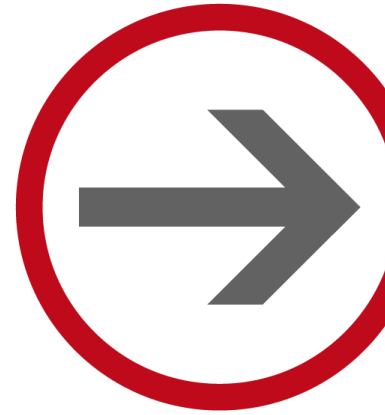


Área de colaboración y comunicación



Tema 2. Compartir información y contenidos digitales

Oriol Borrás Gené
[@OriolTIC](#)



- ARTES Y HUMANIDADES
- INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
- CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
- CIENCIAS
- CIENCIAS DE LA SALUD

ESTUDIOS DE MASTER

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMPETENCIA DIGITAL Y PENSAMIENTO COMPUTACIONAL

<https://www.urjc.es/estudios/master/4356-competencia-digital-y-pensamiento-computacional>

Objetivo general:

Compartir la ubicación de la información y de los contenidos digitales encontrados, estar dispuesto y ser capaz de compartir conocimiento, contenidos y recursos, actuar como intermediario, ser proactivo en la difusión de noticias, contenidos y recursos, conocer las prácticas de citación y referencias e integrar nueva información en el conjunto de conocimientos existentes ([MCDD](#) – INTEF, 2017).

Nivel C2 de la competencia **2.2. Compartir información y contenidos digitales**

Objetivos específicos (nivel C2):

- Analizo, evalúo y valoro de forma crítica la información educativa a la que tengo acceso por medios digitales para luego redistribuirla y difundirla en la red entre mis seguidores y personas a las que sigo.
- Dispongo de varios servicios y espacios en la red donde, a modo de curador de contenidos, publico noticias e informaciones sobre educación.
- Publico regularmente información con contenido educativo relevante, así como recursos digitales que desarrollo de forma colaborativa en las redes sociales y en comunidades educativas donde intercambio ideas y experiencias.
- Mantengo una actitud crítica con las fuentes y perfiles personales a los que sigo en espacios sociales o comunidades docentes y contribuyo en el desarrollo de una estrategia del uso de las TIC de forma responsable y efectiva.
- Selecciono, filtro y comparto contenido educativo relevante para mi amplia comunidad educativa de seguidores dando retroalimentación y recomendaciones sobre los recursos que uso.
- Colaboro a través de la red con un amplio número de colegas docentes formando una red personal de aprendizaje (PLN)

Información del tema

Duración: 12 horas.

Contenido: presentación y vídeos. Es importante ver todos los vídeos que se incluyen en esta presentación, forman parte del temario.

Videoconferencias:

- 12/10/2021 (17 horas – UTC + 2)
- 26/10/2021 (12 horas – UTC + 2)

Índice

1. Tecnologías y medios para compartir
2. Análisis de fuentes de información

I. Tecnologías y medios para compartir

1. Curación de contenidos.
2. Herramientas de curación de contenidos específicas: Symbaloo, Wakelet y Pinterest.
3. Herramientas de curación específicas en redes sociales.
4. Qué son los PLE y los PLN.

Introducción

Una de las características principales que ofrece la web 2.0 o social es la posibilidad, no solo de generar contenidos en forma de publicaciones, también la de compartir tanto lo que publicamos nosotros como los demás. Podremos compartir textos escritos en redes sociales, fotografías subidas, enlaces a páginas web, vídeos, etc.

Además de plataformas tecnológicas cuya base es la posibilidad de compartir, como son la mayoría de las redes sociales, también encontramos herramientas para la creación de contenidos que permiten compartir el contenido creado. Por ejemplo, plataformas para crear infografías (Piktochart o Easily), mapas mentales ([Mindomo](#) o [Poplet](#)) o presentaciones online ([Prezi](#), [Emaze](#) o [Genially](#)). Lo mismo ocurre con plataformas de blogs ([Wordpress](#), [Blogger](#) o [Tumblr](#)), páginas web o plataformas de streaming de video y audio.

Estas plataformas suelen ofrecer un **enlace** para compartir, en muchos casos se podrá escoger si este es público o privado y se debe acceder por contraseña o a partir de un correo electrónico/usuario específico.

Otra opción que cada vez está presente en más plataformas es la posibilidad de generar un **Código HTML** para embeber el contenidos. Esto nos permitirá incrustar aquello que queremos compartir en otro espacio que nos lo permita, por ejemplo un blog, página web o incluso un aula virtual.

La posibilidad de **embeber** contenido tiene una gran ventaja y es que siempre se verá la última versión de este, por ejemplo, si hemos creado una infografía para nuestros estudiantes en una Plataforma online como Picktochart y la hemos incluido en nuestra asignatura, si al año siguiente modificamos la infografía original, la embebida se actualizará automáticamente sin necesidad de realizar ninguna acción adicional. La opción alternativa y tradicional sería descargarse la infografía como imagen y compartirla, con el inconveniente de perder los nuevos cambios

Introducción

Existen métodos más tradicionales para compartir información como es el propio correo electrónico, ya sea directamente a nuestros contactos o mediante listas de correo a las que terceros se suscriban. Estas listas de correo se pueden gestionar mediante herramientas externas como: [Mailchimp](#) o Google groups, ambas permiten la opción de enviar boletines o newsletter, en los que compartir información por correo electrónico con las personas incluidas en la lista. Si quieres saber más te dejamos tutoriales sobre:

- [Tutorial de Mailchimp](#)
- [Guías y tutoriales de Google groups](#)

Si nos centramos en redes sociales digitales en su propia naturaleza nace la posibilidad de compartir. Es la manera que tienen de generar interacción entre cuentas, y por lo tanto, conseguir que sus usuarios permanezcan más tiempo en ellas utilizándolas y así crecer.

Algunas redes como Twitter o Pinterest tienen un nombre incluso para las publicaciones compartidas de otros, “retuits” o “repin” respectivamente. Son pocas las plataformas que no permiten la opción de compartir, y aunque algunas como Instagram no lo permiten de manera directa, si se puede hacer indirectamente mediante las stories o incluso con aplicaciones de terceros como **Repost**.

Curación de contenidos

Reflexionando sobre las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías digitales, tanto para publicar como para compartir lo que publican otros o nosotros, es fácil visualizar la gran cantidad de información que se mueve diariamente en Internet. La imagen de la derecha resume qué sucedió en 1 minuto en el año 2020 en Internet.

Este flujo de información se convierte cada vez en algo muy difícil de gestionar, teniendo en cuenta además que no todo lo compartido es de calidad o nos es de utilidad. A día de hoy se utiliza comúnmente el término *Infoxicación* el cual hace referencia a la cantidad ingente de información que encontramos en la web.

Es por ello que surge la necesidad de filtrar tanta información y es aquí cuando se justifica la aparición del rol de *curador* o el concepto de *curación de contenidos*.

Viene del término anglosajón “curator” y su corresponde con el “comisario de arte”, es un profesional encargado de gestionar exposiciones, valoraciones, manejo, preservación y administración de bienes artísticos. Por ejemplo, se encarga de todo el proceso asociado a una exposición de arte en un museo.



Fuente: <https://www.socialmediatoday.com/news/what-happens-on-the-internet-every-minute-2020-version-infographic/583340/>

Curación de contenidos

Es fácil entonces, extrapolar estas funciones al campo de los contenidos digitales y es en el marketing digital donde aparece esta necesidad, aunque rápido se ha generalizado en cualquier campo, hay numerosos autores que atribuyen a Rohit Barghava el inicio en el uso de esta expresión en [Manifiesto for the content curator](#).

Se podría ver como una profesión en la que la persona curadora será experta en la gestión de la información en contextos digitales, siempre sobre temáticas que domine. Pero no olvidemos que al final, cualquier persona que utilice Internet para buscar información y aprender será capaz de curar contenidos, con independencia de su grado de conocimiento en la materia y de si sigue o no un método sistemático de búsqueda, etc. o tiene como objetivo que sus resultados de curación aporten un valor al resto de la comunidad compartiéndolos con esta.

A partir de las conocidas como 4s (en inglés) de la curación o relacionándolo con las competencias digitales que ofrece el [Marco de Competencia Digital Docente](#) podemos hablar de cuatro fases indispensables para considerar curación a nuestra actividad en la red:

- **Búsqueda** (search): asociado por un lado a acciones como navegar por Internet, buscar y filtrar información; y por otro lado a almacenar y recuperar dicha información.
- **Selección** (select): una vez tenemos la información la siguiente acción es evaluarla, nuevamente es importante saber a almacenar y recuperar la información seleccionada.
- **Caracterización/análisis** (sense making): a partir de la información seleccionada y teniendo en cuenta nuestro conocimiento, se podrán desarrollar ideas, análisis, reflexiones; en resumen, aportar un valor añadido con un texto propio a la información seleccionada.
- **Difusión** (share), finalmente habrá que compartir la selección realizada a través de las tecnologías (específicas o no).

Curación de contenidos

Existen plataformas creadas con la finalidad de curar contenidos y que ofrecen la posibilidad de las cuatro fases y, aunque para la fase de difusión, tienen sus propios mecanismos a través de la opción de seguir tableros/topics/listas/perfiles/periódicos... (diferentes nombres según la plataforma) para estar al tanto de las nuevas publicaciones añadidas, es recomendable complementar esta fase con el uso de redes sociales, las cuales ofrecen una mayor viralidad.

Por otro lado están las propias redes sociales las cuales también nos permiten realizar esa curación de contenidos e incluso han implantado herramientas para dicha función.

En las siguientes páginas se analizarán tecnologías específicas tanto de plataformas específicas de curación como herramientas concretas dentro de las redes sociales más utilizadas.

Para profundizar más sobre el tema, algunas lecturas muy interesantes:

- [Los secretos mejor guardados del content curator](#) (Sergio Serrano)
- [Todo sobre la curación de contenidos](#) (Ready4Social)
- [Content curator, intermediario del conocimiento](#) (Dolors Reig)

Herramientas de curación de contenidos

Dentro de las herramientas específicas para la curación de contenidos destacan dos tipos, aquellas que permiten crear espacios o contenedores en los que incluir los recursos que vamos encontrando en la web (nuestros o de otros) y que consideramos interesantes, normalmente permiten crear diversos espacios según la temática o nuestros criterios de organización (aunque en algunas se limita el número a los usuarios de pago); y las que tienen un formato de periódico y crean newsletter con dicha recopilación, su periodicidad se podrá configurar y normalmente cuentan con un número limitado de publicaciones, a diferencia del primer tipo donde todas las publicaciones, con independencia del momento en el que se han incluido, se almacenan en el contenedor.

Dentro del primer tipo, encontramos plataformas como [Scoop.it](#), [Wakelet](#), [List.ly](#), [Symbaloo](#) o [Flipboard](#), aunque hay muchas más. Para esta asignatura nos centraremos en la segunda pues Scoop.it se limita bastante la versión gratuita. Os dejamos algunos ejemplos de las otras que hemos comentado:



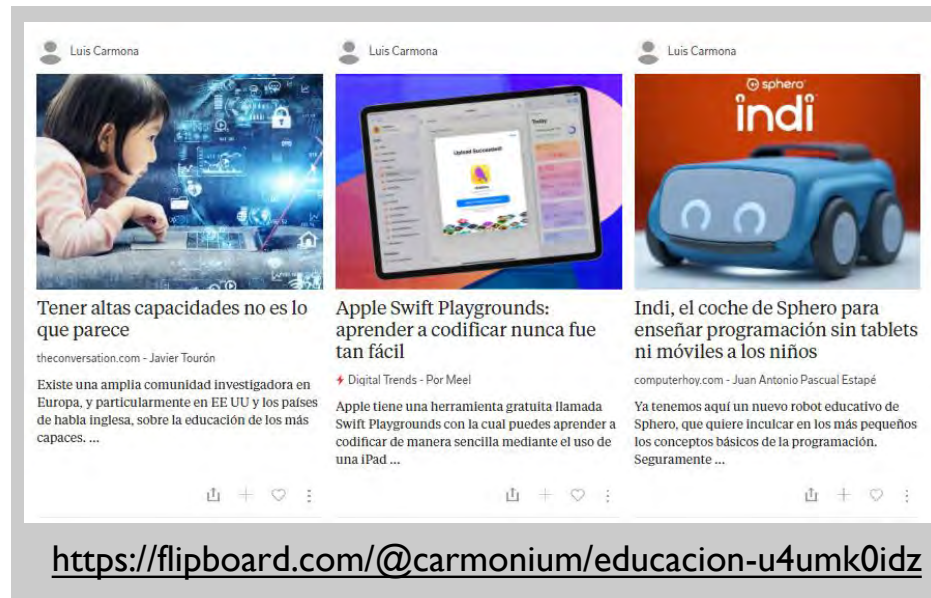
3 COMUNICACIÓN AUTÉNTICA
 Mar 14, 2017 by Natalia Silva - comunicacionautentica.wordpress.com - 14 clicks
 Hola, Soy Natalia Silva, les comparto los contenidos de mi blog para realizar la recopilación de recursos y curar mis contenidos, saludos!

<https://list.ly/list/oMR-mooc-uso-educativo-de-la-narracion-digital>



LearningTICs by Oriol UPM
 Curated by Oriol Borrás Gené

<https://www.scoop.it/topic/learningtics>



Luis Carmona

Tener altas capacidades no es lo que parece
 theconversation.com - Javier Tourón
 Existe una amplia comunidad investigadora en Europa, y particularmente en EE UU y los países de habla inglesa, sobre la educación de los más capaces. ...

Apple Swift Playgrounds: aprender a codificar nunca fue tan fácil
 Digital Trends - Por Meel
 Apple tiene una herramienta gratuita llamada Swift Playgrounds con la cual puedes aprender a codificar de manera sencilla mediante el uso de una iPad ...

Indi, el coche de Sphero para enseñar programación sin tablets ni móviles a los niños
 computerhoy.com - Juan Antonio Pascual Estapé
 Ya tenemos aquí un nuevo robot educativo de Sphero, que quiere inculcar en los más pequeños los conceptos básicos de la programación. Seguramente ...

<https://flipboard.com/@carmonium/educacion-u4umk0idz>

symbaloo

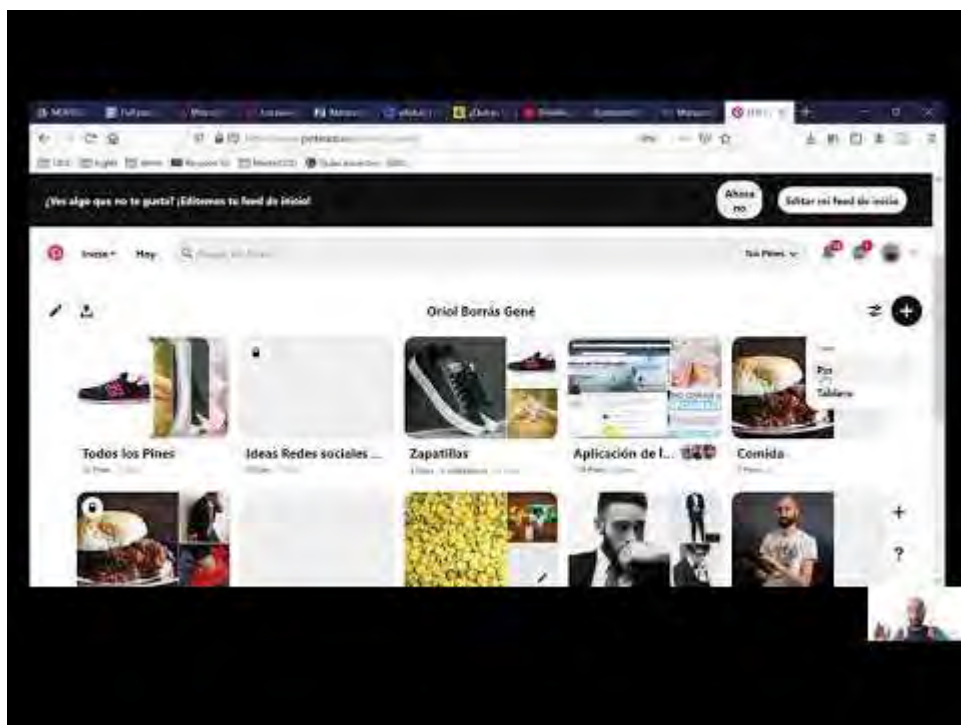


<https://youtu.be/QJSZlqWXFhg>

Si necesitas ayuda para utilizar **Symbaloo**, aquí tienes un videotutorial:
<https://youtu.be/hsWdfleHVo>

Herramientas de curación de contenidos

wakelet



Herramientas de curación de contenidos



Otro servicio interesante, que permite presentar contenidos de una forma muy visual a través de tableros, es Pinterest.



<https://youtu.be/9U5lcurfiy8>

Puedes revisar este manual de Pinterest para conocer todas las opciones que te permite esta herramienta. También te recomendamos el tutorial elaborado por Pepe Moraga dedicado a Pinterest y a Scoop.it.

Herramientas de curación de contenidos

EJERCICIO 3

1. Piensa en algún tema sobre el que seas experta o experto (o tengas un buen conocimiento) y recopila 4 o 5 enlaces a través de alguna de las herramientas específicas de curación que hemos visto u otra que conozcas o prefieras utilizar.
2. Publica el enlace en el grupo de Facebook con el hashtag #CuracionContenidos e indica con un texto la temática sobre la que se habla en esa curación e especifica qué plataforma has utilizado y por qué has escogido esa.
3. Copia el enlace a tu publicación en el grupo y añádelo a la tarea en Aula Virtual.

Las redes sociales son un instrumento idóneo con el que curar contenidos debido a sus características. Pero cuidado, el mero hecho de compartir una publicación tal cual no cumpliría las 4s de la curación, sería una simple “Recomendación social”. Como inconveniente frente a herramientas específicas de curación es que, si utilizamos nuestro perfil en redes, con él también realizamos publicaciones propias y la temática de aquello que compartimos no tiene por qué ser la misma.

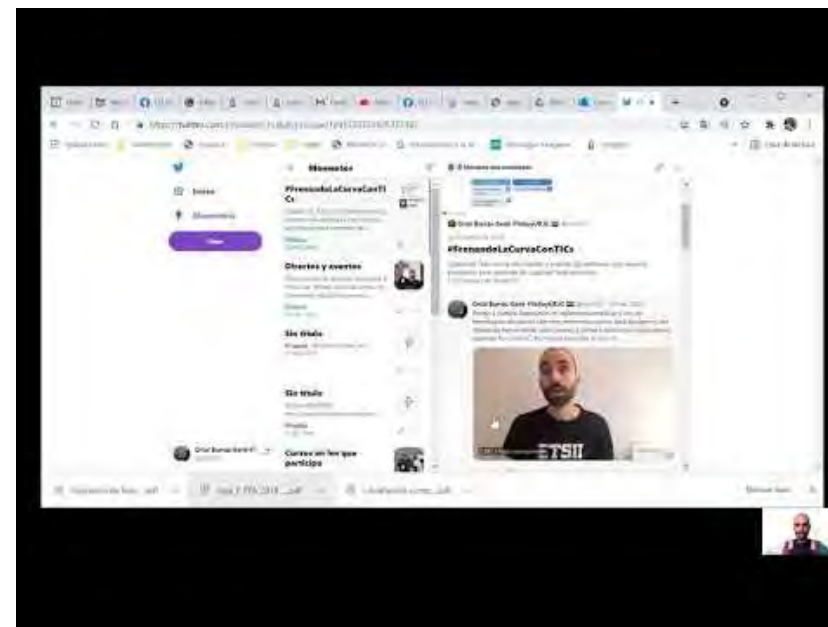
Las plataformas de redes sociales, en la actualidad, ponen a nuestra disposición herramientas específicas que nos permiten realizar una curación de contenidos dentro de nuestros perfiles, en espacios específicos.

A continuación, en los siguientes vídeos, se verán algunas de las principales herramientas que nos ofrecen algunas de las redes sociales con mayor número de usuarios.

Si quieres saber más tienes este artículo muy interesante. Aunque tiene algunos años y está enfocado a Twitter, realmente ofrece buenas ideas de como curar contenidos a través de un perfil en cualquier red social:

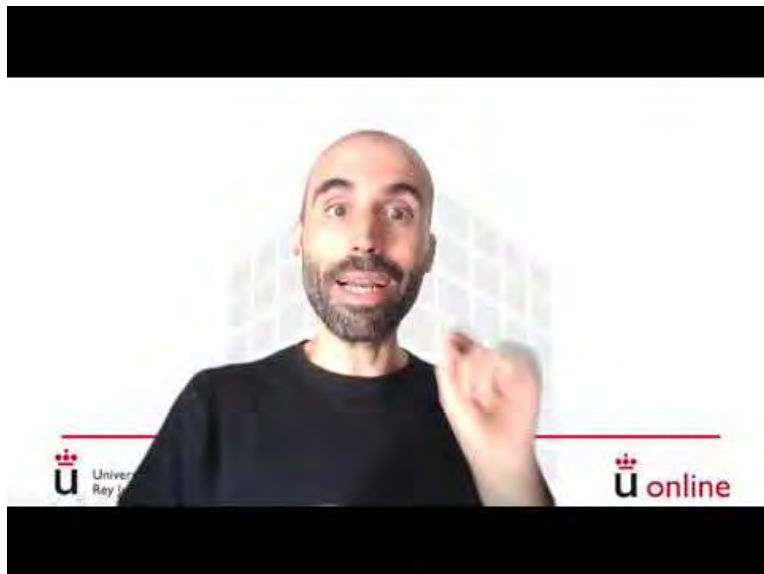
<http://www.loscontentcurators.com/4-tecnicas-de-caracterizacion-de-contenidos-en-twitter-real-time-curation/>

Momentos e hilos de Twitter



<https://youtu.be/Wzn2U5HbaNo>

Colecciones de Facebook (privadas) y grupos



<https://youtu.be/HPo-7GUVU3I>

Guías de Instagram

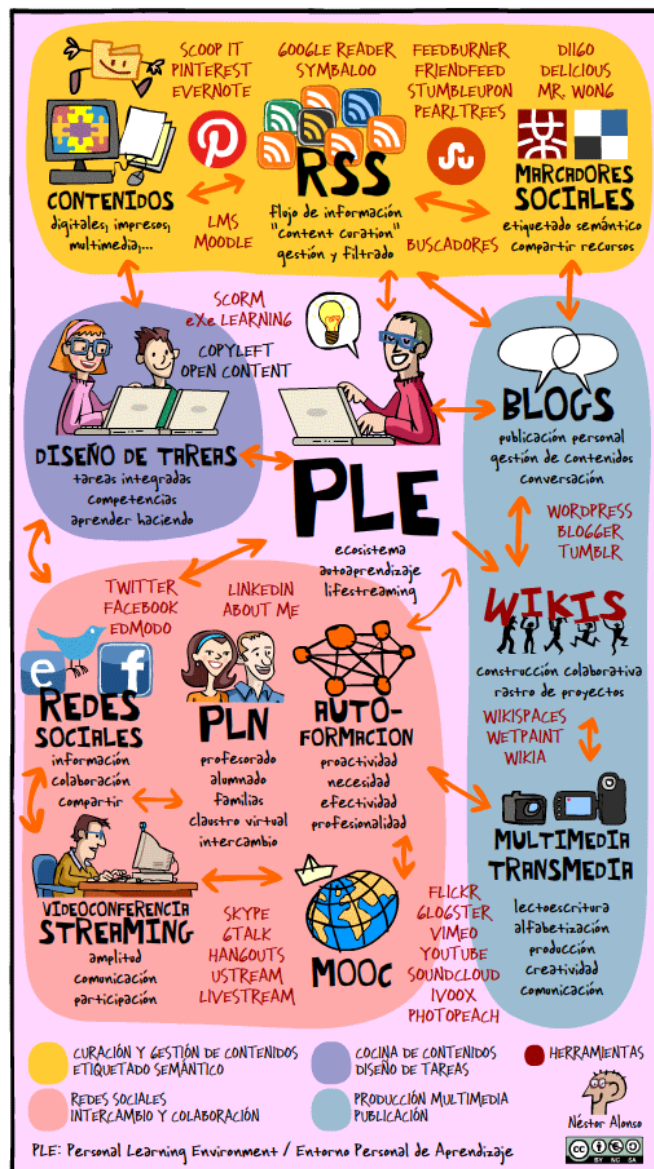


<https://youtu.be/b0uxVc-2gVE>

EJERCICIO 4

1. Busca en Internet un ejemplo de curación de contenidos a través de Redes sociales, en concreto utilizando alguna de las herramientas que hemos visto: guías, momentos o colecciones/grupos, de tal manera que, a partir de una URL se puedan ver un listado de publicaciones relacionadas con una temática concreta, si es educativa mejor.
2. Publica el enlace en el grupo de Facebook con el hashtag #CuracionConRRSS e indica con un texto la temática sobre la que se habla en esa curación y qué red has escogido y herramienta concreta para hacer la curación.
3. Copia el enlace a tu publicación en el grupo y añádelo a la tarea en Aula Virtual.

Qué son los PLE y los PLN



Antes de definir qué es un PLN será importante comprender el concepto del que depende y en el que está integrado, el PLE (Personal Learning Environment), en castellano **Entorno Personal de Aprendizaje**.

Existen numerosas definiciones, pero una de las más claras propuestas por los los investigadores Adell y Castañeda (2010, pág. 23) resume un PLE como “...es el conjunto de herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades que cada persona utiliza de forma asidua para aprender”. Incluye tres dimensiones básicas: gestión de la información (leer / acceder a la información), creación de contenidos (hacer / reflexionar haciendo) y conexión con otros (compartir). Todo esto a través de herramienta tecnológicas, la imagen de la izquierda muestra un ejemplo completo de PLE.

Aunque lo habitual es hablar de PLE a nivel global y defina las estrategias y herramientas con las que afrontamos cualquier formación, también se podría centrar el foco en, por ejemplo, el PLE aplicado a un asignatura concreta. Aunque es verdad que utilizamos, por ejemplo, a la hora de buscar fuentes buscadores quizá más genéricos o webs con recursos específicos, para una asignatura concreta puede que trabajemos en sitios web concretos para obtener esa información, o que utilizamos algunas tecnología concreta para estudiar esa asignatura, por ejemplo, SPSS o PSCP para Estadística. Conociendo y teniendo acceso a nuestro PLE cualquier persona podría estudiar una asignatura de la misma manera que lo hicimos nosotros.

Qué son los PLE y los PLN

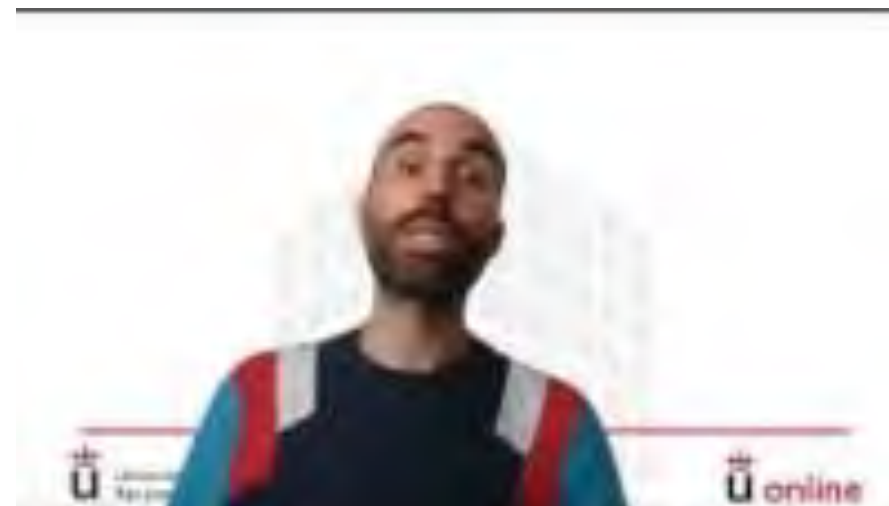
Un PLE facilita al estudiante la gestión de su propio aprendizaje, aunque es importante aclarar que es un concepto teórico y a día de hoy no existe una herramienta o tecnología como tal que de soporte a un PLE, está distribuido y son todas aquellas aplicaciones, dispositivos, servicios y redes empleadas para aprender. Por lo tanto, un PLE no es una herramienta en sí, sino un enfoque de aprendizaje.

Nuestro PLE lo tenemos interiorizado y lo utilizamos de manera habitual sin pensarlo muchas veces, aunque es recomendable reflexionar sobre él, saber que existe e incluso mejorarlo. Hay docentes que incluso evalúan los conocimientos de sus estudiantes evaluando su PLE de la asignatura, analizan cómo el estudiante ha aprendido en esa asignatura.

Ejemplos: <https://blogs.upm.es/itfm/category/ple/>

Se pueden identificar **3 elementos** dentro de los PLE:

1. Fuentes de información, dónde accede a la información.
2. Herramientas, dispositivos y servicios, dónde gestionar, modificar, etc. esa información.
3. Redes personales (PLN), dónde relacionarnos con otros.



<https://youtu.be/lhnVHM-PKeo>

Qué son los PLE y los PLN

Es en ese tercer elemento donde se ubican los **PLN (Personal Learning Network)** o **Redes Personales de Aprendizaje**, estas son comunidades informales de personas a través de las cuales accedemos a información y aprendemos. Están asociadas al aprendizaje informal que se produce cuando existe un intercambio de información y conocimiento entre pares, y se soportan en las tecnologías actuales de comunicación que promueven la socialización, además de la gestión del conocimiento. Se podría decir que es la parte social de un PLE, a través de la que nos comunicamos para aprender y para aportar conocimiento también a los demás.

El autor **Daniel Tobin** los define como “espacios y grupos de personas con los que se conecta para conocer sus opiniones, ideas, puntos de vista y reflexiones, y por tanto nutrirse para aprender.”

Un ejemplo de PLN de una persona podría ser su cuenta de Twitter:

1. Se crea la cuenta
2. La personaliza para identificarse como individuo (genera su identidad digital)
3. Busca a personas afines y las sigue
4. Se une a listas o crea sus propias listas
5. Sigue hashtags
6. Lee tuits
7. Publica tuits

Lo mismo para cualquier otra red social, siempre y cuando se utilice para aprender.

Qué son los PLE y los PLN

Por lo tanto, un PLN va a afectar a diversos aspectos del PLE, especialmente en la búsqueda y difusión, pues podremos buscar o conocer fuentes a partir de nuestros contactos en la red (de nuestro PLN) o compartir nuestros contenidos con ellos a través nuevamente de nuestro PLN.

Algunas ventajas:

- Como espacio para desarrollarnos profesionalmente siguiendo a profesionales.
- Para encontrar recursos útiles para nuestra docencia o ideas
- Ayudarnos a integrar las Tecnologías en nuestra docencia
- Para encontrar diversas soluciones de manera colaborativa, por ejemplo, pidiendo ayuda en redes/comunidades de aprendizaje.
- Conocer las novedades educativas
- Compartir nuestras ideas, recursos, experiencias que realicemos con nuestros estudiantes, etc.

Es aconsejable para desarrollar nuestro PLN:

- Conocer y, por lo tanto, utilizar herramientas de encuentro virtuales (redes sociales, mensajería instantánea, herramientas de videoconferencia, ...).
- Tener unas ciertas destrezas de comunicación, digitales e informacionales de diálogo.

Qué son los PLE y los PLN

Para saber más de PLE <https://sites.google.com/site/lindacqtallerple/home>

EJERCICIO 5 – Cómo sería nuestro PLE y PLN

1. Te propongo que analices a día de hoy tu PLE, partiendo de los cuatro aspectos básicos de un PLE (búsqueda, organización, generación y difusión) detecta qué herramientas tecnológicas utilizas para cada aspecto a nivel general, no hace falta que entres en detalle.
2. Realiza un esquema de cómo sería tu PLE (puedes utilizar un mapa mental – Mindomo o Popplet – o cualquier herramienta que conozcas), en paralelo puedes o crear otro esquema más reducido de tu PLN o simplemente indicar en las herramientas escogidas para tu PLE, entre paréntesis, cuales además son del PLN.
3. Comparte la imagen en el grupo de Facebook con el hashtag #miPLE, acompaña esa imagen con un texto en el que compartas tu opinión sobre los PLE o en concreto el tuyo.
4. Copia el enlace a tu publicación en el grupo y añádelo a la tarea en Aula Virtual.

ÍNDICE

1. Cómo hacer buenas búsquedas (operadores)
2. Detectar fuentes de calidad
3. Fake news

Cómo hacer buenas búsquedas

Cuando buscamos información en Internet nos podemos plantear dos estrategias según la finalidad que tengamos:

- Cuando no tenemos un conocimiento profundo de un tema y queremos tener una visión global o empezar a estudiarlo, realizaremos búsquedas genéricas en las que se obtenga la mayor cantidad de contenidos posible para ir ajustando la búsqueda y tener una visión global del tema que buscamos.
- Cuando sabemos exactamente qué es lo que queremos buscar o por donde encontrarlo, en este caso optaremos por una estrategia en la que acotemos resultados y obtengamos poca información pero precisa.

La clave para realizar una buena búsqueda es conocer las **herramientas** que nos ofrecen los buscadores de Internet, como por ejemplo: [Google](#), [Yahoo](#), [Bing](#), etc.

Algunos consejos de búsqueda en Google

Voy a tener suerte nos envía directamente a la página con más visitas relacionada con la búsqueda que pongamos.

Prueba a escribir en el cuadro de búsqueda, por ejemplo, “gamificación” y luego ve a “voy a tener suerte”.



Cómo hacer buenas búsquedas

Algunos consejos de búsqueda en Google

Verás que te lleva directamente a una página y no a un listado de resultados de la búsqueda.

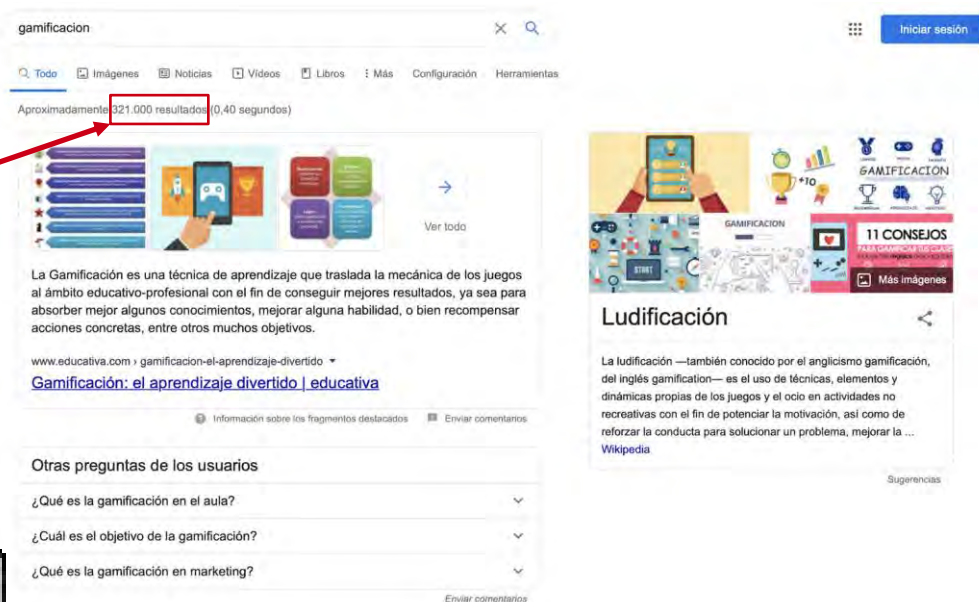
Ahora haz lo mismo con “gamificación” pero ve a “Buscar en Google”, ahora verás que te salen muchísimos resultados.

Resultados orgánicos o naturales son aquellos más relevantes que se corresponden con las páginas más visitadas según los términos de búsqueda utilizados.

Los de pago o no orgánico son los resultados que aparecen en primer lugar debido a que se ha pagado.

Más información [aquí](#).

Nº de resultados



Según lo que busques, al principio de los resultados, te saldrán distintas opciones:

- Anuncios (en ese caso son empresas que han pagado por salir en los primeros puestos de las búsquedas que se hacen).
- Definición, habitualmente si ponemos una palabra lo primero que sale es su definición.
- Resultado de una operación, prueba a escribir en la zona de búsqueda 3+4 y pulsa intro.
- ...

Cómo hacer buenas búsquedas

Algunos consejos de búsqueda en Google

Habitualmente, al hacer una búsqueda, el número de resultados es muy elevado, por eso Google nos ofrece distintas posibilidades para afinar la búsqueda:

- Operadores especiales
- Filtros
- Búsqueda avanzada

Operadores especiales:

- **AND (Y), OR (o), - (no)**, ejemplos:
 - *Gamificación AND realidad aumentada*, buscará páginas web que contengan ambos términos siempre.
 - *Gamificación OR realidad aumentada*, buscará páginas web que contenga un u otro término
 - *Realidad aumentada -gamificacion*, buscará páginas web que contengan el término Realidad aumentada y no gamificacion. Imagina que no queremos páginas que incluyan nada de información sobre ese segundo término.
- “ búsqueda ”, fuerza la búsqueda dentro de páginas web del texto exacto incluido entre las comillas, solo aparecerán aquellas que lo contengan tal cual.
- **Filetype**, nos permite restringir búsquedas que devuelvan un tipo concreto de archivo: PDF, DOCX, PPTX, MP3, etc. Ejemplo:

Gamificacion filetype:PDF

Cómo hacer buenas búsquedas

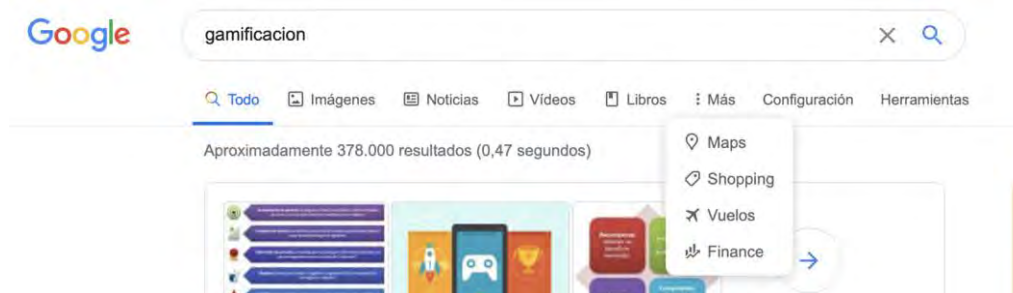
Algunos consejos de búsqueda en Google

- Site, limita los resultados a un sitio web concreto, ejemplo:
Gamificacion site:coursera.org

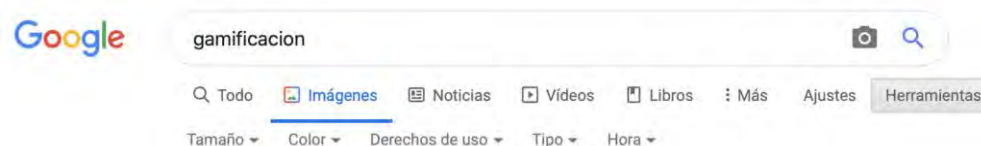
Más operadores: <https://ahrefs.com/blog/es/operadores-de-busqueda-avanzada-de-google/>

Filtros:

Una vez realizada una búsqueda aparecen una serie de filtros que nos ayudarán a afinar y disminuir el número de resultados, pudiendo filtrar por imágenes, noticias, vídeos, libros, más (al pinchar sobre esta opción nos salen más filtros: maps, vuelos, etc.).



Según la categoría por la que filtremos, podremos afinar aun más la búsqueda pulsando en herramientas. Por ejemplo si hemos filtrado por imágenes:

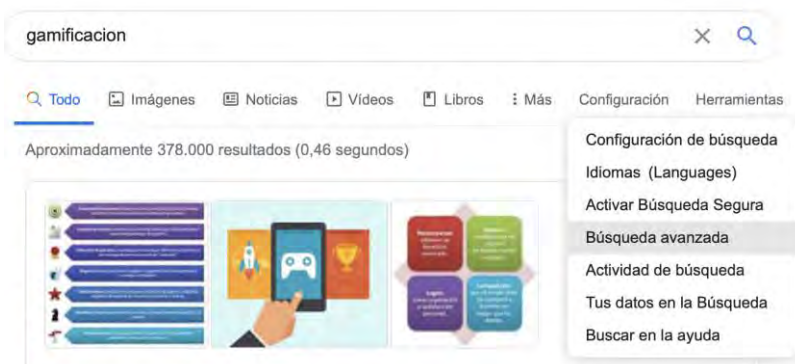


Cómo hacer buenas búsquedas

Algunos consejos de búsqueda en Google

Búsqueda avanzada:

Si no recordamos los operadores especiales podemos optar directamente por utilizar la búsqueda avanzada que nos ofrece Google, para ello primero tenemos que hacer la búsqueda y luego ir a la opción “configuración” dentro de las categorías que nos ofrece para filtrar e iremos a “Búsqueda avanzada”.



Búsqueda avanzada

Buscar páginas con...

todas estas palabras:

esta palabra o frase exactas:

cualquiera de estas palabras:

ninguna de estas palabras:

números desde el: hasta

A continuación, limitar los resultados por...

idioma:

región:

última actualización:

sitio o dominio:

los términos que aparecen:

Búsqueda Segura:

tipo de archivo:

derechos de uso:

Haz lo siguiente en el cuadro de búsqueda

Escribe las palabras importantes:

Escribe las palabras exactas entre comillas:

Escribe OR entre todas las palabras que quieras:

Añade un signo menos delante de las palabras que no quieras que aparezcan:

Escribe dos puntos seguidos entre los números y añade una unidad de medida:

Busca páginas en el idioma que especifiques.

Busca páginas publicadas en una región determinada.

Busca páginas actualizadas en el periodo de tiempo especificado.

Busca un sitio (como wikipedia.org) o limita los resultados a un dominio como, por ejemplo, .edu, .org u .gov.

Busca términos en toda la página, en el título de la página o en la dirección web, o incluso a la página que está buscando.

Indica a Búsqueda Segura si quieres que filtre contenido sexualmente explícito.

Busca páginas en el formato que prefieras.

Busca páginas que puedas utilizar libremente.

Cómo hacer buenas búsquedas

Algunos consejos de búsqueda en Google

Search: distancia madrid nueva york

About 47,200,000 results (0.45 seconds)

5,672 km
Distance from My Location (Centro, Madrid) to Madrid

Search: cuanto es una pulgada

About 10,700,000 results (0.44 seconds)

Length: 1 = 2.54
Inch = Centimetre

multiply the length value by 2.54

Search: calculadora

About 56,500,000 results (0.28 seconds)

0

Rad | Deg | x! | (|) | % | AC

Inv | sin | ln | 7 | 8 | 9 | ÷

π | cos | log | 4 | 5 | 6 | ×

e | tan | √ | 1 | 2 | 3 | -

Ans | EXP | x^y | 0 | . | = | +

Search: hora en mexico

About 666,000,000 results (0.36 seconds)

2:27 AM
Tuesday, April 14, 2020 (CDT)
Time in Mexico City, CDMX, Mexico

1:27 AM La Paz, Baja California Sur, Mexico (GMT-6)
12:27 AM Tijuana, Baja California, Mexico (PDT)

Search: tiempo madrid

About 889,000,000 results (0.68 seconds)

Madrid
Tuesday 09:00
Partly cloudy

12°C | 54°F

Precipitation: 0%
Humidity: 83%
Wind: 8 km/h

Search: películas educativas

Películas / Educación

Search: obra cervantes

Miguel de Cervantes - Libros

Search: euros libra

About 12,600,000 results (0.41 seconds)

1 Euro equals
0.87 Pound sterling

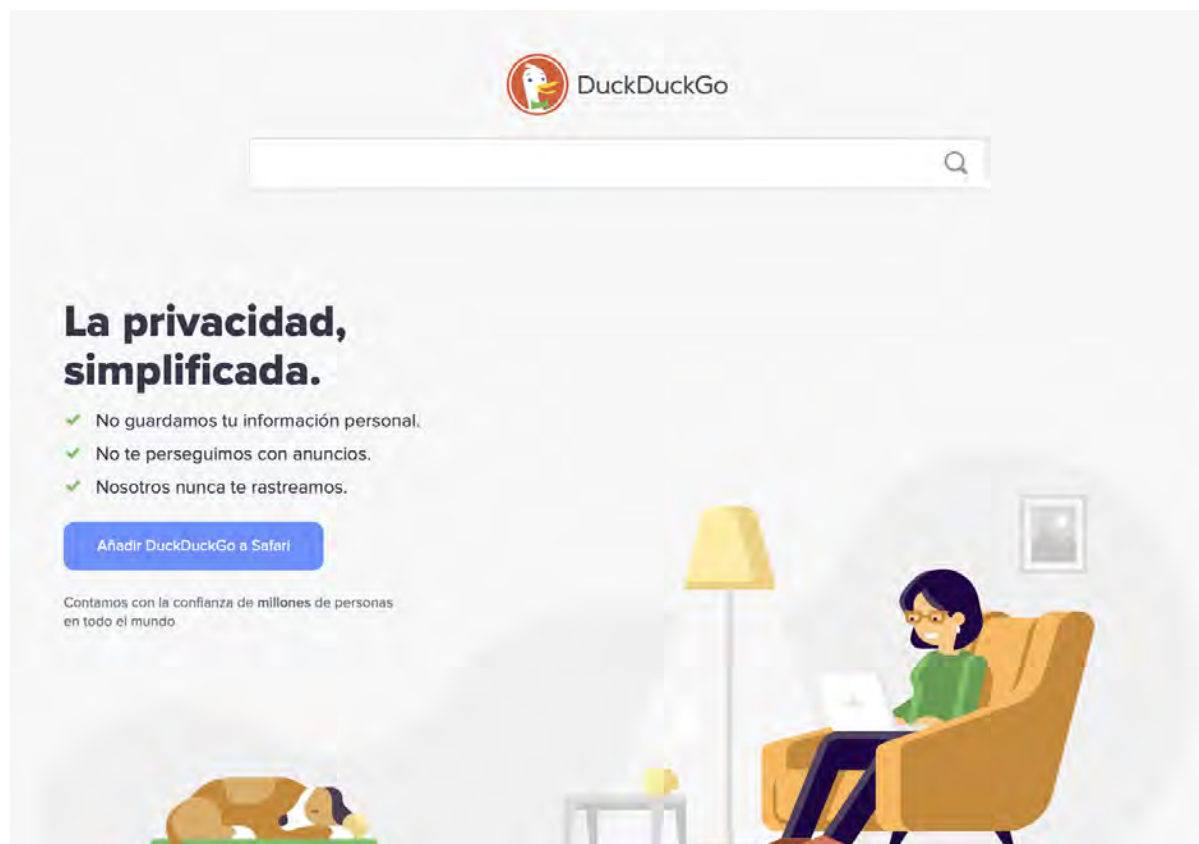
Apr 14, 07:26 UTC - Disclaimer

1 Euro | 0,87 Pound sterling

Data provided by Morningstar for Currency and Coinbase for Cryptocurrency

Cómo hacer buenas búsquedas

Existen otros buscadores y dentro de estos destacar por su privacidad <https://duckduckgo.com> ya que una de sus premisas es no registrar la información del usuario.



Detectar fuentes de calidad

Vivimos en un momento en la red de sobreabundancia de información, también conocida como infoxicación y es por eso que necesitamos desarrollar habilidades para gestionarla.

Esta sobre carga informativa, definida por Alvin Toffler como “la dificultad que una persona puede tener para comprender un problema y tomar decisiones a causa de un exceso de información”, es debida al hecho de que hoy con el acceso generalizado a Internet todos podemos generar contenido, nos convertimos en prosumidores.

La información que encontramos en la web se podría clasificar en tres grandes grupos: de calidad, inexacta o de baja calidad y falsa. Dentro de cada grupo existirá un amplio abanico de opciones intermedias.

De manera básica se puede resumir la gestión de la información en tres pasos:

1. **Buscamos**
2. **Filtramos**
3. **Etiquetamos** la información para poder recuperarla luego.

Más adelante hablaremos de una forma más avanzada de gestionar la información, lo que se conoce como curación de contenidos.

Detectar fuentes de calidad

En la sección anterior nos centramos en la búsqueda de información la cual puede ser abundante y no siempre de calidad, por eso necesitamos una segunda fase de filtrado, pero, si no somos expertos en una materia sobre la que buscamos información, ¿Cómo podemos saber si lo que hemos encontrado es de calidad, es correcto, etc. ?

La manera más segura será comprobando la fuente, quién o quienes son los responsables de la veracidad de la información encontrada. Esto nos ofrecerá cierta seguridad.

Para ello debemos realizar una labor de “detective de internet” cuyo principal objetivo será identificar y verificar las fuentes, por ejemplo con preguntas como:

- ¿Quién es el autor o autores? ¿Quién es el editor?
- ¿Quién patrocina o financia ese sitio web? ¿Cuenta con algún respaldo institucional?
- ¿Cuenta con algún sello de calidad?
- ¿Otras fuentes fiables enlazan a ese sitio?
- ¿Cuanto con algún sistema de revision, por ejemplo por pares, de la información?
- ¿Cuenta con referencias/bibliografía la información? En caso afirmativo, ¿Qué calidad tienen dichas fuentes?

Detectar fuentes de calidad

Estas preguntas nos permitirán detectar en general qué fuentes y por lo tanto, que información tiene unos mínimos de calidad. En la siguiente sección profundizaremos en el análisis de fuentes, en concreto en aquellas que son falsas e incorrectas.

A la hora de buscar información también podemos optar por buscar en espacios o buscadores que tengan un cierto aval como y donde exista un mayor filtrado:

- Redes sociales profesionales o para investigación: LinkedIn, ResearchGate, Academia.edu, etc.
- Buscadores académicos o de recursos: Google Scholar, BRIAN, etc.
- Catálogos de bibliotecas: BURJC
- Plataformas de información científica: Web of Science (WOS), SCOPUS, etc.
- Webs o blogs integrados en dominios universitarios, institucionales o de prestigio
- Espacios web educativos:
 - Cursos abiertos en línea de universidades (OCW o MOOC)
 - Educamadrid, Educateca, INTEF, Educación Fundación Telefónica, etc.

Estas fuentes, aunque no nos aseguran la calidad si ofrece mayor seguridad y unos mayores controles en la gestión de su información.

Fake news

Las fake news o noticias falsas, son informaciones basadas en bulos y que no son reales, aunque en muchos casos lo parezcan. También, y quizá con más acierto, se habla de falsas noticias ([Gómez, 2018](#)), pues son relatos falsos que se hacen pasar por noticias.

Estas noticias se mueven y viralizan rápidamente gracias a las redes sociales digitales y las aplicaciones de mensajería instantánea, siendo en muchos casos difícil de distinguir de las reales pues incluso, gracias a tecnología avanzada como la inteligencia artificial (IA) se pueden modificar audios o vídeos poniendo en boca de otros mensajes falsos, para más información leer el artículo [“La nueva arma de las ‘fake news’: una IA que imita la voz de cualquiera”](#)

Nos encontramos a día de hoy con infinidad de tipos de falsas noticias: deportivas, financieras, políticas, salud, gubernamentales, sobre empresas y productos (ya sea para desprestigiar o ensalzar) sobre famosos, y una gran etcétera.

En otras ocasiones también hay que tener en cuenta el origen o el por qué de estas noticias, pues a veces simplemente son un error humano al escribir y ha pasado inadvertido convirtiéndose en una afirmación; publicaciones cuya intención es la parodia o la sátira y pueden llegar a creerse (Ej.: [Mundo Today](#)); publicaciones sacadas de contexto, por ejemplo noticias reales pero antiguas o de otros países.

Fake news

La siguiente infografía ofrece algunos consejos para analizar una noticia y poder acercarnos a la realidad:

¿ESTA NOTICIA ES FALSA?

ESTUDIE LA FUENTE
Investigue más allá: el sitio web, objetivo e información de contacto.

LEA MÁS ALLÁ
Un titular impactante puede querer captar su atención. ¿Cuál es la historia completa?

¿QUIÉN ES EL AUTOR?
Haga una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?

FUENTES ADICIONALES
Haga clic en los enlaces y compruebe que haya datos que avalen la información.

COMPRUEBE LA FECHA
Publicar viejas noticias no significa que sean relevantes para hechos actuales.

¿ES UNA BROMA?
Si es muy extravagante puede ser una sátira. Investigue el sitio web y el autor.

CONSIDERE SU SESGO
Tenga en cuenta que sus creencias podrían alterar su opinión.

PREGUNTE AL EXPERTO
Consulte a un bibliotecario o un sitio web de verificación.

Traducido por Diego Gracia

IFLA
International Federation of Library Associations and Institutions

Fuente: <https://www.ifla.org/publications/node/1174> y traducción Diego García

Mike Caulfield comparte libro gratuito “[Web Literacy for Student Fact-Checkers](#)” (Fact – hecho; la traducción es revisores o comprobadores de hechos, se utiliza mucho la expresión “fact-checkers en inglés para esa finalidad de revisar falsas noticias).

En este libro se habla de 4 pasos para acercarnos a la verdad:

1. Revisar el trabajo previo: buscar en la web si ya se habla de esa información y si alguien ya ha detectado si es falsa. En muchas ocasiones aparecen avisos de terceros. Por ejemplo, podemos copiar, si es un correo, el asunto y buscarlo; o copiar el texto del mensaje cadena en WhatsApp y buscarlo. En algunos casos acompañarlo de más palabras clave como “bulo”, “fake news” o “noticia falsa”.
2. Echar marcha atrás buscando la fuente: en muchas ocasiones se referencia a una fuente de la noticia, buscar si realmente existe esa fuente y si aparece esa noticia en dicha fuente, por ejemplo, hay mensajes que indican que la información viene de un periódico conocido, buscar en dicho periódico a ver si realmente publicaron la noticia. Si se ha encontrado la fuente original de la noticia, verificar si es una fuente fiable.
3. Leer de manera lateral, una vez localizada la fuente investigar qué dicen otros sobre esta y si le dan fiabilidad.
4. Círculo de vuelta, si tras realizar estos pasos no estamos seguros de si es una noticia real, ahora que tenemos más conocimiento volver a repetirlos, pues cerrando el foco y mejorando la búsqueda.

A la hora de seguir estos pasos no es necesario realizarlos hasta el final, en cuanto detectemos que la información que estamos analizando es una fake news podemos parar.

El autor también nos recomienda que, de manera paralela, “revisemos nuestras emociones” y cuando una noticia nos afecte sentimentalmente nos planteamos realizar esta revisión para ver si es una falsa noticia, pues suelen tener un componente afectivo para conseguir que nos afecte más. Por ejemplo injusticias sociales que al leerlas nos empujan a compartir por el dolor que nos puedan causar. En esos casos es recomendable hacer ese ejercicio de reflexión y seguir los pasos indicados.

Algunos consejos más:

- Seguir nuestros instintos
- No quedarnos con el titular y leer un poco más
- Revisar la fecha
- Revisar cuantos medios hablan de la misma noticia (si solo hay una web que habla de esa noticia puede resultar sospechoso).
- Revisar si tiene faltas de ortografía

Algunas webs para comprobar noticias si son falsas:

- [Ministerio de la verdad](#)
- [Hechos \(El país\)](#)
- [VOST \(#StopBulos\)](#)
- [Maldita hemeroteca](#)
- [Avisos \(OSI\)](#)
- [Guera a la mentira \(Interactivo Lab RTVE\)](#)
- [Newtral](#)

Y algunas cuentas de Twitter interesantes:

[@Policia](#), [@guardiacivil](#), [@Malditobulo](#), [@Vostspain](#), [@Labuloteca](#) y [@Newtral](#).

Fake news

Para finalizar esta sección insistir en que estas reglas que se han visto nos ayudarán a detectar una noticia falsa, pero que no sea falsa no significa que sea buena y provenga de una fuente de calidad. Puede ser una información real pero con poco rigor científico o académico, por ejemplo, sin contrastar.

Consulta las fuentes de esta sección y amplía el contenido; esas fuentes, si te fijas vienen de un grupo de investigación de la URJC llamado Ciberimaginario de gran prestigio. Es una fuente fiable:

- <https://contenidoblog.wordpress.com/2014/02/25/por-que-un-curator-no-siempre-combate-la-infoxicacion/>
- <https://ciberimaginario.es/2019/06/26/como-presentar-batalla-a-las-fake-news-o-noticias-falsas/?lang=en>

EJERCICIO 6

1. Busca en Internet un ejemplo de Noticia Falsa o Fake News.
2. Revisa en el grupo a través de la opción de búsqueda que no sea un enlace sobre una noticia ya publicada.
3. Publica el enlace en el grupo de Facebook con el hashtag #FakeNews e indica con un texto un titular de la noticia y qué indicadores hay de que la noticia es falsa.
4. Copia el enlace a tu publicación en el grupo y añádelo a la tarea en Aula Virtual.



Marín, V., Negre, F., & Pérez, A. (2014). Entornos y redes personales de aprendizaje (PLE-PLN) para el aprendizaje colaborativo. *Comunicar*, XXI (42), 35–43.

Castañeda Quintero, L. J., & Adell, J. (2013). *Entornos Personales de Aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red*. Editorial Marfil.

Adell, J., & Castañeda Quintero, L. J. (2010). Los Entornos Personales de Aprendizaje (PLEs): una nueva manera de entender el aprendizaje.

<http://www.loscontentcurators.com/las-4ss-de-la-content-curation-ebook/>

<http://www.escuela20.com/pln-personal-learning/articulos-y-actualidad/personal-learning-network-que-es-por-que-empezar-como-2996-42-4491-0-1-in.html>

http://formacion.intef.es/pluginfile.php/49682/mod_imscp/content/6/redes_personales_de_aprendizaje.html

<https://www.slideshare.net/jsmartos1/uimp-020913-pln>

<https://www.slideshare.net/balhisay/de-mi-ple-al-diseo-de-actividades-de-formacin>

<https://ciberimaginario.es/2019/04/05/fake-news-o-falsas-noticias/>