



CID
COMPETENCIAS EN INFORMACIÓN DIGITAL

MANTENERSE ACTUALIZADA/O EN INFORMACIÓN CIENTÍFICA



Reconocimiento – NoComercial-CompartirIgual (By-ns-sa): No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

ÍNDICE

Para empezar	2
RSS (Really Simple Syndication)	2
Alertas y suscripciones	3
Webs, Blogs, Wikis	4
Foros y listas de distribución	4
Marcadores sociales	5
Preprints y Onlinefirst	6
Redes sociales verticales profesionales	6
Curación de contenidos (content curation)	7
Mantenerse actualizada/o en Geografía	9
Para finalizar	16

PARA EMPEZAR

La adquisición y uso de competencias informáticas e informacionales no concluye con la finalización de los estudios superiores.

Estas competencias y habilidades obtenidas hay que enmarcarlas dentro del aprendizaje continuo a lo largo de la vida (lifelong learning), tratándose por tanto, de un proceso cíclico y de actualización constante.

Uno de los objetivos del nivel avanzado de las CI2 es precisamente mantenerse actualizada/o en la información científica. Para ello contamos con diversas herramientas que facilitan esta tarea.

RSS (Really Simple Syndication)

La sindicación de contenidos es quizás la herramienta más comúnmente utilizada para estar al día de las últimas noticias o publicaciones en el ámbito de nuestro interés.

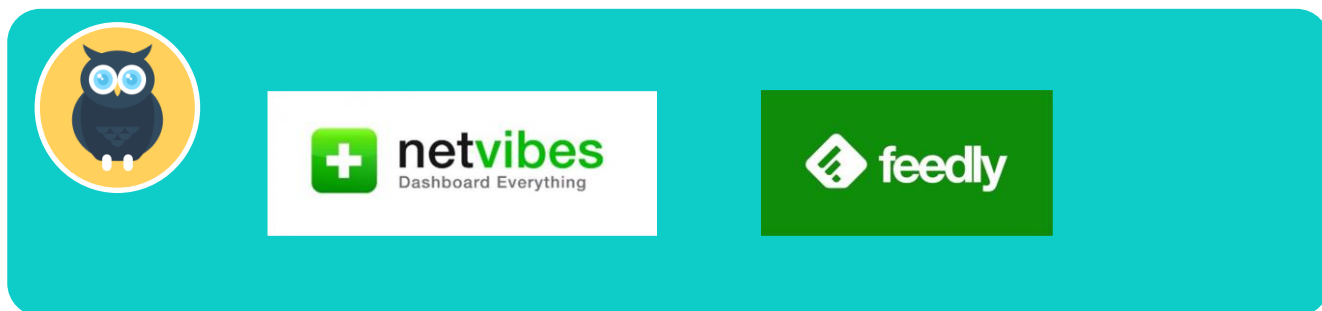


Prácticamente todas las webs y recursos de información disponen de un servicio de sindicación de contenidos que permiten recibir notificaciones cuando el contenido suscrito se actualiza.



Son programas de escritorio o sitios web (también para smartphones) que permiten visualizar de forma centralizada los canales suscritos en distintas fuentes, facilitando el acceso a los mismos sin necesidad de tener que visitar una a una las páginas webs suscritas.

Para facilitar la lectura de los canales suscritos mediante RSS es conveniente utilizar agregadores.

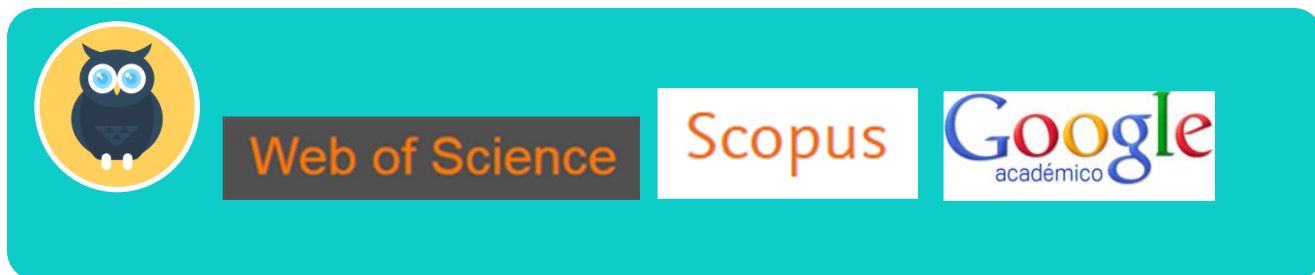


ALERTAS Y SUSCRIPCIONES

Los recursos de información tales como bases de datos, portales de revistas-e, sumarios-e, OPAC's... permiten suscribirse a sus servicios personalizados. Aunque no están disponibles en todos los recursos, los servicios principales que suelen ofrecer son:

- ◆ **Suscripciones (favoritos):** envía notificaciones al correo electrónico cuando se publica un nuevo contenido con los criterios seleccionados (un nuevo número de revista, nuevos documentos de una materia concreta,...).
- ◆ **Guardar búsquedas:** permite volver a ejecutar una búsqueda previamente guardada. En algunos casos se puede recibir en el correo de forma periódica, nuevo contenido publicado que coincida con los criterios de la búsqueda guardada (i.e. ScienceDirect).

En algunos recursos de información existe la posibilidad de crear **alertas de citas** que permiten recibir notificaciones cuando se publiquen documentos que nos citen, o bien cuando indexen un trabajo de nuestra autoría.

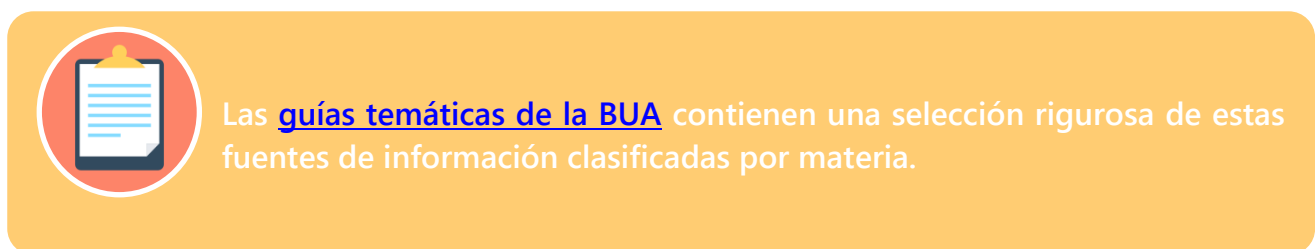


WEBS, BLOGS, WIKIS

Además de las fuentes de información científica más convencionales y académicas como bases de datos, portales de revistas-e..., existen otras con un carácter más independiente y abierto a la participación colectiva.

Estos recursos, salvo excepciones, son de acceso abierto y gratuito. Pertenecen a la llamada web 2.0 y permiten la participación colectiva en la creación de contenidos ya sea publicando comentarios, puntuando, recomendando, aportando conocimientos...

Son fuentes menos rigurosas en principio pero también más versátiles y dinámicas.



FOROS Y LISTAS DE DISTRIBUCIÓN

Los foros están orientados al debate o intercambio de opiniones mientras que las listas de distribución se encargan de la difusión de información relevante en un ámbito temático concreto.

En ambos casos suelen estar promovidos por asociaciones o colectivos profesionales.



MARCADORES SOCIALES



Un marcador social es un enlace a un recurso web que se desea compartir.

Las aplicaciones de marcadores sociales permiten a las usuarias y usuarios almacenar, compartir y clasificar enlaces en Internet, mediante etiquetas personalizadas (tags) que describen el contenido o materia del recurso compartido.

La información suele ser bastante relevante puesto que la clasificación y selección de recursos se realizan de forma manual.



Los marcadores sociales son especialmente interesantes para obtener información de grupos con intereses comunes en áreas temáticas concretas.



PREPRINTS Y ONLINEFIRST

Este apartado contempla otras alternativas para estar al día en la información más reciente. Dependiendo del recurso reciben denominaciones distintas aunque aquí se muestran las más comunes:

- ◆ **Pre-prints:** son documentos que están pendientes de revisión y que todavía no han sido publicados en una revista, pero están disponibles para su consulta en línea.
- ◆ **Onlinefirst:** son documentos ya revisados y pendientes de ser publicados formalmente en una revista. También son consultables en línea.

REDES SOCIALES VERTICALES PROFESIONALES

Consideramos redes sociales **verticales** a aquellas que versan sobre una temática concreta, a diferencia de las llamadas redes horizontales o generales (Facebook, twitter,..).

Los perfiles de usuarias y usuarios en estas redes verticales son más homogéneos y segmentados, al compartir intereses comunes en un campo concreto.

Las redes sociales **profesionales** son en definitiva redes verticales que están especializadas en el mundo laboral y de los contactos profesionales. Permiten interactuar y compartir conocimientos en el plano profesional/laboral con profesionales de diferentes ámbitos.



Para todos los ámbitos profesionales:



Para sectores concretos:



CURACIÓN DE CONTENIDOS (CONTENT CURATION)

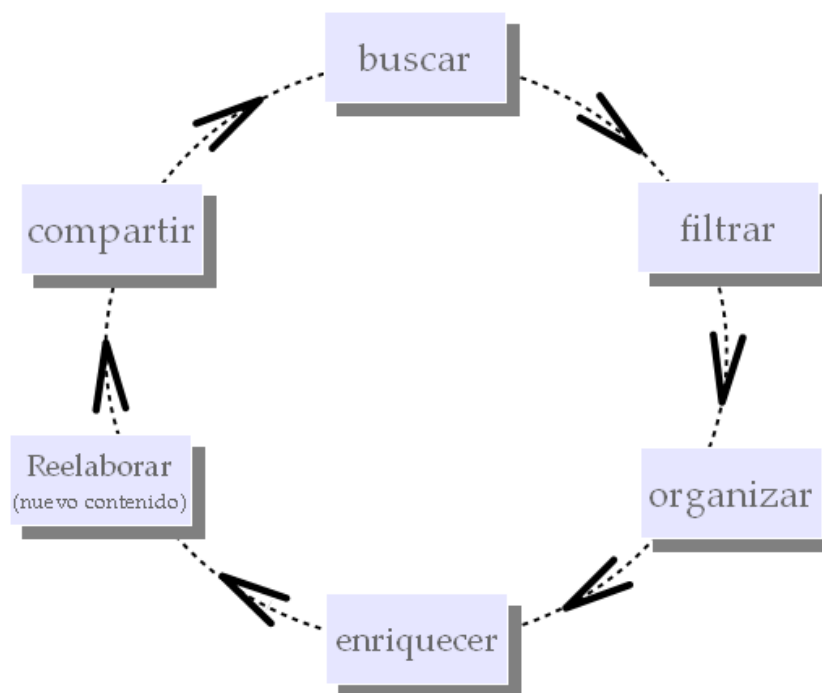
Aunque este apartado trata más aspectos que el tema que nos ocupa, puede ser de interés conocer de forma global otras fases que intervienen en el tratamiento de la información



La curación de contenidos tiene como objetivo fundamental filtrar la información relevante para la usuaria/o, con el propósito de recopilar, organizar y crear nuevo contenido para posteriormente difundirlo

Esta estrategia surge como respuesta a la ingente cantidad de información a la que tenemos que hacer frente en cualquier proceso de búsqueda.

El proceso de curación por tanto consta de diversas etapas:



En definitiva, las herramientas de curación de contenidos se encargan de filtrar y seleccionar información, devolviendo sólo aquello que nos sea útil en función de nuestros intereses.



Para buscar: permiten buscar y analizar, de manera simultánea y a tiempo real, en la web social (blogs, marcadores, redes sociales...).



Para filtrar: Automatiza acciones en canales y servicios web mediante condiciones. Herramienta muy potente para estar al día de la información publicada de nuestro interés, permitiendo automatizar envíos de información cuando se cumpla la condición puesta.



Para organizar: Red colaborativa de marcadores sociales para la organización de contenidos web



Para difundir: Creación de contenidos con formato de periódico online con una temática concreta a partir de contenidos recogidos y filtrados desde distintos canales (redes sociales, web, Youtube, RSS...)



MANTENERSE ACTUALIZADO EN GEOGRAFÍA

A continuación os presentamos una selección de recursos relevantes en esta disciplina.

BLOGS	
Título	Descripción
<u>Geografía Infinita</u>	El mundo y la geografía desde los datos, con la mirada puesta en España, Europa y Latinoamérica.
<u>Elcano Blog</u>	Plataforma de diálogo del equipo de investigación del Real Instituto Elcano. Ofrece sus contenidos por categorías como Cambio climático, Demografía, Energía, etc.
<u>National Geographic</u>	Portal del National Geographic. Contiene diferentes secciones: noticias, videos, fotografías, viajes, aventura, medio ambiente, etc.
<u>La Cartoteca</u>	La Cartoteca, blog sobre mapas y geografía.
<u>Geoperspectivas</u>	Espacio de comunicación que promueve la difusión de innovaciones en la Educación Geográfica.

LISTAS DE DISTRIBUCIÓN Y FOROS	
Título	Descripción
<u>SIG</u>	Lista de distribución sobre Sistemas de Información Geográfica y Cartográfica.
<u>UrbanRed</u>	Lista de distribución sobre Urbanismo y Ordenación del Territorio.
<u>ENP</u>	Lista de distribución sobre espacios naturales protegidos.
<u>Restauragua</u>	Lista de distribución sobre restauración de ecosistemas acuáticos continentales.
<u>ATLAS Information List</u>	Lista de distribución de la Association for Tourism and Leisure Education and Research mediante la cual se promueve el intercambio entre estudiantes y formadores.
<u>ARQUEOTUR-L</u>	Lista de distribución de la Red de Turismo Arqueológico. Iniciativa integrada en IBERTUR, destinada a investigadores y profesionales de universidades, administraciones públicas, entidades del tercer sector y empresas privadas.
<u>CEDERUL</u>	Lista de distribución dedicada al desarrollo rural en España, países del área mediterránea y países hispanoamericanos.

<u>CETS-ENP</u>	Lista de distribución: Carta europea del Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos.
<u>SOC-RURAL</u>	Foro de Investigaciones y Estudios Rurales.
<u>Foro Turismo y Excelencia</u>	Foro iniciativa del Master Propio en Dirección y Administración de Empresas Turísticas de la Universidad de Granada.
<u>GEORURAL-AGE</u>	Grupo de Geografía Rural de la AGE (Asociación de Geógrafos Españoles).
<u>Meteoclimatic</u>	Foro multidisciplinar en cuestiones meteorológicas y climáticas. Iniciativa del Grupo de Climatología de la Universidad de Barcelona.

REDES SOCIALES PROFESIONALES	
Título	Descripción
<u>Colegio de Geógrafos</u>	Colegio Oficial de Geógrafos de España en LinkedIn.
<u>TRINET</u>	Tourism Research Information Network. Su objetivo es promover el intercambio de información relevante para la investigación del turismo y para crear un lugar para el debate abierto sobre cuestiones relacionadas con la

	investigación y la educación turística. Se ha consolidado como la principal red de investigación turística.
<u>IGN</u>	Grupo en Facebook del Instituto Geográfico Nacional.
<u>Sictur</u>	SICTUR es un sistema de información que facilita la interacción de la comunidad científica y empresarial a nivel nacional e internacional identificando los diferentes agentes de investigación, los trabajos que se desarrollan y la gestión de procesos asociados a la investigación e innovación.
<u>Facultat de GiH (UB)</u>	Grupo en Facebook de la Facultat de Geografia i Història (Universitat de Barcelona).
<u>GEOUSAL</u>	Grupo en Facebook del Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca.
<u>Asociación AEPET</u>	Grupo en LinkedIn de la Asociación Española de Profesionales del Turismo.
<u>GeógrafosCV</u>	Grupo en Facebook del Col·legi de Geògrafs Comunitat Valenciana.
<u>AGE</u>	Grupo en Facebook de la Asociación de Geógrafos Españoles.

<u>AEMET</u>	Grupo en Facebook de la Agencia Estatal de Meteorología.
<u>Turismo para viajeros 2.0</u>	Red social del sector turístico desarrollada por <u>IEBS, Innovation & Entrepreneurship Business School</u> .

GUÍAS TEMÁTICAS	
Título	Descripción
<u>Guías temáticas</u>	Selección de recursos recopilados por la Biblioteca de Geografía en colaboración con el profesorado. Permite suscribirse a los canales RSS para conocer los nuevos recursos que se van incorporando. <ul style="list-style-type: none"> - <u>Guía temática de geografía</u> - <u>Guía temática de turismo</u> - <u>Guía temática de medio ambiente</u> - <u>Guía temática de aguas</u>

ALERTAS DE BÚSQUEDAS Y DE CITAS	
Título	Descripción
<u>Google Académico</u>	Google Académico o Google Scholar (versión inglesa) -Al realizar una búsqueda es posible automatizarla creando una alerta: Google Scholar guarda los términos de búsqueda y la realiza periódicamente, enviándonos

	<p>los resultados a nuestro correo electrónico.</p> <p>-Nos permite buscar las citas recibidas por un trabajo y crear alertas para saber cuándo recibe una nueva cita.</p> <p>-Las citas de Google Académico permiten que los autores realicen fácilmente el seguimiento de las citas de sus artículos o de cualquier autor. Puedes comprobar quién cita tus publicaciones, crear un gráfico de las citas a lo largo del tiempo y calcular varios tipos de estadísticas sobre las citas.</p>
<p><u>Social Sciences Citation Index</u></p>	<p>Base de datos que proporciona acceso a información bibliográfica tanto actual como retrospectiva, resúmenes de autor y referencias citadas encontradas en las publicaciones académicas líderes mundiales en el mundo de las ciencias sociales, cubriendo más de 50 disciplinas. Como usuarios registrados nos permite crear alertas:</p> <p>-Alertas de búsquedas: recibiremos vía correo electrónico notificaciones cuando un trabajo nuevo relacionado a un tema de nuestro interés se agregue a la base de datos.</p> <p>-Alertas de citas: si tengo interés en un trabajo específico y quiero estar enterado de las citas que este recibe, puedo activar una Alerta de Citas para recibir por e-mail.</p>
<p><u>Scopus</u></p>	<p>Herramienta de búsqueda de carácter multidisciplinar que permite la consulta y el acceso a las referencias bibliográficas de publicaciones periódicas procedentes</p>

	<p>de varios miles de editoriales.</p> <ul style="list-style-type: none">-Permite guardar búsquedas ya realizadas, ver nuevos resultados de una búsqueda o crear alertas o RSS.-Posibilidad de crear alertas por correo mediante la opción Set Alert: de búsquedas guardadas, de citas realizadas a un documento concreto y de citas a un autor concreto (My Scopus - Alerts).
--	---

PARA FINALIZAR

En esta unidad hemos visto algunas herramientas y utilidades que nos pueden ayudar en la tarea de permanecer actualizadas/os en información científica.

Las herramientas descritas son a modo representativo, en ningún caso se trata de una enumeración exhaustiva.

En definitiva, el objetivo de esta unidad es facilitar y ahorrar tiempo en la tarea de estar al día en un mundo tan cambiante como es el de la información científica.