



CLASE I

Información y Conocimiento en una nueva era. Comunicación Digital. Búsquedas de Información.



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL
3.0 UNPORTED LICENSE



La convergencia de las telecomunicaciones, Internet y la Informática han producido importantes transformaciones en la sociedad.

Vivimos en un mundo globalizado donde la tecnología:

- “...llegó para quedarse”
- “...es omnipresente”
- “...es ubicua”
- “...logra la convergencia de múltiples formatos en un mismo soporte”
- “...exige adaptarse o si no, morir”



El avance tecnológico da origen, dependiendo del tiempo y contexto en que se desarrolla, a diferentes eras o revoluciones, con un orden y elementos de poder específicos.

Las revoluciones sociales actuales tienen como eje a la “información” y dan origen a diferentes tipos de culturas, de las que podemos destacar:



- **“Sociedad de la información”**
- **“Sociedad del conocimiento”**
- **“Sociedad en red”...**



La **Sociedad de la información** es una sociedad en la que las tecnologías facilitan la creación, manipulación y distribución de la información.

Se caracteriza por:

- “...una época de gran velocidad y múltiples cambios...”
- “...la superabundancia de información diseminada en numerosas redes o superautopistas de información interconectadas a nivel global... que en muchos casos conduce a la "**infoxicación**", es decir, a un exceso o sobrecarga de los datos que circulan...”
- “...establecer un nuevo orden de producción de la información, a nivel digital e inmaterial”
- “...comunicar la información de forma vertical, impuesta, subordinada, competitiva, generando órdenes y no diálogos...”



La **Sociedad de la información** exige del comunicador/periodista:

- “...ser un “productor”, “*buscador*” y “comunicador” por excelencia de la información, esto es, saber producir, buscar, acceder, almacenar, editar, procesar, comunicar y distribuir datos, a nivel digital...”



Y esto implica la adquisición de “nuevas competencias” que en muchos casos llevan a la desaparición de dispositivos y actividades tradicionales y en otros; a su adecuación con soporte en una base tecnológica mucho más amplia.



La **Sociedad del conocimiento** por su parte, es una sociedad que, teniendo como base a la información, apunta a generar con ella un conocimiento útil, relevante, de valor agregado para el usuario.

Se distingue de la sociedad de la información por:

- “...comunicar la información de forma dialogal, con múltiples variantes...”
- “...incluir los conceptos de sociedad “*colaborativa*”, “*cooperativa*”, “*en red*”...”
- “...gestionar el conocimiento a partir de dos premisas:
 - el conocimiento es un recurso valioso que se debe adquirir, clasificar, conservar y explotar...
 - la gestión del conocimiento implica una planificación, un proceso...”



La **Sociedad del conocimiento** exige del comunicador/periodista:

- “...saber producir, buscar, acceder, almacenar, editar, procesar, comunicar y distribuir datos digitales...(ser un productor, buscador y comunicador de excelencia)...”
- “...saber crear contenidos útiles haciendo uso de múltiples herramientas y soportes tecnológicos...”



La **Comunicación Digital** surge entonces en el contexto de estas “nuevas competencias” y puede definirse como: “...un proceso de producción y distribución del conocimiento que se realiza con la ayuda de las “nuevas tecnologías” que posibilitan su desarrollo, circulación y recepción, a través de un soporte digital”.



Actividad Teórico-Práctica

Reflexionamos sobre los conceptos antes descriptos:

- Sociedad de la Información
- Sociedad del conocimiento
- Conocimiento digital



¿Cómo se ven reflejados en los siguientes sitios?

<http://www.adurcal.com/enlaces/cultura/cultu/Enciclopedias.htm>

[Ya aplicaron el cambio de circulación en tres calles de San Luis](#)

<http://tn.com.ar/tnylagente>

[Wikipedia](#)

http://blogs.lanacion.com.ar/data/datasets/seis-aprendizajes-del-trabajo-con-datos/#disqus_thread

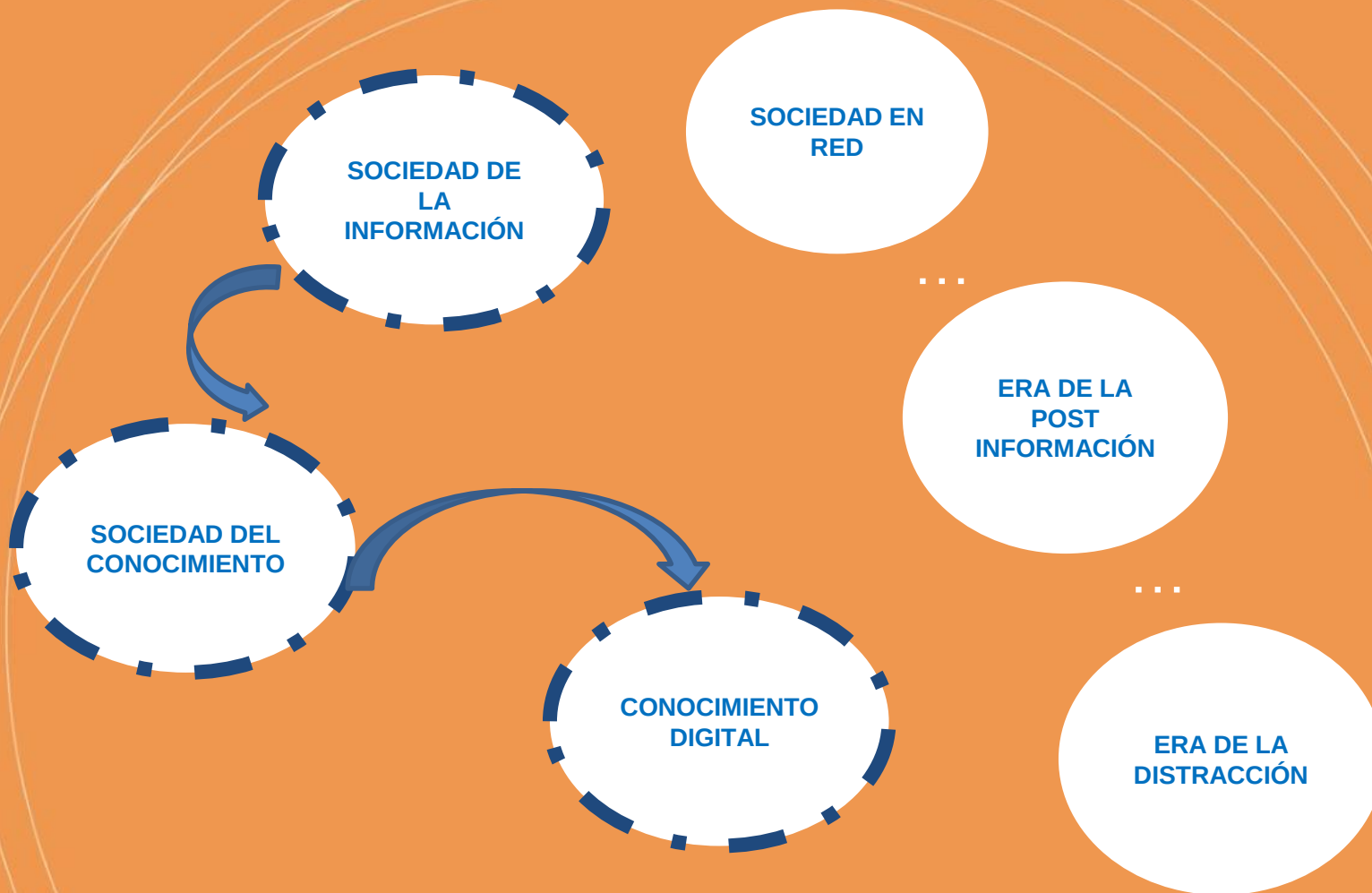
<https://www.google.com/doodles/?hl=es-419>



En función de estas nuevas sociedades y culturas, en Tecnología de la Comunicación I nos planteamos trabajar, en dos etapas:

- **Etapas 1:** *Sociedad de la información y Sociedad del conocimiento*, donde desarrollamos las competencias del comunicador/periodista como productor, buscador y comunicador de información.
- **Etapas 2:** *Comunicación digital*, producto de la *Sociedad del conocimiento*, donde desarrollamos las competencias de producir y distribuir conocimiento, con significado y sentido, a través de dispositivos tecnológicos y software de edición de contenido digital.





Las competencias a adquirir implican:

- Conocimiento y manejo de los dispositivos tecnológicos, para la creación y edición de contenidos digitales (imagen, audio y video).
- Búsqueda, acceso y almacenamiento de información en la WWW.
- Manejo de programas de edición (libre o propietario) de contenidos digitales.





El conocimiento y manejo de los dispositivos tecnológicos para la creación y edición de contenidos digitales (imagen, audio y video) guarda relación con la **“Mochila digital”** del comunicador/periodista, compuesta por elementos de hardware/software que permiten su tratamiento.



Cámaras digitales...

TEST

6 Cámaras de acción

mato a la GoPro. Además de la ruta, registra la velocidad con el GPS y se puede conectar a sensores, por ejemplo para el pulso. Así, el deportista puede ver luego en su vídeo en que punto alcanzó las 180 ppm.

La Olympus Tracker es sorprendentemente grande en comparación con sus 179 g es un poco pesada para montarla en un casco, por ejemplo. Pero compensa esto con su **pantalla abatible**, que recuadra a una cámara clásica. Además, es la única que viene con un **flash LED** que es capaz de iluminar cosas cercanas cuando no hay luz. Tanto la Olympus como la Sony tienen una roca estándar para trípode. Olympus, además, incluye un adaptador con una sujeción de tipo botella, de modo se sea compatible con el resto de los accesorios de GoPro.

Si resto de las cámaras vienen directamente con el estándar de facto de montaje para accesorios GoPro y los extras más importantes, como son los discos adhesivos y una carcasa subacuática, que se incluyen de fábrica. La Hero6 es estanca sin carcasa hasta los 10 m y solo necesita protección adicional si vas a bucear a mayor profundidad.

Video nítido y vivo

Visto el manejo, ¿qué tal son los vídeos? Pues con la FDR-X3000R, Sony ha conseguido algo con lo que los demás fabricantes llevan rotando años, ser **mejor que el modelo superior de GoPro**. Con una buena reproducción de los colores y un excelente rango dinámico, la Sony proporciona imágenes más naturales y vivas que las de la Hero6 Black. Las imágenes del cielo tienen más



COMPARATIVA DE FORMATOS

El formato toma alargada del modelo Sony es elegida, pero es bastante más grande que la cámara GoPro Hero6.

Nombre completo

Dirección web del fabricante
Resolución de vídeo
Peso
Dimensiones

CALIDAD DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

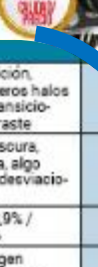
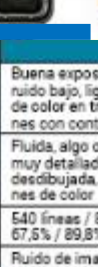
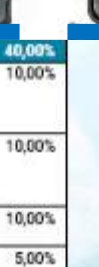
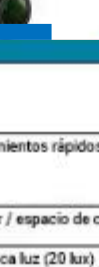
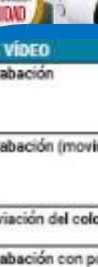
Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps



DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

Formato / fps

DE VÍDEO

Calidad de grabación

Calidad de grabación (movimientos rápidos)

Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido

Calidad de grabación con poca luz (20 lux)

Filmadoras digitales...

HARDWARE COMPARATIVA

1º **NOTA 7,6**

SONY FDR-X3000R

Precio: 609 €

Características: Sony

Especificaciones:

Resolución de vídeo: 4K a 120p / 1080p a 120p

Formato: SxS

Dimensiones: 124,7 x 61,1 x 59,1 mm

Calidad/Precio: 6,1

2º **NOTA 7,8**

GOPRO HERO5 BLACK

Precio: 469,99 €

Características: GoPro

Especificaciones:

Resolución de vídeo: 4K a 60p / 1080p a 120p

Formato: MP4

Dimensiones: 62 x 62 x 33,5 mm

Calidad/Precio: 7,1

3º **NOTA 7,7**

GOPRO HERO5 SESSION

Precio: 359,99 €

Características: GoPro

Especificaciones:

Resolución de vídeo: 4K a 60p / 1080p a 120p

Formato: MP4

Dimensiones: 62 x 62 x 33,5 mm

Calidad/Precio: 6,3

6 CÁMARA DE ACCIÓN

NOTA 7,3

ROLLEI ACTIONCAM 430

Precio: 139 €

Características: Rollei

Especificaciones:

Resolución de vídeo: 4K a 30p / 1080p a 60p

Formato: MP4

Dimensiones: 110 x 45 x 30 mm

Calidad/Precio: 6,1

7. CALIDAD DE GRABACIÓN

NOTA 7,2

GARMIN VIRB X

Precio: 399 €

Características: Garmin

Especificaciones:

Resolución de vídeo: 4K a 30p / 1080p a 60p

Formato: MP4

Dimensiones: 62 x 62 x 33,5 mm

Calidad/Precio: 6,3

Calidad de grabación	10,00%
Calidad de grabación (movimientos rápidos)	10,00%
Detalle / desviación del color / espacio de color / ruido	10,00%
Calidad de grabación con poca luz (20 lux)	5,00%
Formato / fps	5,00%
Calidad de sonido	7,00%
Prueba de audición con el micrófono integrado	5,00%
Defectos de sonido en grabaciones con el micrófono interno: fidelidad / relación señal-ruido / distorsión	2,00%
Especificaciones	25,00%
Distancia focal (ángulo de grabación)	4,00%
Mando a distancia / control por app	3,00%
Información en pantalla: función de grabación / tiempo restante / estado de batería / fecha / hora	5,00%
Monitor (táctil / detalle / fidelidad de color / tamaño / reflejo / brillo)	1,00%
Tiempo de grabación máximo por carga de batería / carga / cargador incluido	5,00%
Conexiones	7,00%
Resistencia y batería	18,00%
Estanca al agua	5,00%
Peso con batería / medidas (ancho x alto x profundo)	8,00%
Fijaciones incluidas	5,00%
Manejo	10,00%
Manual de instrucciones	2,00%
Otras funciones de grabación	4,00%
Manejo: idioma del menú / menú de cámara / control de la cámara	2,00%
Tiempo que tarda en estar lista tras el encendido	2,00%
Exposición parcial	100,00%
Exposición positiva/negativa	
Calidad	7,60
Calidad/Precio	Bien

% en nota	40,00%
Nota	8,10
Buena exposición, ruido bajo, ligeros halos de color en transiciones con contraste	9,00
Fluida, algo oscura, muy detallada, algo desdibujada, desviaciones de color	8,40
540 líneas / 8,9% / 67,5% / 89,8%	7,46
Ruido de imagen visible, oscura, pocas gradaciones	5,60
3.840 x 2.160 / 30p; 1.920 x 1.080 / 25p o 30p; 1.920 x 1.080 / 50p o 60p; 1.280 x 720 / 25p o 30p	9,50
Claro, pocos graves	6,00
70,0% / 50,6 dB / 0,45%	6,64
110°, 75°	9,00
Si / si	10,00
Si / si / si / no / si	8,74
No / 86,7% / algunas desviaciones de color / 3,78 cm / muchos reflejos / 250 cd/m²	2,34
106 min / en la cámara y en el cargador / no	6,04
HDMI, micrófono, USB	7,50
Sí, hasta 60 m	10,00
115 g / 3,0 x 4,7 x 8,3 cm	7,66
Carcasa con rosca para trípode	4,00
Completo solo online, comprensible	3,00
Video, foto, ráfaga, Time lapse, Loop, Motion Shot	8,80
Inglés / no muy claro / incómodo con teclas	5,00
2,1 s	7,80
	7,60
Calidad	7,60
Calidad/Precio	Bien

% en nota	40,00%
Nota	8,10
Nitida, finos halos de color, algo oscura, ruido bajo, colores falseados	8,80
Nitida, ruido de imagen visible, fluida, muy detallada	8,60
540 líneas / 7,9% / 80,1% / 87,3%	7,76
Colores falseados, con pocos detalles, ruido de imagen, oscura	6,00
3.840 x 2.160 / 30p; 2.560 x 1.920 / 1.920 x 1.080 / 25p o 30p; 1.920 x 1.080 / 50p o 60p; 1.280 x 720 / 25p o 30p	10,00
Sonido algo mate	5,40
64,1% / 32,3 dB / 0,94%	5,52
112°, 119°	9,00
No / si	3,00
Si / si / si / no / no	7,50
Si / 86,7% / ligeras desviaciones de color / 4,96 cm / muchos reflejos / 928 cd/m²	6,06
105 min / solo en la cámara por USB / no	4,80
HDMI, WiFi, USB	9,00
Sí, hasta 10 m	10,00
117 g / 6,2 x 4,3 x 3,3 cm	8,04
Entre otros dos adhesivos, horquilla GoPro	9,00
Solo instrucciones breves en inglés	4,12
Video, foto, ráfaga, Time lapse, auto, cámara lenta	8,90
Español / poco claro / cómodo (táctil, teclas)	8,00
3,0 s	5,96
	7,76
Calidad	7,76
Calidad/Precio	Notable

% en nota	40,00%
Nota	8,29
Nitida, finos halos de color, algo oscura, ruido bajo, colores falseados	8,80
Nitida, ruido de imagen visible, fluida, muy detallada	8,60
540 líneas / 9,0% / 83,0% / 88,6%	7,66
Colores falseados, con pocos detalles, ruido de imagen, oscura	6,00
3.840 x 2.160 / 30p; 2.560 x 1.920 / 1.920 x 1.080 / 25p o 30p; 1.920 x 1.080 / 50p o 60p; 1.280 x 720 / 25p o 30p	10,00
Sonido algo mate	5,40
50,0% / 45,7 dB / 0,54%	4,74
120°, 123°	9,00
No / si	3,00
Si / si / si / no / no	7,50
No tiene	0,00
102 min / solo en la cámara por USB / no	4,64
HDMI, WiFi, USB	9,00
Sí, hasta 10 m	10,00
72 g / 3,8 x 3,8 x 3,6 cm	9,90
Entre otros dos adhesivos, horquilla GoPro	9,00
Solo instrucciones breves en inglés	4,12
Video, foto, ráfaga, Time lapse, auto, cámara lenta	8,90
Español / poco claro / incómodo con teclas	5,00
3,4 s	5,96
	7,74
Calidad	7,74
Calidad/Precio	Notable



Monitores digitales...



Calidad de imagen	
Calidad de color / desviación grises / punto blanco (temperatura de color)	17,00%
Brillo máximo / valor de negro / relación de contraste	18,00%
Distribución del brillo (desviación máxima)	6,00%
Reflejo en la superficie de la pantalla / en el marco	5,00%
Calidad de imagen en la entrada digital	10,00%
Densidad de píxeles	4,00%
TIEMPO DE RESPUESTA	12,00%
Tiempo de respuesta (medio / máximo)	12,00%
INSTALACIÓN Y MANEJO	12,00%
Manual de instrucciones	1,00%
Opciones de ajuste / manejo	3,00%
Opciones de configuración / manejo del menú	3,00%
Opciones de ergonomía / soporte pared / peso (monitor / adaptador corriente)	5,00%
OTROS	11,50%
Entradas de vídeo / otras conexiones	7,50%
Altavoces / micrófono / webcam	3,00%
Opciones de visualización (imagen en imagen / lado a lado)	1,00%
OTROS	4,50%
Consumo en funcionamiento / en standby / apagado	4,50%
NOTA PARCIAL	100,00%
Corrección positiva/negativa	
Calidad	
Calidad/precio	
Precio	



Auriculares, etc...

TEST 50 Auriculares a prueba

SOLO COMPUTER HOY DEDICA TANTO ESFUERZO

La calidad de sonido se puede medir. Para nuestra comparativa de auriculares utilizamos aparatos de precisión y una cámara anecoica (libre de ruidos y sin ecos).

La calidad de sonido de los auriculares se puede medir de forma objetiva en laboratorios con una combinación entre mediciones y pruebas de audición. ¿Están graves o agudos? ¿Producen los auriculares los mismos resultados? Todos estos puntos los comprobamos en el laboratorio de Computer Hoy con una red de simulación con micrófonos integrados. La DUAL & FIGER DUE-028 se encarga de analizar reproducciones exactas del sonido con ayuda de micrófonos en lugar de tímpanos. A ellos se les conectan los equipos de medición AP2750 y AP4350 de Audio Precision. Para evitar posibles distorsiones externas, las mediciones se realizan en una sala anecoica.

ESCUCHANDO, ESCUCHANDO...
Además, realizamos pruebas de audición independientes con expertos en la materia. Así se excluye la posibilidad de que los gustos personales tiñan los resultados finales. En los auriculares In-Ear y de diadema con Bluetooth, el laboratorio, además, comprueba la duración de la batería integrada. Asimismo, se comprueba si los auriculares se apagan automáticamente cuando para la reproducción de música. Todos los resultados de audición y medición se combinan al final para obtener las notas parciales y finales de los tablets.

DIADEMA CON CABLE

Nombre completo	Dirección web del fabricante
1. FOCAL LISTEN	www.focal.com/en
2. Sennheiser HD 201	www.sennheiser.com
3. Bowers & Wilkins PX5	www.bowerswilkins.com
4. Sennheiser HD 201	www.sennheiser.com

DIADEMA INALÁMBRICOS

Nombre completo	Dirección web del fabricante
5. Urbanears Plattan 2	www.urbanears.com
6. Beats by Dr. Dre Beats EP	www.beats.com
7. Philips SHN5000	www.philips.com
8. Philips SHN5000	www.philips.com
9. Sennheiser HD 201	www.sennheiser.com
10. Sony MDR-ZX310	www.sony.com

Nombre completo	Dirección web del fabricante
1. FOCAL LISTEN	www.focal.com/en

Nombre completo	Dirección web del fabricante
1. MAGNAT 1000	www.magnet.com

Nombre completo	Dirección web del fabricante
1. FOCAL LISTEN	www.focal.com/en

Nombre completo	Dirección web del fabricante
1. MAGNAT 1000	www.magnet.com

La **Búsqueda de información en la red** da origen a la disciplina **Investigación en Internet** que puede ser definida como:

“...un proceso exhaustivo y organizado, a partir del cual es posible buscar información en la WWW, interpretarla, contrastarla y evaluarla, de acuerdo al análisis de sus resultados”



La **Investigación en Internet** nos permitirá:

- encontrar y contrastar datos (textuales, sonoros, audiovisuales, geográficos, etc.) con los que es posible, corroborar o producir información o elaborar un nuevo conocimiento.
- contactar directamente con las fuentes de información (primarias, especialmente, pero también secundarias y terciarias).
- sistematizar la información obtenida a partir de herramientas tecnológicas que se podrán utilizar en y fuera de “la nube”.



Conceptos en los que focalizar en relación a la Investigación en Internet:

- **Falsos supuestos** en relación a la información existente en la red.
- **WWW** como lugar dentro de la red en el que se realizan las búsquedas.
- **Navegadores de información** como herramientas que permiten explorar el contenido de la información encontrada en la WWW.
- **Buscadores de información** como herramientas indispensables para la realización de las búsquedas.



Falsos supuestos

Internet es una biblioteca...



En la “red” de “redes de computadoras” y “dispositivos” que conforman la “Internet” la información no se encuentra organizada, sino que está dispersa en miles de millones de páginas Web, distribuidas en múltiples servidores de información.



Falsos supuestos

Toda la información que está en Internet es cierta y vale...

- No existe a nivel global ningún filtro de calidad para publicar información. Cualquier persona puede publicar cualquier cosa.
- Los controles están autorregulados en casos puntuales.



Falsos supuestos

En Internet se encuentra toda la información...

En Internet solamente podemos encontrar lo que está en Internet. En este sentido:

- Es muy probable que un sitio Web que ayer no estaba, hoy pueda estar...
- Un sitio Web que hoy está en Internet, es probable que mañana ya no esté...o se haya modificado...



Falsos supuestos

Hay información sobre todos los temas y sobre todo el mundo...

- Existe una gran cantidad de dominios y contenidos en lengua inglesa*, por lo que el idioma ejerce un papel importante y se hace imprescindible romper con las fronteras del mismo.
- El traductor de idiomas se convierte en una herramienta esencial.

* https://documents.trendmicro.com/assets/wp/wp_below_the_surface.pdf



Falsos supuestos

Plagiar es ingenioso porque todo es público...

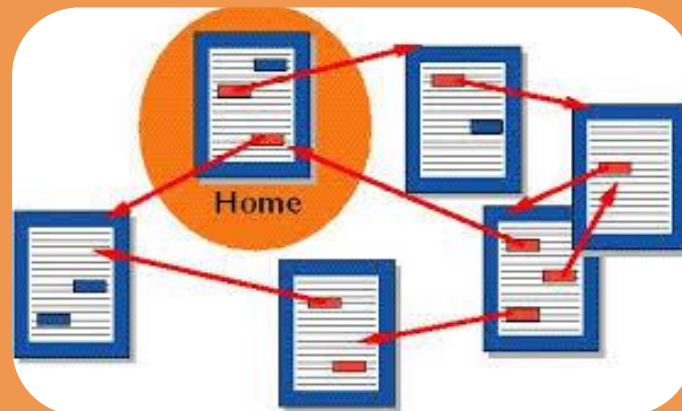
- Plagiar es un delito, un fraude, y aún sin ser descubierto, sigue siendo un autoengaño.
- Existen normas para la utilización de contenidos en la Web (Copyright, Copyleft).



¿CASUALIDAD
O PLAGIO?



La **WWW o World Wide Web** o telaraña de alcance mundial, es la denominación que recibe toda la información existente en los servidores de información que conforman a Internet (la red de redes). Constituye uno de los principales servicios proporcionados por la red y se organiza como un sistema de documentos de hipertexto (entendido como información que se presenta de forma no secuencial) enlazados entre sí.



La información de la WWW se clasifica en tres tipologías diferentes de información, lo que permite categorizarla en:

- **Web Visible o Superficial**
- **Web Invisible**
- **Web Semántica**



La WWW Visible o Superficial

Es la porción de la Web de carácter público, que es vista y consecuentemente indexada por los buscadores comunes.

Está compuesta por un conjunto de páginas estáticas públicamente accesibles.

Constituye una porción relativamente muy pequeña de toda la Web* (un 5% aproximadamente).

La información que se recupera debe ser cuidadosamente evaluada y validada.

*<https://www.xataka.com/tecnologiazan/sabemos-cuanto-ocupa-todo-el-contenido-que-hay-en-internet-en-este-momento>

*<https://www.nominet.uk/mapping-the-online-world>
<http://www.worldwidewebsize.com/>
<http://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>



Los Navegadores de Información:

- Son aplicaciones informáticas que permiten a los múltiples usuarios* de Internet visualizar el contenido de un sitio o de sus páginas web.
- Entre los más conocidos se destacan: **Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla**, etc.

* <http://exitoexportador.com/stats.htm>

* <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>



Los **Buscadores de información** se definen como: “herramientas informáticas especializadas que nos posibilitan encontrar en la WWW diversidad de tipologías de información digital*: textos, audios, videos, animaciones, mapas, archivos ejecutables, etc.”



Se clasifican en:

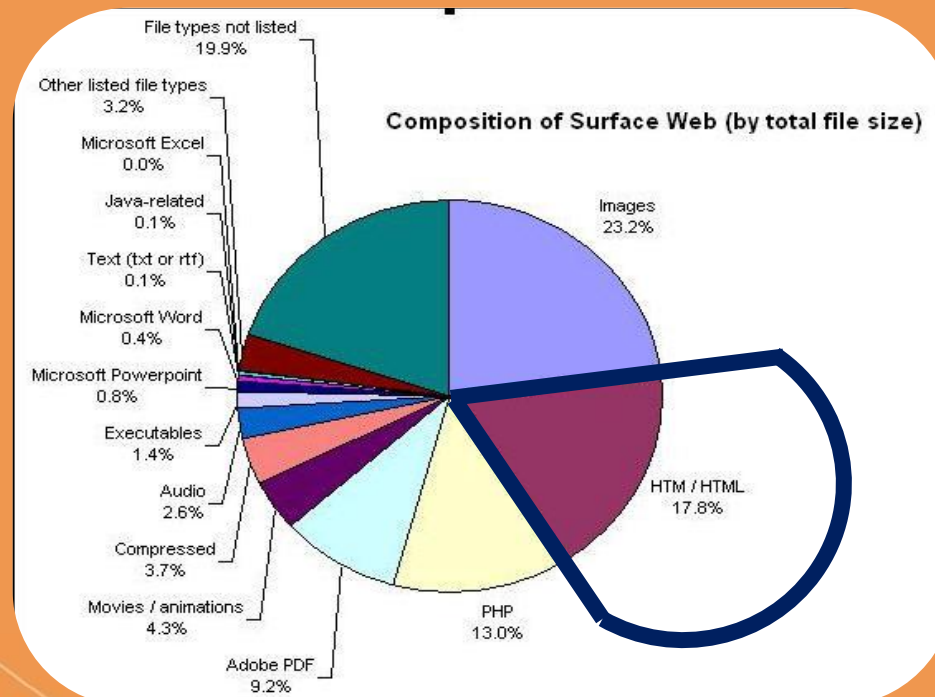
- Generalistas: devuelven información de diverso tipo.
- Especializados: focalizan en un tema puntual.
- Específicos: precisan la búsqueda mediante diversos parámetros u operadores.

[*https://googleblog.blogspot.com/2008/07/we-knew-web-was-big.html](https://googleblog.blogspot.com/2008/07/we-knew-web-was-big.html)



Los buscadores de la Web Visible:

- Devuelven como resultado solo páginas estáticas (en formato .HTM/ .HTML)
- Realizan la búsqueda a través de: a) la selección de un tema o categoría o b) una palabra o frase clave de búsqueda.

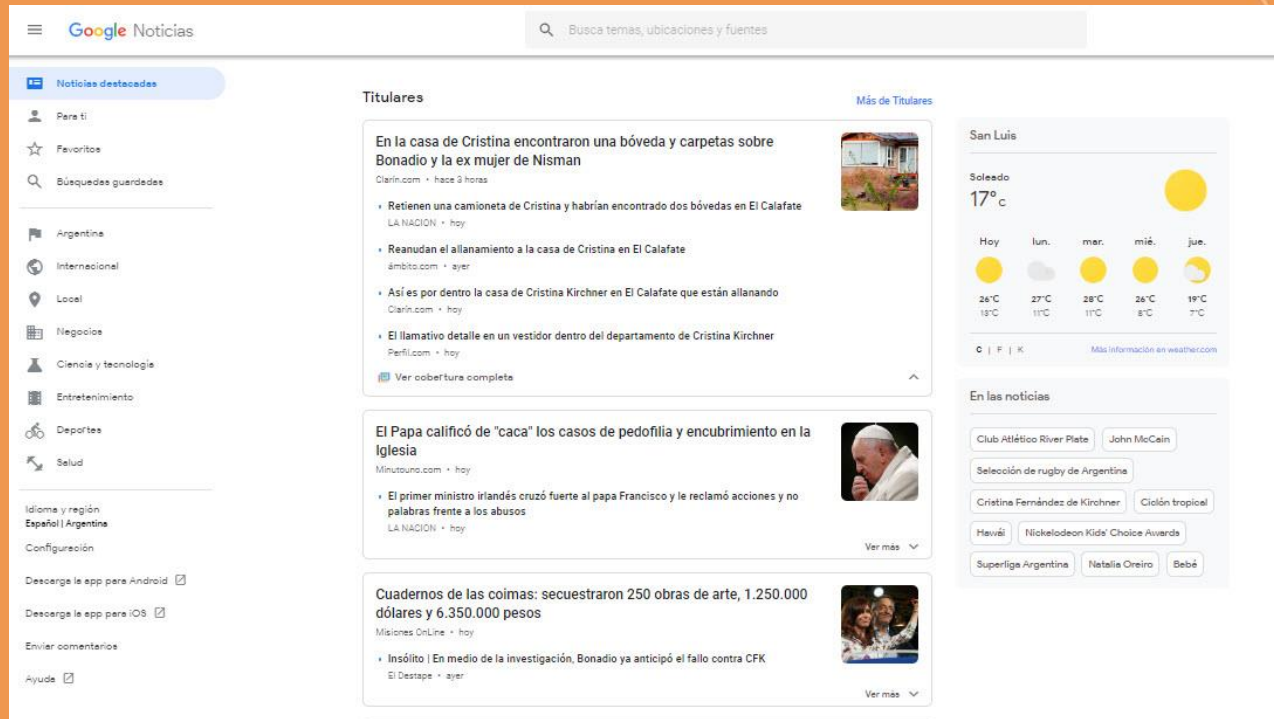


Los Buscadores por temas o categorías:

- Rastrean la WWW mediante personas o robots y la organizan en temas o categorías.
- Devuelven los resultados en orden alfabético, en función de la popularidad o Page Rank.
- Contienen información buena pero desactualizada.
- Admiten la edición de sus bases de datos.
- Admiten la búsqueda por palabra o frase clave.



Ejemplo de buscador por temas o categorías: Google Noticias (Directorio Generalista)



Admite la búsqueda por:

- categoría
- palabra clave
- frase clave



¿Qué es una “palabra clave” o “frase clave”?

Es una forma textual que refiere a la información que se busca, un lenguaje con el que le hablamos al buscador y que tiende a ser cada vez más humano.

- La **palabra clave** remite a un concepto concreto o abstracto y se aplica en búsquedas globales o amplias (Por ej. PASO).
- La **frase clave** permite especificar el aspecto concreto de la información que se busca (Por ej.
 - PASO 2017
 - PASO 2017 resultados
 - Resultados de las PASO 2017
 - PASO 2017 candidatos
 - Candidatos de las PASO 2017, etc.



MOTORES DE BÚSQUEDA:

- Construyen sus bases de datos por rastreo realizado por robots (Spidering).
- Pueden ser generalistas, especializados y específicos.
- Sus resultados son devueltos por Page Rank e indican nombre, URL, descripción y enlaces relacionados.
- En la indización registran solo páginas web estáticas, aunque existen casos especiales (buscadores híbridos) en que pueden indizar otro tipo de archivos: .doc, .pdf, .jpg, .gif, .wmv, etc., e incluso realizar búsquedas inteligentes.
- Pueden contener información falsa y desactualizada.
- Utilizan una “palabra clave” o “frase clave” como principal recurso de búsqueda y pueden incluir el uso de operadores.



Ejemplos de motores de búsqueda:

- [Google](#) (Búsqueda por defecto)
- [Google](#) (Búsqueda avanzada)
- [Bing](#), etc.

Especializados/ Específicos:

- [Google Books](#)
- [Google Scholar](#)
- [Google Imágenes](#) (búsqueda avanzada)
- [Google Videos](#) (búsqueda avanzada)
- [Google Maps](#), etc.

De impacto de marcas/personas:

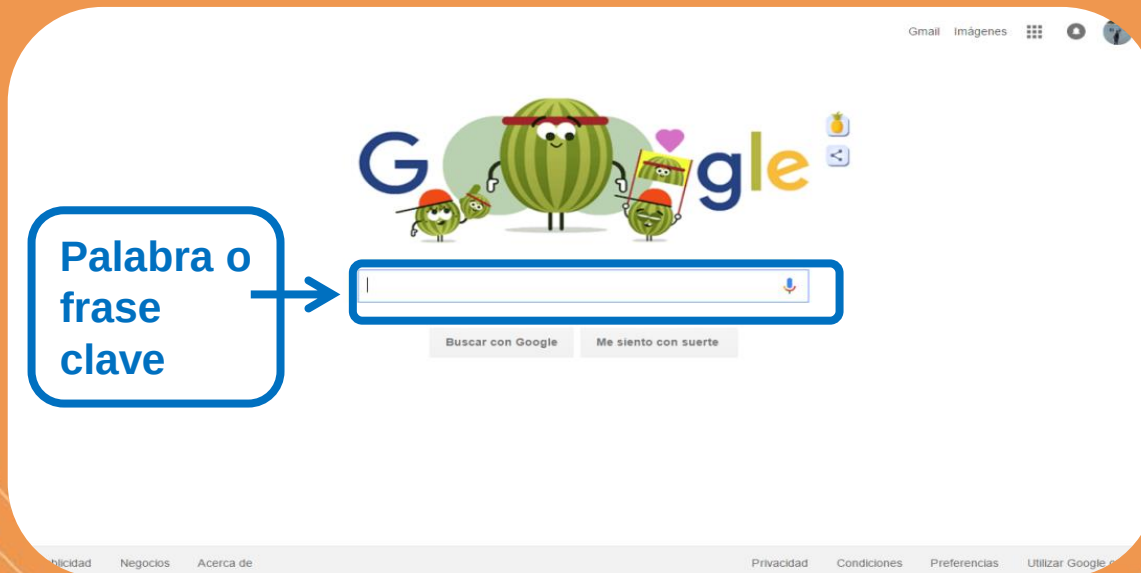
- [Socialmention](#), [Twitterfall](#), etc.



Para buscar en un motor de búsqueda, por ej. “Google Buscador” se debe colocar la “palabra” o “frase” clave en la caja de búsqueda correspondiente...

Las interfaces provistas por esta herramienta se dividen en 1) Búsqueda simple y 2) Búsqueda avanzada...

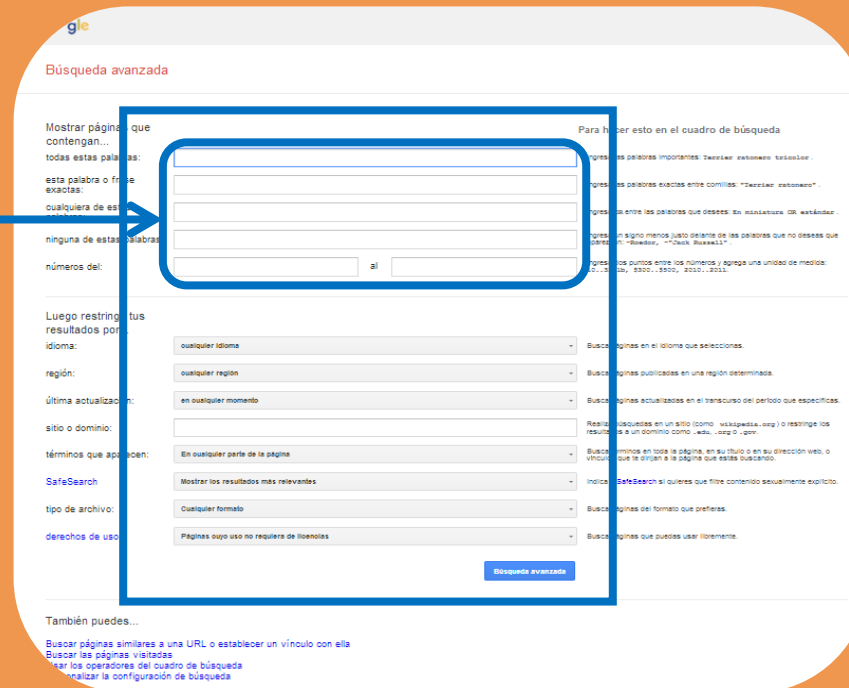
Cuadro de Búsqueda simple....



Cuadro de Búsqueda Avanzada...

Posee opciones diversas que precisan o restringen la búsqueda. Éstas se efectivizan a través de los denominados “operadores de búsqueda” u “opciones de restricción”...

**Palabra
o frase
clave**



Búsqueda avanzada

Mostrar páginas que contengan... todas estas palabras:

esta palabra o frase exactas:

cualquiera de estas palabras:

ninguna de estas palabras:

números del: al

Luego restringe tus resultados por:

idioma:

región:

última actualización:

sitio o dominio:

términos que aparecen:

[SafeSearch](#)

tipo de archivo:

derechos de uso:

[Búsqueda avanzada](#)

También puedes...

Buscar páginas similares a una URL o establecer un vínculo con ella

Buscar las páginas visitadas

Usar los operadores del cuadro de búsqueda

Personalizar la configuración de búsqueda

Para hacer esto en el cuadro de búsqueda

Busca las palabras importantes: "Twitter" "facebook" "twitter" "facebook"

Busca las palabras exactas entre comillas: "Twitter facebook"

Busca entre las palabras que deseas: "Twitter" OR "facebook"

Busca al menos una palabra: "Twitter" OR "facebook"

Busca al menos una palabra: "Twitter" OR "facebook"

Busca las palabras que deseas: "Twitter" OR "facebook"

Busca las palabras que deseas: "Twitter" OR "facebook"



Operadores de búsqueda/Opciones de restricción...

Búsqueda avanzada

Buscar páginas con...	Haz lo siguiente en el cuadro de búsqueda
todas estas palabras:	Escribe las palabras importantes: terrier ratonero tricolor
esta palabra o frase exactas:	Escribe las palabras exactas entre comillas: "terrier ratonero"
cualquiera de estas palabras:	Escribe OR entre todas las palabras que quieras: miniatura OR estándar
ninguna de estas palabras:	Añade un signo menos delante de las palabras que no quieras que aparezcan: -roedor, -"Jack Russell"
números desde el:	Escribe dos puntos seguidos entre los números y añade una unidad de medida: 10..35 kg, 300..500 euros, 2010..2011

A continuación, limitar los resultados por...

idioma:	cualquier idioma	Busca páginas en el idioma que selecciones.
región:	cualquier región	Busca páginas publicadas en una región determinada.
última actualización:	en cualquier momento	Busca páginas actualizadas en el periodo de tiempo especificado.
sitio o dominio:		Busca un sitio (como wikipedia.org) o limita los resultados a un dominio como, por ejemplo, .edu, .org o .gov.
los términos que aparecen:	en cualquier lugar de la página	Busca términos en toda la página, en el título de la página o en la dirección web, o enlaces a la página que estás buscando.
Búsqueda Segura:	Mostrar los resultados más relevantes	Indica a Búsqueda Segura si quieres que filtre contenido sexualmente explícito.
tipo de archivo:	cualquier formato	Busca páginas en el formato que prefieras.
derechos de uso:	sin filtrar por licencia	Busca páginas que puedas utilizar libremente.

Búsqueda avanzada

También puedes...

- Buscar páginas similares a una URL o crear un enlace a la misma
- Buscar páginas visitadas
- Operadores en el cuadro de búsqueda
- Configuración de búsqueda

Más opciones de restricción de resultados

Cajas de búsqueda

Opciones de restricción de resultados

En los demás motores de búsqueda la lógica de búsqueda de información se presenta de forma similar, incluyendo por supuesto, diversas variantes...



Opciones de caja de búsqueda de Google:

Opción	Acción sobre la “palabra clave” o “frase clave”
“Todas estas palabras”	Busca las palabras de una frase en cualquier orden, lo que puede arrojar resultados desordenados o incoherentes.
“Esta palabra o frase exacta”	Busca las palabras de una frase en el orden en que fueron escritas; otorgando resultados coherentes a lo que se busca. Puede ocasionar ausencia de resultados, dado que restringe demasiado la búsqueda. El operador de búsqueda asociado es: “”
“Cualquiera de estas palabras”	Busca al menos una de las palabras de una frase. Se utiliza cuando es opcional su aparición. Por ello usa el operador OR <u>Nota:</u> por defecto en Google se utiliza el operador AND
“Ninguna de estas palabras”	Excluye una palabra o frase completa, utilizando para ello el operador exclusor: – <u>Nota:</u> por defecto el operador inclusor es el +, que permite incluir las stop Word (preposiciones, proposiciones, artículos, etc.)



Opciones de restricción de resultados de Google:

Opción	Acción sobre la “palabra clave” o “frase clave”
“Idioma”	Busca páginas en el idioma seleccionado.
“Región”	Busca páginas publicadas en una región determinada.
“Fecha”	Busca páginas actualizadas en un periodo de tiempo especificado.
“Sitio o dominio”	Busca un sitio concreto, o bien, un conjunto de sitios que pertenecen a un dominio determinado (.com, .edu; .mil...). Utiliza el operador SITE
“Términos que aparecen”	Busca una o más palabras en el título de la página (ALLINTITLE), en su dirección web (ALLINURL), en su contenido (ALLINTEXT) o en sus enlaces (ALLINANCHOR)
“Búsqueda segura”	Filtra contenido sexual explícito.
“Tipo de archivo”	Busca la palabra o frase clave, contenida en una tipología concreta de archivo (pdf, ppt, rtf, etc.). <u>Nota</u> : su operador asociado es FILETYPE
“Derechos de uso”	Busca páginas con contenido libre de licencias.



Opciones adicionales de Google:

Opción	Acción sobre la “palabra clave” o “frase clave”
“Buscar páginas similares a una URL o crear un enlace a la misma”	Busca páginas similares a otras. Utiliza el operador RELATED
“Buscar páginas visitadas”	Posibilita acceder a las páginas a las que accedemos con mayor frecuencia.
“Usar operadores en el cuadro de búsqueda”	Posibilita ejecutar búsquedas en forma abreviada, haciendo uso de operadores. Por ej. el operador \$ permite buscar por precio, el comodín * reemplaza palabras, etc.
“Personalizar configuración de búsqueda”	Permite activar la búsqueda segura, la cantidad de resultados por página, hacer o no búsquedas por voz, abrir las páginas resultado en ventanas aparte y activar o no, el historial de las búsquedas.



Configuración de las Búsquedas en Google:

Resultados de búsqueda

Idiomas

Ayuda

Filtros SafeSearch

SafeSearch te permite bloquear imágenes inapropiadas o explícitas en los resultados de la Búsqueda de Google. El filtro SafeSearch no es 100% preciso, pero ayuda a evitar la mayor parte del contenido violento o para adultos.

☐ Activar SafeSearch

[Bloquear SafeSearch](#)

Resultados por página

☐ 10

☐ 20

☐ 30

☐ 40

☐ 60

☐ 100

Más rápida

Más lenta

Resultados privados

Los resultados privados te ayudan a encontrar contenido más relevante para ti, incluso conexiones y contenido que solo tú podrás ver.

☒ Usar resultados privados

☐ No usar resultados privados

Respuestas con síntesis de voz

Cuando haces búsquedas por voz, ¿debemos decirte las respuestas en voz alta?

☒ Decir en voz alta las respuestas para las búsqueda por voz

☐ Solo mostrar texto

Lugar donde se abren los resultados

☒ Abrir cada resultado seleccionado en una ventana del navegador nueva

Historial de búsqueda

Si accedes a tu cuenta, puedes recibir resultados y recomendaciones más relevantes según tu actividad de búsqueda. Puedes desactivar o editar tu [historial de búsqueda](#) cuando quieras.

Configuración de la región

☒ Región actual

☐ Angola

☐ Argentina

☐ Bahamas

☐ Afganistán

☐ Anguila

☐ Armenia

☐ Bangladés

☐ Albania

☐ Antigua y Barbuda

☐ Australia

☐ Baréin

☐ Alemania

☐ Arabia Saudí

☐ Austria

☐ Bélgica

☐ Andorra

☐ Argelia

☐ Azerbaiyán

☐ Belice

Mostrar más -

Guardar

Cancelar



Seguimiento y control de las actividades en Google:

Google Mi actividad

Vista de paquete

Vista de elemento

Borrar actividad por

Otra actividad de Google

Controles de actividad

Mi cuenta

Ayuda

Enviar comentarios

Buscar

+ Filtrar por fecha y producto

Solo tú puedes ver esta información. Google protege tu privacidad y seguridad. [Más información](#)

Hoy

Es posible que todavía no aparezca parte de la actividad

ELEMENTOS 460

CHROME ADS BÚSQUEDA YOUTUBE GOOGLE ANALYTICS

22:34

google.com

Visitaste [Google Advanced Search](#)

[Detalles](#) • [Búsqueda](#)

Visitadas [Configuración de las búsquedas](#)

[Detalles](#) • [google.com](#)

→ 13 elementos

22:34

Google

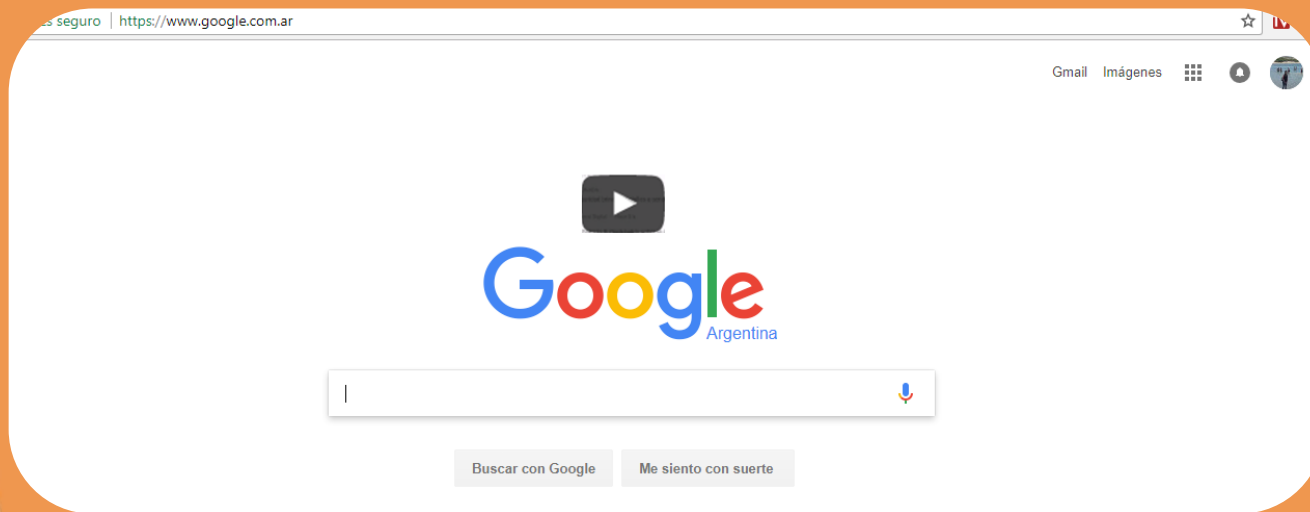
Visitadas [Recogida de datos | Cómo utiliza Google tu información personal](#)

[Detalles](#) • [privacy.google.com](#)

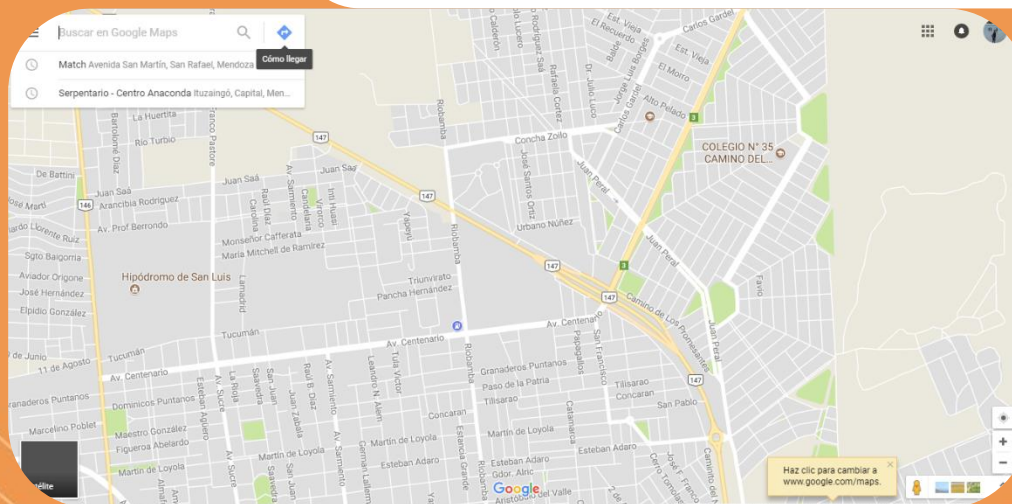
[Privacidad](#) • [Condiciones de uso](#)



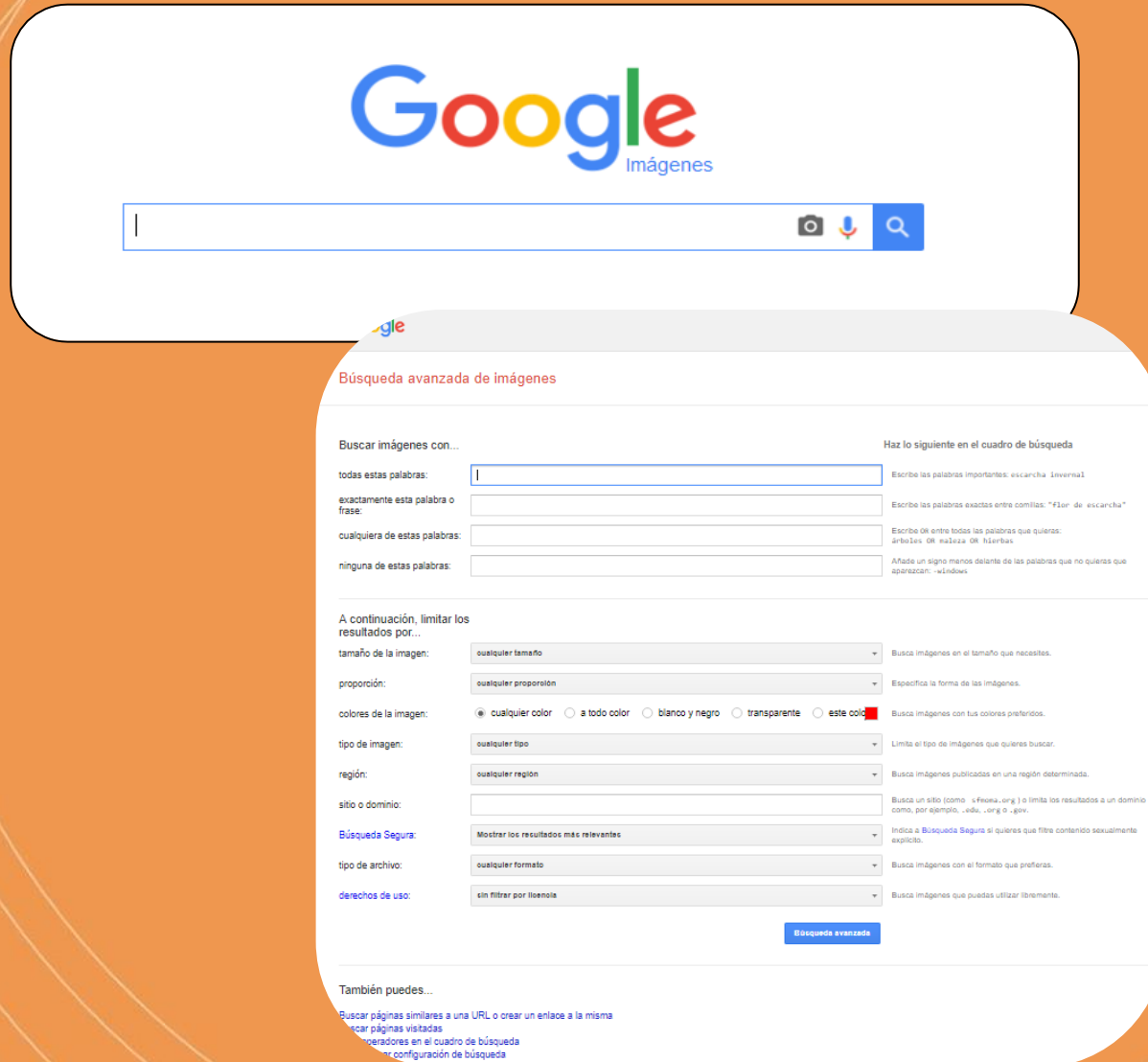
Ejemplo de Motor de búsqueda: “Google ” (Motor Generalista, Especializado y Específico)



Finalmente, es importantísimo conocer y utilizar buscadores especializados/específicos según sea el caso...



La lógica es similar a la búsqueda avanzada del Motor de Búsqueda más utilizado en el mundo...



The image shows the Google Images search interface. At the top is the Google logo with 'Imágenes' below it. Below the logo is a search bar with a camera icon, a microphone icon, and a search icon. Below the search bar is the 'Búsqueda avanzada de imágenes' section. This section is divided into two columns. The left column is titled 'Buscar imágenes con...' and contains four rows: 'todas estas palabras:', 'exactamente esta palabra o frase:', 'cualquiera de estas palabras:', and 'ninguna de estas palabras:'. Each row has a text input field. The right column is titled 'Haz lo siguiente en el cuadro de búsqueda' and contains four rows: 'Escribe las palabras importantes: escarcha invierno', 'Escribe las palabras exactas entre comillas: "Flor de escarcha"', 'Escribe OK entre todas las palabras que quieras: árboles OK maleza OK hierbas', and 'Añade un signo menos delante de las palabras que no quieras que aparezcan: -windows'. Below these columns is a section titled 'A continuación, limitar los resultados por...'. This section contains several rows with dropdown menus and radio buttons: 'tamaño de la imagen:', 'proporción:', 'colores de la imagen:', 'tipo de imagen:', 'región:', 'sitio o dominio:', 'Búsqueda Segura:', 'tipo de archivo:', and 'derechos de uso:'. Each row has a corresponding description on the right. At the bottom of the section is a blue button labeled 'Búsqueda avanzada'. Below the button is a section titled 'También puedes...' with a link to 'Buscar páginas similares a una URL o crear un enlace a la misma'.

Google Imágenes

Búsqueda avanzada de imágenes

Buscar imágenes con...

todas estas palabras: |

exactamente esta palabra o frase: |

cualquiera de estas palabras: |

ninguna de estas palabras: |

Haz lo siguiente en el cuadro de búsqueda

Escribe las palabras importantes: escarcha invierno

Escribe las palabras exactas entre comillas: "Flor de escarcha"

Escribe OK entre todas las palabras que quieras: árboles OK maleza OK hierbas

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

A continuación, limitar los resultados por...

tamaño de la imagen: cualquier tamaño

proporción: cualquier proporción

colores de la imagen: ☒ cualquier color ☐ a todo color ☐ blanco y negro ☐ transparente ☐ este color

tipo de imagen: cualquier tipo

región: cualquier región

sitio o dominio: |

Búsqueda Segura: Mostrar los resultados más relevantes

tipo de archivo: cualquier formato

derechos de uso: sin filtrar por licencia

Búsqueda avanzada

También puedes...

Buscar páginas similares a una URL o crear un enlace a la misma

Buscar páginas visitadas

Operadores en el cuadro de búsqueda

Configuración de búsqueda





Buscar con Google

Me siento con suerte

Búsqueda avanzada de videos

Buscar videos de

Todas estas palabras:

Esta palabra o frase exactas:

Cualquiera de estas palabras:

Ninguna de estas palabras:

Para hacer esto en el cuadro de búsqueda

Ingresas las palabras importantes: Técnicas de enseñanza.

Ingresas las palabras exactas entre comillas: "Lectura rápida".

Ingresas OR entre las palabras que desees: Niños OR adultos.

Ingresas un signo menos justo delante de las palabras que no desees que aparezcan: -Método silábico.

Luego restringe tus resultados por...

Idioma:

cualquier idioma

Busca páginas en el idioma que seleccionas.

Duración

cualquier duración

Especifica la duración que desees.

Fecha

en cualquier momento

Busca páginas actualizadas en el transcurso del período que especificas.

Calidad

Cualquier calidad

Limita los videos a aquellos de alta calidad únicamente.

sitio o dominio:

Realiza búsquedas en un sitio (como youtube.com) o restringe los resultados a un dominio como .edu, .org o .gov.

Subtítulos:

Cualquiera

Busca videos con subtítulos.

SafeSearch

Mostrar los resultados más relevantes

Indica a SafeSearch si quieres que filtre contenido sexualmente explícito.

Búsqueda avanzada

También puedes...

Buscar páginas similares a una URL o establecer un vínculo con ella

Buscar las páginas visitadas

Usar los operadores del cuadro de búsqueda

Revisar la configuración de búsqueda



socialmention*

Real-time social media search and analysis:

 in All Search

Trends: [Paul Manafort](#), [Women S Beach Volleyball](#), [beach volleyball](#), [Misty May](#), [Classroom](#), [Louisiana Flood](#), [Sofia Richie](#)

[About](#) - [Alerts](#) - [API](#) - [Trends](#) - [Follow us](#) - [FAQ](#)

Lists

All Lists ☒

Add

Searches

All Searches ☒

Add

Geolocation

Exclusions

Logged In

Timeline ☒ 1.25 n

Mentions ☐ 3 mins

Direct Msgs. ☐ 5 mins

Load searches from Twitter
Save searches to Twitter
Load subscribed lists
Save lists to Twitter
Load your lists
Logout

Hide Panels - Clear Page - Pause Tweets - Link here

Empty Queue Queued Tweets: 0 New Tweet

Twitterfall

Settings

Speed

Font size

Language

Retweets

Text Size

Full Width Mode
Presentation Mode
Forget my Settings

About

About
Questions
Privacy Policy

Links

Like RSS? Try Rivered

Contacts

@twfall
@jalada
Email

Donate



Comparación entre tipologías de buscadores de la Web Visible

CRITERIO DE COMPARACIÓN	DIRECTORIO	MOTOR DE BÚSQUEDA
<i>¿Cómo se construye la información?</i>	A través de un grupo humano o robot	Por medio de un robot
<i>¿Qué información buscan?</i>	General y/o Especializada	General y/o Especializada y/o Específica
<i>¿Cómo devuelven sus resultados?</i>	Ordenados por orden alfabético o Page Rank	Ordenados por Page Rank
<i>¿Cuántos resultados devuelven?</i>	Pocos o Muchos	Muchos
<i>¿La información es correcta?</i>	Sí, aunque puede estar desactualizada	No en todos los casos, hay que evaluarla
<i>¿Cómo se busca?</i>	A través de las categorías o ingresando una palabra clave	A través de una palabra clave
<i>Facilidad de uso</i>	Sencilla	Media
<i>Potencialidad del buscador</i>	Baja	Alta
<i>Perspectiva de desarrollo</i>	Tendencia a la obsolescencia en cuanto al desarrollo humano	En auge



FIN DE PRESENTACIÓN

Gracias por su atención...

Elaborado por Esp. Viviana M. Ponce

vivianaponce@gmail.com

Diseño gráfico: DIG Luisina Andreoni

andreoniluisina@gmail.com

Fac. de Cs. Humanas- UNSL

