

# La revolución de los navegantes

El etiquetado social se alza como la nueva forma de clasificar contenidos

La indización colectiva y la clasificación de información por parte de los mismos usuarios son el pan de cada día de la Red actual. En este sentido, para que estés al tanto de los nuevos conceptos que afloran en la Web, te contaremos qué es la folksonomía, para qué sirven los tags y cuáles son los servicios web que utilizan las nubes de etiquetas para ordenar el contenido producido por sus usuarios.



Uno de los principales mandamientos de la Web actual es el de facilitar a las personas la recuperación y localización de la información dispuesta en la Red. Aunque desde el principio Internet ha contado con sistemas propios para la organización de los contenidos digitales, sólo ahora se ha dejado en manos de los propios usuarios la responsabilidad no sólo de generar nuevos contenidos, sino también de clasificarlos para su posterior exploración y consulta. Tras el auge de la Web 2.0 y el éxito de numerosas aplicaciones de gestión social (como Flickr, el repositorio fotográfico más popular de la Red, o del.icio.us, el gestor de Favoritos de Yahoo), los desarrolladores web y la comunidad de usuarios han unido sus esfuerzos. Este trabajo conjunto busca organizar la información a través de un sistema de etiquetado social que permita una fácil reu-

tilización del material publicado y catalogado por las mismas personas.

## Folksonomy

El término folksonomía tiene su origen en el vocablo anglosajón *folksonomy* (*folks* + *taxonomy*) acuñado por Thomas Vander Wall dentro de las listas de correo de *The Information Architecture Institute*, una de las principales organizaciones para el estudio de las arquitecturas de información. Hace referencia concretamente a la taxonomía social o a la clasificación gestionada por la gente. Esta forma de organizar los contenidos, también llamada «tagging» o «sistema de etiquetado social», no emerge a espaldas de los usuarios, sino que, por el contrario, sustenta su éxito en el respaldo y la participación de toda la comunidad internauta. Aunque este sistema de indización y clasificación de la información aún no es un hábito recurrente entre la mayoría

de los navegantes de la Web, es indiscutible que poco a poco se perfila como el mecanismo más ágil y participativo para apilar los contenidos web y facilitar su recuperación.

## Tags o etiquetas sociales

Uno de los comportamientos que mejor define el perfil del usuario actual es el de clasificar preventivamente los documentos que publica para facilitar su posterior recuperación. En ese sentido, el *tagging* o *social bookmarking* es uno de los componentes más importantes dentro de la Web 2.0 que se está gestando, pues permite organizar la información de manera descentralizada y con la participación directa de cualquier usuario. Las *tags* son palabras clave o etiquetas que aportan atributos inteligentes a un determinado documento digital para clasificarlo según su descripción, naturaleza o contenido. En definitiva, son la base elemental de los sistemas de etiquetado social y mediante

ellas los usuarios pueden organizar sus publicaciones web e integrar a otras personas que han almacenado contenidos bajo las mismas etiquetas, generando comunidad y redes sociales en torno a intereses afines. Si quisiera publicar una foto de mis vacaciones en Nueva York, por ejemplo, debo incluir algunas señas complementarias (verano, vacaciones, Manhattan, turismo, etc.) para que otras personas puedan localizarla fácilmente.

### Nubes de etiquetas

Muchos de los servicios llamados 2.0 publican una lista o representación gráfica, dinámica e informativa de las etiquetas más populares gestionadas dentro de un sitio web. Por lo general, en una *tag cloud*, las etiquetas están organizadas alfabéticamente, y las más relevantes (aquellas que son utilizadas con mayor frecuencia por los administradores o por los usuarios) son de un tamaño mayor y, ocasionalmente, de un color diferente. Esta diferenciación permite que los lectores ubiquen al primer vistazo el tema más recurrente dentro de un servicio. Por el contrario, si el tamaño de la fuente de una determinada *tag* es muy pequeño, significa que agrupa un menor volumen de contenido. Las nubes de etiquetas promocionan un menú de la información que más circula dentro del sitio web, pero no implica que esas palabras clave expongan la totalidad del contenido. Más bien resume, generalmente con 100 etiquetas, el contenido más popular, dejando por fuera aquellos recursos con menos documentación. Internet dispone de varias aplicaciones gratuitas para generar una nube de etiquetas con la información de nuestra web. Así, a través de [ZoomClouds](http://es.zoomclouds.com) (<http://es.zoomclouds.com>) podemos exportar, mediante los respectivos *feeds*, una nube de *tags* a nuestro blog totalmente personalizable gracias a un completo editor visual.

### La vida más fácil con el tagging

El sistema de *tags* cumple una función de especialización en los patrones de búsqueda, afinando los resultados y ofreciendo contenidos muchos más coherentes con la información que se desea localizar. Varias comunidades virtuales utilizan nubes de etiquetas para condensar la información publicada por los usuarios y, a su vez, permiten asociar los resultados de una determinada *tag* con otra serie de etiquetas relacionadas, minimizando el margen de error. Si, por ejemplo, consulto la



La Web 2.0 ha promovido el etiquetado social de los contenidos. Con esta tendencia, es la gente la responsable de marcar manualmente la información y organizarla según sus intereses y los de la comunidad.

información guardada en la *tag Nueva York* con la intención de buscar museos de esa ciudad, obtendré una serie de resultados que pueden integrar datos inútiles para mi fin, como hoteles, clima, información de las calles, historia, etc. Algunas estructuras de *tags* me permitirán asociar la etiqueta *Nueva York* con la etiqueta *museos*, haciendo más precisas las órdenes de búsqueda.

Aunque la clasificación original de la información obedezca al criterio caprichoso de un individuo, la descripción que él asigne a los diferentes contenidos repercute directamente en la facilidad con que otras personas puedan localizarlos. El sistema de etiquetado social



En la Red hay miles de servicios basados en el *social bookmarking*. Gmail, por su parte, fue una de las aplicaciones de correo pioneras en el uso de etiquetas para organizar los mensajes.

es, por tanto, participativo, integra a los usuarios y experimenta nuevos canales de colaboración web. A su vez, la folksonomía es una tendencia en donde los usuarios describen sus propios contenidos con el ánimo de organizar la información y dejar el camino labrado para una posterior recuperación. Por eso, el *tagging* actúa como mecanismo de recorda-

ción, y las etiquetas, aunque en algunos casos no tengan una relación lógica con el contenido guardado, sirven para traer de vuelta datos archivados tiempo atrás.

Como vemos, la nueva Web implica, sobre todo, reconocer que el usuario puede participar activamente en la publicación de contenidos y que, en conjunto con la comunidad, puede delinear la lógica y el funcionamiento de los generadores de información que dominan la Red. Una de las principales ventajas del *tagging* social es la posibilidad de promocionar y divulgar el contenido que la comunidad en general considere relevante aplicando una especie de filtrado colaborativo.

### Muy bonito, pero...

Pese a que el sistema de etiquetas ha gozado de una extraordinaria aceptación entre miles de usuarios web, aún hay varios obstáculos por superar para estandarizar el uso de *tags*. Uno de ellos es, sin duda, el vocabulario utilizado por cada uno de los «taggeadores». Esta dificultad tiene que ver no sólo con la forma variopinta con que las personas conocen y aprovechan los recursos gramaticales que le son familiares, y que están estrechamente relacionados con los antecedentes culturales y sociales de cada quien, sino también con sus referencias regionales e idiomáticas. Del mismo modo, por ser un proceso que nace a partir del aporte individual de cada usuario, corre el riesgo de minar su valor colectivo a causa de las apreciaciones subjetivas.

Según Javier Cañada, editor de *Terremoto.net*, una de las revistas más importantes sobre diseño de interacción en Hispanoamérica, existen cuatro modelos de *tagging*: etiquetado egoísta, amiguista, altruista y populista. El primero hace referencia a un estilo personal, que busca clasificar la información según nuestras propias conveniencias. El amiguista es aquel que se hace en pro de un círculo de contactos alrededor de un entorno determinado, como el trabajo o los estudios. El altruista intenta normalizar los patrones de etiquetado para compartir la información de manera solidaria y mucho más eficaz. Finalmente, el modelo populista, como el *spam*, pretende obtener éxito a través de un sistema de *tagging* llamativo pero mezquino y exhibicionista.

### Categorías vs tags

No son pocas las discusiones que se han suscitado respecto a las diferencias, si es que las

## INTERNET | Folksonomía

hay, entre taxonomía y folksonomía en Internet. El diccionario de la Real Academia Española define taxonomía como una «Ciencia que trata de los principios, métodos y fines de la clasificación», haciendo especial énfasis en su función de ordenar jerárquica y sistemáticamente la información. En el ámbito web, cumple el mismo fin: categorizar en clases y sub-clases contenidos digitales, gestionarlos y ofrecer recursos visuales y funcionales, como los directorios o listados, para garantizar su localización y recuperación. Por lo general, este esquema de información, cuya representación tradicional es el árbol jerárquico y su estructura base las categorías, expone una serie de datos ordenados numérica o alfabéticamente; pero, a diferencia de las tags, en donde predominan relaciones predeterminadas de parentesco, las relaciones de estos son independientes entre sí. Podría decirse que una de las características de la taxonomía clásica, e implícitamente una de sus limitaciones, es la rigidez con que se ordena la información.

En los weblogs, por ejemplo, los usuarios utilizan las categorías para agrupar contenidos similares bajo un título general, sirviendo,



Las nubes de etiquetas son representaciones visuales con los temas más relevantes o consultados dentro de una página web. Los colores fuertes o el tamaño grande indican su popularidad.

sobre todo, de recopiladoras. Las tags, en cambio, describen esos contenidos a través de metadatos y aportan información complementaria, permitiendo la equivalencia o aso-

ciación entre diferentes artículos. Las etiquetas pueden tener una repercusión social mucho más significativa que las categorías, pues, además de representar gráficamente los contenidos más populares, permiten integrar dentro de una red global de tags, los artículos o temas más relevantes dentro de una comunidad virtual. No obstante, algunos expertos defienden algunas ventajas que tiene el sistema de categorías respecto al de etiquetas. Por ejemplo, la clasificación es más profesional y menos vulnerable al margen de error propio del etiquetado social; y la intervención de moderadores, como sucede en algunos directorios, garantiza que la información categorizada es actual y se ajusta al contenido de la categoría. Asimismo, a diferencia del tagging, en donde proliferan cientos de etiquetas para un texto o recurso determinado, las categorías ofrecen un sistema mucho más uniforme y preciso, prometiendo, al menos en teoría, resultados más fiables.

### Fábrica de propósitos

En Internet hay varios servicios que integran a usuarios de diferentes países a través de un

## Servicios de la Red donde «mandan» los usuarios

### >Tagzania

[www.tagzania.com/es](http://www.tagzania.com/es)

Este servicio de social bookmarking lo ha desarrollado la compañía vasca CodeSyntax para que los usuarios, a través de tags, marquen y describan sitios geográficos ubicados dentro de Google Maps. Funciona como un centro de documentación geográfico en donde las personas pueden crear su propia base de datos de pueblos, ciudades, accidentes geográficos, calles o edificaciones y en donde, además, pueden suscribirse a la actualización de esos datos mediante RSS.

### >Cadaminuto.es

<http://es.cadaminuto.com>

Este agregador de noticias recopila y establece un ranking de los artículos publicados. Utiliza un sistema de interpretación inteligente para rastrear esta información y organizarla en una nube con las tags más populares. Los usuarios pueden consultar toda clase de noticias, que se actualizan cada minuto y que pueden comentar o puntuar según su relevancia.

### >Menéame

<http://meneame.net/cloud.php>

Menéame, en sí, es sólo un directorio de historias promocionadas por cualquier usuario que permite que sea la misma comunidad la que decida la notoriedad y visibilidad de los artículos. Todos los enlaces enviados son clasificados mediante etiquetas y los temas más tratados son expuestos en la nube de tags del sistema.

### >La Coctelera

[www.lacoctelera.com/tags](http://www.lacoctelera.com/tags)

Los editores de esta activa comunidad de blogs de la blogosfera hispana pueden clasificar sus artículos mediante categorías o tags, permitiendo a los lectores buscar información a través de la nube de etiquetas de cada usuario. Las tags más populares son publicadas en una nube de etiquetas común, listando los temas que más relevancia tienen dentro de la comunidad. También se puede consultar el archivo histórico de tags o asociar una etiqueta con otras tantas, optimizando las instrucciones de búsqueda.



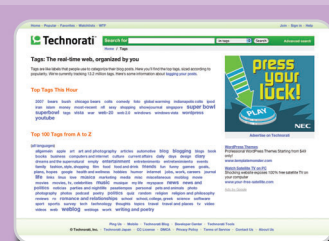
### >Technorati

<http://technorati.com/tag>

Technorati constituye el servicio más popularizado entre los bloggers para buscar información, rastrear contenidos especí-

ficos y seguir de cerca cualquier noticia que tenga como fuente un blog. Utiliza el sistema de etiquetado colectivo para categorizar con mayor precisión los contenidos indexados y afinar el mecanismo de

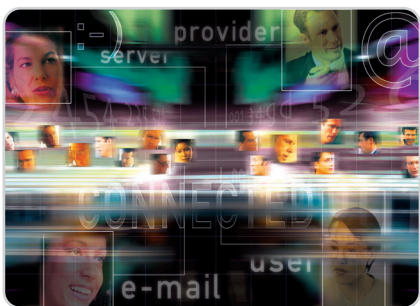
búsqueda con el que rastrea la información dentro de los blogs. Los usuarios, por su parte, asocian las entradas publicadas, ya sean en formato de texto o imagen, con la correspondiente etiqueta de Technorati. Esta forma de categorizar la información permite que el buscador de bitácoras complemente las opciones de búsqueda con otros servicios como Flickr o del.icio.us. En su sección de tags, se pueden consultar las palabras más populares publicadas en la última hora o las cien tags más relevantes organizadas alfabéticamente.



### >Jamendo

[www.jamendo.com/es/?p=tags](http://www.jamendo.com/es/?p=tags)

Excelente este repositorio discográfico para almacenar, compartir, descargar o escuchar vía streaming música inédita y libre, ofrecida por los compositores, que la han subido y catalogado gratuitamente bajo licencias Creative Commons. Además, se organiza en un gran catálogo de etiquetas con lo mejor de las tendencias musicales contempo-



sistema de etiquetado social. Uno de los más populares es **43 Things** ([www.43things.com](http://www.43things.com)), un gestor de sueños en donde podemos organizar y compartir con otras personas las cosas que hemos hecho, las que estamos haciendo y las que nos quedan por hacer. Después de darnos de alta en el sitio web a través de un sencillo registro, podemos comenzar a completar una lista de hasta 43 cosas pendientes por hacer. Posteriormente, es posible agregar nuevos propósitos o tachar aquellos que vamos cumpliendo. Las demás personas pueden visitar tu repositorio personal de tareas, darles seguimiento, comentarlas y, lo que hace especialmente social a esta herramienta, sumarse a ellas, generando una comunidad virtual en

torno a un propósito particular. La página principal de 43things va actualizando un listado de las metas más populares entre los usuarios, el número de personas y ciudades que se han integrado al servicio y las tags más relevantes del día, e incluye un buscador de tareas.

El éxito del proyecto, que recibió un apoyo significativo por parte de Amazon, ha permitido que sus creadores desarrollen otras herramientas de gestión social a partir de la utilización de etiquetas. Una de ellas es **All Consuming** (<http://allconsuming.net>), un servicio orientado a compartir nuestro catálogo de libros, películas, discos y hasta nuestras comidas y bebidas favoritas. La idea es que podamos contactar con otras personas con las que compartimos los mismos intereses, ofrecer y recibir nuevas recomendaciones y exportar nuestro folleto de consumo personal a un sitio web específico a través de un *script*.

Otro exitoso software social de Robot Co-op, la compañía responsable de 43 Things, **43 People** ([www.43people.com](http://www.43people.com)) o **Lists of Bests** ([www.listsofbests.com](http://www.listsofbests.com)) es **43 Places** ([www.43places.com](http://www.43places.com)), cuyo objetivo principal

Motivación y utilidad en los diferentes estilos de etiquetado social



Autor: Javier Cañada (derechos cedidos al dominio público)

Aunque el estilo de etiquetado que mayor beneficio ofrece a la comunidad es el altruista, también es el que más baja motivación tiene entre los usuarios

es compartir con los demás todos los lugares que hemos conocido o los que siempre hemos soñado visitar. Lo que hace realmente atractiva esta aplicación colaborativa es que el contenido no es generado por profesionales del turismo, sino por los propios usuarios, dando como resultado un interesante mapamundi social.

**Ricardo Barrera**  
[ricardo.barrera@the-coctail.com](mailto:ricardo.barrera@the-coctail.com)  
[www.lagrancaharrerria.net](http://www.lagrancaharrerria.net)

râneas y clásicas. En la nube de tags de Jamendo, podemos localizar discos según la época, el género musical, los instrumentos base o el país del compositor. Gracias a que el servicio se encuentra disponible en varios idiomas, Jamendo ha construido una increíble comunidad de melómanos que ha dado a conocer nuevos grupos y solistas alrededor del mundo.

>Last Fm

[www.last.fm/explore](http://www.last.fm/explore)

La programación de esta plataforma de radio se construye según las preferencias de sus usuarios, que cumplen una función de filtrado colaborativo con base en sus intereses musicales. Este proyecto, que funciona en unión con Audioscrobbler (software para la gestión de contenidos de audio), da acceso a una gigantesca colección musical clasificada mediante tags por los oyentes, perfilándose como una emisora colectiva en donde compartir nuestros álbumes musicales o conocer los de otros.

>Del.icio.us

<http://del.icio.us/tag>

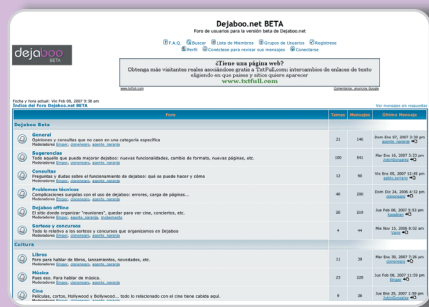
Del.icio.us es el marcador social que goza de mayor aceptación entre los navegantes para administrar y explorar nuestros enlaces favoritos. Aunque su diseño resulta algo simple, permite gestionar nuestros bookmarks fácilmente. Clasificar correctamente los documentos que guardamos será de gran ayuda no sólo para organizar nuestros enlaces, sino para facilitar a la comunidad de usuarios el localizar en nuestra lista de bookmarks sitios web que contengan información de su interés. Ofrece un listado para

acceder a las tags más relevantes y un buscador de etiquetas para realizar consultas especializadas.

>Dejaboo

[www.dejaboo.net](http://www.dejaboo.net)

En esta red social cultural, los usuarios pueden realizar sus reseñas sobre películas, libros, obras escénicas, musicales, cantantes, bandas, discos o canciones. Es un espacio para intercambiar opiniones y sugerir nuevos contenidos que puedan ser de interés a los demás. La interacción entre los usuarios propicia la construcción de mini-comunidades en torno a



intereses comunes. Una de las formas para integrar toda la información publicada es a través del sistema de tags.

>Blinklist

[www.blinklist.com](http://www.blinklist.com)

El etiquetado social ha encontrado en la tag cloud una forma ágil y dinámica de organizar la información, teniendo como

patrón un ranking según la relevancia de los elementos. Blinklist, al igual que la mayoría de marcadores sociales, utiliza esta estructura para gestionar la lista de bookmarks favoritos, otorgando a las etiquetas más importantes un tamaño superior, con un contraste de color que tiende del azul al rojo. Esta nube de etiquetas puede exportarse a nuestro blog, incluso en marca blanca, para compartir con los lectores sitios web que hemos guardado como Favoritos.

>Flickr

[www.flickr.com/photos/tags](http://www.flickr.com/photos/tags)

En este álbum on-line es posible organizar y compartir nuestras fotografías digitales. De hecho, ha desarrollado un modelo de gestión de imágenes muchísimo más práctico que el de sus competidores, pues no sólo las hospeda, sino que también las integra a una enorme red social dinamizada por etiquetas.

>YouTube

[www.youtube.com/tags](http://www.youtube.com/tags)

Este nuevo coloso de Internet, adquirido en el 2006 por Google, ha sido uno de los proyectos de videoblogging que más usuarios ha captado en los últimos meses. Ofrece alojamiento de videos y permite visualizarlos desde cualquier sitio web externo mediante la generación automática de un código exportable. Es factible clasificar los contenidos mediante tags.

