

El etiquetaje social

Joan Padrós Rodríguez

P08/93134/01330



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índice

Introducción.....	5
1. Metadatos, indexación social y folcsonomías.....	9
2. Estrategias en el uso del etiquetaje.....	20
Glosario.....	23
Bibliografía.....	24

Introducción

Internet ha evolucionado en los últimos años de una manera espectacular con respecto al volumen de información que se puede encontrar y la diversidad de formatos en que se puede encontrar esta información.

Inicialmente, la Red estaba pensada para desarrollarse en una arquitectura de cliente/servidor, en la cual una parte enviaba datos y la otra parte los recibía. Así, la posibilidad de alimentar de datos la Red estaba a disposición de poca gente, ya que requería tener conocimientos informáticos fuera del alcance de la mayoría de los usuarios de la Red. Por otra parte, estaban los consumidores de esta información, que disponían de poca o nula capacidad para interactuar con el resto de usuarios.

La aparición de aplicaciones WYSIWYG, destinadas a crear páginas web de una manera más intuitiva, y posteriormente de las aplicaciones de la WEB 2.0 ha democratizado la capacidad de aportar datos e información a Internet. Ahora, cualquier internauta, además de consumidor de información, puede ser autor de una manera rápida, sencilla y económica.

WYSIWYG

El término WYSIWYG proviene del acrónimo de la expresión *what you see is what you get* ('lo que ves es lo que obtienes') y hace referencia a todas aquellas aplicaciones con las que los creadores de contenidos, a medida que editan sus documentos, pueden ir viendo cómo quedará el documento final, tanto a la hora de imprimirlo como de verlo por pantalla. Seguramente el ejemplo más conocido de este concepto lo representan los documentos de texto, como el Word de Microsoft o el Writer de OpenOffice.org.

La aparición de aplicaciones informáticas que permiten hacer páginas web mediante la tecnología WYSIWYG, como Dreamwaver, Microsoft FrontPage o NVU y la facilidad de acceder a servidores que ofrecen alojamiento para las páginas web creadas, posibilitó la creación de contenidos por parte de un número más elevado de usuarios de la Red, dado que ya no había que conocer complicados lenguajes de creación de páginas web.

No obstante, la información continuaba fluyendo en un solo sentido, del creador de contenidos al usuario.

El concepto de la Web 2.0 hace referencia a una nueva manera de utilizar Internet, en la que los usuarios han dejado de ser únicamente consumidores de contenidos para convertirse en creadores. A ello han contribuido hechos como los siguientes:

- La aparición de espacios de trabajo colaborativos en red: foros, wikis, procesadores de textos en línea, etc.



Interfaz del programa Dreamweaver
La parte superior de la imagen muestra el lenguaje HTML, en el que se traducen los elementos que vamos introduciendo en la parte inferior mediante la tecnología WYSIWYG.

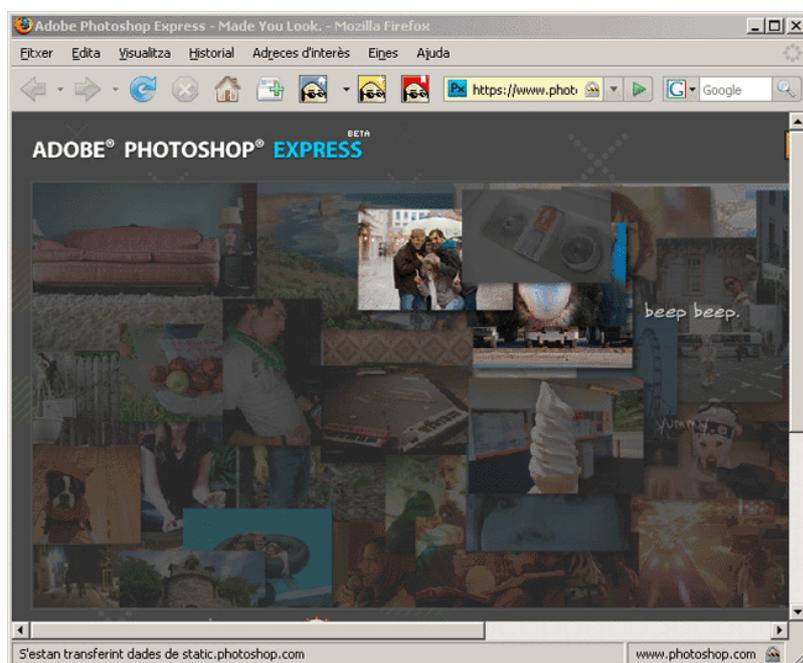
- La aparición de aplicaciones que permiten colgar, visualizar y compartir documentos en diferentes formatos: texto, fotografías, presentaciones multimedia, vídeos, enlaces a otras web, como los blogs o aplicaciones como Flickr, SlideShare, YouTube o del.icio.us, de las cuales hablaremos más adelante.

Otra de las posibilidades que ofrece la Web 2.0 es utilizar aplicaciones en línea, sin necesidad de tenerlas instaladas en nuestro ordenador.

Ejemplo

Es el caso de Google docs, un procesador de textos en línea. O más recientemente, del programa de retoque de imágenes <https://www.photoshop.com/express/landing.html> type="external-window">Photoshop.

Interfaz de la versión en línea del programa Photoshop



Estas aplicaciones en línea, además de ofrecer la posibilidad de utilizarlas, ofrecen un determinado espacio para guardar nuestros documentos, de manera que podemos recuperarlos desde cualquier ordenador conectado a Internet.

Otro ejemplo evidente de las posibilidades de la Web 2.0 y de la aportación de contenidos por parte de los usuarios es la Wikipedia, una enciclopedia en línea, de acceso libre, escrita de manera altruista por voluntarios y de la cual hay versiones activas en cerca de 150 idiomas.

Todas estas opciones de participación de los usuarios en la creación de contenidos en la Red han hecho aumentar de una manera significativa el volumen de información que se puede encontrar.

Otras innovaciones tecnológicas, como el aumento de la capacidad de los dispositivos de almacenamiento y el aumento de la velocidad de las redes de transmisión de datos, también han contribuido de manera decisiva a hacerlo posible.

Tampoco hay que despreciar el hecho de que la publicación incontrolada de nuevos recursos ha incidido directamente sobre la calidad de la información que se puede encontrar, dado que cualquier usuario puede colgar en la Red cualquier tipo de información sin que haya sido sometida previamente a una revisión especializada.

En este contexto, la Red se ha convertido en un océano inmenso de información, donde encontrar lo que se busca puede ser una tarea bastante complicada.

No es de extrañar, pues, que una utilidad que permita almacenar, clasificar y compartir información de una manera sencilla y efectiva esté condenada al éxito. Y éste es el caso de los marcadores sociales.

1. Metadatos, indexación social y folcsonomías

Los metadatos se podrían definir, a partir de la etimología de la palabra, como datos sobre datos o información sobre información. Su función es transmitir información sobre un determinado documento o recurso, de manera que ayuden a describirlo y clasificarlo a fin de que pueda ser recuperado con posterioridad.

Podemos decir que los metadatos son un conjunto de datos que describen otros datos que, en conjunto, forman un recurso.

La descripción que los metadatos hacen del documento se puede hacer desde múltiples vertientes: tipología del documento, formato, calidad y, evidentemente, contenido del recurso. La finalidad de los metadatos también es bastante variable: administración de los recursos, evaluación, preservación, recuperación, etc.

El concepto *metadato*, pues, es un concepto muy amplio que incluye todos los elementos que ayudan a describir de la manera más amplia posible el documento. Entre estos elementos está el título del documento, el resumen del contenido, palabras clave, referencias bibliográficas, autoría, etc.

Con respecto a los documentos electrónicos¹, hay que tener en cuenta que algunos de estos metadatos son reconocidos por los ordenadores, de manera que pueden desarrollar un papel clave en la localización y recuperación de los documentos que describen.

⁽¹⁾ Como, por ejemplo, los recursos accesibles desde Internet.

Es evidente que algunos recursos, tanto en formato papel como en formato digital, por su tipología contienen multitud de metadatos que ayudan a describirlos, localizarlos y recuperarlos de una manera fácil y sencilla. Es el caso de los **artículos de las revistas digitales**.

Otros recursos, como pasa con muchas imágenes y fotografías, están desprovistos de metadatos por ellos mismos y a menudo se les asignan metadatos de la página web o del sitio web donde están insertados. Es el caso del tratamiento que los **buscadores** hacen de las imágenes.

La indexación es el proceso mediante el cual textos y otros documentos son analizados con el fin de asignarles una serie de termas que describan su contenido de manera sencilla. Ello permite que se pueda acceder de una forma rápida y sencilla a estos documentos cuando, posteriormente, se busca información con la cual están relacionados.

Hay varias maneras de hacer la indexación social. Una posible clasificación es la que separa la indexación humana y la indexación automática. La indexación humana implica que una persona analice el contenido del documento. Esta persona asigna al recurso el término o los términos que considera que mejor describen el contenido del documento.

La indexación automática se basa en una serie de algoritmos que analizan los documentos, de manera que permiten establecer cuáles de aquellos términos que aparecen identifican de manera más fidedigna el contenido.

Si bien la indexación humana presenta algunas ventajas frente a la automática, ésta última es especialmente útil cuando se tienen que indexar enormes volúmenes de información. Es el caso de los documentos electrónicos de todo tipo que hay en Internet.

Tradicionalmente, la indexación humana la han llevado a cabo profesionales con una formación adecuada a la tarea que se tiene que desarrollar. No obstante, con el fuerte desarrollo de la Red y el número creciente de recursos que se tienen que indexar, han aparecido nuevos modelos de indexación humana.

Para indexar grandes volúmenes de información la única posibilidad de hacer la indexación humana es utilizando a un gran número de personas.

Esto ha sido resuelto por algunas aplicaciones que ofrecen alojamiento para contenidos de diversa índole. Estas aplicaciones han delegado la indexación de los materiales a los autores de los documentos.

ARTÍCULO

La frustración del estudiante en línea. Causas y acciones preventivas

Federico Borjes (fborjes@uvu.com)
Profesor de los Estudios de Humanidades y Filología de la UOC
Coordinador académico de la UVU

Resumen

La frustración del estudiante en línea originada por situaciones problemáticas graves o repetidas es un hecho que tal vez no se esté estudiando suficientemente. Las consecuencias de la frustración del estudiante pueden ser graves si para todos los agentes implicados en la educación en línea: estudiantes, docentes e instituciones. En este estudio se refieren las acciones inadecuadas o las carencias en la actuación de cada agente de la educación en línea que pueden ocasionar frustración y problemas graves al estudiante en el desempeño de su actividad. También se proponen una lista de acciones para prevenir la aparición de las causas de frustración indicadas.

Palabras clave

Frustración, abandono, estudiante en línea, estudiante virtual, estudiante, alumno

Fecha de presentación: febrero de 2005
Fecha de publicación: mayo de 2005

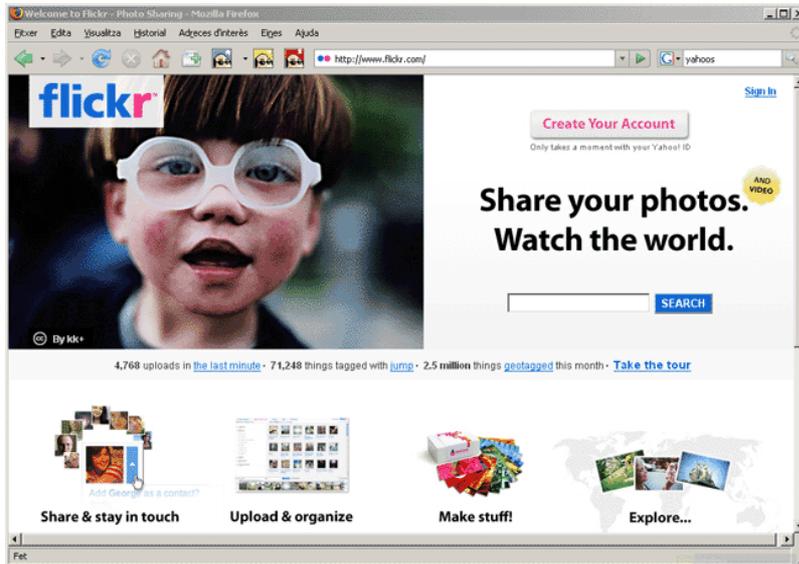
Los artículos de las revistas contienen multitud de metadatos.
Metadatos en un artículo en línea



Algunas imágenes quedan invisibles para los buscadores, dado que están desprovistas de metadatos que las identifiquen.
Font: http://www.xtec.net/fadulcs/competi/materials/m3/t2/m3t2_07/prova.htm
Imagen "invisible"

Ejemplo

Es el caso de `www.flickr.com" type="external-window">Flickr`, que ofrece alojamiento para fotografías.



Interfaz de la página principal de Flickr

O YouTube, el famosísimo servicio de alojamiento de vídeos.

También tenemos que incluir en esta indexación por parte del autor los **metadatos** que contienen algunas páginas web, que, a pesar de ser invisibles para los internautas, pueden ser leídas e interpretadas por sistemas de búsqueda, recuperación y clasificación de páginas webs, como son los buscadores más importantes: ¡Google, Yahoo!, etc.

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
<meta http-equiv="Content-Language" content="ca">
<meta http-equiv="Set-Cookie" content="uocLanguage=ca; expires=Friday, 26-Sep-25 14:18:41 GMT; path=/">
<meta name="robots" content="all">
<meta name="author" content="Universitat Oberta de Catalunya">
<meta name="keywords" content="universitat, catalunya, uoc, estudis">
<meta name="description" content=""><title>UOC - La Universitat Oberta de Catalunya</title>
```

Detalle del código fuente de la página principal del sitio web de la UOC donde se pueden ver los términos utilizados como metadatos para describir el mismo sitio web: universidad, Cataluña, UOC, estudios.

Flickr

Flickr consiste en un servicio web de alojamiento de fotografías en el que el usuario, como único requisito de uso, se tiene que registrar de manera gratuita. Eso le permite almacenar imágenes que puede compartir con quien el autor determine, ya que las fotografías de un determinado usuario pueden ser públicas y, por lo tanto, pueden estar al alcance de todo el mundo, o bien sólo de un determinado número de usuarios autorizados por el creador de las imágenes.

Una de las características de Flickr es la posibilidad que ofrece de que el autor de las fotografías pueda etiquetarlas, lo cual permite acceder a las imágenes haciendo búsquedas por medio de las etiquetas. De esta manera, los metadatos que identifican las diferentes imágenes no las caracterizan a partir del sitio web donde están insertadas, sino que las identifican por ellas mismas.

✓ We found **187,822 results** matching **catalunya**.
 View: Most relevant • Most recent • Most interesting Show: Details • Thumbnails



(0316) Monestir de Poblet, Catalunya

Uploaded on 25 October 2007



By **Joanot (Free TIBET)**
 His photostream, or profile.

🏠 catalunya, soe, supershot, monestirdepoblet ...



(0288) Tarragona, Catalunya

Uploaded on 3 October 2007



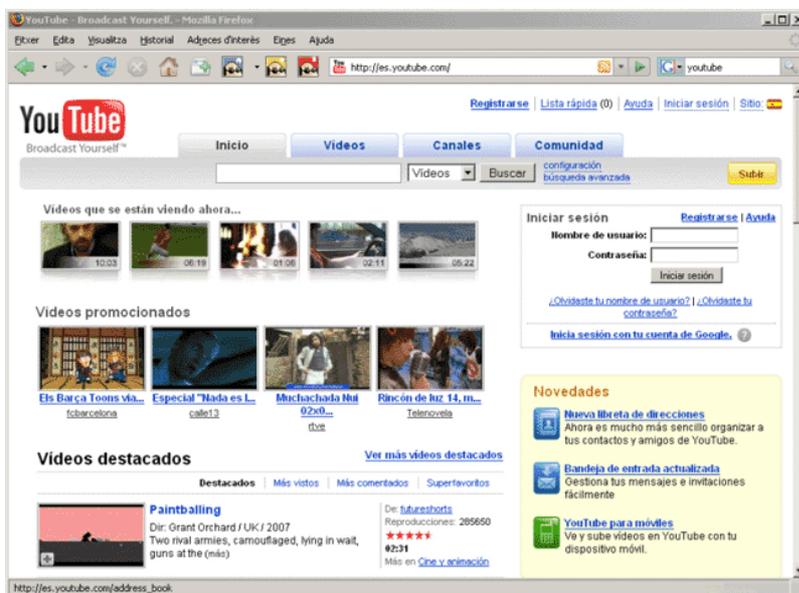
By **Joanot (Free TIBET)**
 His photostream, or profile.

🏠 catalunya, soe, tarragona, supershot ...

Aspecto de la página de resultados de Flickr para la etiqueta "Cataluña"

YouTube

YouTube es otro sitio web donde la indexación de los contenidos se deja en manos de los suministradores de contenidos.



Página principal de YouTube

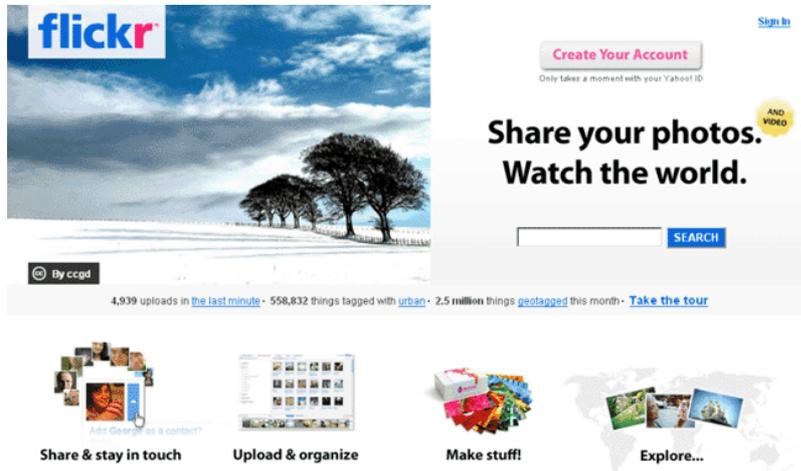
Igual que en Flickr, los usuarios de YouTube pueden subir, ver y compartir determinados recursos, en este caso vídeos, con el resto de usuarios e internautas. Para hacerlo, sólo se tienen que registrar gratuitamente. Y de la misma manera que pasa en Flickr y en muchas otras aplicaciones de la llamada Web 2.0, son los mismos proveedores de los contenidos, es decir, los usuarios los que suben los vídeos, los encargados de indexarlos mediante la asignación a cada uno de los recursos de uno o más términos que los describan. Cada uno de estos términos es lo que llamamos etiquetas o *tags*.

Más sitios web para el almacenamiento de contenidos

La lista de sitios web que permiten almacenar diferentes tipos de documentos digitales es muy larga, pero para enumerar unos cuantos, podemos citar los siguientes:

FlickrCC

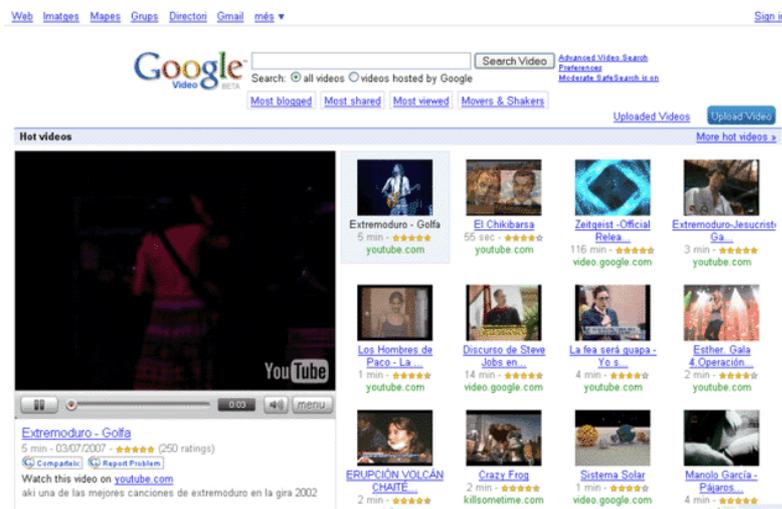
Aplicación similar a Flickr, con la diferencia de que las fotos de FlickrCC tienen una licencia Creative Commons.



www.flickrcc.bluemountains.com

Video Google

Aplicación muy similar al portal YouTube que permite almacenar y ver vídeos subidos por los mismos usuarios.



<http://video.google.es/>

SlideShare

Aplicación en línea que permite subir, visionar y compartir presentaciones multimedia en diferentes formatos: PowerPoint de Microsoft, Impress de OpenOffice.org, etc.

The screenshot shows the SlideShare website interface. At the top, there is a search bar and navigation links. The main content area is divided into several sections: 'Spotlight: xTech'08, Dublin' with a grid of presentation thumbnails; 'Spotlight: SlideCasts' with another grid of thumbnails; 'Featured' with a single featured item; 'Events' with a list of upcoming events; and 'Groups'. A large 'Slideshow of the Day' is featured on the right, titled 'Smoking' by Doimo.

<http://www.slideshare.net/>

Bubbleshare

Aplicación en línea que permite a los usuarios subir imágenes y crear a partir de estas imágenes presentaciones que se pueden visionar en diferentes formatos.

The screenshot shows the Bubbleshare website interface. At the top, there is a banner for 'Download Entire Albums In Their Full Resolution!'. Below the banner, there is a navigation bar with 'Home', 'New Albums', 'My Albums', and 'Community'. The main content area features a large image of a jack-o'-lantern in the foreground and a scenic view of a coastal town in the background. On the right side, there is a 'Create & Share Slideshows' section with a sign-up form that includes fields for 'Email' and 'Password', a 'Remember Me' checkbox, and 'Sign up Now' and 'Log In' buttons.

<http://www.bubbleshare.com/>

Ejemplo

Otro ejemplo de indexación por parte del autor lo encontramos en algunos blogs.

Página principal de un blog



En la parte izquierda se puede identificar el listado de etiquetas de los diferentes escritos. Entre paréntesis está el número de escritos que contiene cada una de las etiquetas.

El autor, al introducir un escrito en el blog, puede identificar el tema con una etiqueta o más de una. De esta manera, se pueden recuperar, de entre todos los escritos del blog, los que hablen de un tema concreto. Para hacerlo únicamente hace falta seleccionar la etiqueta y hacer clic.

Se puede acceder a las etiquetas de un blog desde sitios diferentes:

- A menudo, en el blog podemos encontrar un listado de etiquetas como hemos mencionado en el ejemplo anterior, aunque pueden recibir nombres diferentes: categorías, etiquetas de comentarios.
- También es habitual encontrar las etiquetas de un determinado escrito al final de este escrito.

Listado de escritos que contienen la etiqueta Herramientas TIC

Como hemos comentado, vista la imposibilidad de hacer una indexación profesional a causa del elevado volumen de trabajo que eso supondría, la indexación de autor puede ser interesante en algunas aplicaciones, como las mencionadas Flickr, YouTube, Slidashare y otros.

A pesar de todo, muchas de las etiquetas asignadas a los diferentes recursos por sus autores tienen poco o nulo interés para el resto de usuarios de la aplicación, por la excesiva subjetividad de su significado. En el sitio web de Flickr podemos encontrar el listado de etiquetas más populares y en este listado se hace patente la presencia de etiquetas vacías de contenido para la mayoría de usuarios.

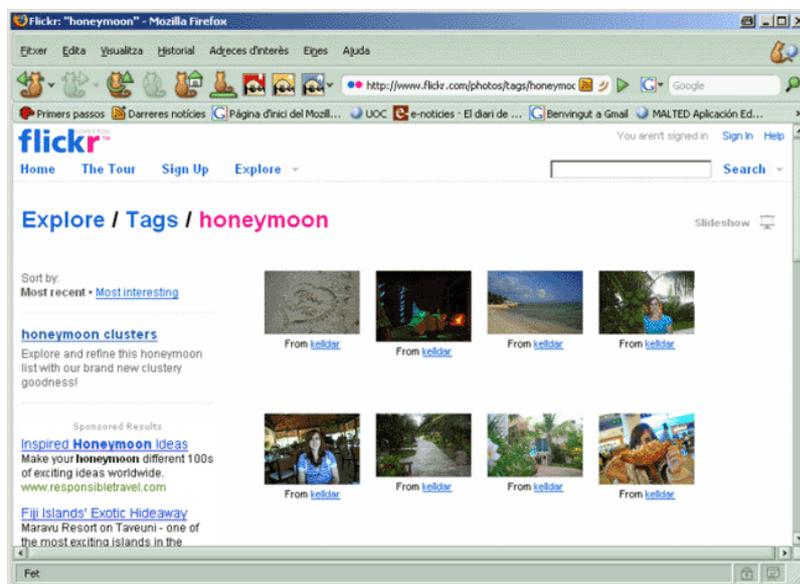


Listado de las etiquetas más utilizadas en Flickr

Ejemplo

Son ejemplos de ello algunos casos como los de las etiquetas *honeymoon* ('luna de miel'), "vacation" (vacaciones) o "me" (mías), que tienen significado para los autores de las fotografías y, como mucho, para personas muy próximas a ellos, pero tienen nulo o muy escaso valor para el resto de usuarios de la Red. Así, el etiquetaje por parte del autor puede responder más a las necesidades propias que a las del resto de usuarios de la aplicación y, por lo tanto, pueden tener muy poca utilidad a la hora de recuperar información relacionada con un determinado concepto.

Aspecto de la página de resultados de Flickr para la etiqueta *honeymoon*



En este contexto, un nuevo modelo de indexación, la indexación social o etiquetaje social, puede resolver parte de las carencias que presentan la indexación automática, la indexación por parte de profesionales y la indexación por parte de los autores.

En este nuevo modelo de indexación, son los usuarios de los recursos, los internautas, los encargados de describirlos mediante etiquetas. Los metadatos, en este caso, son generados por los usuarios de las aplicaciones.

Este método presenta algunas de las ventajas y de los inconvenientes de la indexación por parte del autor que hemos comentado, pero también aporta otras características que lo hacen bastante interesante.

Como **positivo** encontramos el gran número de personas que pueden participar en la descripción de los contenidos, superior incluso a la indexación por parte de los autores. Como **negativo** encontramos la subjetividad a la hora de describir los recursos.

Ejemplo

Es el caso de etiquetas como "interesante" o "bueno", que no aportan ninguna descripción del recurso y, además, presentan un alto grado de subjetividad, ya que lo que puede ser un buen recurso o un recurso interesante para un usuario puede no serlo para otro. Son etiquetas que tienen interés para el autor del etiquetaje, pero que no tienen ningún interés social.

Otra ventaja que comporta la indexación por parte del usuario radica en el hecho de que un mismo marcador puede ser etiquetado por más de una persona, con lo que el recurso se enriquece con las etiquetas que aporta cada uno de los usuarios que lo han etiquetado.

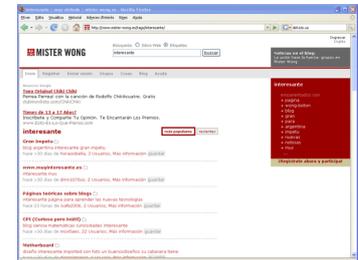
De esta manera, un marcador además de estar asociado a las etiquetas individuales de cada usuario que lo ha etiquetado, está asociado al conjunto de etiquetas aportadas por todos los usuarios que lo han etiquetado. Así, cualquier persona puede recuperar un recurso descrito por otros usuarios a partir de las etiquetas que cada uno de ellos ha aportado.

Eso representa una interesante ventaja respecto de otros métodos de indexación humana, ya que aunque el etiquetaje de un recurso por parte de un usuario tiene una motivación más o menos subjetiva, la indexación de un mismo recurso por parte de varias personas, cuantas más personas mejor, da lugar a lo que se ha denominado una descripción intersubjetiva, que se puede convertir en más fiable que la indexación de autor e, incluso, que la indexación profesional.

Es evidente que cuantas más personas analicen y etiqueten un determinado recurso, más exhaustiva será su indexación y, probablemente, el marcador tendrá un mayor número de etiquetas asociadas que lo describirán de manera más cuidada. No obstante, el número de personas que describen los diversos recursos también es muy variable; así, podemos encontrar recursos etiquetados por una gran cantidad de usuarios, mientras que otros son etiquetados por una sola persona o incluso por ninguna.

Etiquetas asociadas a dos recursos diferentes

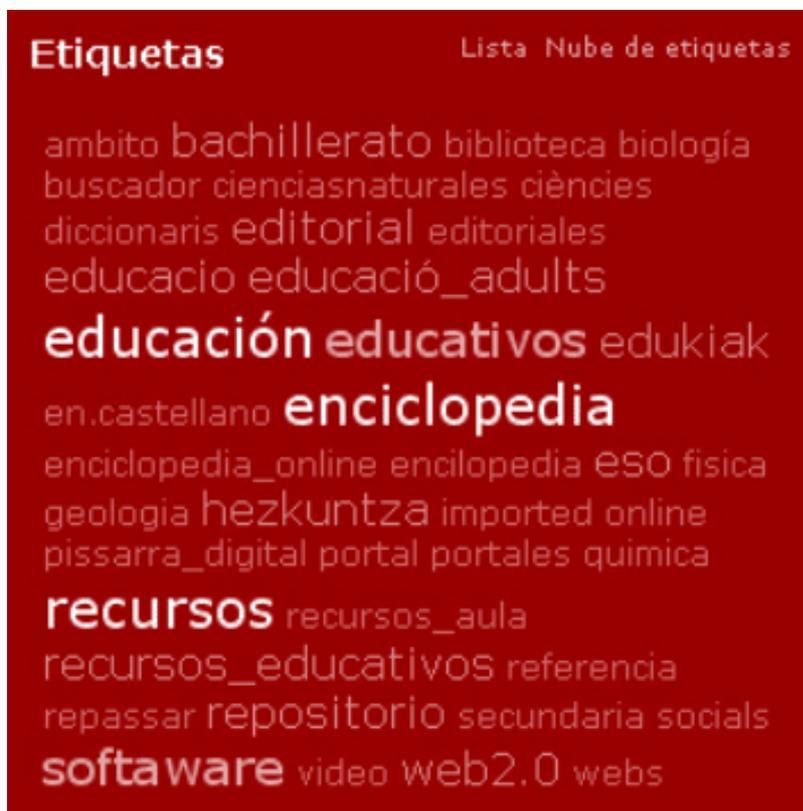
Las imágenes siguientes muestran las etiquetas asociadas a dos recursos, el primero etiquetado por un elevado número de usuarios (36 personas) y el segundo etiquetado por un solo usuario.



Aspecto de la página de resultados de Mister Wong para la etiqueta "interesante"



Etiquetas asignadas a un solo recurso (<http://www.kalipedia.com/>) por el conjunto de usuarios que lo han guardado en Mister Wong.



Etiquetas asignadas a un solo recurso (<http://www.edu3.cat/>) por el conjunto de usuarios que lo han guardado en Mister Wong.

Cuando un marcador ha sido indexado por varios usuarios, la indexación social suele ser más exhaustiva que la individual, tanto si ha sido hecha por un profesional como si lo ha hecho el mismo autor del recurso. No obstante, en los recursos textuales cualquier tipo de indexación manual es un proceso mucho menos exhaustivo que la indexación automática.

Resultados del Google para la búsqueda "marcadores sociales"

La imagen siguiente muestra el resultado de la búsqueda de los términos "marcadores" y "sociales" mediante el buscador Google. Se puede ver que el resultado de la búsqueda ofrece alrededor de 39.900 resultados.



Esto es así dado que en la búsqueda mediante un buscador, todas las palabras que aparecen en los documentos se tratan como descriptores del documento.

Las aplicaciones que permiten el etiquetaje social no sólo permiten compartir los recursos etiquetados entre diferentes usuarios, sino que también permiten compartir las etiquetas. Esto nos lleva al concepto de **folcsonomía**.

Con respecto a la etimología de la palabra *folcsonomía*, proviene de la palabra de origen alemán *folc* que significa 'pueblo' y de *taxonomía*. Al mismo tiempo, *taxonomía* proviene de las palabras *taxis* y *nomos*, que significan respectivamente 'clasificación' y 'gestión'. De todo esto se deduce que el significado de *folcsonomía* puede ser 'gestión de la clasificación por el pueblo' o 'clasificación democrática'.

La folcsonomía es, por lo tanto, un sistema de clasificación en el que un mismo recurso puede ser indexado por diferentes usuarios mediante un sistema de etiquetas compartidas que no establecen ninguna relación jerárquica entre ellas.

2. Estrategias en el uso del etiquetaje

Una de las ventajas que presenta la indexación social a la hora de hacer búsquedas de recursos disponibles en la Red reside en el hecho de que la clasificación de los recursos la han hecho personas con un criterio de evaluación **superior** al de los sistemas lógicos que utilizan los motores de búsquedas más conocidos, la mayoría de los cuales se basan en sistemas de indexación automática.

No obstante, esta ventaja se puede convertir también en una desventaja, dado que no hay una **normativa** preestablecida a la hora de escoger las palabras que utilizaremos como etiquetas. Así, el uso de términos en singular o en plural, el uso o no de acentos, el idioma de la etiqueta, el uso de sinónimos o el uso de palabras que tienen significados diversos en colectivos diversos (polisemia) hace que recursos que se tendrían que agrupar bajo la misma etiqueta aparezcan en listados separados, y a la inversa.

Ejemplo

Un ejemplo de ello lo encontramos en la imagen siguiente, en la que podemos ver hasta cinco etiquetas que hacen referencia a un mismo concepto (marcadores sociales) utilizadas por diferentes autores: `marcador_social`, `marcadores`, `marcadores_sociales`, `marcadors` y `marcadors_socials`.



Etiquetas asignadas a un solo recurso por el conjunto de usuarios que lo han guardado en Mister Wong.

Es evidente que la disparidad de etiquetas que hacen referencia a un solo concepto se convierte en un problema a la hora de recuperar los recursos relacionados con este concepto.

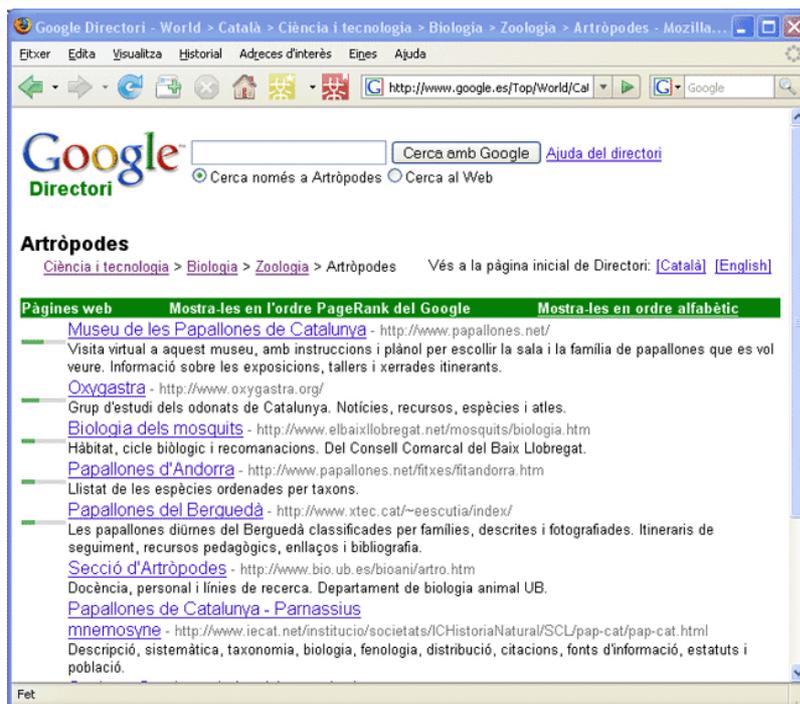
De hecho, una etiqueta tendría que ser un término que nos ayudara a describir el contenido del recurso que estamos analizando. Sin embargo, no hay ninguna normativa con respecto al uso de etiquetas y, de hecho, cualquier conjunto de caracteres puede ser utilizado como etiqueta. Cualquier usuario puede utilizar cualquier conjunto de caracteres para etiquetar un determinado recurso.

También hay que tener en cuenta que en el etiquetaje social las etiquetas no presentan **ninguna relación jerárquica** entre ellos. Por lo tanto, no hay una estructura jerárquica en la clasificación de los recursos.

Ejemplo

Por ejemplo, en una página web dedicada a las mariposas, podríamos incluir las etiquetas "mariposas", "artrópodos", "zoología" y "biología". Pero si incluimos sólo la primera, las otras no quedan incluidas por defecto, cosa que no pasa en otras aplicaciones que clasifican los recursos por categorías. Es el caso de los directorios de algunos buscadores y portales, como el Google directorio², que presentan los descriptores ordenados jerárquicamente, de manera que un recurso es descrito por el término asignado, pero también por los términos jerárquicamente superiores a este otro.

(2)



Listado de webs que responden a la categoría Artrópodos y, por lo tanto, a las categorías jerárquicamente superiores (Ciencia y tecnología > Biología > Zoología > Artrópodos).

Por ello se habla de que las etiquetas en un entorno de etiquetaje social forman parte de un espacio plano u horizontal.

Por otra parte, hay que tener en cuenta la motivación de los usuarios a la hora de etiquetar los recursos electrónicos, dado que podemos diferenciar la **dimensión personal** y la **dimensión social** del etiquetaje.

En la dimensión personal, la motivación del etiquetaje tiene un carácter egoísta, en el que el usuario etiqueta el recurso con la finalidad de poderlo localizar cuando lo necesite, sin pensar en el resto de usuarios. Esta motivación puede

llevar al etiquetaje de recursos con etiquetas vacías de contenido o de sentido para el resto de usuarios, como ya hemos visto con anterioridad al hablar de la indexación por parte del autor.

El etiquetaje social, dado que se puede desarrollar en un entorno de red, puede tener carácter compartido si así lo decide el usuario. Ello lo dota de una dimensión social en la que gana referencia su nombre. En este caso, un determinado usuario puede etiquetar un determinado recurso, no desde una vertiente egoísta, sino con la intención de compartir aquel recurso con otros usuarios, con una motivación más o menos altruista. Esto comporta buscar etiquetas que se refieran a conceptos conocidos y compartidos por otros usuarios.

Ejemplo

Imaginamos una página web o cualquier otro tipo de documento electrónico que trate sobre la ecología de los Pirineos. Evidentemente, una posible etiqueta sería "ecología", concepto conocido por la gran mayoría, si no por la totalidad, de los usuarios de la aplicación. En este caso, la motivación, aunque podría ser egoísta, también tiene carácter social, dado que el resto de usuarios de la aplicación encontrarán sentido en la etiqueta.

La dimensión social no sólo incluye etiquetas conocidas por la totalidad de usuarios de la aplicación, dado que pueden ir dirigidas a un subgrupo de estos usuarios. Volvemos al caso del recurso sobre ecología, este marcador en lugar de la etiqueta "ecología" puede ser etiquetado con el nombre de una asignatura de una determinada carrera universitaria o de un determinado curso. En este caso, es evidente que a pesar de tener dimensión social la etiqueta sólo tiene sentido para los estudiantes y profesores de aquellos determinados estudios.

No obstante, hay que tener en cuenta que el hecho de poder relacionar un determinado recurso con más de una etiqueta puede hacer que el usuario que haga el etiquetaje de un recurso lo haga tanto desde una vertiente más personal como desde una motivación que tenga un componente social.

Glosario

Etiquetaje social *masculino* o *tagging*. Proceso mediante el cual los recursos electrónicos son descritos y organizados por medio de palabras clave, llamadas etiquetas o *tags*.

Folcsonomía *femenino* Neologismo de origen alemán compuesto de *folc* que significa 'pueblo' y de *taxonomía* (del griego *taxis* y *nomos*, que significan respectivamente 'clasificación' y 'gestión'). El significado de folcsonomía puede ser 'gestión de la clasificación por el pueblo' o 'clasificación democrática'.

Bibliografía

Ved los metadatos en las revistas electrónicas españolas de biblioteconomía y documentación.