoto ha dicho: “Los videojuegos nos hacen mejores”.

A pesar de esto, son diversos los sectores que no apoyan esta opinión. Por eso catalogan los videojuegos de perjudiciales y no dudan en decir que empeoran la educación de los niños. Y eso es una gran mentira. ¿El porqué? Los videojuegos estimulan una parte del cerebro, mejoran la psicomotricidad en los niños y la rapidez mental en los jóvenes. El punto malo de este tema, es que pueden ser adictivos como todas las otras formas de ocio. Los padres, si no prestan la atención necesaria que un niño necesita, a este le puede causar daños morales el jugar a videojuegos para mayores de 18 años. Otro punto en contra es el empeoramiento de la vista debido al exceso de horas delante de la pantalla del televisor o del portátil. Yo a los doce años ya jugaba con mi consola a matar marcianitos. Pero no todo lo que rodea al mundo de los videojuegos es negativo, porque consolas como la famosísima NINTENDO WII ayudan al niño en la percepción de su alrededor y en la movilidad de las muñecas y de las manos. Otro punto a favor de este método es que a los niños les parece muy divertida.

En definitiva, las innovaciones son el pan nuestro de cada día y nos ayudan en la vida cotidiana. Es decir, son buenas. Los videojuegos son innovaciones importantísimas que cada día aportan novedades que en un futuro próximo nos deparará agradables sorpresas. Por lo tanto, debemos desterrar la idea de que los videojuegos sólo están destinados para un sector de la sociedad. Los videojuegos hace tiempo que han llegado y lo han hecho para quedarse.

TEXTOS DE OPINIÓN



¿Cómo hacer un artículo de opinión? Nueve pasos para lograrlo con éxito

1. Elegir un tema.
2. Informarte sobre el tema.
3. Ir directo al asunto.
4. Argumentar sobre el asunto.
5. Emplear la voz activa.
6. Utilizar ejemplos e incluir al lector.
7. Proporcionar una solución.
8. Concluir las ideas expuestas.

EJERCICIOS:

1. Debe leer la información suministrada en la explicación y complementar con los videos y artículos relacionados de la bibliografía para que redacte un resumen acerca de internet y redes sociales, en su cuaderno.

2. Lea el siguiente texto.

EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD

La tecnología de la información y la comunicación ha cambiado rápidamente en los últimos 20 años con un desarrollo clave como la aparición de las redes sociales.

El ritmo del cambio se está acelerando. Por ejemplo, el desarrollo de la tecnología móvil ha jugado un papel importante en la configuración del impacto de las redes sociales. En todo el mundo, los dispositivos móviles dominan en términos de minutos totales pasados en línea. Esto pone los medios para conectarse en cualquier lugar, en cualquier momento en cualquier dispositivo en manos de todos.

Un estudio fascinante realizado por el Consumer Insight Group del New York Times reveló las motivaciones que los participantes citaron para compartir información en las redes sociales. Estos incluyen un deseo de revelar contenido valioso y entretenido a otros; definirse a sí mismos; para crecer y nutrir las relaciones y para correr la voz sobre las marcas y las causas que les gustan o apoyan.

Estos factores han provocado que las redes sociales pasen de ser un medio útil para mantenerse en contacto con amigos y familiares a ser utilizadas de manera que tengan un impacto real en la sociedad.

Las redes sociales se están utilizando de formas que dan forma a la política, los negocios, la cultura mundial, la educación, las carreras, la innovación y más.

Un nuevo estudio de Pew Research afirma que el 62 por ciento de las personas recibe sus noticias de las redes sociales, y el 18 por ciento lo hace con mucha frecuencia.

En comparación con otros medios, la influencia de las redes sociales en las campañas políticas ha aumentado enormemente. Las redes sociales desempeñan un papel cada vez más importante en la política electoral.

El New York Times informa que “La elección de Donald J. Trump es quizás la mejor ilustración de que en todo el planeta, las redes sociales están ayudando fundamentalmente a reconectar a la sociedad humana”. Debido a que las redes sociales permiten que las personas se comuniquen entre sí más libremente, están ayudando a crear sorpresivamente organizaciones sociales influyentes entre grupos que alguna vez fueron marginados.

Casi una cuarta parte de la población mundial está ahora en Facebook. En los Estados Unidos, casi el 80% de todos los usuarios de Internet están en esta plataforma. Debido a que las redes sociales se alimentan de las interacciones entre las personas, se vuelven más poderosas a medida que crecen.

Gracias a Internet, personas de colectivos minoritarios pueden ver que no están solos. Y cuando estas personas se encuentran entre sí a través de las redes sociales, pueden hacer cosas: crear memes, publicaciones y mundos en línea completos que refuerzan su visión del mundo, y luego irrumpir en la corriente principal.

Sin las redes sociales, los problemas sociales, éticos y ambientales tendrían una visibilidad mínima. La mayor visibilidad de los problemas ha desplazado el equilibrio de poder de unas pocas manos a las masas.

La otra cara: las redes sociales están matando lentamente el activismo real y reemplazándolo por 'slacktivism'(activismo de salón es una denominación adecuada para sustituir al anglicismo slacktivism, que se emplea para aludir a una cierta forma de apoyar causas sociales, políticas, etc., con poco esfuerzo o sacrificio).

Si bien el activismo en las redes sociales genera una mayor conciencia sobre los problemas sociales, quedan dudas sobre si esta conciencia se está traduciendo en un cambio real.

Algunos sostienen que el intercambio social ha alentado a las personas a usar computadoras y teléfonos móviles para expresar sus preocupaciones sobre temas sociales sin tener que involucrarse activamente con campañas en la vida real. Su soporte se limita a presionar el botón "Me gusta" o compartir contenido.

Esta es una reacción muy humana cuando las personas tienen opciones que los eximen de la responsabilidad de actuar. Un estudio de 2013 realizado por la Escuela de Negocios Sauder de la Universidad de Columbia Británica descubrió que cuando a las personas se les presenta opción de dar "me gusta" a una causa social, la usan para optar por no dedicar tiempo y dinero a una causa benéfica. Por otro lado, cuando las personas pueden mostrar su apoyo en privado, es más probable que muestren un apoyo significativo en términos de hacer una contribución financiera.

Hoy en día no solo son exclusivas para jóvenes y adolescentes, también son utilizadas por otras generaciones, adultos e incluso hasta por nuestros abuelos. Las redes sociales día a día están evolucionando cada vez más, llevando con esto factores positivos para los procesos de mercadotecnia, e implementando nuevas formas de publicidad a través de estas redes de comunicación; sin embargo, también podemos observar cosas negativas que surgen de estas, como el exceso de información y la publicidad constante, las cuales han logrado saturar a nuestro consumidor lo cual claramente traerá resultados negativos en nuestras ventas.

3. Para complementar la información sobre el impacto de las redes sociales en la sociedad, vea en el siguiente enlace un video complementará la información sobre redes y empresas.

<https://www.youtube.com/watch?v=d0-AqPLvQ7s>

EVALUACIÓN:

1. Elaborar infografías con el contenido Medios masivos y texto argumentativo
2. Redactar un texto argumentativo -artículo de opinión- con tema de relacionado con impacto de redes sociales en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA:

·Videos relacionados:

<https://www.youtube.com/watch?v=zrlkDT43F> ·

<https://www.youtube.com/watch?v=qbMmGdemxUo>

Artículos relacionados:

<https://www.caracteristicas.co/texto-argumentativo/>