



CRÍTICA DE LIBROS / BOOK REVIEWS

Etiquetar en la web social

Raquel Gómez-Díaz

Barcelona: Editorial UOC, 2012. (El profesional de la información: 9). 114 p. ISBN: 978-84-9029-013-2

En Internet, el concepto de etiquetar está estrechamente relacionado con el proceso de asignar palabras clave a los recursos de información que el usuario va encontrando, ya sean páginas, sitios web, vídeos, tuits, fotografías, etc. Las etiquetas -tag en inglés- se asignan con el fin de que los usuarios puedan anotar, organizar, descubrir y re-encuentrar aquellos recursos que van viendo, oyendo o leyendo en la web. La idea de etiquetar nace como posible solución o ayuda a la mejora de la recuperación de información en un entorno de producción digital cada vez más creciente que hace muy costoso e insostenible la indización, la representación de contenidos por parte de especialistas o profesionales de la información.

Desde comienzos del año 2000, el estudio del fenómeno de etiquetado social se ha orientado hacia tres áreas fundamentales: el estudio de las etiquetas en los procesos de representación y recuperación de información; en el proceso de etiquetado, en el comportamiento de los usuarios a la hora de etiquetar, cómo etiquetan, cuánto etiquetan y por qué usan ciertas etiquetas y no otras; y los sistemas de etiquetado social, una perspectiva socio-técnica, sobre los sistemas de etiquetado (ayudas, control de etiquetas, agregación de etiquetas, relaciones sociológicas entre los usuarios que etiquetan, etc).

La autora de este libro, Raquel Gómez-Díaz, profesora de la Universidad de Salamanca, intenta abarcar de forma somera los conceptos básicos sobre el etiquetado social. El libro pertenece a la colección de libros de bolsillo EPI-UOC y como todos los demás de la colección se trata de una obra pequeña, de unas 100 páginas, con información y bibliografía básica sobre el tema, escrito de forma muy didáctica y, por ahora, sin versión en formato de libro electrónico.

El libro está organizado en dos grandes partes: una, la dedicada a comparar el etiquetado social con la indización tradicional y a describir las características básicas, ventajas e inconvenientes del etiquetado social así como los criterios a tener en cuenta para realizar tareas de etiquetado. Y una segunda parte dedicada a las aplicaciones de etiquetado social.

La primera parte requiere tener unos conocimientos mínimos de biblioteconomía puesto que introduce terminología y conceptos teóricos sobre representación de contenidos o lenguajes documentales. La autora, no obstante, intenta ilustrar las explicaciones con ejemplos y con cuadros explicativos o de resumen de las ideas principales, lástima que alguno de esos cuadros tengan un fondo tan oscuro.

Al lector no iniciado le gustará especialmente la segunda parte, la dedicada a las herramientas para crear etiquetas y a las aplicaciones del etiquetado social junto con consejos prácticos para un buen etiquetado social. Evidentemente, en un entorno tan inmenso y cambiante no están todas pero la autora ha hecho un buen esfuerzo en categorizar y sintetizar las distintas aplicaciones. Y aunque el número limitado de páginas no le permite profundizar en cada una de ellas, sí abarca lo esencial y ofrece buenas pistas a los lectores para iniciar nuevos descubrimientos.

Antonio Hernández-Pérez

Universidad Carlos III. Madrid
tony@bib.uc3m.es