

## Guía de trabajo autónomo Español #1 Semana del 01 al 12 de marzo del 2021

Nombre del estudiante: \_\_\_\_\_

Sección: \_\_\_\_\_

Nombre del encargado: \_\_\_\_\_

Fecha de devolución: En la próxima entrega de alimentos.

Medio para enviar evidencias: Equipo de TEAMS ESPAÑOL


Nota: Favor enviar las GTA con nombre completo y sección.

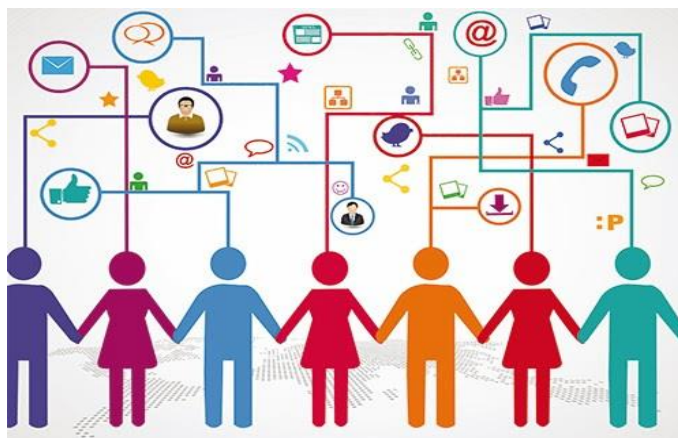
### 1. Me preparo para hacer la guía Pautas que debo verificar **antes de iniciar** mi trabajo.

Material o recursos que voy a necesitar	Lapicero, lápiz y cuaderno. Y material facilitado por la docente <b>Solo si tiene posibilidad use medios tecnológicos para investigar más sobre el tema. (utilice el anexo 1, que se encuentra al final de la guía)</b>
Condiciones que debe tener el lugar donde voy a trabajar	Espacio cómodo, según la preferencia de cada estudiante y las posibilidades en el hogar, que favorezca el espacio para escribir.
Tiempo en que se espera que realice la guía	Según horario asignado.



### 1. Voy a recordar lo aprendido y/o aprender

Indicaciones <b>Semana 1 y 2.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguidamente, encontrará información el artículo de periódico. Lea toda la información y subraye si lo considera de utilidad. Luego, pase al apartado de actividades.</li> </ul>
<b>Conceptos nuevos e importantes</b>  	<b>EL ARTÍCULO PERIODÍSTICO</b> <b>Conexión:</b> <div style="background-color: yellow; padding: 10px; border: 1px solid black; text-align: center;"> <b>¿Recuerda qué es un artículo de periódico?</b> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Observe la siguiente imagen. Analícela y comparta sus opiniones. <i>Si usted está trabajando a distancia, puede compartir sus aportes a través de la plataforma TEAMS.</i></li> </ul>



A la brevedad, la persona estudiante realiza un cuadro, video, esquema, dibujo, acróstico, canción, collage o folleto respecto a lo que previamente conoce del artículo de periódico.

### **Colaboración:**

Como trabajo colaborativo, los estudiantes, haciendo uso de los recursos que existen como medio de comunicación (Teams, Telegram, Whatsapp, etc.), en parejas o tríos, el estudiantado investigará sobre: qué es el artículo periodístico y sus características. Evidenciará su investigación por medio de esquemas, resúmenes, audios, fichas, etc.

### **¿Qué es un artículo periodístico?**

Es un escrito de amplio contenido y diversa forma en el que se interpreta, valora o explican ideas o hechos actuales de especial relevancia, de acuerdo con la convicción del que lo escribe. Como el escritor impone su estilo, es el género de mayor libertad. Su finalidad es informar sobre hechos y temas de interés general, pero también admite valoraciones críticas y opiniones sobre acontecimientos, noticias, etc.

Una noticia debe establecer al menos: “qué” fue lo que sucedió, a “quién” le ocurrió lo sucedido, “cuándo” pasó, “cómo” pasó, “dónde” pasó, y si es comprobable “por qué” sucedió.

El periodista debe ordenar los datos en orden decreciente a su importancia, parte de los datos más importantes para llegar a los menos significativos.

### Una noticia deberá ser:

**Veraz:** los hechos o sucesos deben ser verdaderos y verificables.

**Clara:** los hechos deben ser coherentes y autorizados por el entrevistado.

**Breve:** los hechos deben ser expresados brevemente y sin reiteraciones.

**Actual:** los hechos deben ser actuales o recientes.

**Novedosa:** los sucesos deben ser de actualidad.

**Interesante:** una noticia debe ser capaz de producir una respuesta emocional en sus lectores.

### ¿Cuáles son las partes de un artículo periodístico?

**Titular.** Es la parte más importante. El titular debe saber resumir bien la información que el usuario se encontrará en el texto.

**Subtítulo.** Todo aquello que no se ha podido resumir en un titular breve, debe hacerse en el subtítulo. En un texto informativo, el subtítulo da más detalles sobre el tema a tratar.

**Primer párrafo.** En el primer párrafo, el usuario debe encontrar resumido lo más importante del texto. En un texto periodístico no se quiere guardar lo importante, sino que se da en este primer párrafo. Contesta a las **5 preguntas del periodismo**: qué, quién, cuándo, dónde y por qué.

**Resto de párrafos.** Se va entrando en detalle a la información que se ha resumido en el primer párrafo. Ordena los párrafos según la importancia.

**Ladillos o titulillos.** Son esos titulares que se ponen a mitad del texto para separar una información de otra. Son útiles a nivel de **posicionamiento**, pero lo son aún más para que el usuario descanse la vista, lea con facilidad e interprete que vamos a cambiar de tema.



**Negrita.** En un texto periodístico se usará para destacar las informaciones más relevantes o los nombres protagonistas.

**Fuente:** <https://www.adriancaballero.net/estructura-de-un-articulo-periodistico/>

Ahora, observe con atención la presentación que expondrá la docente en la que desarrolla el análisis de un periodístico.

### 3. Pongo en práctica lo aprendido

#### Indicaciones

#### ¡Construcción!



#### Actividades

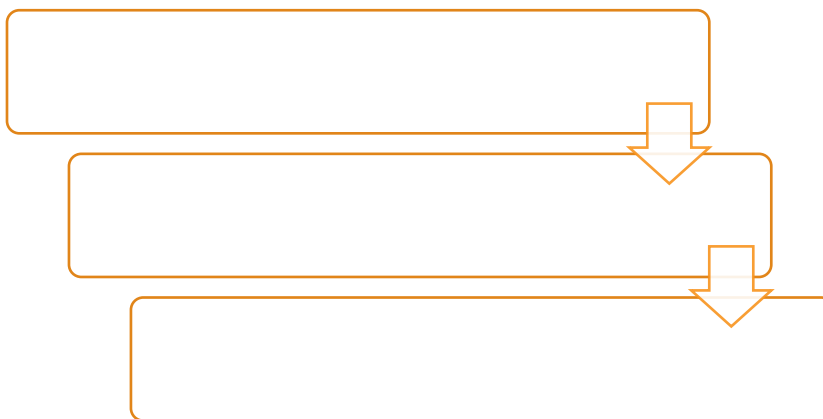


A continuación, se le presentarán algunas preguntas relacionadas con el tema anterior, si tienes consultas no dudes en contactarme.


- Lea el artículo de periódico en el siguiente enlace, o bien, aparece adjunto en el **anexo #1**. Subraye los vocablos desconocidos y busque su significado en el diccionario.

[https://delfino.cr/2021/01/deberian-facebook-y-twitter-tener-control-sobre-la-censura-publica?fbclid=IwAR1peh7WRx14m-As-EzIMEHX9NBJqEARM8f5bCox3w9Y1D\\_sDNDZW-8GN3M](https://delfino.cr/2021/01/deberian-facebook-y-twitter-tener-control-sobre-la-censura-publica?fbclid=IwAR1peh7WRx14m-As-EzIMEHX9NBJqEARM8f5bCox3w9Y1D_sDNDZW-8GN3M)

Anote tres características propias del artículo periodístico presentes en el texto leído. Complete el siguiente esquema:



```
graph TD; A[ ] --> B[ ]; B --> C[ ]
```

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escribo el tema del cual considero se refiere el artículo.</li> <li>• Realizo una segunda lectura del artículo, ahora con la comprensión de las palabras que busqué en el diccionario.</li> <li>• En esta segunda lectura, con el resaltador, marco las ideas principales de los párrafos.</li> <li>• Luego, reflexiono sobre las siguientes preguntas y anoto las respuestas.</li> <li>• ¿Encontré relación del título del artículo con el contenido de este? Comente.</li> <li>• ¿Qué significado puedo darle al título? Explique.</li> <li>• ¿Puedo pensar en otro significado del título? ¿Cuál?</li> <li>• Una vez que señalé y anoté las ideas principales de los párrafos, ¿cuál creo es la idea principal del artículo?</li> <li>• ¿En el artículo hay alguna referencia a temas como la religión, historia, literatura, política, etc.? ¿Cómo se presenta esta alusión y cuál es la función que cumple con el propósito del texto?</li> <li>• ¿Hay presencia de algún mensaje dirigido a clases sociales, a valores, a sexo o a procedencia de las personas? ¿Cómo se representa? ¿En esta representación se privilegia alguna posición con respecto a la otra?</li> <li>• ¿Identifico en el artículo alguna creencia, prejuicio o estereotipo? Explico.</li> <li>• ¿Se identifica con la totalidad del mensaje del artículo?</li> <li>• ¿Cuáles ideas del artículo no comparto y cuáles sí? Escríbalas.</li> </ul>
<p><b>Reflexiono, anoto mi opinión.</b></p> 	<p><b><u>¡Clarificación!</u></b></p> <p><b>¿Cuál es el poder del acto comunicativo? ¿Cómo puedo hacer valer ese poder?</b></p>

## Rúbrica evaluativa

Al terminar por completo el trabajo, autoevalúo el desempeño alcanzado.

Escribo una equis **X** en el nivel que mejor represente mi desempeño alcanzado en cada indicador.

Indicador (pautas para el desarrollo de la habilidad)	Indicadores del aprendizaje esperado	Nivel de desempeño		
		Inicial	Intermedio	Avanzado
<b>Patrones dentro del sistema</b>	Identifica de manera específica los elementos y las características de un <u>artículo de periódico</u> , con base en las cuatro fases para el análisis de textos no literarios.	<input type="radio"/> Revisa el artículo de periódico, con base en las cuatro fases para el análisis de textos no literarios.	<input type="radio"/> Brinda generalidades acerca del artículo de periódico, con base en las cuatro fases para el análisis de textos no literarios.	<input type="radio"/> Indica de manera específica los elementos y las características de un artículo de periódico, con base en las cuatro fases para el análisis de textos no literarios.
<b>Razonamiento efectivo</b>	Verifica la información obtenida acerca del tópico del cual trata el <u>artículo de periódico</u> .	<input type="radio"/> Enlista la información obtenida acerca del tópico del cual trata el artículo de periódico.	<input type="radio"/> Elige la información importante acerca del tópico del cual trata el artículo de periódico.	<input type="radio"/> Comprueba la información obtenida acerca del tópico del cual trata el artículo de periódico.
<b>Argumentación</b>	Encuentra evidencias para respaldar la información obtenida en el <u>artículo de periódico</u> .	<input type="radio"/> Cita datos relacionados con la información obtenida en el artículo de periódico.	<input type="radio"/> Obtiene información de diversas fuentes vinculadas con la obtenida en el artículo de periódico.	<input type="radio"/> Encuentra evidencias para respaldar la información obtenida en el artículo de periódico.
<b>Toma de decisiones</b>	Examina los detalles detectados de la información obtenida en el <u>artículo de periódico</u> .	<input type="radio"/> Relata generalidades de la información obtenida en el artículo de periódico.	<input type="radio"/> Emite criterios específicos de la información obtenida en el artículo de periódico.	<input type="radio"/> Detalla aspectos relevantes de la información obtenida en el artículo de periódico.
<b>Sentido de pertenencia</b>	Comunica en forma asertiva, de acuerdo con las características de los compañeros, su interpretación del <u>artículo de periódico</u> .	<input type="radio"/> Cita al grupo las palabras claves que dan origen a su interpretación del texto.	<input type="radio"/> Enuncia al grupo las ideas generales de su interpretación del texto.	<input type="radio"/> Comunica al grupo con claridad su interpretación del texto.
<b>Toma perspectiva</b>	Llega a puntos de encuentro o a acuerdos con el grupo de trabajo, acerca de las interpretaciones propias y de sus compañeros, sobre el <u>artículo de periódico</u> .	<input type="radio"/> Cita generalidades acerca de las interpretaciones del grupo.	<input type="radio"/> Encuentra similitudes y diferencias entre las diversas interpretaciones del texto.	<input type="radio"/> Contrasta las diversas interpretaciones del texto.
<b>Integración social</b>	Apoya, con base en sus habilidades y fortalezas, en función de la interpretación del <u>artículo de periódico</u> , de manera colectiva.	<input type="radio"/> Menciona ideas básicas para alcanzar una posible interpretación grupal del texto.	<input type="radio"/> Resalta aspectos relevantes para alcanzar una posible interpretación grupal del texto.	<input type="radio"/> Distingue, puntualmente las ideas que deben complementarse para alcanzar una posible interpretación del texto.

## ¿ESTÁ LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DIGITAL EN RIESGO?

La manera usual del funcionamiento del mundo se vio abruptamente interrumpida en el año 2020. Transcurrieron muchos hitos inimaginables en sus inicios que cambiaron de manera disruptiva el paradigma del funcionamiento social, sus prioridades y el *modus operandi* cultural con el que resultaba tan familiar interactuar.

Las luchas humanitarias, el sector empresarial privado y las redes sociales no fueron la excepción y orquestaron una sinfónica coordinación para cambiar las reglas del juego al que estábamos acostumbrados y acostumbradas.

En mayo 26 del 2020, después del trágico acontecimiento que tuvo lugar en Mineápolis que resultó en el asesinato de **George Floyd**, se vio un alza inmediata en los grupos activistas como **Black Lives Matter** quienes tomaron protagonismo en el marco de los acontecimientos que se registraban en Estados Unidos. Las protestas continuaron y el 8 de junio de ese mismo año ocurrió la manifestación histórica conocida como Zona Autónoma de Capitol Hill donde aproximadamente 300 residentes cubrieron una zona de 6 manzanas de Capitol Hill en Seattle, Washington.

En respuesta a estos eventos, el presidente **Donald Trump** realiza una serie de tweets y en uno de ellos utiliza la frase “*When the looting starts, the shooting starts*” que llegó en un contexto más que negativo para la lucha por la equidad racial. A raíz de esto, Twitter dio un paso sin precedentes al limitar la interacción de los usuarios con dicho tweet no permitiendo acceder a este directamente. La justificación utilizada fue que las políticas de uso de la plataforma no apoyan la glorificación de armas.

Más allá de la posición política o moral que se tenga sobre estos hechos, dan pie a las ideas que se pretenden discutir en este texto. A partir de la acción de Twitter, el movimiento político y social interpretó la medida como una luz verde para presionar a otras plataformas y compañías privadas que se encuentran en el negocio de la interacción social pública digital.

Nace así en junio 2020, en la cuna de las protestas, una iniciativa llamada **#StopHateforProfit** que alega que las compañías de redes sociales deben priorizar inmediatamente la responsabilización sobre el contenido dañino que incite al odio, racismo, fanatismo, antisemitismo y desinformación existente en las plataformas. A manera de presión, el movimiento invita a gigantes de distintas industrias a nivel mundial a unirse al movimiento generando un boicot al dejar de pautar del todo sus anuncios en Facebook.

**Unilever** fue pionera en apoyar esta causa y, de acuerdo con *Bloomberg Business*, esta decisión causaría una pérdida de \$56 mil millones en valor de mercado neto y reduciría el patrimonio de **Mark Zuckerberg**, dueño actual de Facebook, en más de \$7 mil millones. **Coca Cola, Starbucks, Diageo, Microsoft, Verizon, Patagonia, Sony, Ford, Harley Davidson**, entre muchas otras no tardaron en unirse al boicot en acto de solidaridad. La decisión, en conjunto con una economía que cada vez avanzaba más despacio afectada brutalmente por la pandemia, se convirtió rápidamente en una amenaza palpable para Facebook.

El panorama político se visualizaba cada vez más inestable y sensible cuando Facebook decidió ceder a estas alegaciones haciendo una **actualización de sus políticas de uso**, instalando marcadores de advertencia en posteos y prohibiendo cierto tipo de contenido. Para inicios de agosto, se reportaron más de 1,500 páginas y grupos eliminados debido a que discutían temas de violencia, instigaban al odio o atentaban contra el bienestar general de la comunidad.

Analizando a la ligera el cúmulo de los eventos ocurridos es fácil percibir una sensación de heroísmo e incluso de victoria y progreso para la buena moral social. Sin embargo, es necesario detenerse y entender desde un punto del sector privado lo sucedido. Es erróneo creer que las empresas persiguen un norte moral más allá de la percepción de los consumidores y lo que esto aporta de vuelta en ganancia monetaria bruta.

La finalidad de un negocio privado radica en el crecimiento y flujo de caja y utilizar razones filantrópicas para alcanzar estos objetivos no tiene nada de malo, el problema está en olvidar como clientes sus principios y motivos iniciales. Unilever no apoya las luchas raciales porque esté a favor de la equidad, Coca Cola no se despierta en las mañanas con un sentimiento de indignación debido a los sucesos transcurridos y Starbucks difícilmente tiene claro las implicaciones a nivel ético de darle poder a una compañía privada de censurar la opinión pública. Todas estas acciones son simplemente el resultado de estudios de intereses del consumidor actual y futuro que generan ingresos positivos y elevan el valor de los stocks de las empresas en la bolsa.

El filósofo alemán **Jürgen Habermas** hace acotación en 1989 a la esfera pública como un dominio de nuestra vida social en el que la opinión pública puede conformarse y presenta un acceso universal. Habermas ejemplifica este razonamiento con las discusiones e intercambios de ideas que tomaban lugar en los cafés, parques y demás áreas físicamente palpables. Actualmente, estos espacios se mantienen, pero han evolucionado a lo digital, garantizando aún más una participación abierta y su importancia es inimaginable puesto que nuestra percepción del mundo se ve moldeada por el mismo.

Haciendo incidencia directa en estos espacios, movimientos como #StopHateforProfit parecen revolucionaros a nivel de derechos humanos pero causan una dicotomía en la libertad de expresión y la visualización clara de lo que es actualmente la esfera pública.

La censura que ha realizado Facebook y Twitter en la esfera pública hasta el momento podría clasificarse en su totalidad como positiva si se quisiera y es claro que representaría un reto considerable argumentar en contra. Definitivamente ayudar con el control de las noticias falsas y reducir mensajes de violencia provee un panorama más agradable para sus usuarios. El verdadero problema está en el **precedente que se está creando** y lo que eso implica a nivel de los derechos que se están cediendo a las empresas y corporaciones privadas para controlar la información pública.

Hoy, bajo el contexto en el que vivimos y con las justificaciones claras, estamos a favor de la censura. ¿Pero mañana? Alegando nuevamente que las corporaciones privadas no nos pertenecen y su finalidad no es ser activistas bajo motivos meramente humanitarios estamos dando autorización a cambiar y ocultar realidades que no van a dejar de existir solo porque no se encuentren en las plataformas.

El principio de libertad de expresión estipulado en la **Comisión Interamericana de Derechos Humanos** se clasifica como un derecho fundamental y un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática. Poner en tonos grises el acceso a este derecho a compañías que previamente han demostrado que su prioridad no es honrar la democracia es un arma de doble filo para nuestros sistemas políticos y sociales que han aparentado ser más maleables de lo que creíamos. Solucionar problemáticas a través de realidades polarizadas para atraer un sentimiento de seguridad, protección y bienestar puede no ser la solución adecuada.

Finalmente, el día de ayer y durante el transcurso de la pasada semana, Facebook decidió castigar la cuenta de Trump, siendo esta la primera vez que se toma una acción de esta magnitud. Youtube eliminó contenido del presidente y Twitter continúa censurando y limitando la interacción.



Más allá de las creencias personales, principios morales o posturas políticas que se tengan alrededor de estos hechos es claro que queda pendiente un análisis profundo del tema. El foco de este texto propone traer a reflexión la censura pública controlada por la empresa privada y **los portillos legales que se están abriendo en tiempos políticos frágiles.**

Si bien, son lamentables y extremos los acontecimientos que están ocurriendo cabe preguntarse si vale la pena lo que se está cediendo y si realmente se entienden las consecuencias de las decisiones que hoy se están tomando por inercia, normalizadas en el caos y ruido mediático.



### Por Sofía Murillo Quesada

Consultora en Comunicación Digital egresada de la Universidad de Costa Rica. Estudiante de Google Creative Campus '19