



Habilidades Comunicativas y Competencias Informacionales



Glosario

Autorregulación

Acción o efecto de regularse.

Argumentar

Es un razonamiento mediante el cual se intenta probar, refutar o justificar una proposición o tesis.

Cognitivo

Perteneciente o relativo al conocimiento.

Coherencia

Conexión, relación de unas cosas con otras.

Cohesión textual

Propiedad que permite que cada frase de un texto sea interpretada en relación con las demás, manera de relacionar y unir las distintas palabras, oraciones y párrafos del texto.

Comportar

Traer como consecuencia, conllevar.

Composición

Ejercicio de redacción en el que el alumno desarrolla un tema.

Contexto

Entorno lingüístico, pragmático y social del que depende el significado de una palabra o un enunciado.

Deductivo

Del verbo deducir: inferir, obtener conclusiones de un conocimiento previo.

Discernimiento

Juicio por medio del cual percibimos y declaramos la diferencia que existe entre varias cosas.

Divagación

Desviación del asunto del que se está hablando.

Estrategia

Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo.

Explícita

Que expresa con claridad una cosa.

Hipótesis

Suposición sin pruebas que se toma como base de un razonamiento.

Intelectivo

Que tiene virtud de entender.

Lengua

Sistema de comunicación y expresión verbal propio de un pueblo o nación, o común a varios.

Léxico

Vocabulario, conjunto de palabras de una lengua, de una región, de un colectivo, una actividad, etc.

Lingüística

Ciencia que estudia el lenguaje y las lenguas.

Metacognición

Conocimiento procedimental, es decir, la capacidad de la persona para controlar sus procesos cognitivos. Implica planificar qué se va aprender, controlar el transcurso del aprendizaje y evaluar los logros obtenidos.

Normas APA

Conjunto de estándares creados por la American Psychological Association con la finalidad de unificar la forma de presentación de trabajos escritos a nivel internacional.

Persuadir

Convencer a alguien para que haga o deje de hacer algo.

Pragmático

Disciplina que estudia el lenguaje en relación con el acto de habla, el conocimiento del mundo y uso de los hablantes y las circunstancias de la comunicación.

Proposición

Unidad de estructura oracional constituida por sujeto y predicado.

Retórica

Arte de expresarse con corrección y eficacia, embelleciendo la expresión de los conceptos y dando al lenguaje escrito o hablado el efecto necesario para deleitar, persuadir o conmover.

Sintaxis

Parte de la gramática que estudia la forma en que se combinan y relacionan las palabras para formar secuencias mayores, cláusulas y oraciones y la función que desempeñan dentro de estas.

Tesis

Proposición u opinión, especialmente de carácter científico, que se mantiene y se intenta demostrar con razonamientos.

Presentación

En los últimos años, el internet se ha convertido en un elemento transformador de los estilos de vida de muchas personas y los procesos de las organizaciones. Este nos brinda la oportunidad de romper barreras geográficas y temporales, modificar las relaciones interpersonales y contar con mayor acceso a todo tipo de información.

Como en otros aspectos del mundo digital, la educación no es ajena a estos cambios, las interacciones y experiencias en espacios virtuales con fines educativos son cada vez más comunes, promoviendo el desarrollo de diversas habilidades y la adquisición de un conocimiento teórico y práctico más autónomo.

Ante este panorama, se hace evidente la necesidad de contar con “competencias comunicativas digitales”, como parte del contexto de la educación virtual, ya que este tipo de ambientes de interacción, comunicación y aprendizaje, requieren de habilidades de comunicación acordes a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Por tal razón, el presente curso ofrece contenidos y temas que te ayudarán a desarrollar dichas competencias, no solo desde la parte técnica, sino también desde la tecnología, para concebir estrategias provechosas en la producción de contenidos y mensajes que fortalezcan los procesos de comunicación y potencien el aprendizaje en los espacios virtuales.

Estos temas y muchos otros similares los podrás encontrar a lo largo de las dos unidades que conforman el curso, explorando estrategias, herramientas y actividades para desarrollar y fortalecer tus competencias informacionales y habilidades comunicativas.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar las competencias necesarias para la comunicación y el acceso, evaluación y uso de la información, mediante la realización de actividades que permitan reconocer la importancia del manejo adecuado y ético de la información para el desempeño académico, personal y profesional.

Resultado de aprendizaje

Habilidad para la interpretación racional de los contextos en donde se habita, fortaleciendo las comunicaciones tanto personales como interpersonales.

Mapa del curso

Habilidades comunicativas

UNIDAD 1 Habilidades comunicativas

- ¿Qué son las habilidades comunicativas?
 - Las habilidades comunicativas y su relación con el equilibrio emocional
 - Habilidades comunicativas básicas
 - Principales elementos de la comunicación
 - Tipologías de comunicación
- Nuevas formas de comunicación
 - Comunicación virtual
 - Comunicación sincrónica y asincrónica
 - Espacios de comunicación virtual: foros y redes sociales
 - Herramientas de la comunicación virtual
- Leer en la universidad
 - Lectura en lo digital
 - Comprensión lectora
 - Estrategias de lectura
- Escribir en la universidad
 - Tipología textual
 - Estrategias para la composición escrita
 - Habilidades comunicativas de escritura: El ensayo
 - Habilidades comunicativas de escritura: El informe
 - Habilidades comunicativas de escritura: La reseña
 - Organizadores gráficos: usos y apropiación

UNIDAD 2 Competencias informacionales

- La importancia de la información
 - Sociedad de la información
 - Dato, información y conocimiento: conceptos básicos
 - Servicios bibliotecarios de la IU Digital
- Acceso a la información
 - La estrategia de búsqueda de información
 - Clases de fuentes de Información
- Evaluación de la información
 - Criterios de evaluación de la información
 - Tipos de documentos científicos
 - Fuentes de información de acceso abierto
- Uso de la información
 - Introducción a la propiedad intelectual
 - Buenas prácticas usando información
 - Cómo presentar la información

Unidad 1. Habilidades comunicativas

¿Qué son las habilidades comunicativas?

Se trata de un conjunto de nociones, aptitudes y destrezas para comunicarnos efectivamente con otras personas. Las habilidades comunicativas determinan en gran parte la calidad de nuestras relaciones interpersonales. Por tal razón:

Es necesario comunicarse bien en el trabajo, con nuestros amigos, nuestra familia, y en general con todas las personas que nos rodean. Conocer y dominar las habilidades comunicativas básicas aporta muchos beneficios, como ayudar a resolver diferencias o promover la confianza y el respeto mutuo.

Por ejemplo, es imprescindible poseer buenas habilidades de comunicación cuando nos enfrentamos a una entrevista de trabajo o si vivimos en pareja, ya que la convivencia es una negociación constante. Aunque comunicarse parece simple, mucho de lo que comunicamos se mal interpreta o no se entiende bien. Por supuesto, esto puede causar conflictos tanto en nuestras relaciones profesionales como personales. (García-Allen, 2016)

Las habilidades comunicativas y su relación con el equilibrio emocional

Aprender a comunicarse de manera efectiva es una habilidad que debería formar parte del currículo escolar. Ser un comunicador competente puede marcar la diferencia en las relaciones personales, en el éxito de tu carrera profesional y, además, en tu autoestima y tu autoconfianza, porque forma parte de las habilidades sociales elementales.

La relación entre el equilibrio emocional y las habilidades comunicativas ha sido demostrada en multitud de investigaciones, y, de hecho, su entrenamiento es una técnica terapéutica que se utiliza en las consultas de psicólogos porque aporta beneficios para el bienestar del paciente. (García-Allen, 2016)

Habilidades comunicativas básicas

Las competencias de comunicación pueden ayudarnos a encarar de manera más satisfactoria las distintas situaciones que se presentan en nuestra cotidianidad. Si se entrena de manera adecuada, podrás adquirir una visión más positiva ante situaciones donde debes solucionar problemas, demostrar tus conocimientos o relacionarte con personas de diversos pensamientos.

Ten en cuenta que estas habilidades de comunicación, así como otras competencias, se pueden aprender y practicar hasta desarrollarlas y perfeccionarlas.

A continuación, conoceremos cuáles son las habilidades comunicativas básicas, a partir de las definiciones de García-Allen (2016):

- **Escucha activa:** saber escuchar es una habilidad de comunicación básica, pero, aunque parezca simple, no todo el mundo tiene esta habilidad. Muchas veces solo oímos en lugar de escuchar. Y en ocasiones, nos escuchamos a nosotros mismos cuando deberíamos estar atentos a escuchar al otro con una actitud correcta. La escucha activa significa escuchar con atención plena no solamente a lo que la persona dice, sino también a los sentimientos, ideas o pensamientos que el individuo expresa.
- **Empatía:** en la comunicación eficaz, la empatía es importante para situarse en el lugar del otro. De hecho, la empatía es una de las habilidades sociales más importantes, porque es necesaria para convivir con los demás. Aunque no estés totalmente de acuerdo con un compañero de trabajo, con un empleado o con un amigo, es necesario entender su punto de vista, porque también tiene sus necesidades. Además, ponerte en el lugar del otro te ayuda a la hora de enviar un mensaje más claro y más efectivo.
- **Validación emocional:** la validación emocional mejora la comunicación, puesto que el otro interlocutor se siente reconocido y comprendido, incrementando la verbalización de lo que piensa. Esto tiene un efecto positivo, pues crea un ambiente de confianza. Decirle a la otra persona que le has entendido, demostrarle que le has estado escuchando y dejarle claro que respetas su opinión son suficientes para crear un entorno comunicativo propicio.
- **Lenguaje no verbal:** la postura corporal, el contacto visual o los gestos, es decir, el lenguaje no verbal (o comunicación no verbal) también comunican. Estar relajado y transmitir lo que intentamos decir puede maximizar el mensaje que queremos enviar a los demás.

- **Resolución de conflictos y negociación:** el conflicto es inevitable en cualquier relación, y aprender a manejarlo y a negociar es una manera sana y esencial para hacer que las relaciones funcionen. La habilidad de resolver conflictos de manera eficiente requiere una actuación calmada, no defensiva y respetuosa.
- **Lenguaje verbal:** uno de los elementos básicos de un buen comunicador es cómo suena frente a los demás, por tanto, es necesario ser claro, utilizar ejemplos concretos, tener una buena capacidad de improvisación, vocalizar correctamente, considerar los tiempos, y en definitiva expresar correctamente lo que tenemos en mente para conectar con nuestro interlocutor.
- **Leer y escribir:** Leer y escribir son dos habilidades muy importantes para comunicarnos.

La lectura posibilita el desarrollo intelectual y, como función cognitiva, permite acceder a los avances tecnológicos, científicos y de la información. Por tanto, ayuda a comprender mejor la realidad. Además, ser lectores habituales nos brinda las herramientas necesarias para dialogar críticamente.

Respecto a la escritura, recuerda que no siempre nos comunicamos de forma oral, así que también es importante tener un buen dominio de la comunicación escrita. En la actualidad, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han irrumpido con fuerza en nuestras vidas. Escribir una carta de presentación para seducir a un reclutador si queremos un puesto de trabajo o enviar un correo electrónico a una empresa para quejarnos de su servicio requieren de esta habilidad.

- **Respeto:** las personas están más abiertas a comunicarse si mostramos respeto hacia ellas y sus ideas. Acciones simples como usar su nombre o tutearle, tener contacto visual que indique sinceridad, y reflejar la escucha activa hace que las otras personas se sientan respetadas y tenidas en consideración.
- **Persuasión:** La persuasión es una herramienta de comunicación clave, especialmente en el mundo de los negocios, porque transforma ideas, creencias, actitudes y comportamientos, e intenta satisfacer las necesidades de ambas partes. La persuasión es la base de cualquier negociación exitosa.
- **Credibilidad:** Si pensamos en el punto anterior, es imposible persuadir a una audiencia si no demostramos credibilidad y autoridad. La credibilidad genera confianza, y, como ocurre con el respeto, la confianza es una gran aliada de la

comunicación. Las personas están más receptivas cuando hay confianza. Por eso, es necesario que seas coherente con lo que dices y lo que haces.

Principales elementos de la comunicación

Para comunicarnos de manera adecuada es necesario tener en cuenta los siguientes elementos que intervienen en el proceso de la comunicación y su funcionalidad. Analiza cada uno de ellos, sin olvidar que hacen parte del esquema clásico de la comunicación, todavía vigente, que puede ser de ayuda para comprender la manera en que enviamos y recibimos mensajes.

Presta atención a las siguientes definiciones tomadas de Klinkenberg (1944).

1. El emisor: una entidad teórica

El emisor—a veces también llamado destinador— no es siempre un ser humano y menos aún una persona con verdadera intención de transmitir una información precisa. El emisor puede ser un animal, un organismo vivo inconsciente o incluso una máquina; puede también ser una institución, como una universidad, un medio de comunicación, o una multitud de personas. Por ejemplo, la “dirección prohibida” de la circulación de tránsito no es emitida por el obrero que ubicó el aviso, sino más bien por una cantidad de responsables entre los cuales cabría citar a la administración y a la comunidad de usuarios de las vías.

2. El receptor: otra entidad teórica

A propósito del destinatario (o receptor), pueden hacerse las mismas observaciones que se hicieron sobre el emisor. No se trata necesariamente de una persona (puede ser el interruptor del termostato). Por otra parte, el receptor real no necesita estar presente, físicamente, en el momento de la producción del mensaje. Pensemos en los lectores de un periódico, en los usuarios de las vías, en el buscador de champiñones que adivina, gracias a la significativa presencia de excremento, que sin duda va a encontrar sus hongos predilectos en el prado que visita.

3. El referente: no es una “cosa”

El referente es “aquellos sobre lo cual nos comunicamos”, aquello cuyo sentido comunicamos.

Ejemplo 1:

El referente de un mapa de vías es un conjunto de carreteras clasificadas, lugares, localidades, sanitarios, monumentos históricos.

Ejemplo 2:

Se puede hablar de un unicornio, o pintar esta encantadora criatura; el referente de una foto puede ser engañoso (si ha sido retocada), un novelista puede hablar de una ciudad inexistente, un filósofo hablar de “trascendencia”, un semiótico de “polisemia”, y el teólogo de “Transustanciación”. El referente de un mensaje puede ser una pregunta, una actitud moral, una orden.

4. El canal: las limitaciones físicas del signo

En una primera aproximación, podría decirse que el canal es el soporte físico de la información transmitida. Todo signo parte, en efecto, de una experiencia sensible. ¿Qué son entonces los signos? Desde un punto de vista físico, son ondas sonoras que impresionan las terminaciones nerviosas en mi oído interno, radiaciones luminosas que golpean mi retina, moléculas que llegan a las terminaciones nerviosas especializadas que se encuentran en mis fosas nasales o presiones físicas que se ejercen sobre mi piel. En resumen, estímulos diversos que en sí mismos están desprovistos de sentido. Esas estimulaciones van a ser “traducidas” por el sistema nervioso central.

5. El código como interfaz

Este es, en una primera aproximación, la serie de reglas que permiten atribuir un significado a los elementos del mensaje y por ende a su totalidad. Se ha dicho que los estímulos físicos eran “traducidos” por el sistema nervioso central, pero que esta traducción operaba gracias a ciertos programas. El código es el conjunto de esos programas. Constituye, pues, una interfaz entre el estímulo desprovisto como tal de sentido y el referente, es decir, una estructura que establece una relación entre una porción de experiencia sensible y una del mundo conocible, relación que se denomina significación.

Los códigos como lugares de negociación

En una situación de comunicación ideal, emisor y receptor deben disponer del mismo código. Es lo que pasa generalmente cuando la comunicación tiene lugar entre máquinas. Pero este ideal no siempre se alcanza. En términos rigurosos deberíamos entonces reemplazar en el esquema el singular de “código” por un plural. Mejor aún, podemos decir que en la práctica nunca hay una superposición perfecta de los códigos a disposición del emisor, por una parte, y del receptor por la otra; al menos cuando se trata de participantes vivos.

Los códigos: de lo nítido a lo borroso

Un código no es un repertorio fijo de signos donde a cada emisión de sonido o de luz corresponda obligatoriamente y de manera rigurosa un solo sentido o una sola

idea, siempre la misma. Los códigos pueden ser imprecisos y débiles, fragmentarios y provisорios, incluso contradictorios:

- Imprecisos y débiles: queremos decir con esto que varían fácilmente con el paso del tiempo y las circunstancias.
- Fragmentarios: es el caso cuando se asocian sólo algunos significantes a ciertas porciones de un vasto contenido segmentable.
- Provisорios: si están destinados a ser rápidamente reemplazados, o incluso si no son válidos más que para un breve intercambio.
- Contradictorios: si las relaciones que establecen entre referentes y estímulos pueden no ser biunívocas.

6. El mensaje: lugar donde interactúan los otros cinco factores

El mensaje está hecho de signos y puede presentar niveles de complejidad muy variables: estar constituido por numerosos signos o por un signo aislado; por signos procedentes todos de un mismo código o, si se establece una equivalencia entre mensaje y discurso, por signos que provienen de códigos diferentes, como en los ejemplos de la tira cómica, del cine y del teatro. Sería tal vez injusto ver en el mensaje sólo un factor entre los demás. ¿No será más bien el producto de esos otros factores? Pues el mensaje es en el fondo una porción de (1) un referente transformado por (2) un código, y donde se anuda la interacción de (3 y 4) los participantes de la comunicación, lo que la hace transmisible por (5) un canal.

Tipologías de comunicación

En el esquema clásico del proceso de transmisión de mensajes se pueden identificar distintos tipos de comunicación, debido a que los emisores pueden ser tan variados como la información que se envía y los canales que se emplean.

A continuación, daremos un vistazo a la comunicación verbal y sus formas más comunes.

Comunicación verbal

Según Corbin (2016), la comunicación verbal se caracteriza por el uso de las palabras en la interacción entre el emisor y el receptor. Existen dos tipos, pues se las palabras o el lenguaje puede ser expresado de manera hablada o escrita:

- Comunicación oral: se realiza a través de signos orales o palabras habladas. Los gritos, el llanto o la risa también son comunicación oral.

- Comunicación escrita: se realiza a través de códigos escritos. Los jeroglíficos, alfabetos o logotipos también pertenecen a este tipo de comunicación.

La comunicación verbal puede ser explícita y evidente, dado que está regulada por una serie de normas que, aunque tardamos varios años en aprender, nos permiten transmitir unidades de significado relativamente claras y muchas veces concisas (Corbin, 2016).

Nuevas formas de comunicación

Para darle un vistazo a las nuevas formas de comunicación que se han desarrollado en los últimos años en nuestra sociedad, te invitamos a leer el siguiente artículo de Esther Paniagua (2017):

Las nuevas formas de comunicación que se han desarrollado e instaurado recientemente en las sociedades avanzadas, se basan en un modelo de comunicación en el que los interlocutores no están presentes físicamente en el mismo lugar cuando se comunican (chat, móvil), e incluso en algunas de ellas tampoco coinciden en el momento de comunicarse (mail, WhatsApp, mensajes de texto, etc.). Esto hace que el proceso de comunicación cambie frente a la comunicación presencial en la que los interlocutores tienen en común espacio y tiempo y por tanto que el propio proceso de comunicación cambie sensiblemente.

Como ventajas podemos enunciar la posibilidad de extender nuestra comunicación casi de forma ilimitada a cualquier persona, en cualquier lugar del mundo y en cualquier momento, lo cual es extraordinario, además, nos permite expresar pensamientos e ideas sin ser prejuzgados por nuestro aspecto externo, por nuestra forma de hablar o tono de voz (excepto en comunicaciones telefónicas), o incluso nuestro estado de ánimo, pues no se vislumbra tan fácilmente a través de estos medios.

Sin embargo, también tiene algunos inconvenientes, como perder efectividad en la comunicación al no poder apreciar o expresar el lenguaje no verbal, lo que da lugar a errores de interpretación. Para mitigarlo, utilizamos expresiones escritas (interjecciones) o iconos (emoticonos) que pretenden simular este lenguaje.

La paradoja de la evolución de los sistemas de comunicación nos lleva a que, partiendo de un modelo de no contacto entre los interlocutores, hemos ido avanzando hacia la simulación cada vez más real de este contacto y cabe preguntarse: ¿Por qué?

Probablemente porque el ser humano necesita el contacto, en muchas facetas de la vida, pero también en la comunicación con sus semejantes.

El gran reto está, por tanto, en reducir los inconvenientes sin renunciar a las ventajas que nos ofrecen estas nuevas formas de comunicarnos, es decir, en conseguir la comunicación global o universal sin renunciar a la humanidad de la misma.

Comunicación virtual

Definamos, en primera instancia, a qué nos referimos cuando hablamos de una comunicación de tipo virtual:

El término virtual hace alusión a la ausencia de un sustento material para el envío de un mensaje como puede ser, por ejemplo, una carta. También puede referirse a la falta de proximidad física entre emisores y receptores. (Raffino, 2020)

Para ampliar el contexto alrededor del cual definiremos este concepto, podemos definir la comunicación virtual como:

Un modo de comunicación que incluye el uso de la tecnología, el audio y el vídeo para comunicarse con personas que no están físicamente presentes ante nosotros.

La gente puede estar en la habitación de al lado, en la otra planta, en el barrio o incluso a kilómetros de distancia, aunque la comunicación virtual comenzó con la invención del teléfono, el advenimiento de las webcams, las videoconferencias y las comunicaciones instantáneas hicieron que la comunicación virtual fuera muy popular, hoy en día, usamos la comunicación virtual constantemente: en la familia, con los amigos y, por supuesto, en nuestras actividades profesionales, por citar sólo algunos ejemplos. (Moisés, 2019)

Concepto de comunicación sincrónica y asincrónica

Es importante entender la diferencia entre estos tipos de comunicación, ya que implican dos formas de intercambio de la información en función de la simultaneidad con la que se envía y ofrece el mensaje.

En este sentido, según explica Jesús Valverde (2002, citado en Mesa, 2018):

La comunicación sincrónica es aquella en la que los usuarios, a través de una red telemática, coinciden en el tiempo y se comunican entre sí mediante texto, audio y/o vídeo. Por ejemplo, en una video conferencia, los interlocutores implicados conversan al mismo tiempo, siendo necesario que, tanto emisor, como receptor se encuentren conectados al mismo tiempo.

Por el contrario, en la asincrónica, los participantes utilizan el sistema de comunicación en tiempos diferentes. Sería el caso del correo electrónico, por ejemplo, pues el receptor puede leer el mensaje en cualquier momento después de que el receptor lo envíe, sin que se produzca esa simultaneidad en la comunicación.

Tipos de comunicación sincrónica y asincrónica

No obstante, dentro de la comunicación sincrónica y asincrónica también podemos realizar una distinción. En concreto, según recoge Roberto de Miguel Pascual, en *Fundamentos de la comunicación humana*, los servicios que proporciona la comunicación en internet pueden agruparse en estas otras cuatro categorías:

- Comunicación asincrónica de usuario a usuario: cuando el contenido es enviado por un emisor a un receptor concreto, como ocurre con un SMS.
- Comunicación asincrónica entre múltiples usuarios: en el caso de que el mensaje esté dirigido a un grupo de personas, como es el caso de un foro de discusión en una página web.
- Comunicación sincrónica de usuario a usuario: si se trata de conversaciones personalizadas y simultáneas, como una llamada por Skype.
- Comunicación sincrónica de usuario a usuario: si se trata de conversaciones personalizadas y simultáneas, como una llamada por Skype. (Mesa, 2018)

Características de la comunicación virtual

La comunicación virtual y las comunidades que se conforman en torno a ellas se caracterizan por los siguientes rasgos:

- Se establecen vínculos de manera sincrónica y acrónica, esto quiere decir que puede ser una comunicación en tiempo real o en diferido.
- Se establecen vínculos de manera sincrónica y acrónica, esto quiere decir que puede ser una comunicación en tiempo real o en diferido.
- El intercambio de datos e información puede incluir los formatos más variados: texto, video, imagen, sonido, fotografía, etc.
- El intercambio de datos e información puede ser bidireccional o multidireccional, dependiendo de los casos.
- Las relaciones entre los miembros de la comunidad virtual tienden hacia la horizontalidad.
- Se produce (y se fomenta) el trabajo en equipo y colaborativo.
- Sus costos son muy bajos.
- Facilita el aprendizaje y promueve la democratización de la información.
- Fomenta la actitud activa de los actores. (Raffino, 2020)

Espacios de comunicación virtual: foros y redes sociales

Existen diversas formas de entablar comunicaciones virtuales, a continuación, describiremos los principales

Foros de discusión

Son espacios abiertos para la discusión de temas específicos, con el propósito de que grupos de intereses comunes interactúen intercambiando ideas, teorías y opiniones (Gómez, 2009).

A continuación, identificaremos algunas sugerencias de la OPS (2018), para diseñar foros virtuales.

- **Definición:** los foros virtuales representan una solución de encuentro a través de medios electrónicos en situaciones en las que los participantes no pueden reunirse personalmente y que los proyectos permiten debates asíncronos.
- **Objetivo:** los objetivos de un foro virtual están orientados a resolver problemas, crear ideas, distribuir conocimiento y/o desarrollar buenas prácticas Resultados esperados: Resolución de problemas · Creación de ideas · Distribución de conocimientos · Desarrollo de las mejores prácticas · Lecciones aprendidas · Reflexiones colectivas Premisas ·
- **Motivación:** se debe generar un ambiente abierto, libre, que estimule la creatividad y el intercambio libre de información y conocimientos, con fuerte compromiso personal y libertad de expresión ·
- **Definición de reglas:** deben generar el intercambio de ideas y no limitar o encasillar, sino promover la creatividad y la construcción de criterio.
- **Productividad:** entendida como un efecto secundario, no como un objetivo primario, dado que lo que se busca es aprender de la experiencia.
- **Autoevaluación del grupo:** deben generarse mecanismos que le permita al grupo autoevaluarse informalmente acerca del camino crítico que permitirá alcanzar los resultados planteados.

Herramientas de comunicación virtual

Conozcamos algunas herramientas de comunicación virtual con ayuda de las definiciones aportadas por Raffino (2020).

- **Videoconferencias:** son comunicaciones que se establecen a través de un video, de manera bidireccional y simultánea. Son herramientas muy utilizadas para concretar reuniones entre personas que se encuentran en diferentes lugares.
- **Correo electrónico:** se trata del envío y recepción de mensajes por medio de una red informática. Tiene una lógica muy similar a la del correo tradicional, con la ventaja de que es inmediato, muchas veces gratuito y simultáneo.
- **Wikis:** se trata de aquellas plataformas en las que su contenido se hace de manera colaborativa como resultado del trabajo en equipo. El ejemplo más común es Wikipedia, una enciclopedia que los mismos usuarios van haciendo y corrigiendo, para que pueda ser consultada por cualquier navegante.
- **Blogs:** es otro ejemplo muy común dentro de las comunicaciones virtuales, aquí su fundador plasma contenidos y sus lectores pueden valerse de él y comentarlo.
- **Chat:** comunicación escrita que se desarrolla en tiempo real a través del internet, es un modelo de comunicación sincrónico porque permite la comunicación instantánea entre los participantes, entre las aplicaciones más conocidas tenemos WhatsApp y Messenger.

Redes sociales

Según RD Station (2017):

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes, a través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas en forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

Veamos algunos tipos de redes con ayuda de *Social media family* (2020):

- **Tipos de redes sociales:** a pesar de lo que pueda parecer en un primer momento, no todas las redes sociales son iguales, aunque comparten un objetivo común (relacionar a dos o más individuos entre sí) o funcionalidades (todas permiten crear un perfil, compartir contenidos y generar nuestra propia comunidad).
- **¿Qué son redes sociales horizontales?**: son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin concreto. Los ejemplos más representativos son Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter...
- **¿Qué son redes sociales verticales?**: entendemos por redes sociales verticales aquellas cuya actividad gira alrededor de una temática determinada. Son redes mucho más restringidas que las generalistas, ya que algunas de éstas requieren 'invitación' para formar parte de ellas.

Su capacidad de influencia es enorme debido a que el público que las conforma está extremadamente segmentado y realmente interesado en los contenidos que en ellas se comparten. Algunas redes verticales son: TripAdvisor y Minube (viajes y turismo) o Periodistas por el Mundo (Periodismo).

- **Otras clasificaciones de redes sociales:** redes sociales académicas: Las redes sociales académicas le ayudan a conocer y contactar con otros investigadores, crear redes de colaboración, compartir sus publicaciones y conseguir mayor visibilidad para su trabajo. Ofrecen además indicadores que permiten medir el impacto tanto del autor como de sus publicaciones. (Guías bus, 2020)

Leer en la universidad

Lectura en lo digital

Desde enfoques socioculturales, la lectura se concibe como un proceso interactivo, social y discursivo; como una práctica letrada que implica la puesta en marcha de habilidades de procesamiento de la información, así como la ubicación en una situación comunicativa específica (Cassany & Ayala, 2008; Cassany, 2013).

En la lectura participa un sujeto –con conocimientos previos e intenciones–, un texto – con un propósito, estructura, género, soporte– y un contexto sociocultural que enmarca la práctica lectora, de esta manera, la lectura constituye una de las actividades de más alto nivel cognitivo y es una de las formas privilegiadas para el acceso a la información y la construcción del conocimiento.

El texto no se considera neutro, sino un artefacto social y político que evidencia de manera más o menos explícita las intencionalidades del autor. El lector, además de comprender e interpretar los contenidos, debe evaluarlos críticamente, asumir roles y construir una identidad, por lo que leer se convierte en un acto de ejercicio de poder (Cassany, 2009).

En el medio digital la lectura se transforma, esto no implica únicamente un cambio de superficie, sino una verdadera reconfiguración de los modos en que se puede acceder y relacionarse con los textos (Chartier, 1996; Scolari, 2004). Al respecto, Cassany (2013) indica que la característica más relevante de la lectura digital es la posibilidad de conectarse a Internet, pues estar conectado a la Red facilita el acceso inmediato a cientos de interlocutores y textos, así como a recursos sofisticados tales como diccionarios, bases de datos, traductores, redes sociales, entre otros.

De igual forma, leer en Internet incluye procesos que no estaban fuertemente marcados en la lectura en papel, entre ellos la búsqueda y selección de información (Coscarelli, 2009). En las bibliotecas, los textos han pasado por filtros. En la Red, los internautas se encuentran con infinidad de documentos que tienen niveles de confiabilidad distintos. Así, la lectura digital exige competencias en alfabetización informacional (navegar en la Red, seleccionar, comprender y usar de manera adecuada los textos), además de las competencias críticas que requiere la lectura en cualquier soporte (Cassany, 2013; Galindo, 2014).

Comprensión lectora

Se constituye en un proceso cognitivo que tiene como finalidad la búsqueda y reconstrucción del significado que implica el texto a partir de la puesta en marcha de estrategias de aprendizaje que activan los conocimientos conceptuales y de vocabulario del lector. De esta manera, los textos no son una estructura estática y lineal, por el contrario, poseen una estructura compleja que exige del lector una serie de competencias y/o habilidades para realizar una interpretación adecuada (Mayor, 1993, citado en Delgado, 2011).

¿Qué significa comprender un texto?

La comprensión es un hecho en el que interactúan un autor que es quien comunica unas ideas y un lector, quien interpreta el mensaje del autor. Para que dicha interacción sea posible, el lector debe activar los saberes que posee sobre el tema, las experiencias que ha adquirido a lo largo de su vida, el entendimiento que tiene de su lengua materna y la visión del mundo que ha configurado con sus conocimientos y experiencias. La comprensión de un texto o de un discurso oral siempre es un acto interactivo, no unidireccional en el que un emisor comunica algo que debe ser asimilado o entendido por otro. Para que haya una verdadera aprehensión, el texto debe ser interpretado en distintos niveles: literal, inferencial y crítico-valorativo. Comprender en los tres niveles mencionados necesita de un proceso

Por otra parte, los textos exigen un **comportamiento multinivel** de procesamiento de la información por parte del lector, es decir, el texto comporta niveles de lectura que exigen la aplicación de varios procesos cognitivos. (Kabalen, 1993)



- **Literal:** se considera como una primera entrada al texto donde se privilegia la lectura lineal o al pie de la letra, y se asigna a los diferentes términos y enunciados del texto su “significado de diccionario” y su función dentro de la estructura de una oración o de un párrafo (Pérez, 2003).

La lectura literal se constituye en la lectura predominante en el ámbito académico. Es el nivel básico de lectura centrado en las ideas y la información que está explícitamente expuesta en el texto. Este tipo de lectura es reconocimiento de detalles (nombres, personajes, tiempos y lugar del relato) y de la idea principal de un párrafo o del texto, identificación de secuencias de los hechos o acciones, y de relaciones de causa o efecto (razones directas relacionadas con hechos o sucesos del texto) (Durango, 2021).

- **Inferencial:** En este modo de lectura se relaciona información del texto para dar cuenta de una información que no aparece de manera explícita. Esta lectura supone una comprensión global del contenido así como de la situación de comunicación.

La lectura inferencial es la implícita del texto y requiere un alto grado de abstracción por parte del lector. Las inferencias se construyen cuando se comprende por medio de relaciones y asociaciones el significado local o global. Las relaciones se establecen cuando se logra explicar las ideas del texto más allá de lo leído o manifestado explícitamente, sumando información, experiencias anteriores, a los saberes previos para llegar a formular hipótesis y nuevas ideas. El objetivo de esta lectura es la elaboración de conclusiones y se reconoce por inferir detalles adicionales, ideas principales no explícitas en el texto, secuencias de acciones relacionadas con la temática, relaciones de causa y efecto (partiendo de formulación de conjeturas e hipótesis acerca de ideas o razones), predecir acontecimientos sobre la lectura e interpretar el lenguaje figurativo a partir de la significación literal del contenido.

- **Crítico:** Este tipo de lectura explora la posibilidad del lector de tomar distancia del contenido del texto y asumir una posición documentada y sustentada al respecto, supone por tanto, la elaboración de un punto de vista.

La lectura crítica es la lectura de carácter evaluativo donde intervienen los saberes previos del lector, su criterio y el conocimiento de lo leído, tomando distancia del contenido del texto para lograr emitir juicios valorativos desde una posición documentada y sustentada. Los juicios deben centrarse en la exactitud, aceptabilidad y probabilidad; pueden ser: de adecuación y validez (compara lo escrito con otras fuentes de información), de apropiación (requiere de la evaluación relativa de las partes) y de rechazo o aceptación (depende del código moral y del sistema de valores del lector) (Durango, 2021).

Estrategias de lectura

Para lograr un proceso realmente eficaz, reflexivo, crítico de lectura para aprender, es necesario, entonces, que el lector asuma el control, la supervisión y la evaluación permanentes de su propio proceso de comprensión. Y es aquí donde entran en juego las metacomprensivas (Mayor, 1993, citado en López 2004).

Veamos, a continuación, algunas de las etapas del desarrollo de la metacomprensión, de acuerdo a Celis, Ortega y Quevedo (2011):

- **Planificación – Antes de la lectura:** el lector debe tener claro el propósito de la lectura para poder establecer los objetivos específicos y anticipar las demandas de la tarea, así decidir qué se necesita hacer para desarrollarlo, qué estrategias usar, qué procedimiento seguir.
- **Supervisión durante el proceso de la lectura:** el lector debe enfocar selectivamente la atención, tomar notas, subrayar, hacerle preguntas al texto, tener conciencia de la posibilidad de fallas en la comprensión, asumir decisiones acerca de la necesidad o conveniencia de hacer los correctivos pertinentes.
- **Evaluación después del proceso de lectura:** determinar los logros obtenidos en relación con los objetivos establecidos, tanto en el nivel de comprensión como en la eficacia del procedimiento seguido (evaluación del producto, proceso).

Escribir en la universidad

La composición escrita se enmarca desde dos perspectivas: la primera se relaciona con la construcción de sentido y significado, es decir:

Se trata de un proceso que a la vez es social e individual en el que se configura un mundo y se ponen en juego saberes, competencias, intereses, y que a la vez está determinado por un contexto socio-cultural y pragmático que determina el acto de escribir: escribir es producir el mundo. (Ministerio de Educación Nacional, 1998)

Mientras que la segunda está relacionada con el componente técnico y lingüístico que le da forma y estructura al texto escrito.

- **Planificación:** consiste en generar una representación de aquello que se quiere plasmar en el escrito a partir de las siguientes preguntas: ¿Qué se va a decir? ¿Cómo voy a decirlo? ¿Para qué y para quienes? ¿Con qué finalidad, deseo o intención voy a hacerlo?

Además de realizar un esquema jerárquico sobre tema y subtemas que irán en el escrito. A partir de ello, se podrá identificar qué tipo de texto es el más adecuado para expresar lo que se desea (ensayo, reseña, cuento, carta, entre otros).

- **Textualización o transcripción:** inicia la creación de frases y párrafos que sean coherentes. Para ello, es importante tener en cuenta aspectos formales como el uso adecuado de los signos de puntuación, el vocabulario, los conectores, la ortografía, entre otros, que permitirán la claridad en el párrafo y, en general, el texto.
- **Revisión y edición:** estas dos actividades nos permitirán verificar y ajustar lo que inicialmente se escribió. La relectura como herramienta juega un papel muy importante ya que facilita detectar incoherencias, faltas de contenido, errores ortográficos, entre otros.

Tipología textual

Para este curso tomaremos como base la definición del Marco Común Europeo de Referencia, citado por Alexopoulou (2002,) que dice que un texto es “cualquier fragmento de lengua, ya sea un enunciado o una pieza escrita, que los usuarios o alumnos reciben, producen o intercambian”.

El modelo de Werlich (1975) propone una tipología basada en las estructuras cognitivas, a partir de la combinación de la dimensión cognitiva “modos de abordar la realidad” con la dimensión lingüística “modos de representar la realidad”, que reconoce la existencia de cinco tipos textuales básicos que se relaciona con las operaciones mentales y que denomina las bases textuales.

Para producir y analizar textos, es fundamental conocer las distintas tipologías textuales, es decir, las características y la estructura de un texto en particular. A continuación, veremos la estructura de los textos académicos expositivos y argumentativos, los cuales nos ayudarán a tener un mejor desempeño en nuestro rol como estudiantes.

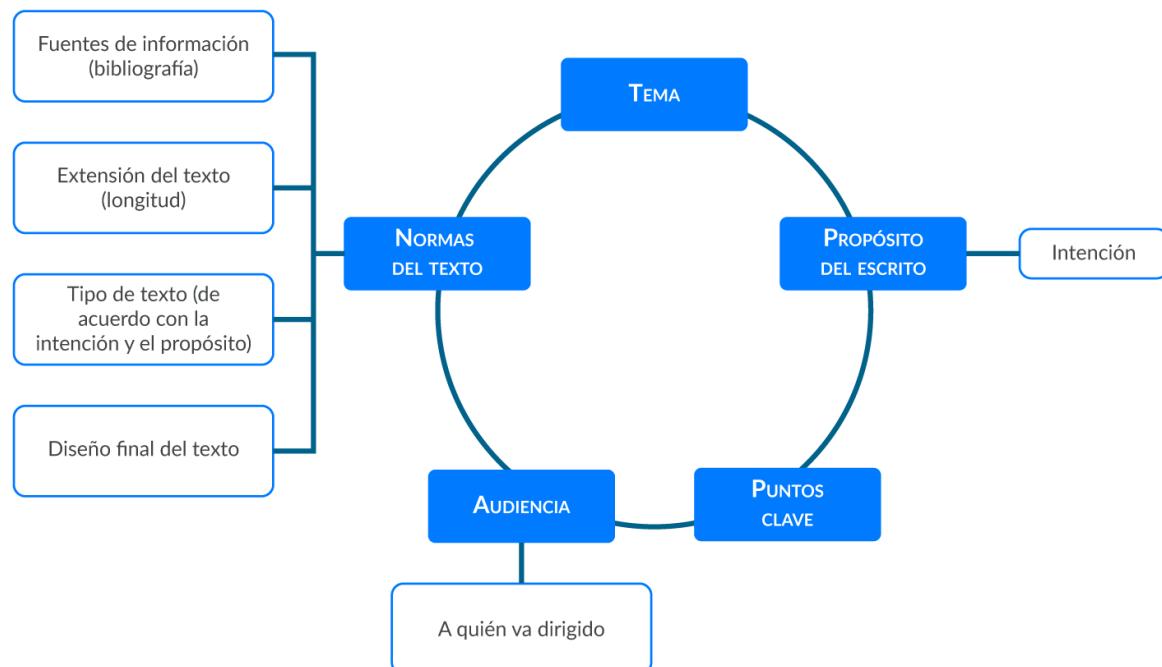
- **Texto narrativo:** tiene como propósito fundamental referir una secuencia de hechos que pueden ser reales (como los de una autobiografía o una crónica periodística) o ficticios (como los de una novela, cuento). Este tipo de texto está compuesto por un escenario y una trama o secuencia de episodios.
- **Texto expositivo:** los textos expositivos también conocidos como textos informativos tienen como finalidad informar sobre un tema de manera clara y ordenada.

Existen dos modalidades de textos expositivos:

- La modalidad divulgativa: tiene como objetivo presentar un hecho, un suceso o idea de interés general a un público no especializado y son una base para dar a conocer los avances que existen en las diferentes áreas del conocimiento.
- La modalidad especializada: tiene como objetivo presentar un tema muy concreto a un público especializado, por tanto, tienen un grado de dificultad alto, pues exigen conocimientos previos amplios sobre el tema en cuestión.
- **Texto argumentativo:** la argumentación es un modo del discurso que pretende conseguir la adhesión de un auditorio a las tesis que le presenta un emisor; o bien llevar al interlocutor a cierta conducta o cambio de creencia de manera respetuosa y pacífica, se utiliza normalmente para desarrollar temas que se prestan a cierta controversia.

Estrategias para la composición escrita

En el subprocesso de **planificación** es importante considerar la información del tema, el propósito y puntos claves, la audiencia y las normas del texto. Observa con atención el siguiente esquema.



Observemos en detalle en qué consisten los subprocesos de planificación de información. ¡Continuemos!

- **Información del tema:** se debe realizar una exploración del mismo, es decir, cuáles son mis conocimientos previos, dónde y qué cantidad de información sobre el tema puedo conseguir.
- **Audiencia:** es relevante identificar a que público va dirigido la composición escrita ya que de ello se desprende una serie de decisiones que repercutirán en la escritura del texto. Por ejemplo el uso del vocabulario, la cantidad de información que se va a dar, la forma en que redactamos el texto (de manera personal o impersonal), entre otros.
- **Propósito y puntos clave:** se centran en responder las siguientes preguntas ¿Para qué se escribe? ¿Qué intención se pretende conseguir: informar, persuadir, explicar? Y ¿Cómo lo escribo? De esta manera, podemos estructurar el texto. Además, debemos identificar cuáles son las ideas principales que queremos poner de relieve para lograr nuestro propósito.
- **Normas del texto:** una vez tengamos claro el propósito de la composición, pasamos a la selección del tipo de texto que más se adapta para la presentación de nuestras ideas. Para ello, es importante tener claro la estructura del texto seleccionado, las normas de escritura que comporta ese tipo de texto.

Habilidades comunicativas de escritura: El ensayo

El ensayo es una herramienta muy común para evaluar conocimientos. Se trata de la argumentación escrita de una idea mediante el desarrollo de una posición crítica y personal que soporte la tesis inicial.

Veamos, a continuación, algunas de sus características (Arenas et al., 2016):

- Brevedad: aunque no existe una extensión determinada, es preferible no sobrepasar las cuatro o cinco cuartillas.
- Delimitación: el tema del ensayo debe precisarse suficientemente antes de iniciar su redacción.
- Postura crítica: constituye el aporte principal del autor al debate y a la reflexión sobre el tema seleccionado. Por tanto, debe plantearse de manera entendible y precisa.

- Argumentación: otorga la solidez y fiabilidad requerida para sustentar la postura del autor o para contrastar las de otros autores.
- Variedad temática: el ensayo no se circumscribe a una disciplina en particular. Su radio de acción puede generarse desde cualquier área del conocimiento, de allí su carácter universal.
- Lenguaje: debido a su naturaleza personal, es aconsejable enunciar las ideas en un estilo creativo sin descuidar el rigor que debe caracterizar su estructura argumentativa.

Estructura

Estructura de un ensayo

Podemos definir un ensayo en tres partes según su estructura (Universia, 2020):

- **Introducción:** esta parte debe suponer aproximadamente el 10% de la extensión del ensayo y debe resumir a la perfección el tema que va a tratar el autor a lo largo del ensayo. En la introducción se plasmará la línea argumentativa que se va a llevar a cabo en el resto de partes del ensayo.
- **Desarrollo:** es la parte central del ensayo y, por ende, la que más extensión debe ocupar, concretamente alrededor del 80%. En esta parte al autor presentará sus ideas y argumentaciones citando para ello otros autores, revistas o libros de referencia en la temática escogida. Se presentarán las ideas principales y las argumentaciones que posicionan al autor en ese tema. Es importante que todas las explicaciones tengan relación entre sí y queden bien cohesionadas.
- **Conclusión:** el 10% restante de la extensión del ensayo corresponde a la conclusión. En esta parte, el autor debe resumir las ideas más importantes de todo el texto que ha escrito con anterioridad. Es más, deberá destacar las ideas que le ayudan a posicionarse para, así, saber fácilmente la postura del autor.

Habilidades comunicativas de escritura: El informe

El informe es un texto académico mediante el cual se describe a un profesor o superior las acciones y métodos llevados a cabo para cumplir con los objetivos trazados en una determinada actividad. Esta herramienta sirve de puente entre profesores y estudiantes para garantizar el entendimiento, facilitando la formación académica y profesional, ya que implica la validación de la teoría por medio de la práctica.

Veamos algunas de sus características y elementos de su estructura (Cabanillas, 2018):

- Es un texto expositivo
- Es un texto explicativo
- Tiene como propósito dar información sobre resultados de investigación.
- Se centra en un tema determinado
- Utiliza un lenguaje objetivo.
- Se escribe en tercera persona
- La estructura predominante es la enunciativa.
- En este tipo de textos también está presente una estructura argumentativa.
- En ellos también aparece la estructura descriptiva porque se describen hechos

Estructura

Una carátula

- Índice
- Introducción
- Desarrollo del tema
- Conclusiones
- Apéndice
- Bibliografía.

Habilidades comunicativas de escritura: La reseña

Concepto

La reseña es un texto breve que valora un producto cultural, científico o artístico, señalando los aspectos más destacados o deslucidos para brindar al lector una idea de lo que puede encontrarse.

Veamos, a continuación, algunas de sus características (Arenas et al., 2016):

- Utiliza un lenguaje entendible para cualquier lector y pertenece al género argumentativo.
- Informa de manera breve, clara y completa acerca de los aspectos más relevantes de la obra reseñada.
- Presenta una descripción y una valoración con argumentos.

- Contiene un análisis objetivo y serio de la información del producto reseñado.
- Contrastla la obra o producto cultural con otros, con el fin de hacer una valoración crítica.

Clases de reseña

En la academia se reconocen diferentes tipos de reseña que varían según el producto reseñado y la publicación en la que aparecen. La más común es la reseña bibliográfica, propia de los medios de comunicación.

Dentro de ésta se destacan:

Reseña informativa (expositiva o descriptiva): divulga el contenido de una publicación y ofrece una lectura superficial y general.

Reseña crítica o analítica: evalúa el contenido de una publicación y requiere una lectura minuciosa. Suele aparecer en publicaciones especializadas.

Organizadores gráficos: usos y apropiación

De acuerdo al IRIS Center (2021):

Un organizador gráfico, también conocido como una red o un mapa conceptual, puede ser un diagrama, un bosquejo o una gráfica en que los estudiantes organizan información. Usando los organizadores gráficos, los estudiantes pueden:

- Recoger información importante
- Organizar información
- Controlar información más fácilmente
- Ver relaciones entre ideas
- Entender, recordar y aplicar información más fácilmente.

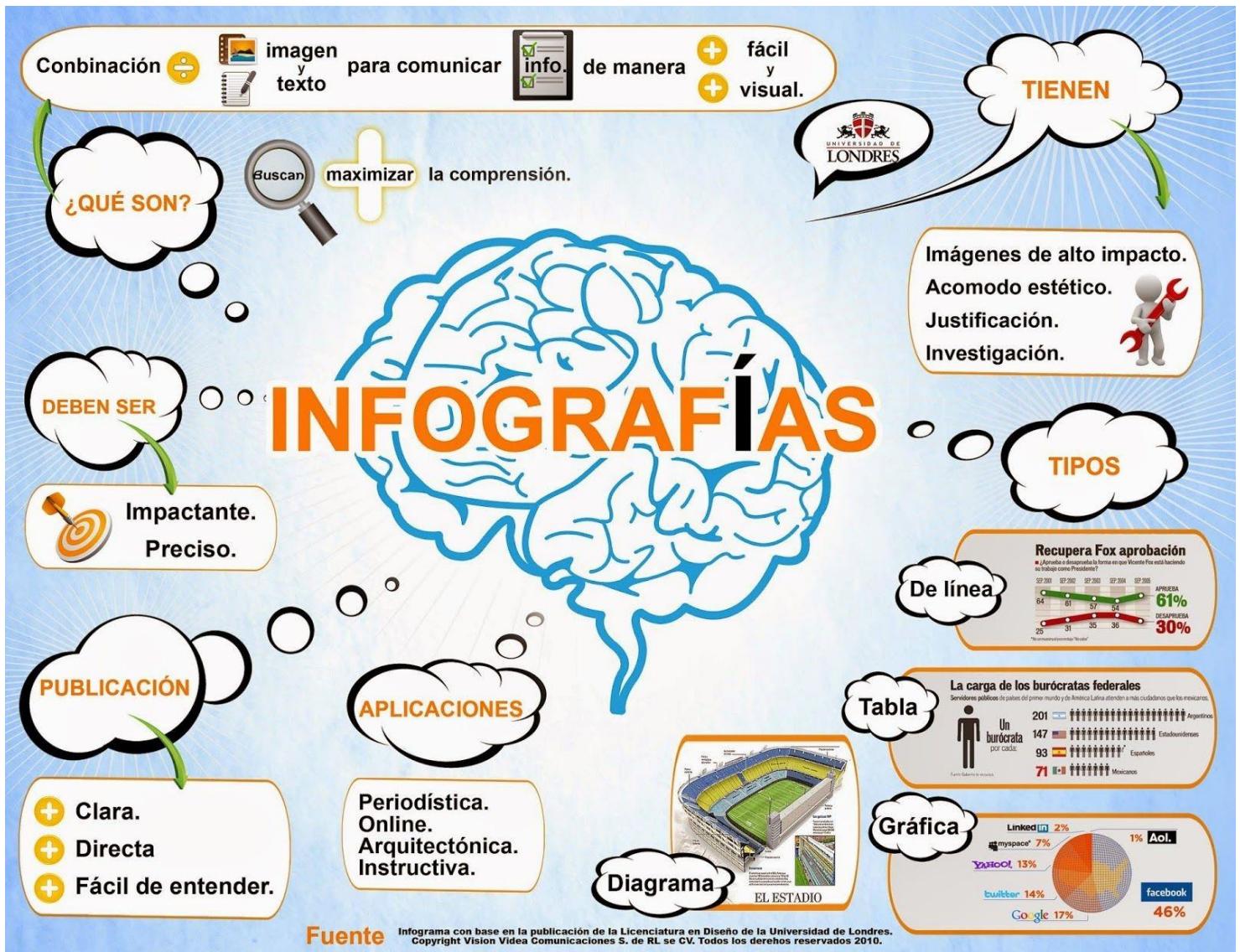
Principales:

- Mapas conceptuales
- Cuadro sinóptico
- Línea del tiempo
- Diagrama de flujo

Infografías

Según el Diccionario de Inglés de Oxford, una infografía (o gráfico informativo) es “la representación visual de información y datos”.

En este sentido podemos complementar que una infografía es una colección de imágenes, gráficos y texto simple (minimalista) que resume un tema para que se pueda entender fácilmente.



Unidad 2. Competencias informacionales

La importancia de la información

Sociedad de la información

El mundo como lo conocemos hoy se mueve entre datos, información y conocimiento. En ese sentido, te invitamos a realizar un recorrido conceptual para entender los nuevos retos y oportunidades que nos presenta la sociedad de la información y el conocimiento. Un ejercicio que será de gran ayuda para comprender mejor tu proceso de formación en la IU Digital.

Acceso a la información

Abordaremos nuestro primer tema sobre el acceso a la información, a partir de los siguientes elementos:

- 1.** La necesidad de información: qué es, por qué es importante buscar información, para qué sirve, cuándo buscar información, qué tiempo tengo para buscar información, el nivel de profundidad que se busca.
- 2.** Fuentes de información: ¿Qué es una fuente de información?
- 3.** Cómo buscar información: pasos para una adecuada estrategia de búsqueda (tema, idioma, área geográfica, fecha o periodo, entre otros).
- 4.** Truncamientos, conectores lógicos y ayudas para buscar información (comillas, porcentaje, signos y convenciones, etc.).
- 5.** Ejercicios prácticos sobre la elaboración de una estrategia de búsqueda.

Evaluación de la información

Debido a la gran cantidad de información disponible y a sus diferentes niveles de calidad y fiabilidad, se hace necesario evaluar la información recuperada.

Como no toda la información que se encuentra en Internet es exacta y no todos los sitios web, con independencia de su atractivo, son buenos; su evaluación es una actividad de gran importancia.

Para tu proceso de formación profesional, es muy importante que puedas entender, comprender e introyectar los elementos correctos para evaluar la información que vas a necesitar.

Principales fuentes de información de acceso abierto

Las bases de datos o fuentes de información de acceso abierto son aquellas que permiten consultar sin restricciones libros, documentos, artículos, capítulos, tesis, investigaciones u otro documento en formato electrónico en texto completo.

Algunas bases de datos que requieren pagos o registros incluyen resultados de acceso abierto, que pueden ser consultados por cualquier persona, en cualquier parte del mundo.

El objetivo principal de esta iniciativa es brindar mayor visibilidad a escala internacional de la investigación o conocimiento científico producido, ya sea en una región, país o institución académica, y de esta forma hacerlo más accesible.

En esta sección encontrarás bases de datos, repositorio, revistas e índices de acceso abierto o con modalidad híbrida entre publicaciones con algún costo y publicaciones en texto completo o enlazadas al texto completo. Estas fuentes de información están dirigidas a una o más áreas temáticas relacionadas con las disciplinas impartidas en la IU Digital.

Fuentes de información Open acces 

Google es la herramienta de búsqueda de información más común a nivel mundial, pero le falla la fiabilidad de la información que recupera, ya que Google indexa infinidad de sitios web sin tener en cuenta la veracidad de los contenidos, además muestra los resultados de las búsquedas en función de intereses propios (publicidad) y en función de su algoritmo para la ordenación de los resultados, la parecer de tipo comercial. Hechos que hacen que a la hora de realizar un trabajo o investigación sobre determinada área se pierda mucho tiempo en la compilación de información pertinente a nuestros intereses.

Afortunadamente existen bibliotecas que pueden darte realmente la información que necesitas, y también existen buscadores académicos, bases de datos científicas, portales científicos, publicaciones electrónicas de libre acceso (muchas de ellas) y que permiten localizar con una simple búsqueda la información que necesitas de manera fiable y segura.

SciELO – Scientific Electronic Library

Online (Biblioteca Científica Electrónica en Línea) es un modelo para la publicación electrónica cooperativa de revistas científicas en Internet. Especialmente desarrollado para responder a las necesidades de la comunicación científica en los países en desarrollo y particularmente de América Latina y el Caribe, el modelo proporciona una solución eficiente para asegurar la visibilidad y el acceso universal a su literatura científica, contribuyendo para la superación del fenómeno conocido como 'ciencia perdida'.



WorldWideScience.org es una puerta a la ciencia global compuesta de bases de datos y portales científicos nacionales e internacionales. Es multilingüe y proporciona en tiempo real la búsqueda y la traducción de la literatura científica globalmente dispersa.

<https://worldwidescience.org/>

<https://scielo.org/es/>

scielo.org/

Dialnet es una de las mayores bases de datos de contenidos científicos en lenguas iberoamericanas y cuenta con diversos recursos documentales: Artículos de revistas, Artículos de obras colectivas, Libros, Actas de Congresos, Reseñas bibliográficas, Tesis doctorales. El objetivo es integrar el mayor número posible de recursos, buscando en la medida de lo posible el acceso a los textos completos de los mismos, apostando claramente por el acceso abierto a la literatura científica.

<https://dialnet.unirioja.es/>



Imágenes tomadas de <https://www.engwing.com/>

DOAJ es un directorio en línea curado por la comunidad que indexa y proporciona acceso a revistas de alta calidad, acceso abierto y revisadas por pares. DOAJ es independiente.

14.756 Diarios

11.791 que se pueden buscar a nivel de artículo

133 Países

4.967.240 Artículos

Google Scholar (Google Académico)

proporciona una forma sencilla de buscar bibliografía académica. Puedes buscar a través de muchas disciplinas y fuentes: artículos, tesis, libros, resúmenes y opiniones... de las editoriales académicas, sociedades profesionales, depósitos en línea, las universidades y otros sitios web. Google Scholar te ayuda a encontrar trabajos relevantes dentro del mundo de la investigación académica

<https://scholar.google.es/>

New image

Microsoft Academic Buscador académico que permite navegar por áreas de conocimiento así como encontrar listas de autores, revistas y congresos. Incluye revistas de divulgación científica en sus resultados.

<https://academic.microsoft.com/home>

Springer Link proporciona a los investigadores acceso a millones de documentos científicos de revistas, libros, series, protocolos y obras de referencia. <https://link.springer.com/>

Imágenes tomadas de <https://www.engwing.com/>

BASE (Bielefeld Academia Search Engine), es uno de los motores de búsqueda más voluminosos del mundo, especialmente para los recursos web académico de acceso abierto, desarrollado por la Biblioteca de la Universidad de Bielefeld. BASE ofrece más de 80 millones de documentos de más de 4.000 fuentes. <https://www.base-search.net/>



New image

ScienceResearch.com es un motor que pone disposición del público su tecnología para buscar por la web profunda y devolver así resultados de calidad (en tiempo real) mediante la presentación de resultados de otros motores de búsqueda. Devuelve resultados de 300 colecciones de ciencia y tecnología, eliminando los resultados duplicados y mostrándolos por relevancia con respecto a la búsqueda. <https://www.scienceresearch.com/scienceresearch/desktop/en/search.html>



REDIB es una plataforma de agregación de contenidos científicos y académicos en formato electrónico producidos en el ámbito iberoamericano, relacionados con él en un sentido cultural y social más amplio y geográficamente no restrictivo <https://www.redib.org/>

Fotografías tomadas de <https://www.onawins.com/>

Uso de información

Una vez que hemos encontrado la información o conseguido los documentos que necesitamos, lógicamente, procedemos a utilizarla. En la universidad, la información y los documentos serán de utilidad para redactar algún trabajo o complementar nuestro aprendizaje.

Debemos seguir algunas recomendaciones para las tareas de aprendizaje y la elaboración de trabajos, las cuales podríamos llamar “buenas prácticas”, pues implican el adecuado manejo y aprovechamiento de la información ajena.

Además, de acuerdo con la estructura y formato de un trabajo académico, citaremos y presentaremos las referencias de los documentos usados.

Ese será el tema central del presente módulo.

Bibliografía

- Chartier, R. & Paire, A. (2012). Pratiques de la lecture. Plural Editores.
- Corbin, J. (2016). Los 28 tipos de comunicación y sus características. Psicología y mente. <https://psicologiamiento.com/social/tipos-comunicacion-caracteristicas> (Enlaces a un sitio externo.)
- Celis, R., Ortega, L. & Quevedo, A. (2011). Estrategias metacomprendas en estudiantes del curso virtual Habilidades de comunicación lecto-escrita. Corporación Universitaria Iberoamericana. <https://repositorio.ibero.edu.co/bitstream/001/544/1/Estrateg%c3%adas%20metacomprendas%20en%20estudiantes%20del%20curso%20virtuaI%20habilidades%20de%20comunicaci%c3%b3n%20lecto-escrita.pdf> (Enlaces a un sitio externo.)
- Durango, Z. (2021). La lectura y sus tipos. Corporación Universitaria Rafael Núñez. <https://www.curn.edu.co/clye/108-portal-palabras/lectura/896-lectura-y-sus-tipos.html> (Enlaces a un sitio externo.)
- García-Allen, J. (2016). Las 10 habilidades comunicativas básicas. Psicología y Mente. <https://psicologiamiento.com/social/habilidades-comunicativas-basicas> (Enlaces a un sitio externo.)
- Garrán, S. & Garrán, M. (2017). La comunicación oral. Actividades para el desarrollo de la expresión oral. Ogigia: Revista Electrónica De Estudios Hispánicos, (21), 47-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6301232> (Enlaces a un sitio externo.)
- Guías bus. (2020). Métricas alternativas: Redes sociales académicas. <https://guiasbus.us.es/metricas-alternativas/redes-sociales-academicas> (Enlaces a un sitio externo.)
- Gómez, A. (2009, 20 de marzo). Foros de discusión en línea. ICESI. <https://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2009/03/20/foros-de-discusion-en-linea> (Enlaces a un sitio externo.)
- Kabalen, D. (1993). Un modelo de comprensión de lectura aplicado a una clase de literatura [Trabajo de maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]. Archivo digital. <http://hdl.handle.net/11285/632351> (Enlaces a un sitio externo.)

- Klinkenberg, J. M. (1944). Manual de semiótica general. Universidad Jorge Tadeo Lozano. http://avalon.utadeo.edu.co/servicios/ebooks/manual_semiotica/files/assets/basic-html/toc.html (Enlaces a un sitio externo.)
- Lacau, M. (2003). Didáctica de la lectura creadora. El Mangrullo Ediciones. https://issuu.com/fellini2012/docs/didactica_de_la_lectura_creadora (Enlaces a un sitio externo.)
- Organización Panamericana de la Salud. (2018). Desarrollar foros virtuales de discusión. PAHO. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51540/Foros-virtuales2015_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y (Enlaces a un sitio externo.)
- Mesa, J. (2018). COMUNICACIÓN SINCRÓNICA Y ASINCRÓNICA: CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS. Grupo P&A. <https://blog.grupo-pya.com/comunicacion-sincronica-asincronica-conceptos-herramientas/> (Enlaces a un sitio externo.)
- Moisés. (2019). ¿Qué es la comunicación virtual? Faxvirtual. <https://www.faxvirtual.com/blog/comunicacion-virtual/> (Enlaces a un sitio externo.)
- Paniagua, E. (2017). El reto de las nuevas formas de comunicación. Conectia Psicología. <https://conectia-psicologia.es/el-reto-de-las-nuevas-formas-de-comunicacion/> (Enlaces a un sitio externo.)
- Polaino, A. (2008). Aprender a escuchar. Planeta Testimonio. https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/5264/1/Aprender_Aquilino_Polaino_2008.pdf (Enlaces a un sitio externo.)
- Raffino, M. (2020). Comunicación virtual. Concepto.de. <https://concepto.de/comunicacion-virtual/> (Enlaces a un sitio externo.)
- Ramírez, C., Mendoza, S., Acosta, M. & Moreno, J. (2015). Tejedores de comunicación: comprensión y práctica de la lectura académica en UNIMINUTO. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://bit.ly/2BMnAN1>
- Rivas, A. (2019). Normas APA: Guía completa. Normas APA. <https://normasapa.in/> (Enlaces a un sitio externo.)
- Robert, C. (2018). Los 5 pasos clave en la composición de un ensayo argumentativo. Geniolandia. <https://bit.ly/2CnSATT> (Enlaces a un sitio externo.)
- Sánchez, J. (2000). Estrategias de comprensión lectora. CARABELA, (48), 5-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7197317> (Enlaces a un sitio externo.)

- Social media family. (2020). Descubre todo sobre las redes sociales [2021]. <https://thesocialmediafamily.com/redes-sociales/> (Enlaces a un sitio externo.)
- Tabash, N. (2002). La lectura creativa propuestas para fortalecer la expresión escrita. Revista Electrónica Educare, (2), 99-111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4781216> (Enlaces a un sitio externo.)
- Tineo, A. (2018). Superestructura del texto argumentativo [video]. YouTube. <https://bit.ly/1nueBCx> (Enlaces a un sitio externo.)
- Tipos. (2018). Tipos de argumentos. <https://bit.ly/2oJAA60> (Enlaces a un sitio externo.)
- Udlap. (2018). Ejemplo de ensayo argumentativo. <https://bit.ly/2wN7kW4> (Enlaces a un sitio externo.)
- Vásquez, F. (2016). 500 conectores lógicos. Universidad de los Llanos. <http://bit.ly/2atzfiK> (Enlaces a un sitio externo.)
- Bibliografía complementaria
- Azpiazu, S. & Bregman, A. (productores). (2017). The Circle [película]. EuropaCorp
- Benítez, J. (2018). Ejemplo de ensayo argumentativo. Mil Ejemplos. <https://bit.ly/2wJB1kS> (Enlaces a un sitio externo.)
- Cañas, A. & Novak, J. (2009). Elaboración de mapas conceptuales. Cmap. <http://cmap.ihmc.us/docs/elaboracionmapaconceptual.php> (Enlaces a un sitio externo.)
- Centro Nacional de las Artes. (2016). Tutorial Uso de Padlet [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7ItedZf7vYw> (Enlaces a un sitio externo.)
- Cuervo, C. & Flórez, R. (2004). El regalo de la escritura. Universidad Nacional de Colombia.
- Plan Integral de Educación Digital. (2014). Tutorial Padlet. Aplicación online sencilla para crear tablones de anuncios o notas virtuales. Gerencia Operativa de Incorporación de Tecnologías (Intec). <https://bit.ly/2NgYZo6>

Esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de esta obra de manera no comercial y, a pesar que sus nuevas obras deben siempre mencionar a la IU Digital y mantenerse sin fines comerciales, no están obligados a licenciar obras derivadas bajo las mismas condiciones.

