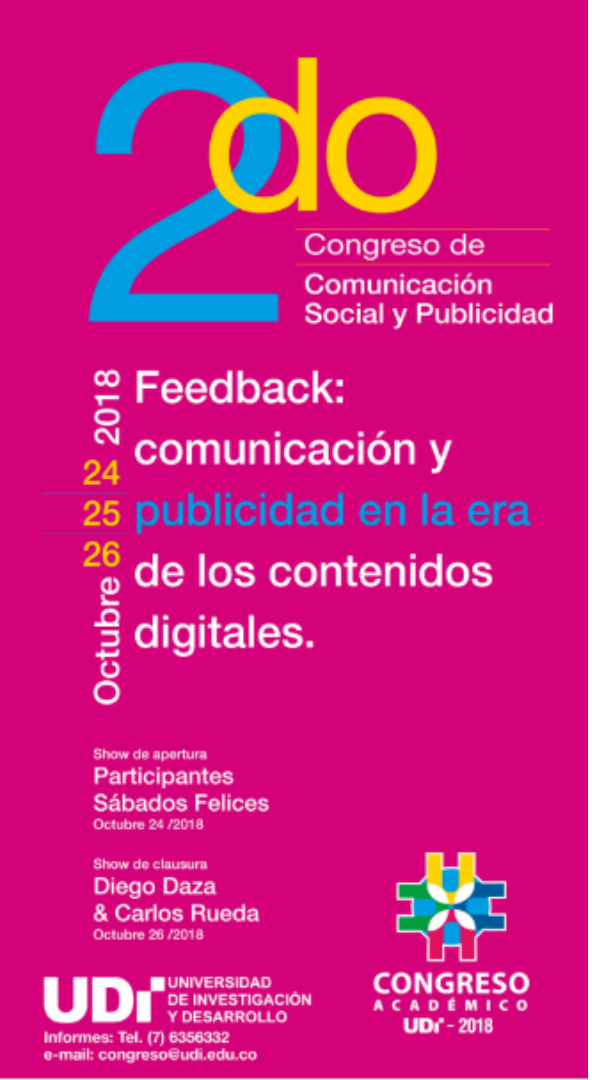


C. S. Omar Afanador Ortiz

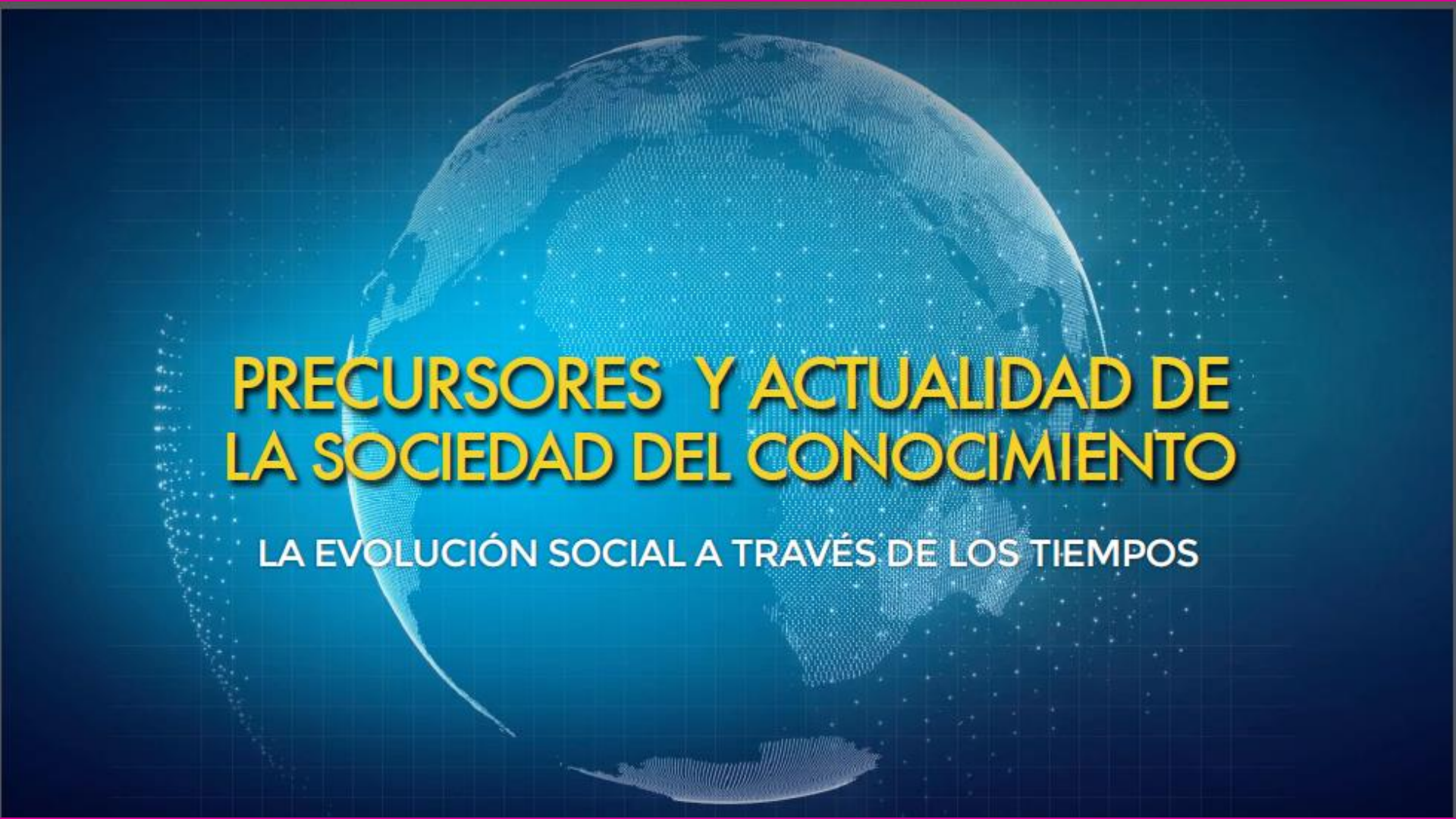
El papel de los medios de comunicación a partir del uso de las plataformas y redes sociales digitales como fuentes de información

Octubre 26 - 2018

ORIGEN

DESDE 8000 a.c. HASTA 2018

Capítulo 1


PRECURSORES Y ACTUALIDAD DE
LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO
LA EVOLUCIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LOS TIEMPOS

EVOLUCIÓN SOCIAL ALVIN TOFFLER

PRIMERA OLA

Desde el año 8000 a.c. hasta el siglo XVIII.

Dominio de la Sociedad Agrícola por miles de años.
Poder del Feudalismo.
Comunicación lenta, uno a uno.

EVOLUCIÓN SOCIAL ALVIN TOFFLER

SEGUNDA OLA

Finales del s.XVIII a mediados del s. XX.

Revolución Industrial.
Producción y distribución masiva.
Modifico las formas de vivir de la sociedad.
Comunicación masiva de uno a muchos.

EVOLUCIÓN SOCIAL ALVIN TOFFLER

TERCERA OLA

De los años 70 del s.XX hasta la actualidad.

Era de la información y el conocimiento.
Nace la Red Internet.
Concepto de Globalidad.

ALVIN TOFFLER

STEVE CASE

VISIONARIOS DEL S. XXI

EVOLUCIÓN SOCIAL STEVE CASE

DENTRO DE LA TERCERA OLA DE ALVIN TOFFLER

PRIMERA NUEVA OLA

ULTIMAS DOS DÉCADAS DEL S.XX

Creación de infraestructura y cimientos del mundo digital. Contribuyen a el logro de construir las plataformas con equipos, la programación y las redes que hacen posible que la gente a través de la internet se CONECTARA entre si.

1G/2G

CISCO

hp

Sun microsystems

Microsoft

IBM

AOL

EVOLUCIÓN SOCIAL STEVE CASE

DENTRO DE LA TERCERA OLA DE ALVIN TOFFLER

SEGUNDA NUEVA OLA COMIENZOS S. XXI

Buscadores como GOOGLE hacen fácil explorar el enorme volumen de información.
E-MOBILE.
FASE EVOLUTIVA DEL SOFTWARE COMO SERVICIO.

3G/4G

Google

facebook

twitter

EVOLUCIÓN SOCIAL STEVE CASE

DENTRO DE LA TERCERA OLA DE ALVIN TOFFLER

TERCERA NUEVA OLA S. XXI

UBICUIDAD DEL INTERNET.
El internet dejará de pertenecer a las empresas de internet.
Todos los productos y servicios necesitarán internet
aunque este no los defina: INTERNET DE LAS COSAS.

5G

STEVE CASE

TERCERA NUEVA OLA

"La tercera ola surge para revolucionar nuestra manera de vivir y de aprender: la tecnología posibilitará a los docentes relacionarse con los padres y viceversa en tiempo real sobre el comportamiento y evolución académica de sus hijos en lugar de reducirlos a números en la escuela, las nuevas herramientas integrarán a los padres en la formación de sus hijos".

Siempre hubo un comienzo

Retro, rebembranza... antes de la web

Capítulo 2

New York World-Telegram EXTRA
BOMB POLISH CITY
POLES ASK BRITISH

DISCO 78

DISKETTE

CASSETTE

MEMORIAS

Activar Windows
Configuración para activar Win

ESTE ERA EL WHATSAPP DE

MI INFANCIA

LOS MEJORES DESEOS NO TE LOS ETIQUETABAN EN FACEBOOK, NI TE

LLEGABAN POR WHATSAPP

AQUÍ Y AHORA!

Contexto

Capítulo 3

T-Mobile
10:29
61%
Facebook
Twitter
Google+
LinkedIn
Pinterest
Instagram
Tumblr
Myspace
Flickr
Meetup
Vimeo
Viber

ERA DIGITAL
1985
WINDOWS
1995
Microsoft
Internet
Explorer
Internet Explorer 1.0
1997
Google
NUBE 1999
1999
GPS 1995
TeamDrive
CloudMe
Dropbox
wuala
Google Drive
SkyDrive
amazon cloud drive
EL
INTERNET
DE LAS
COSAS
RRSS 2004
BIG DATA 2001

Plataformas digitales VS Redes sociales

Capítulo 4

BERICS I FORMATGES

MÁS

Nuestra ley

La interactividad, de la computación, al periodismo

La interactividad surge en un principio asociada a la tecnología; desde los años 70, se desarrolla como una forma de repensar la relación entre los usuarios y los dispositivos (Rost, 2006).

Décadas después, y a través del desarrollo del periodismo en línea, los portales informativos han ido incorporando los lineamientos esbozados desde las ciencias informáticas, en un proceso de reflexión –todavía inacabado-, en aras de promover un mayor involucramiento de los usuarios. Para Jenkins (2008), precisamente, la interactividad alude a los procesos de adaptación de las tecnologías a la experiencia de los usuarios.

La interactividad, clave en los cibermedios

Los nuevos espacios de discusión social

fomentan una escritura multimediática, colaborativa, hipertextual e interactiva

La interactividad supone repensar integralmente

qué significa la comunicación

y cuáles son los límites del contacto y la participación de los usuarios

La interactividad, clave en los cibermedios

Para Rost (2004), existen dos tipos de interactividad: **la interactividad selectiva**, que se refiere a las posibilidades de contacto que se establecen entre el usuario y el soporte; y **la interacción comunicativa**, que tipifica los vínculos establecidos entre los propios usuarios alrededor del contenido.

Steensen (2011, p. 316) la agrupa en tres ámbitos transversales globales ("de humano a humano", "de humano a computadora" y de "humano a contenido").

La interactividad, clave en los cibermedios

Medio-usuario

- Comunicación con el autor de la noticia.
- Contacto con la redacción del medio de comunicación.
- Comentar noticias publicadas por el medio de comunicación.
- Votación de noticias publicadas por el medio de comunicación.
- Comentar entradas publicadas en los blogs del medio de comunicación.
- El usuario puede modificar o corregir contenido publicado por el medio.

Usuario-usuario

- Creación de blogs por los usuarios.
- Publicación de textos escritos por los usuarios.
- Publicación de fotos tomadas por los usuarios.
- Publicación de vídeos realizados por los usuarios.
- Sección exclusiva para contenido creado por los usuarios.

Usuario-soporte

- Acceso a la información a través del buscador.
- Acceso a la información a través de la recomendación de los usuarios.
- Versión global.
- Adaptación de la interfaz del sitio web del medio de comunicación en función de los contenidos de interés para el usuario.

La interactividad, entre la innovación y la brecha

Repensar la interacción exige:
la reconfiguración del rol del periodista,
la integración de las audiencias,
la adaptación de los géneros tradicionales,
la aparición de nuevos géneros periodísticos,
la innovación constante del soporte
y, finalmente, una mayor democratización del medio.

La oposición
entre usuarios y lectores/televidentes

La *activación*

de unas audiencias *hipercríticas e hiperproductivas* consolidan la aparición del *prosumer* (Ritzer & Jurgenson, 2010), o *produser* (Bruns, 2006; 2007)

“Los periodistas cada vez necesitan de más herramientas para contar sus historias”

Fuente: universia

El periodismo se sumerge más en el mundo digital, con el fin de complementar el campo con los nuevos formatos de comunicación. Cada vez se observa que las personas se detienen menos en leer grandes textos y se abocan más a los vídeos, gifs animados, fotografías en movimiento y podtcats.

“Los periodistas cada vez necesitan de más herramientas para contar sus historias”

Fuente: universia

Actualidad de los cargos más demandados en comunicación digital y Social Media

Social Media Estrategic

Community Manager

Social Media Marketing Manager

Copywrite

Led Generator

ANTES DE

vamos a...

Capítulo 4

PENSAR

¿Qué, por qué y para quién?

BOCETAR-CONTENIDO

Prueba y error

DISEÑAR- CREAR

Producción

Vamos a realizar memes y campañas a través del twitter

Memes

SOY NIÑO GRA
!YA PUEDO TENER NOVIA
FALTA UN MES
A LAS VACACIONES
Y QUIEN CUMPLE AÑOS MAÑANA
QUIEN, QUIEN?
SI CAR ES AUTO Y MEN ES HOMBRE
ENTONCES MI TIA CARMEN ES UN TRANSFORMER
ME DIJO HOLA
MAÑANA ES LA BODA
SIGUE ASI.(
ASI SE

ME HIZO REIR
DENLE SU VISA

EL GANADOR ES...CRISTIANO RONALDO
MORIDERISAAPP

Memes

ASI QUE ERES PERIODISTA DIME
¿QUé SE SIENTE NO TENER VIDA?

SALE DE TRABAJAR
A LAS 4:00PM
A LAS 3:59 OCURRE
UN HECHO IMPORTANTE
memegenerator.es

MIJO, USTED
QUE ESTUDIÓ PERIODISMO
INFÓRMELE A LA FAMILIA QUE
YA ESTÁ LISTO EL ALMUERZO

Memes

De acuerdo a la Real Académica de la Lengua (RAE) la palabra Meme NO está registrada en el diccionario.

Primera vez El gen egoísta' de **Richard Dawkins**. En él, se habla de que un meme es *"la unidad teórica de información cultural, transmisible de un individuo a otro o de una mente a otra o de una generación a la siguiente"*.

Según la **Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA)**, al meme específicamente de internet se define como a *"cualquier imagen, texto, a menudo de contenido humorístico que se comparte viralmente en las redes sociales durante un periodo breve"*.

Twitter y el periodismo

Algunos usos que pueden ayudarte en tu labor diaria

Monitoreo:

Twitter es una red social muy usada por medios de prensa y periodistas de todo el mundo. La poca cantidad de caracteres que admite en cada posteo o tweet la hacen además una red social donde la información se mueve muy rápido, por lo tanto se convierte en una herramienta especial para el monitoreo de información y el seguimiento de casos o sucesos las 24 horas del sitio, los 7 días de la semana.

Twitter y el periodismo

Algunos usos que pueden ayudarte en tu labor diaria

Primicias:

Algunos medios de prensa o periodistas lanzan las primicias en twitter antes que en sus propios sitios.

Twitter y el periodismo

Algunos usos que pueden ayudarte en tu labor diaria

Investigación:

Twitter es una excelente fuente de información para investigaciones. Periodistas de todo el mundo lo utilizan para rastrear a personas y conectar con ellas a través de mensajes. Además, el seguimiento y búsqueda de palabras claves permite monitorear casos de repercusión y conectar con los autores.

Twitter y el periodismo

Algunos usos que pueden ayudarte en tu labor diaria

Entrevistas:

Twitter puede ser una excelente herramienta para realizar reportajes a distancia cuando los entrevistados no desean mostrarse o cuando no tienen mucho tiempo libre como es el caso de los funcionarios públicos, a quienes además, les es conveniente responder por twitter a los reporteros gracias a que pueden de esa manera obtener un mayor alcance y transparencia en sus respuestas.

Twitter y el periodismo

Algunos usos que pueden ayudarte en tu labor diaria

Marca personal:

Los periodistas, al poseer su propia cuenta de twitter, pueden ayudar a sus propias organizaciones de noticias atrayendo seguidores y difundiendo los artículos o noticias desde sus propios muros. Las organizaciones de noticias se han volcado mayormente a este tipo de metodologías, ya que, la naturaleza de cualquier red social es la interacción entre personas reales, así, los periodistas poseen en algunos casos más seguidores y de mayor calidad que la organización completa.

TALLER

Capítulo 5

TALLER Memes

Realizar una serie de memes (mínimo 3) críticos frente a los siguientes temas:

Las TIC en la educación
Ser periodista del siglo XXI
Equidad de género
El postconflicto
Crisis de las EPS
El sedentarismo
Inseguridad en las calles

Herraminetas sugeridas

Know Your Meme

Imgur

Livememe

Meme Dad

Imgflip

TALLER Memes

Para tener en cuenta:

-Usa emociones
-Crea algo que a ti te gustaría compartir
-Sé original
-Prueba muchas ideas hasta que te canses
-Trata de ser actual, mientras más en el momento te encuentres, mayor auge para tu meme
-El humor es inherentemente social
-La nostalgia es inherentemente social
-Piensa en contenido visible para móviles
-No publiques algo que a las personas les daría vergüenza compartir

Herramientas sugeridas

Know Your Meme

Imgur

Livememe

Meme Dad

Imgflip

Campañas a través del Twitter

Realizar una campaña social (generar expectativa) frente a los siguientes temas:

A nivel nacional:
Invierno en Colombia
Educación pública en Colombia

A nivel local:
Malos olores en Bucaramanga
Huecos en las calles bumanguesas

Para tener en cuenta

Crear un Hashtag o #

Usa el triple play

Busca cuentas similares

Segmentas los usuarios

Postea en facebook

Conclusiones

El “nuevo” periodista digital debe combatir la infoxicación con información transcendente Contextualizada e interpretada, en definitiva un contenido de valor que lo diferencie del ruido o bulos que circulan en la red.

El objetivo del periodista digital, de la red, On line, del ciberespacio, del siglo XXI es crear y escribir contenidos optimizados para los motores de búsqueda y de esta forma llegar al máximo de número de lectores (audiencia), SIN descuidar la calidad de la redacción.

¡GRACIAS!

omafor@hotmail.com
@AfanadorOmar
Skype: omafor316
omar.afanador@unad.edu.co