



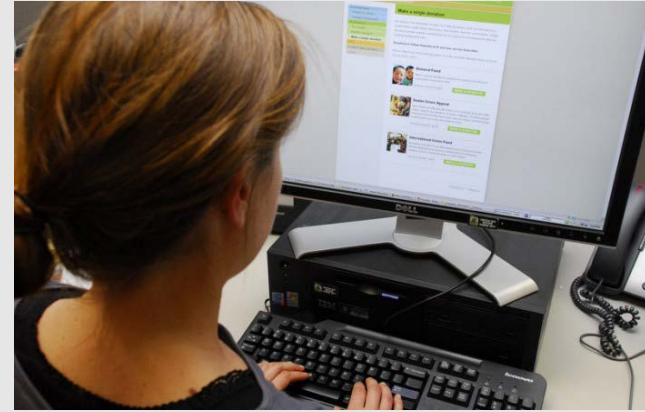
10ª Conferencia internacional sobre revistas científicas

Estrategias de las revistas para conseguir más citas

Guadalajara, 24 octubre 2019

Tomàs Baiget





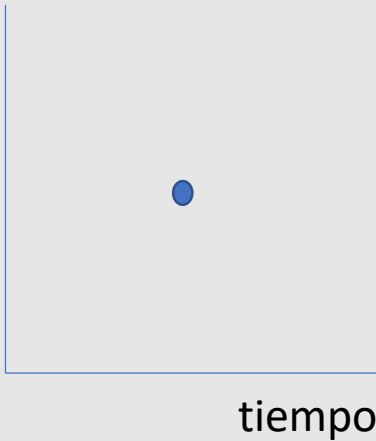
Autores y editores
tenemos un objetivo común:
= publicar buenos artículos que
luego reciban muchas citas.

Veamos algunas cosas que
pueden ayudar...

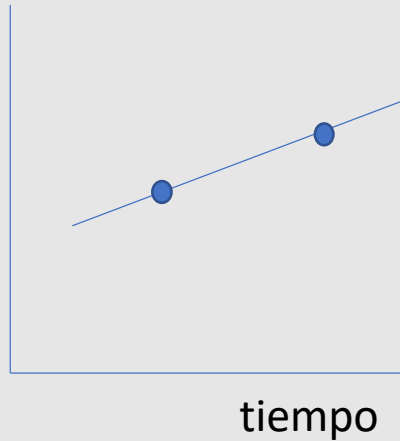
Factores que aumentan el número de citas

- Buena investigación innovadora
Estar atentos a "lo último"

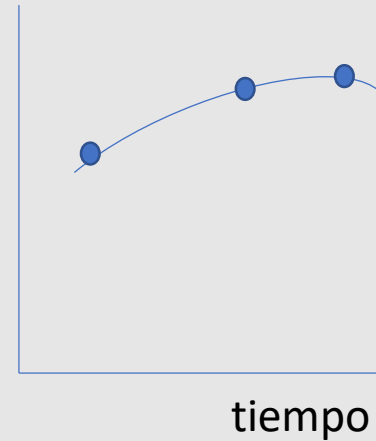
- No sólo “fotos” de un momento, sin continuidad y sin tendencias



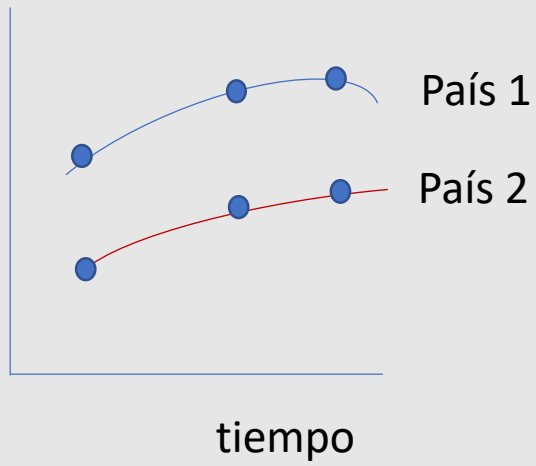
mal



bien



mejor



Y mucho mejor

Factores que aumentan el número de citas (cont.)

- Tipos de investigación

Revisión (*review*)



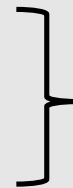
Metodologías



Teorías



Futuro, prospectiva
impacto, evolución...



Estudio internacional



Estudio local



Estudio de caso



Cuenta palitos



Factores que aumentan el número de citas (cont)































- Nivel de impacto (JIF, SJR, h...) de la revista donde se publica

Por ejemplo: en la *WoS*, $JIF = 4$

→ probabilidad de que el artículo reciba 4 citas al año

- Número de autores

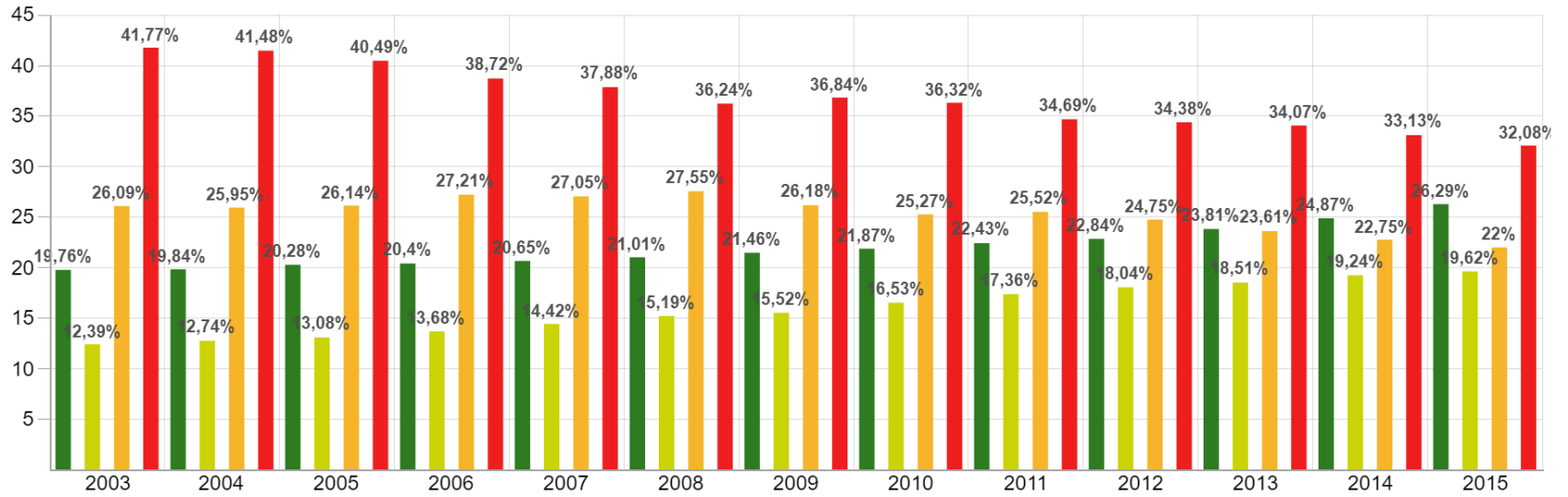
Scopus, 2014-2018, todas las materias

Authors	Documents	Cites per document ▼
1	 42157 (9.02 %)	 1.3
2	 53795 (11.51 %)	 3.65
3	 76343 (16.34 %)	 4.48
4	 75187 (16.09 %)	 5.22
5	 56609 (12.12 %)	 5.79
6	 44487 (9.52 %)	 6.01
7	 28054 (6 %)	 7.1
8	 19844 (4.25 %)	 7.41
9	 13735 (2.94 %)	 8.27
10	 10536 (2.26 %)	 8.66
11	 7261 (1.55 %)	 10.3
12	 5622 (1.2 %)	 11.11
13	 4252 (0.91 %)	 11.21
14	 3352 (0.72 %)	 13.14
>14	 25940 (5.55 %)	 25.85

- Número de instituciones diferentes de los autores

International International & National National Without collaboration

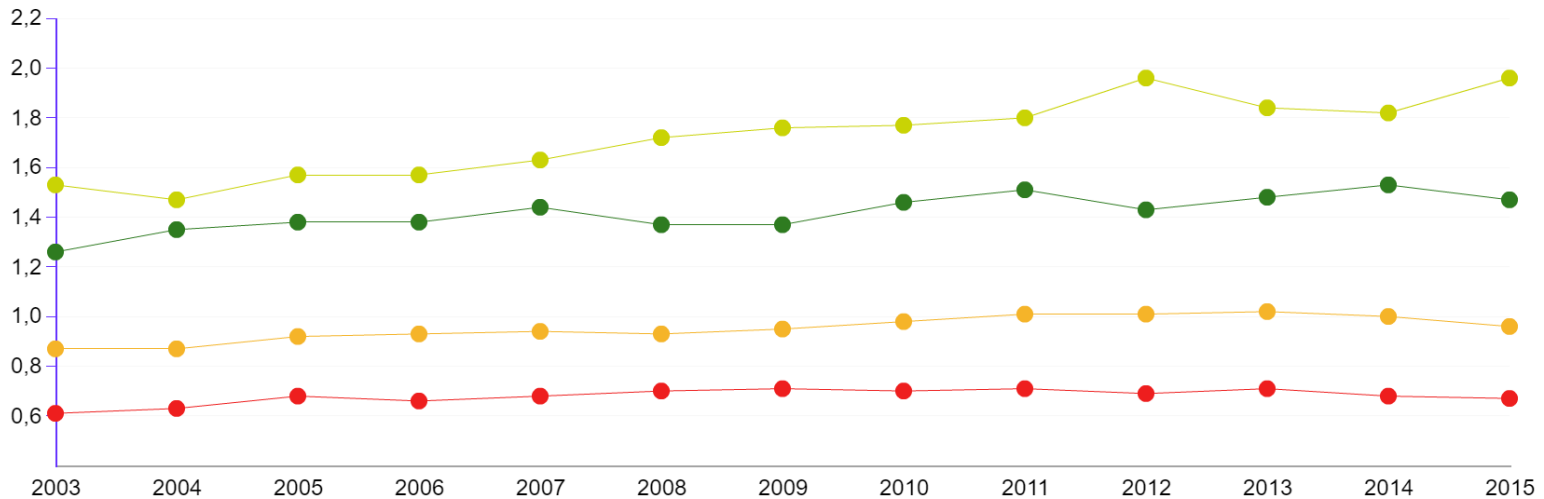
% artículos colaboración. Mundo



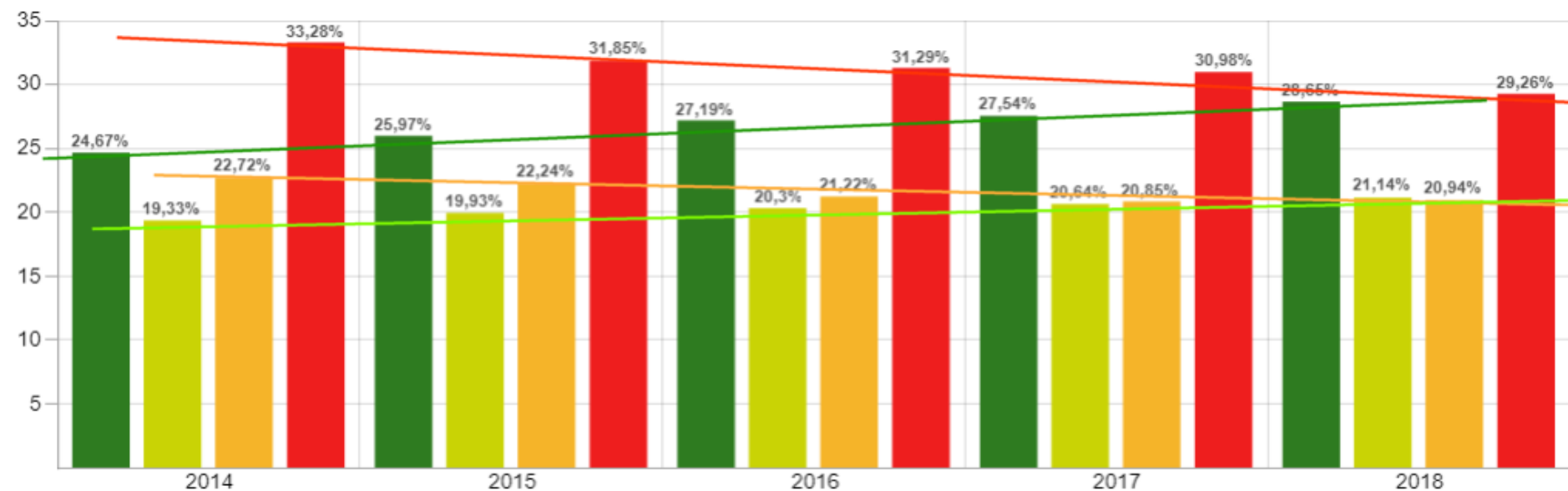
Normalized Citation relative to:

World Region

International International & National National Without collaboration



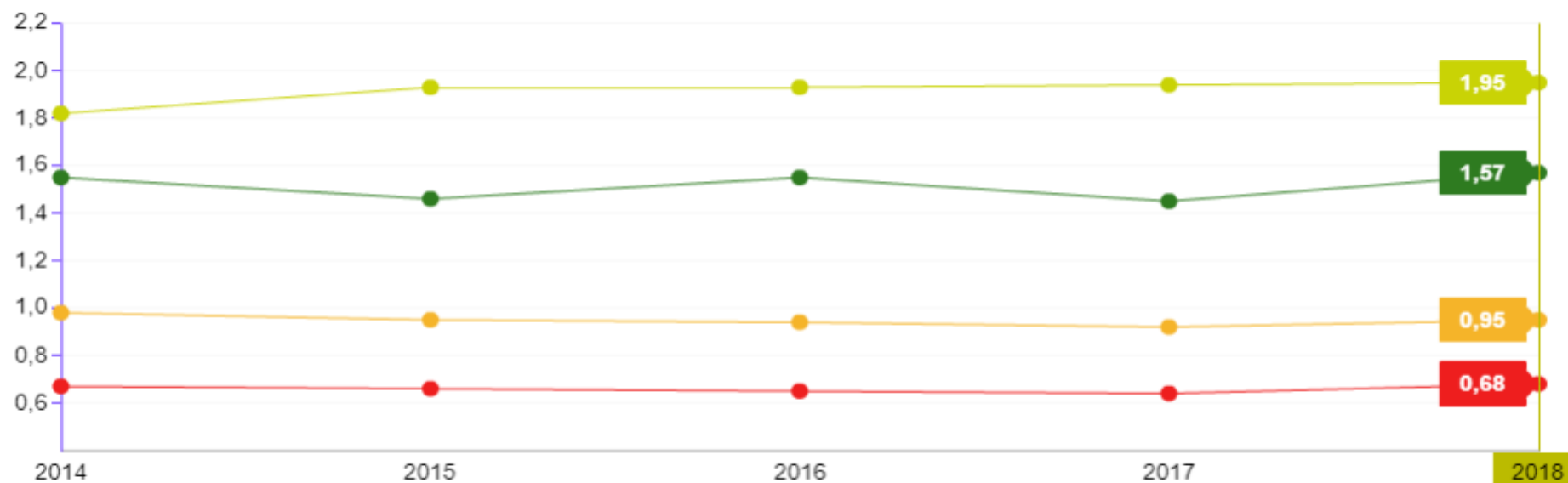
■ International
 ■ International & National
 ■ National
 ■ Without collaboration



Normalized Citation relative to:

World
 Region

■ International
 ■ International & National
 ■ National
 ■ Without collaboration



Título del artículo

-Más bien largo, sin palabras vacías

-Sin interrogantes ni admirativos

(además en español posible problema con ¿ y ¡)

-Sin guiones, ni cortos - ni largos —

Zhou, Zhi-Quan; Tse, T.H.; Witheridge, Matt (2019).

"Metamorphic robustness testing: Exposing hidden defects in citation statistics and journal impact factors". *IEEE Transactions on software engineering*.

<https://doi.org/10.1109/TSE.2019.2915065>

Resumen o *abstract*

- 250 - 300 palabras
- Redacción esmerada, sin *paja*.
- Que figuren todos los conceptos clave
- Con los **resultados** y **conclusiones**

Palabras clave

- **10 - 15** palabras clave
 - Repetir palabras del título
 - Poner sinónimos
 - Poner abreviaturas conocidas; considerar además su desglose
-
- ❖ Puede hallarse en la propia bibliografía
 - ❖ Los thesaurus pueden ayudar **pero no obligar**

Factores que aumentan el número de citas (cont.)

- Número referencias bibliográficas
- Extensión (número total de palabras)
- Acceso abierto (OA)
- Copias en webs, repositorios y redes sociales

Y llego...



Google Scholar ha "invadido" el mundo de la información científica, indexando

- documentos

- referencias citadas

Es una competencia a las bases de datos bibliográficas, incluidas

Web of Science y Scopus

Google Scholar no podía entrar en las revistas de suscripción,
pero desde hace 2 años **Crossref** ofrece gratis los metadatos de todos los artículos
= 110 millones de artículos

Gracias a esto, en 2018 aparecieron nuevas bdds como:


*Dimensions, Digital Science, Londres
Lens, Cambia y Queensland University of
Technology, Australia*

1findr, Canadá (comprado por Elsevier)

Summon, University of London

Scilit, MDPI, Suiza

Core, The Open University y Jisc, UK

 Si publicamos un artículo con doi
estará en estas bases de datos

Open... Ctrl+O

Organizer

Create PDF Portfolio

Find

Off-page SEO and link building: General

Document Properties

Description Security Fonts Initial View Custom Advanced

Description

File: 09

Title: Off-page SEO and link building: General strategies and authority transfer in the digital news media

Author: Carlos Lopezosa; Lluís Codina; Carlos Gonzalo-Penela

Subject: El profesional de la información, 2019, v. 28, n. 1, e280107.

Keywords: Digital news media; Online journalism; Digital journalism; SEO; Off-page SEO; Web positioning; Link building; Native advertising; Journalism ethics.

Created: 30/01/2019 21:56:41

Additional Metadata...

Modified: 13/04/2019 15:52:40

Application: Adobe InDesign CC 14.0 (Macintosh)

Advanced

PDF Producer: Adobe PDF Library 15.0

PDF Version: 1.4 (Acrobat 5.x)

Location: D:\0000-TEMPORAL\

File Size: 1,13 MB (1.185.923 Bytes)

Page Size: 8,27 x 11,69 in

Number of Pages: 13

Tagged PDF: No

Fast Web View: Yes



**Importancia para los autores
de las
referencias bibliográficas citadas**

Las referencias citadas cumplen una nueva función

Las referencias tienen que ser claras para que las bases de datos asignen correctamente las citas a los artículos y a sus autores.

De ello dependen los índices de calidad de las revistas (**SJR**, **JIF**...) y el **h** de los autores.

Debemos facilitar a *Google Scholar* que las indexe bien.



Abraham Mendoza

[FOLLOW](#)

Universidad Panamericana, México

Verified email at up.edu.mx

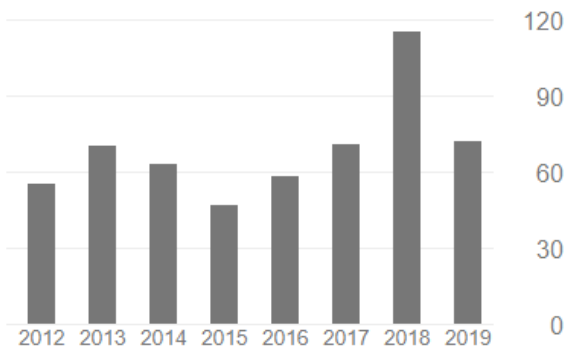
[Supply Chain Optimization](#) [Inventory Theory](#) [Transportation](#)

Cited by

[VIEW ALL](#)

	All	Since 2014
Citations	629	426
h-index	12	12
i10-index	14	13

TITLE	CITED BY	YEAR
A three-phase multicriteria method to the supplier selection problem A Mendoza, E Santiago, AR Ravindran International Journal of Industrial Engineering 15 (2), 195-210	91	2008
Incorporating quantity discounts to the EOQ model with transportation costs A Mendoza, JA Ventura International Journal of Production Economics 113 (2), 754-765	89	2008
An effective method to supplier selection and order quantity allocation A Mendoza, JA Ventura IIE Annual Conference. Proceedings, 1	85	2006
A serial inventory system with supplier selection and order quantity allocation A Mendoza, JA Ventura European Journal of Operational Research 207 (3), 1304-1315	65	2010
Analytical models for supplier selection and order quantity allocation A Mendoza, JA Ventura Applied Mathematical Modelling 36 (8), 3826-3835	56	2012
A serial inventory system with supplier selection and order quantity	54	2016



Current edition

Universities: January 2019
Edition 2019.1.2

About Us

- [About Us](#)
- [Contact Us](#)

About the Ranking

- [Methodology](#)
- [Objectives](#)
- [FAQs](#)
- [Notes](#)
- [Previous editions](#)

Resources

- [Best Practices](#)



<http://www.scimaqo.es/>

Newsletter

E-MAIL *

Subscribe



Rankings of Google Scholar Profiles by country

According to their [Google Scholar Citations](#) public profiles

RANKING WEB OF RESEARCHERS



Isidro F. Aguillo

We introduced a new project, the ranking of scientists based on their performance (h index; citations) **Scholar Citations** public profiles. Several countries are already available and new ones are being prepared.

These Rankings are **BETA** versions, not to be used for official purposes. The lists only include the profiles that have voluntarily set up profiles in the **Google Scholar Citations** database. The value of the indicators are only as marked and they are not updated automatically. For more info, please visit the ranking pages by country provided below:

WORLD

[Top Scientists \(h>100\)](#) ^{UPDATE} Apr'19
[Top 1000 Scientists \(Citations\)](#) Aug'17

SELECTED TOPICS

[Nanoscience & Nanotechnology](#) Nov'17

LATIN AMERICA

Argentina Nov'16	Chile Nov'16	Uruguay Nov'16	Bolivia Nov'16	Paraguay Nov'16
Peru Aug'17	Ecuador Nov'16	Colombia Feb'17	Venezuela Nov'16	
Panama Nov'16	Costa Rica Nov'16	Honduras Nov'16	Nicaragua Oct'16	El Salvador Nov'16
Mexico Nov'16	Guatemala Nov'16	Cuba Oct'16	Dominican Republic Nov'16	Puerto Rico Nov'16

EXTERNAL SITES

[Greece \(1\)](#)
[Greece \(2\)](#) [Ukraine](#) [Tunisia](#)

SPAIN ^{UPDATE} Feb'19

[I: From 1 to 5000](#) [II: From 5001 to 9999](#) [III: From 10001 to 15000](#) [IV: From 15001 to 19996](#)
[V: From 20001 to 25000](#) [VI: From 25007 to 29990](#) [VII: From 30007 to 34984](#) [VIII: From 35006 to 39963](#)
[IX: From 40015 to 44064](#) [X: From 45023 to 49077](#) [XI: From 50001 to 54845](#) [XII: From 55017 to 60262](#)

ANÁLISIS

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN EL PERIODISMO

The impact of social media on journalism

Francisco Campos-Freire, José Rúas-Araújo, Xosé López-García y Valentín-Alejandro Martínez-Fernández



Francisco Campos-Freire es doctor por la *Universidad de Santiago de Compostela (USC)* y profesor de su *Facultad de Ciencias de la Comunicación* desde 1991. Es miembro del *Grupo de Novos Medios de la USC*, coordinador de la *Red Internacional de Investigación de Gestión de los Medios de Comunicación (R2014/026 Xescom)* e investigador del *Programa Prometeo (2014-2016)* de la *Senescyt* en las *Universidades Técnica Particular de Loja* y *Pontificia Católica de Ibarra* en Ecuador. <http://orcid.org/0000-0003-1831-1838>

Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación
Avda. Castelleo, s/n. 15705 Santiago de Compostela, España
francisco.campos@usc.es



José Rúas-Araújo es profesor titular de la *Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación* de la *Universidad de Vigo* y coordinador del grupo de investigación *Necom: neurocomunicación, publicidad y política*. Sus ámbitos de investigación son la comunicación política, electoral e institucional y las neurociencias aplicadas a las ciencias sociales y la persuasión. <http://orcid.org/0000-0002-1922-9644>

Universidad de Vigo, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Campus A Xunqueira, s/n. 36003 Pontevedra, España
joseruas@uvigo.es



Xosé López-García es catedrático de periodismo en el *Departamento de Ciencias de la Comunicación* de la *Universidad de Santiago de Compostela*, doctor en historia y periodista. Coordina el grupo de investigación *Novos Medios*. Entre sus líneas de investigación están el estudio de los medios digitales e impresos, el análisis del impacto de la tecnología en la comunicación mediada, el análisis del funcionamiento de las industrias culturales, y la estrategia combinada de productos impresos y online en la sociedad del conocimiento. <http://orcid.org/0000-0002-1873-8260>

Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación
Avda. Castelleo, s/n. 15782, Santiago de Compostela, España
xose.lopez.garcia@usc.es



Valentín-Alejandro Martínez-Fernández es licenciado en ciencias de la información por la *Universidad Complutense de Madrid (UCM)* y *Master MBA en dirección y administración de empresas* por la *Universidad de A Coruña (UDC)*. Doctor en ciencias de la información por la *UCM*, es profesor titular de universidad en la *Facultad de Ciencias de la Comunicación* y en la *Facultad de Economía y Empresa* de la *UDC*. Ha sido director del diario *El ideal gallego* y directivo en otras empresas informativas. Es autor de artículos sobre medios de comunicación y estrategias de comunicación. Investigador del *Programa Prometeo (2015-2016)* de la *Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación* de la República del Ecuador, en la *Universidad Técnica Particular de Loja*. <http://orcid.org/0000-0003-0069-675X>

Universidad de A Coruña, Facultad de Ciencias de la Comunicación
Campus de Elniña, s/n. 15071 A Coruña, España
valajond@udc.es

Resumen

Metamedios y redes de valor son dos conceptos emergentes en el actual sistema de comunicación. El primero se refiere a la transformación informática de los procesos y contextos mediáticos, tanto de producción como de uso de los medios;

Francisco Campos-Freire, José Rúas-Araújo, Xosé López-García y Valentín-Alejandro Martínez-Fernández

y el segundo al sistema que valoriza los flujos de información, conocimiento y relaciones sociales de la comunicación. La revolución de los metamedios y las redes digitales es bien patente en los nuevos usos de las personas, las organizaciones y las estructuras de los medios tradicionales de comunicación. Y éstos ponen las redes –Twitter, Facebook y YouTube principalmente– en el objetivo de la aportación de valor, como se ve en los datos y análisis que se presentan en este artículo. Se ofrecen los resultados del *Barómetro de gestión de medios*, una encuesta realizada a finales de 2015 a 300 empresas de comunicación de España sobre su transformación metamedia y el uso de las redes sociales digitales.

Palabras clave

Metacomunicación; Metamedios; Medios tradicionales; Redes sociales digitales; Redes de valor; *Barómetro de gestión de los medios de comunicación*.

Abstract

Metamedia and value networks are two emerging concepts in the communication area. The first one refers to the computing transformation of media processes and contexts, both in production and use of the media; the second one relates to the system encouraging information flows, knowledge, and communication social relationships. The revolution of metamedia and digital networks is to be seen in the way people use and consume information, as well as organizations and traditional media outlets. They understand the networks –mainly Twitter, Facebook, and YouTube– as the main value providers, as the present study concludes. This work offers the results of the *Media management barometer*, a survey undertaken at the end of 2015 and administered to 300 Spanish media companies to check their metamedia transformation and the use of digital social networks.

Keywords

Meta-communication; Metamedia; Traditional media; Digital social networks; Value networks; *Media management barometer*.

Campos-Freire, Francisco; Rúas-Araújo, José; López-García, Xosé; Martínez-Fernández, Valentín-Alejandro (2016). "Impacto de las redes sociales en el periodismo". *El profesional de la información*, v. 25, n. 3, pp. 449-457.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>

1. Introducción

Los metamedios impulsan la revolución digital. Así lo indican los resultados de la encuesta del *Barómetro de medios de 2015*, realizado por la *Red Internacional de Investigación de la Gestión de la Comunicación (Xescom)*, constituida por cuatro grupos de investigación de las universidades públicas de Galicia, y que agrega también a otros diez equipos de España, Portugal, Brasil, Ecuador y México.

El objeto de estas investigaciones es desentrañar conceptos y estudiar los cambios que se están produciendo tanto en la gestión de los procesos, contextos y estructuras de la comunicación como en el uso de los productos de las mismas. Escogimos los metamedios y las redes digitales porque son, sin duda, aspectos centrales de los procesos de transformación que están experimentando los medios tradicionales de comunicación, en particular, y las organizaciones sociales, en general. Por eso planteamos en el *Barómetro de gestión medios de comunicación* las siguientes preguntas:

- ¿Cree que las redes sociales digitales han cambiado los medios de comunicación tradicionales?
- ¿Cuál de las redes sociales digitales cree que le aporta o puede aportar en el futuro más valor a su medio y/organización de comunicación?
- ¿Cree que las redes sociales están cambiando o cambiarán en el futuro inmediato el periodismo?

2. Metodología

La metodología de elaboración del *Barómetro de medios* se basa en una encuesta de una muestra aleatoria de 300 empresas representativas de la diversidad del sector (prensa, radio, televisión y medios digitales), y en el análisis de los resultados de doce cuestiones por parte de un grupo de expertos en cibermédios de la *Red Xescom*. El perfil empresarial de la muestra es de un 49,1% de organizaciones de menos de 10 empleados, un 37,7% de 10 a 49, un 9,4% de 50 a 250, y un 3,8% de más de 250.

La fiabilidad y validez de los instrumentos y las medidas quedan establecidas en base al procedimiento estadístico para este tipo de investigaciones. De acuerdo con los resultados (de las 300 respondieron 106), el margen máximo de error sobre el total de la muestra es del 9% (2sigma), lo que ha permitido trabajar con datos fiables en la segunda parte, en el análisis de resultados y su posterior interpretación.

La hipótesis de la que se ha partido consiste en el reconocimiento por parte de los responsables de los medios de comunicación de la importancia creciente del papel de los metamedios a la hora de alimentar redes de valor en el actual modelo de la sociedad en red. El objetivo prioritario del apartado del *Barómetro* recogido en este artículo tenía como finalidad medir la opinión sobre el cambio que han impulsado las redes en los medios tradicionales. Conocer el punto de vista sobre el uso de las redes para conservar y

MLA (Modern Language Association)

Campos-Freire, Francisco, José Rúas-Araújo, Xosé López-García, and Valentín-Alejandro Martínez-Fernández.

“Impacto de las redes sociales en el periodismo.” *El profesional de la información*, vol. 25, no. 3, 2016, pp. 449-457. Available on: <http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2016/may/15.html>.

Accessed 20 April 2019

Chicago

Campos-Freire, Francisco, et al. “Impacto de las redes sociales en el periodismo.” *El profesional de la información* 25, n. 3 (2016): 449-457.

<https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>.

pervisado”, en *Congreso Internacional de Multimedia*, Bogotá, 2017.

- [13] C. Spinola *et al.* “Image processing for surface quality control in stainless steel production lines”, en *IEEE International Conference on Imaging Systems and Techniques*, Thessaloniki, 2010, pp. 192-197. <https://doi.org/10.1109/IST.2010.5548466>

<https://doi.org/10.1109/>

- [14] M. Sharifzadeh, S. Alirezadeh, R. Amirfattahi, y S. Sadri, “Detection of steel defect using the image processing al-

- Echeverría, C. (2015). La milicia de Misrata. *Documento de Investigación 03 Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE)*.
- _____. (2016). Los actores Tubu y Tuareg en el convulso sur profundo de Libia. *Documento de Investigación 04 Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE)*.
- Easton, D. (1957). An Approach to the Analysis of the Political Systems. *World Politics*, 9 (3), 383-400.
- _____. (1997). *Enfoques sobre teoría política*. Buenos Aires: Prentice Hall Inc.
- _____. (1999). *Esquema para el análisis político*. Buenos Aires: Amorrurto Editores.
- Feliu, L. (2013). Islam político en Libia: elitización y vanguardia. En F. Izquierdo (Ed.), *El islam político en un contexto de revueltas* (pp. 233-268). Barcelona: Cidob Bellaterra
- _____. (2013). Reconstitución del islam político libio en un contexto de revuelta. *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, (15), 115-133.

Calderón, D. (2012). El lenguaje en las matemáticas escolares. En D. Calderón (ed.), *Perspectivas en la didáctica de las matemáticas* (pp. 79-107). Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Da Silva, T. (1999). *Documento de identidad. Una introducción a las teorías del currículo*. Brasil: B. Horizonte.

Díaz, M. (1995). Aproximaciones al campo intelectual de la educación. En: J. Larrosa (ed.), *Escuela, poder y subjetivación* (pp. 333-359). Madrid: La Piqueta.

Dussel, I. (2001). La formación de docentes para la educación secundaria en América Latina. Perspectivas comparadas. En: C. Braslavsky, I. Dussel y P. Scaliter (eds.), *Los formadores de jóvenes en América Latina. Desafíos, experiencias y propuestas* (pp. 10-76). Uruguay: Unesco

Echeverri, J. y Zambrano, I. (2013). Un campo conceptual y narrativo de la pedagogía. En: Y. Pedraza y O. Pulido (ed.), *Memorias del III Congreso Nacional y II Internacional de Investigación y Pedagogía. La educación del siglo XXI: ser, saber y producir en la incertidumbre y el caos* (pp. 177-182). Tunja: UPTC. Recuperado

matemáticas. *Revista Horizontes Pedagógicos*, 18(1), 110-125.

Gil-Chaves, D. (2016). *Una perspectiva sistémica para el estudio de los programas de formación de profesores de matemáticas*. Proyecto doctoral aprobado

Godino, J. (2009). Categorías de análisis de los conocimientos del profesor de matemáticas. *Revista Iberoamericana de Educación Matemática*, 20, 13-31.

Gómez, P. (2005). Diversidad en la formación de profesores de matemáticas. La búsqueda de un núcleo común. *Revista EMA*, 10(1), 242-293.

Gómez, P. (2007). *Desarrollo del conocimiento didáctico en un plan de formación inicial de profesores de matemáticas de secundaria* (tesis doctoral). Universidad de Granada, España.

Gómez-Chacón, I. y Planchart, E. (eds.) (2005). *Educación matemática y formación de profesores. Propuestas para Europa y Latinoamérica*. España. Universidad de Deusto.

Hernández, I. (2004). Herbert A. Simon, 1916-2001, y el futuro de la Ciencia Económica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2), 7-23. Recuperado de <https://www.indisec.org/wp-content/>

Criterios de firma

- Los 2 apellidos deben unirse con un guion
- Si se usan 2 nombres mejor también unirlos con guion
- No usar la conjunción “y” entre 1º y 2º apellido
- No usar la abreviatura M^a
- Los apellidos con De, Del, De la, De los... deben alfabetizarse por la D

De-Moya, Félix = ok

Moya, Félix de = mal

- Conservar el nombre de pila entero (no reducir a inicial)
- Se admite el 2º nombre como inicial, sin guion

José A. Merlo-Casal, Isidro F. Gómez-Pérez

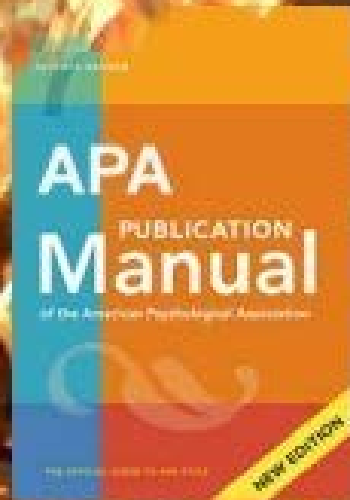
No deben seguirse los estilos de citación clásicos, pues son de la época pre-Google Scholar



Citation Style Language

Welcome to the open source **Citation Style Language** (CSL) project! Our goal is to facilitate scholarly publishing by automating the formatting of citations and bibliographies. We develop the Citation Style Language and maintain a crowdsourced repository with over 9000 free CSL citation styles.

- [Authors](#) – learn how to find and use our CSL citation styles
- [Publishers](#) – learn how to create CSL styles for your journals and style guides and keep these styles up-to-date
- [Developers](#) – learn how to create or edit CSL styles, how to integrate CSL into your own software, and how to contribute to CSL's development
- [Blog](#) – for big CSL news updates
- [About us](#) – meet the CSL team and our supporters
- [Contact](#) – contact the CSL team



Entonces, ¿qué estilo usar?

Mejor que se parezca a alguno de los existentes, pero:

- Apellido-Apellido, Nombre-Nombre
- Poner todos los autores, no *et al.* y rayas mismo autor
- Separar los autores con ; incluso el último
- Poner siempre doi en formato <https://doi.org/> y url empezando en nueva línea
- No poner punto al final de los dois y urls
- No poner:
~~Internet, Online, Disponible en, Recuperado de,~~
~~Consultado en dd-mm-aa~~

Obligatorio poner los dois en cada referencia. Los dois facilitan la navegación entre artículos

GESTIÓN DE LOS RECURSOS DOCUMENTALES EN ARTRUM

Elena Roseras-Carcedo



Elena Roseras-Carcedo es responsable de la Biblioteca y Centro de Documentación de Artrum, Centro Museo Vivo de Arte Contemporáneo, Ubicada en geografía e Historia por la Universidad del País Vasco, licenciada en documentación y máster en especialidad de Información del conocimiento por la Universidad Oberta de Catalunya (UOC). Es autora de varios artículos en publicaciones especializadas y ha participado como ponente en diversos congresos.

<http://orcid.org/0000-0001-8298-8268>

Resumen

Conscientes de la necesidad de una gestión óptima de los recursos documentales que ayude en la consecución de los objetivos que tiene marcados el Museo, se expone el trabajo que se está llevando a cabo desde la Biblioteca y Centro de Documentación de Artrum. Se ofrece una visión general sobre la gestión del patrimonio bibliográfico, la creación de contenidos digitales a través de DokuWiki y el desarrollo del archivo sonoro y de AudioWeb de Artrum.

Palabras clave: Gestión de contenidos, Archivo documental, Cómpo digital, Patrimonio bibliográfico, Digital, Web social, Museo, Artrum.

Titlle: Documentary resource management in Artrum

Abstract: Aware of the need for the optimal management of documentary resources to help us fulfil the goals set by the museum, we are presenting the work being undertaken in this direction by the Artrum Library and Documentation Centre. An overview is provided on bibliographic heritage management, digital content creation through DokuWiki and the creation of sound archives and museum audio.

Keywords: Content management, Document file, Open source, Digital, Social web, Bibliographic heritage, Museum, Artrum.

Reseña-Carcedo, Elena (2013), "Gestión de los recursos documentales en Artrum", *El profesional de la información*, mayo-junio, v. 22, n. 3, pp. 209-213.

<http://dx.doi.org/10.33424/epi.2013.may07>

1. Introducción

Desde el punto de documentación se pretende abordar la gestión de la información como el pilar básico sobre el que se sustenta el conocimiento. Para ello es necesario optimizar los recursos documentales disponibles, presentando soporte a su rendimiento.

Desde de esta línea de actuación, se están catalogando los tipos documentales, digitalizando parte del fondo y generando contenidos digitales que apoyen a una mejor comprensión y difusión de la cultura contemporánea.

2. Dosier de entidad

Los museos, galerías, Artrus de arte y en general, instituciones culturales, generan una gran cantidad de material de

7. **Conclusión**

Mediante la gestión del patrimonio documental se articularán los procesos de construcción de contenidos y las posibilidades comunicativas, optimizando el uso de los productos culturales. Así se facilita y fomenta el acceso al mismo y se crea sinergias entre los elementos del Museo.

Bibliografía:

Agarwal, Nishal C. (2013). *Practical open source software for libraries*. Oxford: Chandos Publishing. ISBN: 1 84334 585 4

Esteban-Naveas, Miguel Ángel (2008). "Planificación, diseño y desarrollo de servicios de información digital: Tesis doctoral". Universidad Carlos III de Madrid. <http://hdl.handle.net/10402/10402>

Farkas, Meredith G. (2007). *Social software for libraries: building collaboration, connectivity and community on-line*. Medford, NJ: Information Today. ISBN: 978 157389 2751

Gómez-Peñate, Noemí; Merlo-Jorge, María Antonia (coords.) (2013). "Especialización bibliotecaria en tecnologías sociales: Educación y biblioteca". *Revista de la Asociación Española de Documentación*, vol. 177, pp. 59-125. <http://www.baznet.es/revista/177/ediciones/Ediciones%20de%20ABD%2013>

González-Fernández Villaverde, Nieves (2013). "Pintores y las bibliotecas". *Artrum* *Thema*, n. 7, pp. 64-71. <http://trihabitat.net>

Tamayo, Jesús; Garrido Pinedo, Práxedes; Sánchez-Casasola, Ana Isabel (2011). "Software y software social: una propuesta de marco de evaluación analítico sobre herramientas de software libre". *El profesional de la información*, julio-agosto, v. 4, n. 25, pp. 405-417. <http://dx.doi.org/10.33424/epi.2011.jul16>

Vivas-Guerra, Trinidad; Bonilla-Sánchez, Juana (coords.) (2011). *Museos y comunicación: un tiempo de cambio*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos. ISBN: 978 84 9772 205 5

El profesional de la información, 2013, mayo-junio, v. 22, n. 3, ISSN: 1386-6710 243

José Manuel Perera-Uzal y Jesús Robledo-Arillo



USO DE TECNOLOGÍAS 3D EN LA DIGITALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE DOCUMENTOS DE ALTO VALOR PATRIMONIAL

José-Manuel Perera-Uzal y Jesús Robledo-Arillo



José-Manuel Perera-Uzal es investigador de patrimonio cultural, documentalista y fotógrafo. Experto en tecnologías de la imagen y su aplicación al patrimonio cultural. Es experto en documentación audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid. Responsable de DigitalHeritage, año web especializado en el asesoramiento e investigación sobre la aplicación de tecnologías de la imagen al patrimonio cultural y documental.

<http://orcid.org/0000-0002-0246-5661>



Jesús Robledo-Arillo, doctor en documentación, es profesor del Departamento de Bibliotecología y Documentación de la Universidad Carlos III de Madrid. Impartió cursos en estudios de grupos de trabajo relacionados con la tecnología de la imagen y la digitalización de documentos. Su trabajo se centra principalmente en la digitalización de patrimonio documental y documentación audiovisual.

<http://orcid.org/0000-0002-4000-8044>

Resumen: Se analizan las limitaciones de las imágenes digitales raster 3D para la representación gráfica de documentos con valor patrimonial que presentan volúmenes 3D dimensionales, proponiéndose un modelo de documentación gráfica 3D que complementa la información visual raster 2D que se ofrece en los usuarios en los servicios de archivos e bibliotecas digitales. Este modelo aplica de forma concurrente técnicas de fotografía estereoscópica, IT7 (reflexión transformada) e imágenes 3D (interacción mediante procedimientos de captura 3D (software for motion).

Palabras clave: Imagen digital, Digitalización, Patrimonio documental, 3D, Structure from motion, 3D.

Titlle: User experience in connected TV: a user study

Abstract: We analyze the limitations of two-dimensional (2D) raster digital images for graphic representation of documents with user or three-dimensional (3D) elements, proposing a visual model that complements the visual information conveyed by the 2D raster images that are usually offered in digital archives or library services. The proposed model concurrently applies stereoscopic photography techniques, reflection transformation (IT7) and 3D models obtained by structure for motion (SFM) procedures.

Keywords: Digital imaging, Digitalization, Documentary heritage, 3D, Structure from motion, 3D.

Perera-Uzal, José-Manuel; Robledo-Arillo, Jesús (2013), "Uso de tecnologías 3D en la digitalización y difusión de documentos de alto valor patrimonial", *El profesional de la información*, mayo-junio, v. 22, n. 3, pp. 215-223.

<http://dx.doi.org/10.33424/epi.2013.may04>

Artículo recibido: 04-03-2013

Aceptación definitiva: 14-03-2013

El profesional de la información, 2013, mayo-junio, v. 22, n. 3, ISSN: 1386-6710 215

ARTÍCULOS

EL ESPACIO COMO FILTRO. ACCESO A FONDOS DE MUSEOS ONLINE

José-Nicolás Del-Río



J. Nicolás Del Río es doctor en arte por la Universidad de Santiago de Compostela, master de arte por la Universidad de Rutgers (EUA) y ha realizado estudios de diseño gráfico en The School of Visual Arts de Nueva York. A lo largo de su carrera ha compaginado su trabajo profesional como diseñador gráfico con la docencia en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Coruña y en masters de la Universidad de Santiago de Compostela. Es investigador asociado al Departamento de Arte de esta universidad. <http://orcid.org/0000-0002-4172-0130>

Una versión de este artículo se publicó en la revista *Art & Design*, vol. 1, n. 1, pp. 1-10, 2012. <http://www.artanddesign.com>

Resumen: El museo online ha sido definido desde sus inicios como un entorno cercano de contenidos espaciales. A pesar de ello las propuestas de difusión y semiótica de los web museológicos siguen habitualmente vinculadas al entorno físico. Esta dependencia produce un aislamiento del acceso a la información online debido a la falta de conexión entre la tecnología del museo físico y la tecnología de la Red. Como consecuencia los contenidos online se presentan preferentemente a través de estructuras lineales, listas de contenidos de navegación interna, más que estructuras interactivas, propias de la exploración online. En esta parte el artículo de referencia al contenido arquitectónico del museo contribuye a mejorar el espacio físico como punto del discurso museológico online y a recuperar el espacio como símbolo identitario del museo, un valor añadido por la virtualidad.

Palabras clave: Museos online, Webs de museos, Arquitectura de la información, Gestión de datos, Catalogación, Arquitectura, Virtualidad.

Titlle: Space as a filter. Accessing online museum's content

Abstract: The online museum has been defined since its early days as a place devoid of spatial references. However, institutional communication and content mediation in museum websites is commonly linked to the museum's physical space. This connection produces an isolation due to the lack of connection between the physical museum's technology and the Web technology system. Consequently, access to museum's online information is mostly laid out in taxonomic structures, typical of gallery cataloguing systems, rather than navigational structures. Inherent to online exploration, furthermore, the production of online references to the museum's architectural structure help to contextualize the museum's physical space as a model for the online discourse, as well as to restore the museum's building as an identity symbol, a value brought by virtuality.

Keywords: Online museums, Information architecture, Data management, Cataloguing, Architecture, Virtuality.

Del-Río, José-Nicolás (2013), "El espacio como filtro. Acceso a fondos de museos online", *El profesional de la información*, mayo-junio, v. 22, n. 3, pp. 209-213.

<http://dx.doi.org/10.33424/epi.2013.may02>

Introducción

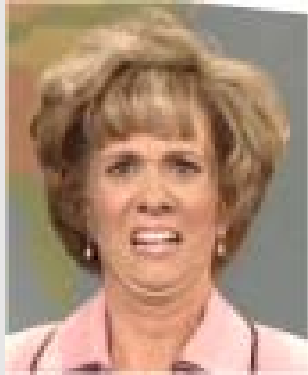
El museo online es el último eslabón de una cadena de planificación de contenidos que se concluyen con el entorno físico de la explotación online. En esta parte del artículo se contribuye a mejorar el espacio físico como punto del discurso museológico online y a recuperar el espacio como símbolo identitario del museo, un valor añadido por la virtualidad.

El museo online es el último eslabón de una cadena de planificación de contenidos que se concluyen con el entorno físico de la explotación online. En esta parte del artículo se contribuye a mejorar el espacio físico como punto del discurso museológico online y a recuperar el espacio como símbolo identitario del museo, un valor añadido por la virtualidad.

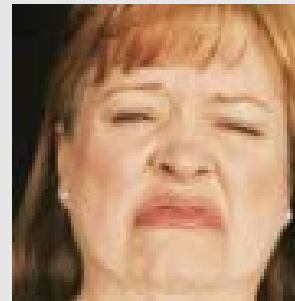
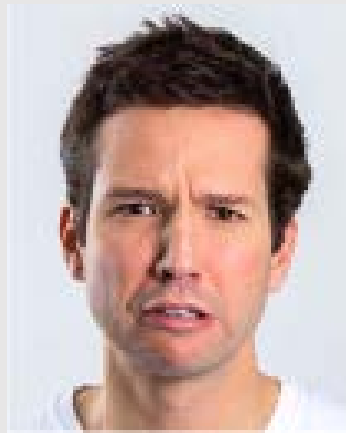
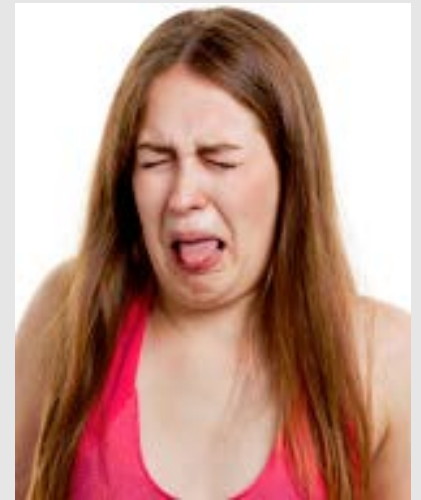
Artículo recibido: 04-03-2013

Aceptación definitiva: 14-03-2013

El profesional de la información, 2013, mayo-junio, v. 22, n. 3, ISSN: 1386-6710 209



¿marketing?



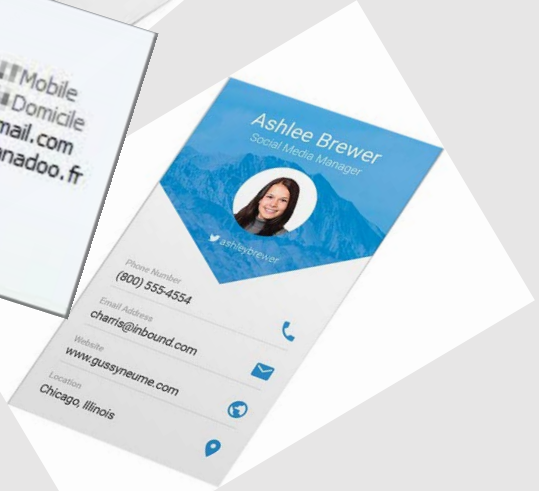
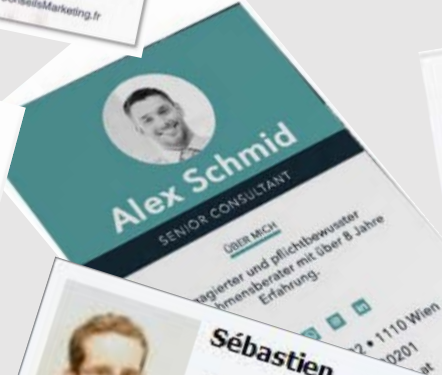
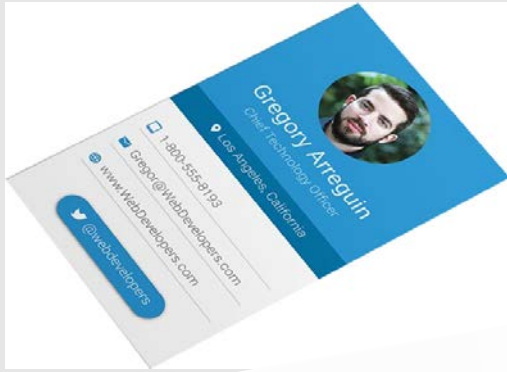


~~EL BUEN
PAÑO EN
EL MERCADO
SE
VENDI~~

Marketing personal y networking

Cuanto más conocido seas
más probable es que se
acuerden de citarte

Networking







Resumen de esta presentación

Artículos ambiciosos

Intentar co-autorías

Resumen (250 p.) y palabras clave (>10)

Actualizar estilos bibliográficos

Aprovechar los congresos

Marketing

- Subir pdfs a repositorios y a RRSS académicas

- Participar en listas de correo y RRSS

- Enviar pdfs a los autores citados

¿Preguntas?



El profesional de la
información

<http://elprofesionaldelainformacion.com>

Tomàs Baiget

Nàpols, 162 - 4t-3a 08013 Barcelona

Tel.: 0034 639 878 489 baiget@gmail.com