

Plantilla de ficha de formación

Título	Navegación, búsqueda y filtrado de información y contenido digital
Palabras clave	Articular, buscar, acceder, crear datos
Idioma	Inglés
Ámbito de competencia	<p>1. Información y alfabetización de datos <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Alfabetización de los medios de comunicación <input checked="" type="checkbox"/> , búsqueda y filtrado de datos, información y contenido digital</p> <p>2. Comunicación y colaboración <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Participar la Ciudadanía a través de las tecnologías digitales <input type="checkbox"/> Interactuar con las tecnologías digitales para el entretenimiento y la cultura</p> <p>3. Creación de contenido digital <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollar contenido digital</p> <p>4. Seguridad <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Protección del medio ambiente <input type="checkbox"/> Prevención y reconocimiento de noticias falsas <input type="checkbox"/> Protección de la salud y el bienestar</p> <p>5. Resolución de problemas <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Uso creativo de tecnologías digitales</p>
Objetivos y Metas	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar consejos y trucos para buscar y filtrar más fácilmente información digital y cómo agilizar el proceso de navegación • Articular, buscar, acceder y crear estrategias de búsqueda personal y hacer uso de recursos «manuales» y basados en chatbots

<p>Resultados de aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Articular las necesidades de información • Búsqueda de datos, información y contenidos en los entornos digitales • Acceso a los datos y navegación • Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal
<p>Contenidos organizado en 3 niveles</p>	<p>Navegación, búsqueda y filtrado de información y contenido digital</p> <p>1. Navegación, búsqueda y filtrado de información y contenido digital</p> <p>La navegación, búsqueda y filtrado de información y contenidos digitales pertenece a la competencia digital general de Información y Alfabetización de Datos, que incluye poder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Articular las necesidades de información • Búsqueda de datos, información y contenidos en los entornos digitales • Acceso a los datos y navegación entre ellos • Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal <p>1.1. Una guía paso a paso</p> <p>Conocimiento</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprensión de la diferencia entre el formato de acceso abierto y no abierto de algunos de los contenidos en línea disponibles en la Web. 2. Conocimiento de los costos no monetarios que vienen con contenido de acceso abierto gratuito (es decir, recopilación y datos de los usuarios). 3. Comprensión de los principios básicos que afectan e influyen en el contenido recomendado por los motores de búsqueda (es decir, la ubicación del usuario y sus 'comportamientos' digitales, regulaciones locales, búsquedas pasadas, dispositivos, etc.) <p>Habilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sepa cómo seleccionar el motor de búsqueda que mejor se adapte a sus necesidades 2. Saber cómo mejorar la estrategia de búsqueda en función de las características disponibles, incluso al interactuar con IA y altavoces inteligentes avanzados 3. Saber hacer uso de hipervínculos y datos presentados en diferentes formatos distintos del texto

4. Saber generar y refinar metodologías de búsqueda para cada propósito específico
5. Saber manejar y filtrar información

Actitudes

1. Evitar la sobrecarga de información
2. Aproveche las herramientas diseñadas para proteger la privacidad de los usuarios (es decir, servicios VPN y relacionados)
3. Uso consciente y calculado de búsquedas basadas en IA — y conciencia de sus limitaciones
4. Conocimiento de las limitaciones de accesibilidad y usabilidad de muchas fuentes en línea por personas con necesidades especiales (es decir, discapacidades visuales)

Todo el proceso está diseñado para:

1. Articular — Configurar la exploración de recursos y contenidos digitales
2. Búsqueda — Agilizar la experiencia de navegación a partir de entradas redundantes
3. Acceso — Alcanzar con éxito en los recursos que le interesan
4. Crear — y actualizar estrategias de búsqueda personales

2. Articular

2.1 Empezando por el objetivo

El punto de partida para articular una estrategia de navegación, búsqueda y filtrado está representado por la identificación de una pregunta de enfoque precisa: lo que quieres responder implementando la estrategia de navegación, búsqueda y filtrado

- Top 10 mejores documentales de WW2
- Receta vegana para la cena de Navidad
- Fontaneros cerca de [su área]
- Actividades al aire libre en [ubicación de su elección]
- Etc....

2.2 Establecimiento de parámetros preliminares

Cualquier pregunta focal debe adaptarse y formularse de manera que sea:

1. Corta
2. Concisa
3. Completa
4. Detallada
5. Especificando cantidad y características de calidad (ejemplos, número X mejor de..., los mejores precios para...)

3. Buscar

3.1 Indicación de palabras clave de referencia

La pregunta de enfoque se puede ajustar aún más mediante la aplicación de filtros específicos a la cantidad y calidad de los resultados. Estos filtros están representados por el uso de **palabras clave** de referencia.

Las palabras clave representan características y elementos sin los cuales su búsqueda no tendrá sentido/no le llevará a los resultados deseados. Con referencia a los ejemplos anteriores:

- Fontaneros ≠ jardineros
- Vegano ≠ vegetariano
- Etc....


3.2 Qué hacer y qué no hacer

Demasiados... es malo


El uso de demasiadas palabras clave podría ser contraproducente: es posible que los motores de búsqueda no puedan encontrar algo que coincida con todos sus filtros, y los resultados de búsqueda serán una lista de referencias, que abarcan e incluyen todas sus palabras clave en general.

Muy pocas... es malo también

Las razones por las que el uso de muy pocas palabras clave es contraproducente es autoexplicativa. El uso de palabras clave tiene como objetivo filtrar el proceso de búsqueda de resultados que podrían ser irrelevantes. Cuando se aplican demasiadas palabras clave, los resultados de búsqueda corren el riesgo de ser demasiado genéricos y amplios.

El número ideal de palabras clave es 4 

El equilibrio entre demasiadas y demasiado pocas es cuatro. Este número de palabras clave permitirá suficientes márgenes de búsqueda sin perjuicio de la profundidad y la escala de los resultados potenciales.

Formulado en una oración completa 

Las palabras clave deben introducirse en los motores de búsqueda para que reflejen la cuestión de referencia.

Tenga en cuenta que por palabras clave podríamos decir también otras referencias que no son necesariamente «palabras»:

- Fechas
- Formato del archivo que usted necesita (PDF ≠ DOC.)

4. Acceso

4.1. Mezclar diferentes palabras clave que coincidan con la misma pregunta objetivo

Al articular su pregunta de enfoque, y después de buscar por palabras clave, tendrá disponible para su referencia una larga lista de resultados de búsqueda que podrían responder a sus necesidades.

En esta etapa, hay algunos trucos adicionales que le ayudarán a ampliar el conjunto de posibles resultados de interés:

- Mezclar diferentes palabras clave que coincidan con la misma pregunta de enfoque
- Cambiar el motor de búsqueda a partir de las mismas palabras clave (o similares)
- Reducir la búsqueda a través de los puntos focales

Hay muchas maneras en las que puede articular una pregunta de enfoque.

Las palabras clave pueden ser potencialmente mixtas o reorganizadas para ampliar el conjunto de resultados disponibles.

Al navegar a través de contenido en línea, trate de ver lo que sucede introduciendo diferentes filtros; podría haber resultados interesantes más allá de su primer perímetro de búsqueda. Usted puede utilizar:

- sinónimos o similares (abogado → letrado; profesor → educador; entrenador → mentor)
- otras palabras ampliando el significado (Navidad → vacaciones)

4.2 Cambiar el motor de búsqueda a partir de las mismas palabras clave (o similares)

Diferentes motores de búsqueda, pueden conducir a diferentes resultados. El motor de búsqueda puede representar el primer filtro de su experiencia de navegación.

- Google Chrome
- Firefox
- Bing
- Internet Explorer (ahora Edge)
- Safari

Cada uno de estos motores de búsqueda viene con sus propios consejos y recomendaciones para afinar y refinar sus estrategias de búsqueda (ejemplo: Refinar las búsquedas web, Google)

4.3 Ampliar la búsqueda a través de los puntos focales

Los puntos focales son sitios web grandes con una vasta biblioteca de contenido más o menos especializado en un tema/temas específicos.

En lugar de hacer investigaciones genéricas a través de motores de búsqueda, es posible que esté interesado en visitar desde el sitio web y la plataforma que proporcionan y recopilan contenido en el que se basa la pregunta focal:

Genérico

- Varias plataformas de intercambio como [YouTube](#)
- Programa de intercambio de conocimientos como [TEDx](#)
- Etc....

Especializado

- Reservas (hotel, apartamento de alquiler para vacaciones, etc)
- Skyscanner (reserva de vuelos, etc.)
- Diccionario de Oxford
- Etc....

Otros

- Comunidades en línea y en las redes sociales

Los resultados de búsqueda se le presentan en base a la consistencia y coherencia de su pregunta y de las palabras clave relacionadas...

... sin embargo, tenga en cuenta que en la gran mayoría de los casos, los primeros resultados pueden aparecer como contenido publicitado (contenido online pagado por el sitio web que aparece).

Volviendo al ejemplo de 'Los 10 mejores documentales de la Segunda Guerra Mundial', es posible que vea aparecer también recomendaciones sobre libros, documentales pagados y cualquier otra cosa que no coincida necesariamente con sus criterios de búsqueda.

5. Crear

5.1 Recursos basados en IA para la navegación web

Las estrategias de búsqueda refinadas y «avanzadas» podrían hacer uso de diferentes técnicas y herramientas:

RECURSOS MANUALES:

- Cada motor de búsqueda incluye normalmente sus propios consejos y recomendaciones para ajustar y refinar las estrategias de búsqueda (ejemplo: [Refinar las búsquedas web](#), Google)

Herramientas de navegación AI-BASED (chat bots):

- Las herramientas de navegación basadas en IA se están convirtiendo en la nueva moda, y ya están integradas en los motores de búsqueda. Ser capaz de interactuar con herramientas de navegación basadas en IA le permitirá hacer mucho más eficiente su proceso de navegación, búsqueda y filtrado

La aparición de ChatGPT abrió las puertas a una gran cohorte de servicios y herramientas que hacen uso de la IA para proporcionar a los usuarios información y recursos en tiempo real.

La forma en que debe interactuar con estos recursos no es diferente de los motores de búsqueda «tradicionales»:

1. Empezar con una pregunta
2. Resaltar palabras clave
3. Proporcionar sugerencias sobre el tipo de resultados que desea recibir.

Una muestra de chatbots y motores de búsqueda basados en IA:

Los chatbots son programas diseñados para simular conversaciones humanas. El objetivo es hacer que los usuarios sientan que la interacción es con otra persona, en lugar de una «máquina». Los chatbots están diseñados para mejorar a partir de la experiencia diaria. Cada interacción que tienen les alimenta nuevos datos que la IA utiliza para mejorar la calidad de la respuesta que proporcionan.

- [YouChat](#)
- [Neeva](#)
- [Jasper Chat](#)
- [Carácter AI](#)
- [Google Bard](#)
- [Caktus](#)
- [Colosal Chat](#)
- [PEPPERType](#)
- [MagikPen](#)
- [Bing AI](#)
- [ChatSonic](#)

contras de los chat bots... según los chat bots

- **Lack of empathy:** Chatbots lack empathy and cannot interact with customers as humans.
- **Complex interface:** Chatbots can be complicated and require a lot of time to understand user's requirements.
- **Inability to handle complex problems:** Chatbots cannot handle or resolve complex customer problems.
- **Non-customized solutions:** Chatbots can provide non-customized solutions without considering the needs of each particular user.
- **Security concerns:** Chatbots may not transmit data securely.

Ejemplo hecho con Bing

Ejemplo hecho con Bing, basado en la búsqueda: «los mejores chatbots para aprender un nuevo idioma»

- **Duolingo:** It is probably the most popular language learning chatbot platform in the U.S (and possibly around the world) ¹.
- **Mondly:** It is another well-known language learning platform available for both Android and iOS platforms ².
- **Andy:** It helps users who find it hard to learn and study the English language ².
- **Lanny From Eggbun Education:** It is a chatbot that teaches Korean ¹.
- **Memrise:** It is a chatbot that helps users learn languages through games and quizzes ³.
- **Rosettastone:** It is a chatbot that helps users learn languages through interactive lessons ¹.
- **Babbel:** It helps users become fluent in learning languages as a chatbot voiced like native speakers ².

Ejemplo hecho con Bing, basado en la búsqueda: ¿Cómo reconozco las noticias falsas?

- **Check the source:** Click away from the story to investigate the site, its mission, and its contact info ¹.
- **Read beyond:** Headlines can be outrageous in an effort to get clicks ¹.
- **Establish a list of trusted media sources:** Make sure you have a list of media sources that you trust and that you can turn to when you need accurate information ¹.
- **Use fact-checking tools and websites to verify content:** There are many fact-checking tools and websites available online that can help you verify the accuracy of a news story ¹.
- **Be cautious of anything user-generated:** Be careful of social media posts or memes ².
- **Check the author:** Research them to see if they are credible ³.
- **Check the web address for the page you're looking at:** Sometimes, fake news sites may have spelling errors or a different domain name ³.
- **Be skeptical of sensational headlines:** Fake news often has sensational headlines designed to grab your attention ⁴.

RESUMIENDO

Articular

Establezca una búsqueda:

1. Corta
2. Concisa
3. Completa
4. Detallada
5. Específica en cantidad y características de calidad

Búsqueda

Identifique las palabras clave de su búsqueda:

- No demasiadas
- Ni muy pocas
- Formulado en una oración completa

Accediendo

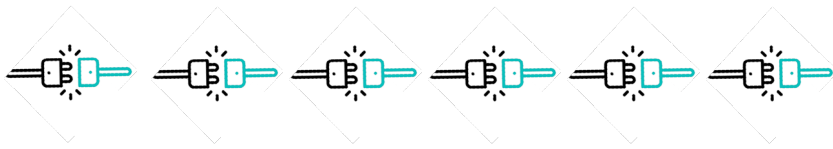
1. Mezclar diferentes palabras clave que coincidan con la misma búsqueda.
2. Cambiar el motor de búsqueda a partir de las mismas palabras clave (o similares)
3. Reducir la búsqueda a través de los puntos focales

Creando

- Recursos manuales avanzados y trucos
- Herramientas de navegación AI-BASED (chat bots)

<p>Glosario</p>	<p>Pregunta clave: El punto de partida para articular una estrategia de navegación, búsqueda y filtrado, a lo que quieres responder implementando esta estrategia</p> <p>Palabras clave: características y elementos sin los cuales su búsqueda no tendrá sentido/no le llevarán a los resultados deseados.</p> <p>Puntos de referencia: Los puntos de referencia son sitios web grandes con una vasta biblioteca de contenido más o menos especializado en un tema/temas específicos.</p> <p>Chatbots: un programa informático que utiliza inteligencia artificial (IA) para comprender las preguntas de los usuarios y automatizar las respuestas a ellas. Los chatbots están diseñados para mejorar en una base diaria, cada interacción que tienen les alimenta nuevos datos que la IA utiliza para mejorar la calidad de la respuesta que proporcionan.</p>
<p>Consejos prácticos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Al buscar información adapte las preguntas de enfoque y fórmúelas de modo que sean: <ul style="list-style-type: none"> • Cortas • Concisas • Completas • Detalladas • Específicas en cantidad y características de calidad (ejemplos, <i>número X superior de...</i>, los mejores precios para...) 2. La búsqueda se puede ajustar aún más mediante la aplicación de filtros específicos: las palabras clave de las referencias. 3. El número ideal de palabras clave es 4 4. Tenga en cuenta que por palabras clave podríamos significar también las fechas o el formato del archivo que necesita (PDF ≠ DOC.) 5. La llegada de ChatGPT abrió las puertas a una gran cohorte de servicios y herramientas. Para interactuar con estos recursos: <ul style="list-style-type: none"> • Comenzar con una búsqueda • Resaltar palabras clave • Proporcionar sugerencias sobre el tipo de resultados que desea recibir.
<p>Autoevaluación (consultas de elección múltiples y respuestas)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es el orden correcto? <p>a) Articular, buscar, acceder y crear B) Crear, buscar, articular y acceder</p>

	<p>C) Articular, acceder, buscar y crear</p> <p>2. ¿Cuál es el punto de partida para articular una estrategia de navegación, búsqueda y filtrado?</p> <p>a) Identificar una pregunta precisa B) Estirar la búsqueda en los puntos focales C) Elegir un conjunto de palabras clave</p> <p>3. Una búsqueda debería ser a) Corta, concisa, completa, detallada y específica en características de cantidad y calidad B) Larga y detallada C) Corta y concisa sin necesidad de especificar la cantidad o características de calidad</p> <p>4. Seleccione el número perfecto de palabras clave</p> <p>a) 4 B) 2 C) 6</p> <p>5. ¿Qué son los Chatbots?</p> <p>a) Programas y aplicaciones informáticas diseñados para simular conversaciones humanas B) Programas diseñados para refinar las búsquedas web C) Programas y softwares que facilitan la comunicación entre diferentes dispositivos digitales</p>
Recursos (vídeos, enlace de referencia)	/
Material relacionado	/
PPT relacionado	/
Bibliografía	/
Proporcionado por	IDP



www.offlineproject.eu



Co-funded by
the European Union

«El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no puede ser considerada responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.»