



ÁREA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA.
GRADO OCTAVO
TALLER 1 SEGUNDO PERIODO 2022

Desempeño: Identificar y Comprender el concepto de blog, su origen, funcionalidad, tipos, ventajas y desventajas,

DBA: Analiza y compara las ventajas y desventajas de un blog.

LEO CON MUCHA ATENCIÓN EL SIGUIENTE TEXTO.

CONCEPTUALIZACIÓN Y ELABORACIÓN DE BLOG.

Un **blog** o **bitácora** es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores.

Sirve como publicación en línea de historias con una periodicidad muy alta, que son presentadas en orden cronológico inverso, es decir, lo más reciente que se ha publicado es lo primero que aparece en la pantalla. Antes era frecuente que los blogs mostraran una lista de enlaces a otros blogs u otras páginas para ampliar información, citar fuentes o hacer notar que se continúa con un tema que empezó otro blog.

Actualmente un blog puede tener diversas finalidades según el tipo de blog, su taxonomía o incluso su autoría, como por ejemplo para reforzar la marca personal del autor, generar información para comunidades temáticas concretas o incluso servir como medio para buscar oportunidades laborales.

Descripción

Habitualmente, en cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de esa forma pueden interactuar

Historia

Antes de que los blogs se hicieran populares, existían comunidades digitales como USENET, xrt listas de correo electrónico y BBS.

En los años 90, los programas para crear foros de internet, por ejemplo WebEx, posibilitaron conversaciones con hilos. Los hilos son mensajes que están relacionados con un tema del foro.

1994-2000

El blog moderno es una evolución de los diarios en línea, donde la gente escribía sobre su vida personal, como si fuese un diario íntimo pero dándole difusión en la red. Las páginas abiertas Web ring incluían a miembros de la comunidad de diarios en línea. Justin Hall, quien



escribió desde 1994 su blog personal mientras era estudiante de la Universidad de Swarthmore, es reconocido generalmente como uno de los primeros blogueros.

También había otras formas de diarios en línea. Un ejemplo era el diario del programador de juegos John Carmack, publicado mediante el protocolo Finger.

Los sitios web, como los sitios corporativos y las páginas web personales, tenían y todavía tienen a menudo secciones sobre noticias o novedades, frecuentemente en la página principal, y clasificados por fecha. Uno de los primeros precursores de un blog fue el sitio web personal de Kibo, actualizado mediante USENET.

Los primeros blogs eran simplemente componentes actualizados de sitios web comunes. Sin embargo, la evolución de las herramientas que facilitaban la producción y mantenimiento de artículos web publicados y ordenados de forma cronológica, hizo que el proceso de publicación pudiera dirigirse hacia muchas más personas, y no necesariamente a aquellos que tuvieran conocimientos técnicos. Últimamente, esto ha llevado a que en la actualidad existan diversos procedimientos para publicar blogs. Por ejemplo, el uso de algún tipo de software basado en navegador, es hoy en día un aspecto común del blogging.

Los blogs pueden ser contruidos y almacenados usando servicios de alojamiento de blogs dedicados, o pueden ser concretados y accedidos mediante software genérico para blogs, por ejemplo usando los productos Blogger o LiveJournal, o mediante servicios de alojamiento web corrientes.

El término «weblog» fue acuñado por Jorn Barger el 17 de diciembre de 1997. La forma corta, «blog», fue acuñada por Peter Merholz, quien dividió la palabra weblog en la frase we blog en la barra lateral de su blog Peterme.com en abril o mayo de 1999,567 y rápidamente fue adoptado tanto como nombre y verbo (asumiendo «bloguear» como «editar el weblog de alguien o añadir un mensaje en el weblog de alguien»).

Tras un comienzo lento, los blogs ganaron popularidad rápidamente; el sitio Xanga, lanzado en 1996, sólo tenía 100 diarios en 1997, pero más de 50 000 000 en diciembre de 2005. El uso de blogs se difundió durante 1999 y los siguientes años, siendo muy popularizado durante la llegada casi simultánea de las primeras herramientas de alojamiento de blogs:

- Open Diary lanzado en octubre de 1998, pronto creció hasta miles de diarios en línea. Open Diary innovó en los comentarios de los lectores, siendo el primer blog comunitario donde los lectores podían añadir comentarios a las entradas de los blogs.
- Brad Fitzpatrick comenzó LiveJournal en marzo de 1999.



- Andrew Smales creó Pitas.com en julio de 1999 como una alternativa más fácil para mantener una «página de noticias» en un sitio web, seguido de Diaryland en septiembre de 1999, centrándose más en la comunidad de diarios personales.
- Evan Williams y Meg Hourihan (Pyra Labs) lanzaron Blogger.com en agosto de 1999, que posteriormente fue adquirido por Google en febrero de 2003.

El *blogging* combinaba la página web personal con herramientas para poder enlazar más fácilmente con otras páginas – en concreto permalinks, blogrolls y trackbacks. Esto, junto a los motores de búsqueda de weblogs, permitió a los blogueros llevar un seguimiento de los hilos que les conectaban con otros usuarios con intereses similares.

2000-2006

Los primeros blogs estadounidenses populares aparecieron en 2001: AndrewSullivan.com de Andrew Sullivan, Politics1.com de Ron Gunzburger, Political Wire de Taegan Goddard y MyDD de Jerome Armstrong, tratando principalmente temas políticos.

En idioma español también aparecieron los primeros blogs en esa época. Los más destacados fueron en el año 2000 el blog llamado Terremoto.net y en el año 2001 aparecieron Claudia-P.com, donde una adolescente de Madrid explicaba su peculiar vida personal, y El hombre que comía diccionarios.

En 2002, el *blogging* se había convertido en tal fenómeno que comenzaron a aparecer manuales, centrándose principalmente en la técnica. La importancia de la comunidad de blogs (y su relación con una sociedad más grande) cobró importancia rápidamente. Las escuelas de periodismo empezaron a investigar el fenómeno de los blogs y a establecer diferencias entre el periodismo y el *blogging*.

En 2002, el amigo de Jerome Armstrong y ex socio Markos Moulitsas Zúñiga comenzó DailyKos. Con picos de hasta un millón de visitas diarias, ese espacio web se ha convertido en uno de los blogs con más tráfico de Internet.

En el año 2006, se escogió la fecha del 31 de agosto para celebrar en toda la red el llamado *Día internacional del blog*. La idea nació de un bloguero (usuario de blog) israelí llamado Nir Ofir, que propuso que en esta fecha, los blogueros que desarrollaban bitácoras personales enviaran cinco invitaciones de cinco blogs de diferentes temáticas a cinco diferentes contactos, para que así los internautas dieran difusión a blogs que seguramente otras personas desconocían, y que eventualmente les pudiera resultar interesantes.

Tiempo Actual

Hoy día el *blogging* es uno de los servicios de Internet más populares. Es común que incluso cantantes y actores famosos tengan blogs, así como empresas internacionales.

Entre los servidores de blogs más populares se encuentran Blogger y Wordpress.



Los cofundadores de Twitter, Evan Williams y Biz Stone, crearon la plataforma de escritura Medium.

Algunos blogueros se han ido trasladando a la televisión y a los medios de prensa: Duncan Black, Glenn Reynolds (Instapundit), Markos Moulitsas Zúñiga (Daily Kos), Alex Steffen(Worldchanging), Ana Marie Cox (Wonkette), Nate Silver (FiveThirtyEight.com), Nora Ephron (*Huffington Post*) y Ezra Klein (que se integró primeramente al blog *American Prospect*, después a *The Washington Post*).

Herramientas para su creación y mantenimiento

Existen variadas herramientas de mantenimiento de blogs que permiten, muchas de ellas gratuitamente y sin necesidad de elevados conocimientos técnicos, administrar todo el **weblog**, coordinar, borrar o reescribir los artículos, moderar los comentarios de los lectores, etc., de una forma casi tan sencilla como administrar el correo electrónico. Actualmente su modo de uso se ha simplificado a tal punto, que casi cualquier usuario es capaz de crear y administrar un blog personal.

Las herramientas de mantenimiento de weblogs se clasifican, principalmente, en dos tipos: aquellas que ofrecen una solución completa de alojamiento, gratuita (como Freewebs, Blogger y LiveJournal), y aquellas soluciones consistentes en software que, al ser instalado en un sitio web, permiten crear, editar y administrar un blog directamente en el servidor que aloja el sitio (como es el caso de WordPress o de Movable Type). Este software es una variante de las herramientas llamadas Sistemas de Gestión de Contenido (CMS), y muchos son gratuitos. La mezcla de los dos tipos es la solución planteada por WordPress.

Las herramientas que proporcionan alojamiento gratuito asignan al usuario una dirección web (por ejemplo, en el caso de Blogger, la dirección asignada termina en "blogspot.com") y le proveen de una interfaz, a través de la cual se puede añadir y editar contenido. Obviamente, la funcionalidad de un blog creado con una de estas herramientas, se limita a lo que pueda ofrecer el proveedor del servicio, o hosting.

Un software que gestione el contenido, en tanto, requiere necesariamente un servidor propio para ser instalado, del modo en que se hace en un sitio web tradicional. Su gran ventaja es que permite un control total sobre la funcionalidad que ofrecerá el blog, posibilitando así adaptarlo totalmente a las necesidades del sitio, e incluso combinarlo con otros tipos de contenido.

Características diferenciales de un blog

El éxito de los blogs se debe a que tienen una naturaleza muy peculiar que se caracteriza, sobre todo, por tres propiedades:



1. Es una publicación periódica. Los blogs publican nuevos contenidos en periodos de tiempo relativamente cortos.
2. Un blog admite comentarios de los lectores y esto hace posible que se cree una comunidad en torno al autor. Los blogs son uno de los medios que mejor representan su esencia. Gracias a la posibilidad de recibir comentarios de los lectores, se pasa de una comunicación unilateral (medio de comunicación hacia el lector) a una comunicación bilateral, en la que el lector es también protagonista. El efecto que ésta ha tenido es la creación de "comunidades" de lectores muy fieles, muy parecidas a las que existen, por ejemplo, en un foro de discusión. Esto ha resultado ser también muy ventajoso desde un punto de vista profesional o comercial porque estos lectores son personas fidelizadas que confían en el autor y, por tanto, muy abiertas a las recomendaciones e incluso venta de productos y servicios por parte del autor del blog.
3. Un blog tiene un marcado toque personal. Aunque esta característica se haya diluido quizás un poco en los últimos años con la aparición de blogs corporativos y profesionales, incluso estos blogs intentan mantener un ambiente mucho más personal e informal que ayuda mucho a que se vaya forjando una relación de confianza entre el autor del blog y sus lectores, buscando mucho más la creación de un ambiente parecido al que hay entre amigos que la relación clásica entre una publicación comercial y sus lectores.

TIPOS DE BLOG:

1. **Blog Temático:** un blog temático es aquel que se le da uso para publicar noticias o hechos trascendentes de la actualidad y también para comentar de estos.
2. **Blog Personal:** un blog el cual tiene usos más personales como un diario de vida o algo donde compartes fotos y sucesos de la vida del autor.
3. **Blog Colaborativo:** un blog que es escrito por varias personas. Lo compartido es el registro de usuarios, los tags o clasificaciones del contenido y la apariencia del sitio.
4. **Fotolog:** un fotolog es una especie de blog en que no se escribe mucho, sino a lo sumo un párrafo y lo más importante del contenido es una foto que ilustra un momento del tiempo o un acontecimiento.
5. **AudioBlog o Podcast:** un blog en el que se publica un programa de audio (similar a un programa de radio), normalmente de 20-60 minutos de duración y que permite a los usuarios descargarlo a un dispositivo.



LUEGO DE LEER EL TEXTO REPONDO:

1. Que es un blog o bitácora
2. Resalta las características más importantes de los blogs, desde sus inicios.
3. ¿Por qué es importante la creación de los blogs, a nivel personal, empresarial y profesional?
4. Describa cada una de los tipos de Blogs
5. Elabora un mapa conceptual. Donde resumas de la mejor forma el contenido del texto:
La historia del blog.
6. Elabora un comentario como mínimo de 2 páginas, donde hables acerca de tu opinión personal sobre el blog.
7. Enuncie o escriba 10 maneras diferentes de utilizar el blog, con base a lo aprendido del tema.

Profesor: LUIS GERMÁN AGUDELO CAMACHO



ÁREA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA.
GRADO OCTAVO
TALLER 2 SEGUNDO PERIODO 2022

Desempeño: Reconocer y Comprender la importancia de le Ética Profesional y Empresarial.

LEO CON MUCHA ATENCIÓN EL SIGUIENTE TEXTO:

LAS GESTIONES EMPRESARIALES.

Las finalidades de la empresa son proporcionar un servicio a la comunidad, generar un suficiente valor económico agregado, proporcionar a sus miembros satisfacción personal y perfeccionamiento humano, garantizar una capacidad de continuidad o permanencia y contribuir con su conducta en los negocios a construir y preservar la ética de la sociedad.

Por tanto, la empresa debe asegurar la satisfacción de necesidades humanas, para lo cual tiene que contar con la obtención de beneficios. Pero satisfacer tales necesidades no puede hacerse a costa de los derechos de los empleados ni de los proveedores, ni el beneficio de los miembros de la empresa puede pasar por delante de los derechos de los consumidores, como bien lo explica Adela Cortina en su libro Ética de la empresa.

Partiendo de la afirmación de que la empresa moderna existe para proporcionar un servicio específico a la sociedad, es necesario entonces establecer que ésta es viable solamente, si todos sus negocios y operaciones se realizan en concordancia con la ética civil, es decir, con el mínimo de valores y normas que los miembros de la sociedad moderna comparten y que pueden compendiarse esencialmente en libertad, igualdad, solidaridad, tolerancia activa, pluralismo y diálogo.

La ética tiene que incorporarse en las empresas por razones positivas y como parte de su compromiso con la sociedad en la cual desarrollan su objeto económico, o sus servicios que presta. Lo que se transforma en buenos resultados.

A menudo se presentan actuaciones de empresarios que van en contravía con la ética civil al suponer erradamente que para hacer negocios es necesario olvidarse de la ética común, por cuanto éstos tendrían sus propias reglas del juego o porque la misión de la empresa es maximizar los beneficios, de suerte que todos los medios para obtenerlos serían lícitos o que la ética debería limitarse al cumplimiento de la legalidad y a la sujeción de las leyes del mercado. También hay quienes presionados o amenazados por terceros deciden sacrificarla.



Los conflictos entre la ética y los intereses de la empresa tienen que resolverse, siempre, con predominio de los principios éticos.

La ética vende

Cada día es más clara la necesidad de legitimación moral que requieren las empresas para poder tener éxito en su actividad comercial. Por lo anterior, apelar a la ética tiene también una explicación pragmática, de eficacia. La confianza de la sociedad en la empresa se convierte explícitamente en el valor empresarial que siempre ha sido y la falta de credibilidad, por el contrario, no resulta ser una carta de triunfo en el mundo de los negocios, explica Cortina.

Al analizar las empresas que se distinguen en la comunidad de negocios y que ocupan los primeros lugares en sus respectivos sectores, se observa que en aquellas que practican por convicción y en forma rigurosa la ética empresarial, se dan los mejores resultados, se obtiene la mayor legitimación de los consumidores y se reafirma más categóricamente su continuidad, lo cual permite afirmar que la ética practicada sinceramente lleva consigo un enorme valor comercial. En el largo plazo, el más allá de la ética refuerza el más acá de la cuenta de resultados.

El entorno

El propósito de continuidad o permanencia de la empresa pertenece a la esencia de la organización productiva y contiene una responsabilidad ética muy precisa.

Con la ruptura de las barreras proteccionistas y la globalización de la economía desapareció el espacio para las empresas ineficientes que traían consigo grandes costos sociales por el despilfarro de recursos naturales, la fijación arbitraria de precios y la precaria calidad de sus productos.

Corresponde a las empresas transformarse rápidamente en núcleos competitivos, adoptando las tecnologías que les aseguren su futuro y revisando su estructura y su cultura para sobrevivir. Está reñido con la ética desconocer la realidad del entorno económico internacional y pretender conservar el statu quo o ampararse en la ineficiencia transitoria de la infraestructura nacional. Es necesario buscar el consenso con la comunidad empresarial para formular un nuevo modelo administrativo y tecnológico que permita la permanencia de las empresas en el tiempo y la de sus miembros en ellas. "No hay futuro si nuestras empresas y trabajadores no se suben al tren de las nuevas tecnologías", comentaba Hernando Gómez Buendía. Los directores de empresa que ignoren los cambios económicos, políticos o sociales conducirán a sus empresas hacia el fracaso, lo mismo que aquellos que sobre-reacciones frente a los cambios y riesgos que perciben.



El consumidor valora y prefiere aquellas organizaciones que, además de bienes y servicios de calidad, generan soporte social y actúan con una sincera conciencia moral.

A modo de conclusión de estas primeras reflexiones, podría afirmarse que no hay porvenir para una empresa ni para el capitalismo de mercado sin ética. Las empresas duraderas tienen, todas ellas, una fuerte ética porque el capitalismo de mercado no significa que pueda hacerse cualquier cosa por enriquecerse, por cuanto éste no puede sobrevivir sino mediante la disciplina de una conducta reconocida como creíble por la opinión.

LUEGO DE LEER EL ANTERIOR TEXTO RESPONDO:

1. ¿Cómo defines la ética empresarial?
2. ¿Cómo se clasifica la ética a nivel empresarial?
3. ¿Cómo defines la ética empresarial, en una organización? Argumenta tu respuesta.
4. Escribe 10 reflexiones, que te nazcan desde tu corazón, para sensibilizar a la gente de defender la ética profesional y empresarial.
5. Recrea en forma de historieta (con dibujos), una secuencia de como aplicarías la ética empresarial en un oficio o profesión.
6. Conforme al tema, realiza una sopa de letras con 15 términos obtenidos del texto anterior. Y realiza un acróstico con la palabra **ÉTICA**

PROFESOR: LUIS GERMÁN AGUDELO CAMACHO.