

## Plantilla de ficha de formación

<b>Título</b>	<b>Evaluación de datos, información y contenidos digitales</b>
<b>Palabras clave</b>	Credibilidad, relevancia, precisión, integridad, pensamiento crítico
<b>Idioma</b>	Español
<b>Ámbito de competencia</b>	<p><b>1. Información y alfabetización de datos</b> <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Alfabetización de los medios de comunicación</p> <p><input type="checkbox"/> Navegación, Búsqueda y filtrado de datos, información y contenido digital</p> <p><b>2. Comunicación y colaboración</b> <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Participaren la Ciudadanía a través de las tecnologías digitales</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Interacción con las tecnologías digitales para el entretenimiento y la cultura</p> <p><b>3. Creación de contenido digital</b> <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollar contenido digital</p> <p><b>4. Seguridad</b> <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Protección del medio ambiente</p> <p><input type="checkbox"/> Prevención y reconocimiento de noticias falsas</p> <p><input type="checkbox"/> Protección de la salud y el bienestar</p> <p><b>5. Resolución de problemas</b> <u>Competencias</u></p> <p><input type="checkbox"/> Uso creativo de tecnologías digitales</p>
<b>Objetivos y Metas</b>	<p>Al final de este módulo podrá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Familiarizarse con los métodos prácticos de evaluación de los datos y contenidos digitales...</b> y tendrá los conocimientos técnicos para su aplicación</li> <li>● <b>Conocer los elementos esenciales de la evaluación de datos, información y contenidos digitales...</b> y adquirir los fundamentos de esta competencia</li> </ul>

<p><b>Resultados de aprendizaje</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Evaluar y contrastar la fiabilidad y credibilidad de la fuente de contenido, datos e información digitales de manera crítica.</li> <li>● De manera crítica, analizar, interpretar y evaluar el contenido, la información y los datos digitales.</li> </ul>
<p><b>Contenidos organizados en 3 niveles</b></p>	<p><b>Evaluación de datos, información y contenidos digitales</b></p> <p><b>1. Evaluación de datos y contenido digital en DigComp</b></p> <p><b>1.1. Conocimiento, Habilidades y Actitudes</b></p> <p><b>CONOCIMIENTO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sensibilización sobre las mentiras del entorno digital: comprender la(s) diferencia(s) que existe entre desinformación (información incorrecta) falta de información (información incorrecta/segada propagada con intenciones maliciosas)</li> <li>2. Conocimiento de las fuentes más típicas a partir de las cuales se generan sesgos (es decir, autores de la referencia, y sus intenciones, origen de los datos y fuentes citadas por las fuentes, inserción de mensajes políticos y comerciales, etc.)</li> <li>3. Conocimiento de los grandes riesgos asociados a los contenidos digitales generados por IA</li> </ol> <p><b>HABILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saber filtrar y distinguir entre contenido «genuino» y «sesgado»</li> <li>2. Saber filtrar y distinguir entre contenido patrocinado y no</li> <li>3. Saber reconocer fuentes y referencias legítimas, y evaluar críticamente la objetividad del contenido de un artículo</li> <li>4. Saber cómo verificar la credibilidad de una fuente (es decir, blogs vs evidencias científicas y revisadas por pares)</li> <li>5. Saber reconocer el contenido generado por la IA en entornos digitales</li> </ol> <p><b>ACTITUDES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad de realizar análisis creativos y críticos sobre la credibilidad, legitimidad y objetividad de una fuente/referencia (es decir, verificación de hechos)</li> <li>2. Comprender el resultado/impacto de cualquier posible</li> </ol>

comportamiento en línea y las consecuencias que podría tener.

## 2. Los elementos esenciales para evaluar los datos y los contenidos digitales:

- Ser capaz de encontrar la información correcta no es solo una cuestión de encontrar el(los) título(s) correcto(s), sino que aborda específicamente la **capacidad de los usuarios de seleccionar los correctos**.
- La World Wide Web es accesible para cualquier persona con conexión a Internet. Las **reglas** de oro para encontrar contenido de buena calidad se basan en un proceso que sigue estos pasos básicos: **Navegación, mapeo y evaluación**

### 2.1 Reglas de Golder para evaluar el contenido de calidad:

1. Analice la información, los datos y las entradas generales proporcionadas por cada uno de los recursos. Este análisis debe ser **crítico y creativo**, lo que significa que debe considerar si el contenido coincide con el título y proporciona de hecho los elementos que le interesan.
2. Sea siempre **genuinamente escéptico** en su primer acercamiento al recurso dado — esto le ayuda a mantener una perspectiva imparcial y en tercera persona sobre las cosas.
3. Compruebe si hay entradas que indiquen la precisión, relevancia y fiabilidad de lo que está observando: autor, fecha de publicación, contenido pagado/no pagado, fuente, enlaces externos de referencia para doble comprobación

### 1.2 Metodologías y pasos lógicos para la evaluación de contenidos digitales:

Hay una amplia muestra de enfoques estandarizados en los que puede confiar para **verificar** la legitimidad de lo que está observando.

Su aplicación es muy intuitiva, y requiere un ejercicio de procesamiento de pensamiento que se puede aplicar en todos los dominios.

La aplicación en tiempo real de estos ejercicios le ayudará a:

1. Filtrar contenido que pueda ser de interés o no
2. Finalmente identifica la información precisa que necesita

### 1.3 Cuatro propuestas metodológicas diferentes para evaluar los datos y contenidos digitales:

- I. 5 Ws
- II. S.I.F.T.
- III. CRAAP
- IV. RAD CAB

### 2. La metodología de las 5 Ws

Para cada recurso, artículo, contenido al que pueda acceder, trate de identificar y señalar:

- **Quién** generó este contenido
- **¿Cuál** es la fuente de referencia?
- ¿ De dónde vino?
- **Por qué** parece relevante
- **¿Cuándo** se publicó?

#### 3.1 Primera «W»: ¿Quién?

**Quién**, se refiere a la persona que está detrás del desarrollo y publicación del contenido en línea. Al mirar en el 'Quién', el objetivo es asegurarse de que:

1. Su motivación es genuina y el contenido está libre de prejuicios políticos, culturales y de otro tipo que puedan influir en la objetividad del contenido.
2. Su conocimiento sobre el tema
3. Su experiencia en la materia y la fiabilidad de la información facilitada

#### 3.2 Segunda «W»: ¿Cuál?

**Cual** que se refiere a la plataforma desde la que está disponible este contenido.

Por regla general:

1. La información proveniente de webzines conocidos es más confiable en comparación con los blogs personales
2. Es más difícil verificar la información procedente de las redes sociales, en comparación con los medios de comunicación establecidos.

3. Diferentes fuentes podrían proporcionar diferentes opiniones e ideas a partir del mismo tema, dependiendo, por ejemplo, de la visión cultural de ciertas cosas.

### 1.3 Tercera «W»: Dónde

**Dónde**, se refiere a la información, evidencias, datos, ideas, etc. que contribuyeron a dar forma al contenido y formular la opinión del autor.

Cuantos más recursos haya disponibles, mejor será.

Esto le permitirá verificar de manera más fácil y conveniente la autenticidad de las fuentes y la fiabilidad de los dictámenes/información proporcionados.

### 1.4 Cuarta «W»: ¿Por qué?

**¿Por qué?** se refiere a las motivaciones que le llevan a pensar que finalmente ha encontrado contenido de interés, relevancia y confiabilidad.

Una forma fácil de evaluar el 'Por qué' de los contenidos digitales es observando cuánto se ajustan estos contenidos los puntos anteriores:

1. ¿El autor es competente en el tema?
2. ¿La plataforma/fuente editorial es conocida y de buena reputación?
3. ¿La referencia es clara y bien identificable?

### 1.5 Quinta «W»: Cuando

Finalmente, el **Cuando** se refiere a la fecha de publicación del contenido.

1. «Cuanto más reciente, mejor» es una regla general que podría aplicarse, por ejemplo, a noticias y eventos.
2. Asegúrese de verificar si hay actualizaciones/revisiones del mismo contenido, o si se ha editado con posterioridad.

## 2. Enfoque de SIFT

## Método SIFT: Parar – Investigar – Encontrar - Trazar

Este enfoque simple implica un análisis reflexivo del contenido a través de un enfoque multietapa.

### I.1 Parar

**Parar**, significa tratar de analizar y tener una primera impresión de lo que está mirando.

- ¿Es esto lo que le interesaba en primer lugar?
- ¿El título coincide con el tema/tema que le interesa?
- ¿El sujeto/objeto de este contenido es lo suficientemente claro?

### I.2 Investigar:

**Investigar**, significa comprender los antecedentes generales del recurso disponible y las personas que trabajan detrás de él.

- ¿Esta referencia es la suficiente experiencia en lo que le interesa?
- ¿Hay suficientes elementos para verificar sus antecedentes?
- ¿Qué dicen los usuarios sobre este contenido?

### I.3 Encontrar

**Encontrar una mejor cobertura**, significa tener la oportunidad de tener más alternativas disponibles de contenido y recursos.

- ¿Es esta referencia realmente la mejor alternativa disponible?
- ¿Hay alguna otra fuente que se adapte mejor a sus intereses?
- ¿Ha consultado todas las alternativas posibles?

### I.4 Trazar

**Trazar reclamos y citas**, significa estar en la posición de rastrear con relativa facilidad la información de fondo consultada por el autor (s) del contenido seleccionado por usted.

- **¿Hay suficiente información de antecedentes que respalde estas afirmaciones y la fiabilidad del contenido?**
- **¿Las afirmaciones, citas y referencias de fondo son lo suficientemente convincentes?**
- **(más en general) ¿De dónde viene este contenido? (es decir, opiniones, hechos, noticias)**

### 3. Prueba de CRAAP

Un enfoque ligeramente avanzado en comparación con los dos anteriores, la prueba CRAAP proporciona una serie de preguntas orientativas en las que los usuarios pueden confiar para evaluar la información que tienen disponible.

- **Actualidad**
- **Pertinencia**
- **Autoridad**
- **Precisión**
- **Propósito**

#### 1.1 Actualidad

##### **Actualidad, puntualidad del contenido**

1. ¿Cuándo se publicó por primera vez este contenido?
2. ¿Ha habido alguna actualización sobre el asunto?
3. Etc....

La actualidad importa cuando la información, el contenido y los recursos que está buscando son sensibles al tiempo y este tiene un gran impacto en lo útiles que pueden ser para usted.

#### 1.2 Pertinencia

##### **Pertinencia, relevancia y coherencia del contenido**

1. ¿Cuál es el foco de este material?
2. ¿Se ajusta a los criterios de filtro?
3. Etc....

La pertinencia importa porque asegura la coincidencia del contenido con los parámetros de lo que se explora y se busca en internet.

### 1.3 Autoridad

#### **Autoridad, fuente del contenido**

1. ¿De dónde viene este contenido?
2. ¿Está la fuente lo suficientemente cualificada en el asunto?
3. Etc....

La autoridad importa porque proporciona legitimidad a la fuente, y mayores posibilidades de encontrar contenido útil que sea adecuado a sus necesidades.

### 1.4 Precisión

#### **Exactitud, fiabilidad del contenido**

1. ¿Cuál es la naturaleza de los recursos disponibles dentro de este contenido?
2. ¿Es posible verificar la misma información de otras fuentes?
3. Etc....

La precisión importa porque asegura la confiabilidad de la información, y para la verificación del contenido

### 1.5 Propósito

#### **Finalidad, motivación del contenido**

1. ¿Por qué está disponible este contenido?
2. ¿Qué necesita?
3. Etc....

El propósito es importante porque le permite filtrar muchos tipos de contenidos disponibles en internet (por ejemplo, lo que tiene fines comerciales y lo que no; lo que sigue a una agenda, y lo que está destinado solo al entretenimiento)

## 2. Método RADCAB



## 2.1 RADCAB: Su vehículo para la evaluación de la información

La [prueba](#) RADCAB proviene de una metodología que las investigaciones utilizan normalmente para probar y evaluar cómo de «buena» es una información para un propósito determinado.

Mediante la aplicación de sus elementos esenciales, la prueba RADCAB puede llegar a ser muy útil para analizar, comparar, interpretar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de la fuente de datos, información y contenido digital.

## 2.2 R=Relevancia

La **relevancia** en el proceso de evaluación está asegurada cuando:

1. Se racionaliza todo el proceso de redundancias y otras perturbaciones que no aportan ningún valor añadido.
2. Todas las preguntas de enfoque y referencias clave (es decir, palabras clave) son fácilmente identificables y le ayudan a aterrizar inmediatamente en lo que necesita.
3. El análisis del contenido dado se realiza sin problemas

## 2.3 A = Adecuación

La **adecuación** en el proceso de evaluación está asegurada cuando:

1. Es fácil filtrar y aislar información irrelevante
2. No existe margen o es muy pequeño para la mala interpretación y el mal uso de la información, recursos y contenido disponibles.
3. Tiene la sensación de que esto es lo que realmente estaba buscando...

## 2.4 D=Detalles

El **detalle** en el proceso de evaluación está asegurado cuando:

1. Existe la cantidad exacta de información que necesita extrapolar del contenido
2. La información es fácil de navegar
3. La información es fácil de procesar (cantidad y calidad)

## 2.5 C=Actualidad (currency)

**La actualidad** en el proceso de evaluación está asegurada cuando:

1. Logra encontrar la información que necesitas desde el marco de tiempo en el que te interesa mucho
2. Tiene disponible la versión del documento, recurso, contenido, etc. que fue de su interés específico.

## 2.6 Competencia 1.2 para la cultura digital

**Se garantiza la autoridad** en el proceso de evaluación cuando:

1. Usted puede confiar en el autor (s) del contenido que está buscando, y él/ella está cualificado para hablar sobre el tema
2. Las declaraciones, las pruebas clave, los datos y las entradas proporcionadas por el contenido son fáciles de verificar

**Se garantiza un proceso de evaluación sin sesgos** cuando:

1. La motivación detrás de la publicación y la disponibilidad pública de los contenidos son genuinas y desinteresadas de cualquier agenda política, social, cultural, etc.
2. El contenido es sesgado, es decir, se inclina hacia ciertas opiniones, consideraciones y discusiones, pero es explícito al respecto, hay una razón clara y bien expresada, los elementos «sesgados» se revelan y son fáciles de identificar (filtrar y aislar en caso necesario).

## Resumiendo

### Método RADCAB para la evaluación de contenidos digitales

1. Relevancia
2. Adecuación
3. Detalle
4. Vigencia
5. Autoridad
6. Sesgo

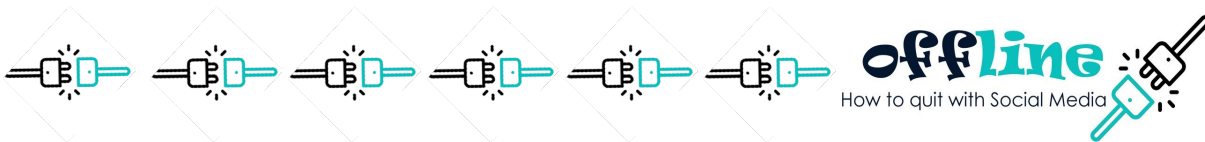
### 5 Ws para la evaluación de contenidos digitales

- **Quién** generó este contenido
- **¿Cuál** es la fuente de referencia?
- **¿ De dónde** vino?
- **Por qué** parece relevante
- **¿Cuándo** se publicó?

### Método SIFT para la evaluación de contenidos digitales

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parar</li> <li>2. Investigar</li> <li>3. Buscar</li> <li>4. Rastrear</li> </ol> <p><b>Prueba de CRAAP</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ACTUALIDAD</li> <li>2. PERTINENCIA</li> <li>3. AUTORIDAD</li> <li>4. PRECISIÓN</li> <li>5. PROPÓSITO</li> </ol>
<p><b>Glosario</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mala información: Información errónea que se difunde sin mala intención</li> <li>● Desinformación: Información incorrecta o sesgada que se propaga con intención maliciosa.</li> <li>● Contenido generado por IA: Contenido digital producido por algoritmos de inteligencia artificial.</li> <li>● S.I.F.T: Una metodología para evaluar contenidos digitales que significa Detener, Investigar, Encontrar fuentes fiables y Rastrear afirmaciones, citas y medios de comunicación hasta el contexto original.</li> <li>● RADCAB: Una metodología para evaluar contenidos digitales que significa Relevancia, Adecuación, Detalle, Vigencia, Autoridad y Sesgo.</li> </ul>
<p><b>Consejos prácticos</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Tenga en cuenta los diferentes tipos de información incorrecta</b>, incluida la mala información (información incorrecta) y la desinformación (información incorrecta/sesgada propagada con intenciones maliciosas).</li> <li>2. <b>Aprenda a distinguir entre contenido genuino y sesgado filtrando</b> y evaluando críticamente las fuentes y referencias, e identificando las posibles fuentes de sesgo, incluidos los autores, los orígenes de los datos y las fuentes citadas por las fuentes, y la incorporación de mensajes políticos y comerciales.</li> <li>3. <b>Utilizar metodologías estándar como 5W, SIFT, CRAAP o RADCAB para evaluar la precisión, relevancia y fiabilidad del contenido digital</b>, y comprobar si hay entradas que indiquen estas cualidades, incluyendo el autor, la fecha de publicación, la fuente, los enlaces externos de referencia para el doble control y el contenido pagado/no pagado.</li> <li>4. <b>Aplicar el pensamiento crítico y creativo</b> para analizar la credibilidad, legitimidad y objetividad de los contenidos digitales, y realizar la verificación de hechos cuando sea necesario.</li> <li>5. <b>Considerar el impacto potencial del comportamiento en línea</b> y el resultado de cualquier posible comportamiento y</li> </ol>

	<p>mantener una perspectiva imparcial y en tercera persona. Utilice un proceso que siga los pasos básicos de navegación, mapeo y evaluación para encontrar contenido de buena calidad en internet.</p>
<p><b>Autoevaluación (consultas de elección múltiples y respuestas)</b></p>	<p><b>1. ¿Cuál es la diferencia entre la mala información y la desinformación?</b></p> <p>a) La mala información es información verdadera, mientras que la desinformación es información falsa</p> <p><b>B) La mala información es información falsa, mientras que la desinformación es información falsa que se difunde intencionalmente con el objetivo de engañar a las personas.</b></p> <p>C) La desinformación es información falsa que se difunde intencionalmente con el objetivo de engañar a las personas, mientras que la mala información es información verdadera.</p> <p>D) La desinformación y la mala información son lo mismo</p> <p><b>2. ¿Cuál de las siguientes NO es una fuente típica de sesgo?</b></p> <p>a) El origen de los datos</p> <p>B) Los autores de la referencia y sus intenciones</p> <p><b>C) El color del sitio web</b></p> <p>D) La incorporación de mensajes políticos y comerciales</p> <p><b>3. ¿Cuál es el primer paso para evaluar el contenido digital?</b></p> <p>a) Mapeo</p> <p>B) Evaluación</p> <p><b>C) Navegación</b></p> <p>D) Comprobación de hechos</p> <p><b>4. ¿Para qué se utiliza el método CRAAP?</b></p> <p>a) <b>Evaluar la fiabilidad de una fuente</b></p> <p>B) Identificar el tema de un texto</p> <p>C) Analizar la estructura de un argumento</p> <p>D) Todo lo anterior</p> <p><b>5. ¿A qué se refiere el «Quién» en la metodología de las 5 Ws?</b></p> <p>a) La fecha de publicación</p> <p><b>B) La persona u organización detrás del desarrollo y publicación del contenido en línea</b></p> <p>C) Las referencias citadas en el contenido</p> <p>D) La plataforma desde la que está disponible el contenido</p>



www.offlineproject.eu

<b>Recursos (vídeos, enlace de referencia)</b>	/
<b>Material relacionado</b>	/
<b>PPT relacionado</b>	20230414 OFFLINE — Evaluación de datos e información (IHF)
<b>Bibliografía</b>	/
<b>Proporcionado por</b>	IHF



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.»