

La triada ideal para la co-creación de contenidos digitales y metadatos

ARIEL ALEJANDRO RODRÍGUEZ GARCÍA

INTRODUCCIÓN

En 1996 se introduce el término “prosumption”, con él se establece la relación participativa entre lo que es un productor y un consumidor. Sin embargo, Toffler en su texto *La tercer Ola* especifica que esa relación se debe conocer como “prosumer”. Autores como Don Tapscott y Anthony D. Willians, con el texto *Wikinomics: how mass collaborative changes everything* refieren que el nuevo modelo del *prosumption* se debe concebir como una actividad de creación de productos y la investigación y trabajo en cursos. Más adelante, Bruns en *Blogs, Wikipedia, second life, and beyond* suscribe que el consumidor actualmente invita y coproduce los servicios que consumirán, creando así sus propias comunidades en línea en las que compartirán sus productos relativos a información, proyectos colaborativos, contratación de servicios, intercambio de consejos, herramientas y algunas partes de productos.

Tanto el paradigma participativo como el etiquetado social sostienen que el usuario es el eje principal en el que gira la creación de contenidos, así como el marcado de los recursos de información. Para que se lleve a efecto esta premisa se debe reflexionar sobre asuntos como los supuestos de la Web 2.0 y la Biblioteca 2.0, en los que se suscribe que para que exista una colaboración en las redes sociales deben estar presente dos actores, el usuario y la institución que genera los contenidos.

Los manifiestos de la Web 2.0 y la Biblioteca 2.0 describen que el nuevo rol del usuario en el entorno digital es la contribución colaborativa. Pero ¿qué es eso de la contribución colaborativa? ¿por qué es valiosa para los estudios de la información? ¿tiene desarrollado algún modelo de participación y tipos de etiquetados?

Para dar respuesta a estas preguntas y otras más que irán mencionándose a lo largo del trabajo, tomaremos como punto de partida la siguiente premisa: La gran mayoría de quienes leen esta investigación son miembros de alguna red social y al ser integrante, directa o indirectamente, has etiquetado o marcado algún contenido. De ahí que se cumpla con el principio de que para que haya un equilibrio entre el buen funcionamiento de la red y la comunidad, deberá de generarse una sinergia entre quien participa y quien administra los contenidos.

En esta ocasión nos proponemos reflexionar sobre la conexión que se origina entre lo que señala el paradigma participativo en la cocreación de metadatos, las diferentes modalidades del etiquetado social y el rol que desempeña el prosumidor de información con el fin de destacar que esta triada ha forjado una nueva manera de concebir la práctica de la representación del conocimiento.

EL PARADIGMA PARTICIPATIVO, EL ETIQUETADO
SOCIAL Y EL PROSUMIDOR DE INFORMACIÓN:
LA TRIADA IDEAL EN LA ERA DIGITAL

Con la llegada de la Web 2.0 y el creciente auge de las redes sociales en línea, autores como van Dick y Nieborg⁸ han señalado que gran parte de los aspectos de la vida social — amistades, intereses, conversaciones casuales, búsquedas de información, emociones, entre otras formas más de interacción— se han venido codificando como antes no se hacía.

Por su parte, la aparición de nuevos modelos de producción, distribución y consumo de información 2.0 ha permitido que el usuario participe más activamente desde la creación del contenido, hasta fincar nuevas alternativas para la actualización de los contenidos. El hecho es que los nuevos modelos⁹ han modificado las formas y los medios de dar a conocer la información y el conocimiento. Por ello es por lo que, en el entorno digital la relación entre datos y personas se vuelva un nexo mediado por las plataformas digitales y las personas.

En efecto, los cambios experimentados con los nuevos modelos creados por la Web 2.0, la información 2.0 y las formas de colaborar, dan margen para referir lo que O'Relly en 2006 fijaba como la creación de oportunidades para incorporar a los usuarios al proceso de creación y utilización de los metadatos.

Otros estudios realizados también en 2006 suscribían que la creación de metadatos enriquecidos por los usuarios era un proceso continuo en el que participan autores, editores, bibliotecarios y usuarios. Pero lo que se ha llegado

⁸ Jose van Dick, David Nieborg. *Wikinomics and its discontents*,

⁹ Martin de Saule. *Information 2.0: new models of information, production, distribution and consumption*.

a observar es que este nuevo modelo participativo es que los especialistas no tendrán la capacidad de anticiparse a las diversas interpretaciones inherentes de los usuarios finales.

De ahí que el paradigma participativo deba comprenderse de acuerdo con los siguientes elementos propuestos por Maness,¹⁰ quien en sus anotaciones sobre Web 2.0 y las implicaciones en la Biblioteca 2.0¹¹ refiere que todo lo que se haga dentro de este paradigma debe estar:

- **Centrada en el usuario.** Los usuarios participan en la creación de los contenidos y servicios, ellos se encuentran presentes en la WEB, OPAC, entre otros servicios. El consumo y creación del contenido es dinámico y los roles tanto de los bibliotecarios como el usuario no siempre son claros.
- **Proporciona una experiencia multimedia.** Tanto las colecciones como los servicios en la Biblioteca 2.0 muestran componentes de video y audio. Si bien esto no se observa con frecuencia en esta modalidad de biblioteca, es lo que se sugiere que debería ser.
- **Socialmente rica.** La promoción web de la biblioteca exige considerar la presencia del usuario. Los medios de comunicación con el usuario pueden ser sincrónica o asincrónicamente (i.e. wikis) con el bibliotecario.

10 Jack M. Maness. "Library 2.0 theory: web 2.0 and its implications for libraries".

11 El término Biblioteca 2.0 fue acuñado en 2005 por Michael Casey en su blog *Library Crunch* y se refiere al uso aplicativo de la innovación tecnológica y sus servicios. Pero en discusiones posteriores se dijo que la Biblioteca 2.0 se enfoca la creación e implementación de servicios basados en la web de manera interactiva, colaborativa y multimedia.

- **Comunitariamente rica.** Este puede ser el aspecto más importante de la Biblioteca 2.0. Pues es el fundamento de los servicios comunitarios de la biblioteca, pero debe ponerse atención en ese asunto porque la biblioteca como los usuarios cambian, por lo que los servicios deberían cambiarse continuamente con el fin de encontrar nuevos servicios no solo para buscar, encontrar y utilizar información.

El paradigma participativo toma como concepto central la Web 2.0 en el que se involucra al usuario como cocreador de contenidos y metadatos. Este se apuntala asumiendo la colaboración entre dos actores, el usuario y la institución que puede ser la biblioteca, escuela, etcétera. Con base en lo anterior, la Web 2.0 considera al usuario como la parte más importante debido a su participación proactiva. Autores como Alemu¹² lo denominan el usuario como prosumidor que da origen a la notación *Wisdom Crowds* o Sabiduría de masas.

Aspectos importantes por destacar sobre el paradigma participativo son aquellos relativo a las diversas formas que se tienen que comprender para producir contenidos, tanto de manera individual como colectivamente.

Al respecto Alemu¹³ indica que el primero es el denominado como Web 2.0. Esta se emplea como plataforma colaborativa capaz de producir contenido de manera individual como colectivamente. Los contenidos individuales pueden ser agregados mezclándose con cierto rigor para crear la inteligencia colectiva.

12 Getaneh Alemu. "Metadata enrichment for digital heritage: user as co-creator".

13 Ídem.

En segundo lugar, se encuentra la Sabiduría Colectiva, que no solamente estriba en el consenso homogéneo y grupal para la toma de decisiones, sino, lo más importante, en reunir la posición de diversos grupos de personas que están imposibilitadas de participar por ser grupos minoritarios.

En tercer lugar, está el *Crowdsourcing*, que se refiere a una técnica de masas colaborativas que es capaz de trabajar de manera individual como con grupos virtuales con el fin de alcanzar metas compartidas significativamente. Aquí se encuentra la práctica de metadatos enriquecidos que incluye la curación, revisión, localización, documentación histórica y de vidas personales y la localización aumentada.

En cuarto lugar, aparece la Participación Variable (complementaria a la modalidad de Sabiduría colectiva), que entre sus actividades permite la creación de metadatos abiertos los cuales facilitan compartir el conocimiento, reusarlos, mezclarlo y remasterizar la información y la creación de metadatos establecidos por diversas instituciones como las galerías, bibliotecas, archivos y museos.

Finalmente, encontramos el Aprovechamiento de metadatos mixtos. Este modelo ha demostrado que, ante la ausencia de estructuras semánticas, los datos pueden ser enriquecidos y vinculados a través de ontologías, estableciendo un balance entre los esquemas estructurados y aquellos que no lo están por medio de taxonomías y folksonomías, las cuales se pueden emplear de manera conjunta.

Recapitulando, el paradigma participativo en la cocreación de metadatos juega un papel crucial en los contenidos colocados en las redes y comunidades sociales, puesto que el usuario es impredecible en el descubrimiento del valor que tiene el patrimonio digital. Por ello es por lo que las bibliotecas y los bibliotecarios o profesionales de la información debe acercarse más hacia el conocimiento y desarrollo de

los propósitos establecidos por el paradigma participativo. Esto le permitirá llevar a cabo programas de desarrollo de productos y servicios de expansión en los que los usuarios dejen de ser solo consumidores pasivos de información y pasen a ser colaboradores proactivos.

En lo concerniente al etiquetado social, autores como Park y Howarth establecen que fue ideado como un medio para compartir conocimiento. En 2006, año en que se indica como la fecha de inicio de esta modalidad de marcado de la información, se dijo que el usuario se volvería generador y creador de contenidos dentro de los sistemas de información.

No obstante, el concepto de etiquetación social¹⁴ no era nuevo en los estudios de la información, éste se comenzó a usar desde mediados de los años noventa como el medio colaborativo y social en los sitios Web.

Los primeros estudios formales sobre el tema aparecen entre los años de 2005 y 2007 como investigaciones relacionadas a las folksonomías,¹⁵ etiquetación (*tagging* por su término en inglés) y sistema de etiquetación social (*social tagging frameworking*). Posteriormente se continuó como nube de etiquetas¹⁶ (*tag cloud*), *tagsonomy*¹⁷ y catalogación social.

Entre los principios de las redes sociales en línea se recomienda que el usuario etiquete su propia información con el fin de equilibrar el funcionamiento entre el usuario y el sistema.

14 Shawne Miksa. "Social Cataloging; social cataloger".

15 Gene Smith. *Tagging : people-powered metadata for the social web*.

16 De acuerdo con Glushko una nube de etiquetas son folosonomias que pueden desplegarse en forma de nubes de etiquetas en las cuales la frecuencia es empleada para determinar el sitio o tamaño del texto que se colocará en la nube de etiquetas.

17 Glushko refiere que una tagsonomy surge cuando un usuario o comunidad de usuarios define una serie de principios que regirán en la práctica del etiquetado como si fuera un sistema de clasificación. Entonces un sistema de etiquetas puede denominarse como tagsonomía, neologismos inventado para describir más de un sistema de etiquetados.

De ahí que el etiquetador deba revisar de manera general la arquitectura de la información, las características del software social de los libros y aquellos procedimientos a seguir para compartir los contenidos dentro de una colección digital.

Teniendo en cuenta estas sencillas recomendaciones, consideramos que es oportuno recordar que un usuario cuando tiene algún problema o necesidad de información deberá poner atención al tipo de necesidad de información desea satisfacer: concreta, orientada a un problema y /o exploración sobre búsquedas previas.

Al respecto Pérez-Montoro Gutiérrez¹⁸ puntualiza que una necesidad de información concreta es aquella que presenta límites temáticos bien definidos. En cuanto a la necesidad de información orientada a problemas, ésta no puede formularse ni expresarse de una manera exacta ni satisfacerse de una forma completa a partir de una única respuesta o forma de información, sino que requiere de la agregación de diferentes elementos de información.

Por lo tocante a la necesidad de información sobre búsquedas previas, el mismo autor explica que se trata de formas recurrentes de regresar a los resultados que se habían obtenido con antelación y fueron guardados en los historiales de búsqueda de información.

En resumen, el etiquetado social se considera como una forma de hacer que el usuario represente contenidos relacionados con sus necesidades de información y emplee palabras o alguna alternativa simbólica para comunicarse con el sistema de información, el cual emplea de manera eficiente el tiempo, los recursos y contenidos para llegar a su cometido con el fin de salvar las necesidades de información.

¹⁸ Mario Pérez-Montoro Gutiérrez. *Arquitectura de la información en entornos Web.*

Por lo que respecta al mercado social, como lo denomina Smith,¹⁹ se debe llevar a cabo por medio de la combinación de cinco piezas de datos: un URL (Uniform Resource Location); una ubicación uniforme de los recursos; una descripción; notas acerca del URL; etiquetas y una entrada de verificación si el marcador es privado.

En la práctica con sistemas de etiquetado, se señala que hay varios problemas a enfrentar como la ambigüedad, la arbitrariedad, la desorientación, el retorno de la inversión y la imagen de la organización que se muestra en el sitio Web. Con relación a lo anterior Pérez-Montoro Gutiérrez²⁰ puntualiza que la ambigüedad se debe a etiquetas que el lenguaje natural e idiomático no puede asociar a diferentes significados.

A propósito de la *arbitrariedad*, ésta se presenta debido a que el creador de la etiqueta decidió emplearla con significados diferentes a los convencionales. En cuanto a la *desorientación*, la podemos asociar a la planificación del sistema de etiquetado y surge en el momento en que las etiquetas no son capaces de ubicar al usuario dentro del contenido que hay detrás de ellas. Generalmente aparece este problema cuando se usan etiquetas demasiado generales o son manipuladas en contextos distintos.

En la misma línea se observa el problema con el *retorno de la inversión*, el cual tiene que ver con los fines comerciales o la obtención de fondos por la organización que ha creado el sitio. Es decir, un sistema de etiquetación mal planificado provocará una nula o escaso retorno de la inversión sobre el costo implícito en la creación del sitio web.

19 Gene Smit, *Op cit.*, p. 167.

20. Marco Pérez-Montoro Gutiérrez. *Op cit.*

Finalmente encontramos la *imagen de la organización* que en un sistema de etiquetación carente de planificación corre los riesgos de que el perfil de la institución no sea bien visto por el usuario y esa mala imagen condicionará que el usuario continúe explorando en el sitio web.

Considerando que un sistema de etiquetación es la parte medular para que un usuario colabore en una red social, importaría mucho conocer los motivos por los cuáles el usuario se convierte en un etiquetador social o como lo refiere Park y Howarth en un catalogar social.

A propósito de las motivaciones, Smith²¹ establece que las más fuertes de éstas es el uso fácil de etiquetado. Enseguida identificamos a las *etiquetas simples* que son las que ayudarían al usuario a desarrollar múltiples rutas de acceso a sus recursos. Por el mismo sentido se encuentran las *etiquetas flexibles* que son aquellas que pueden adaptarse a cualquier propósito de uso de la información. Mientras que las *etiquetas extendibles* son las que describen algo nuevo para que el usuario cuente con los medios y recursos sin ningún impedimento.

De lo anterior podemos afirmar que las etiquetas empleada en sus diferentes versiones, pueden ser agregativas, es decir, que se puede emplear información de otros sitios o redes a través de la combinación de las aplicaciones o de los datos que puedan asociarse al uso de las etiquetas similares en los diferentes sistemas de etiquetado.

Para finalizar el asunto de los motivos que pueda tener un etiquetador social, interesaría recomendar que es de vital importancia incorporar, en el lugar que corresponda, breves explicaciones sobre el significado y uso de las etiquetas.

21 Gene Smith, *Op cit.*

En otras palabras, la etiquetación social a diferencia de los modelos tradicionales de descripción de la información permite que una relación más directa entre el productor y consumidor de la información; la información está disponible para todos, pero con las reservas de que el etiquetador social requerirá de un medio de acceso a la comunidad que posee la información.

La relación persona a persona, persona-institución ha creado nuevos mecanismos que han cambiado sustancialmente el modelo de comunicación. Con las nuevas características y el formato digital de los recursos y contenidos, es más rápido el proceso de usar, compartir y, a su vez, de modificar la información, porque en el entorno red social la información como, proceso, conocimiento y objeto²² no tendrá rival a vencer.

En otro orden de ideas nos referiremos a la catalogación social desde dos aspectos fundamentales de la bibliotecología y los estudios de la información. Es decir, desde la organización de la información y del conocimiento.

Desde la perspectiva de la organización de la información, Note²³ señala que un sistema de etiquetación debe tomar en cuenta las necesidades y preferencias del grupo primario y secundario de usuarios. Con el apoyo de los metadatos deberá señalarse la importancia de la utilización de los índices, así como los valores de recuperación de información. Por eso es por lo que la base de un sistema de etiquetación social deba desarrollarse por profesional de la información y con apoyo de la comunidad beneficiaria con el firme propósito de establecer un esquema acorde a las necesidades de esa comunidad.

22 Michael Buckland. "Information as Thing".

23 Margaret Note. Managing imagen collection: a practice guide.

Por su parte, Miska²⁴ refiere que un catalogar social es aquel profesional de la información/bibliotecario que cuenta con las habilidades y experiencia necesarias sobre el control de vocabularios centrados en los usuarios, así como quien puede identificar las motivaciones que incitan al usuario a etiquetar los recursos y objetos digitales.

Otro punto más relativo a la organización del conocimiento es el que Abbas²⁵ refiere a que, con la introducción de las redes sociales, la catalogación de sitios y el etiquetado social se comenzarían a crear nuevas estructuras para la organización del conocimiento como las folksonomías, el marcado de sitios sociales (*social bookmarking site*), sitios de catalogación social (*social cataloging site*) y el etiquetado (*tagging*).

El marcado social se refiere a la manera en que un sitio Web provee al usuario de permisos para organizar, describir y compartir sus recursos. Algunos términos alternativos al marcado social suelen relacionarse con redes sociales, clasificación social, catalogación social, intercambio de redes sociales e intercambio de sitios sociales.

En la misma línea se encuentra la catalogación social de sitios, la cual permite a los usuarios, organizar, catalogar y compartir sus colecciones de recursos. Esta modalidad incluye ciertas descripciones bibliográficas en la que se permite a los usuarios etiquetar, revisar y realizar algunas otras opciones para comentar.

Sobre las redes sociales se dice que son plataformas con un conjunto de opciones personales en las que el usuario puede compartir información, música, aplicaciones de programas, entre otras opciones más.

²⁴ Shawne Miksa. Op cit.

²⁵ June Abbas. *Structure for organizing knowledge*.

Finalmente encontramos el etiquetado que es el acto de proporcionar términos o conjunto de estos reconocidos como etiquetas o etiquetas para describir recursos en las redes sociales. También pueden llamarse como marcadores sociales de sitios sociales de catalogación.

En esa misma línea de acción se puede decir que la etiquetación sea empleada para ordenar, recuperar, encontrar y redefinir los resultados de búsqueda de información. Los términos alternativos asociados a este concepto suelen ser descriptores, palabras claves, descriptores creados por los usuarios, contenidos atribuidos a los usuarios, descriptores definidos por los usuarios, clasificación social y clasificación etnosocial.

EL PROSUMIDOR DE INFORMACIÓN, AGENTE DE CAMBIO EN LA ERA DIGITAL

Los contenidos digitales cobran vida cuando es involucrado el usuario, al que en este trabajo se le ha referido como prosumidor de información. Su participación proactiva en la producción de contenidos individuales y colectivos da sustento a lo que el creador de la Web señalara en su momento como el eje central e importantes de la Web 2.0.

Para la Biblioteca 2.0 este nuevo tipo de usuarios está dando origen a una manera diferente de observar a los usuarios, debido a que las aplicaciones tecnológicas de la Web en los productos y servicios bibliotecarios requieren de un constante intercambio de opiniones con el fin de encontrar nuevos servicios de extensión basados en las sugerencias vertidas por los prosumidores.

Razón por la cual las plataformas colaborativas creadas en el entorno digital obligan a los bibliotecarios a que observen

la importancia que tiene la inteligencia colaborativa sustentada en los principios del paradigma participativo, ya que las nuevas y tradicionales generaciones de usuarios están migrando del modelo del consumidor pasivo al modelo de colaboradores proactivos.

Finalmente, el etiquetado social hace patente que el prosumidor de información, al satisfacer o no sus necesidades por medio del mercado de contenidos, responde manifestando su acuerdo o desacuerdo por medio de las posibilidades de opinión definidas en los contenidos digitales.

DEL CONSUMIDOR PASIVO AL PROSUMIDOR DE INFORMACIÓN

En este trabajo nos propusimos encontrar las conexiones existentes entre los tres elementos claves que tiene la Web 2.0 y la Biblioteca 2.0 para que el usuario pase de ser un simple consumidor de información a un prosumidor. En este sentido encontramos que, en la era digital, además de la valía que tienen los contenidos, el prosumidor es el sostén sobre el cual gira tanto la creación de contenidos como el etiquetado de estos.

En segundo lugar, la perspectiva que se sostiene desde el surgimiento de la Web con relación al prosumidor de información es que las personas han dejado de ser solo consumidores de información. Ahora están tomando el lugar de productores y consumidores de contenidos y recursos, asumiendo así el rol de contribuidores colaborativos.

El paradigma participativo en la cocreación de metadatos nos refiere que dentro de este modelo la colaboración es fundamental entre los dos actores, el usuario y el creador del contenido, por ejemplo, la biblioteca. Este tipo de

participación da origen a lo que se denomina técnicamente la Sabiduría de masas y con ello diversos modelos de colaboración que promueven el desarrollo productos y servicios de bibliotecarios de expansión sustentados en las tecnologías y aplicaciones de la Web 2.0.

Finalmente, el etiquetado social a través de sus diversas maneras de comunicar los contenidos y recursos digitales siempre será el acto máspreciado en esta triada porque sin el marcado de los contenidos y recursos, las plataformas colaborativas, redes sociales, entre otras aplicaciones más, no reconocerían a los marcadores sociales de esos sitios.

BIBLIOGRAFÍA

- Abbas, June. *Structures for organizing knowledge: exploring taxonomies, ontologies, and other schemas*. New York: Neal-Schuman Publishers, 2010.
- Alemu. Getaneh. "Metadata enrichment for digital heritage: user as co-creator," *International Information & Library Review*, 50: 2, 142-156. DOI: 10.1080/10572317.2018.14494426.
- Bruns, Alex. *Blogs, Wikipedia, second life, and beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang, 2008.
- Buckland, Michael. "Information as thing" *Journal of the American Society for Information Science*. 42(5):351-360, 1991.
- De Saulles, Martin. *Information 2.0: new models of information production, distribution and consumption*. London: Facet Publishing, 2012.
- Glushko, Robert J., ed. *The discipline of organizing*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2013.

- Kiu, Ching-Chieh, Eric Tsui. "Taxfolk: a hibrid taxonomy-fol-sonomy structure for knowledge classification and navesation". *Expert systems with applications* 38(2011): 6049-6058.
- Lee, Danielle L., Titus Schleyer. "Social tagging is no substitute for control indexing: a comparison of medical subject headings and CiteUlike tags assigned to 231, 388 papers". *Journal of the American Society for Information Science*, 63(9):1747-1757. 2012. DOI: 10.1002/asi.22653.
- Maness, J. Library 2.0 theory: web 2.0 and its implications for libraries" *Webology*, 3(2). Article 25. Disponible: <http://www.webology.or/2006/v3n2/a25.html>.
- Park, Jung-Ran and Lynne C. Howarth, eds. *New directions in information organization*. First edition. United Kingdom: Emerald, 2013.
- Pérez-Montoro Gutiérrez, Mario. *Arquitectura de la información en el entorno web*. Gijón: Ediciones Trea, 2010.
- Smith, Gene. *Tagging: people-powered metadata for the social web*. Berkeley: New Riders, 2008.
- Tapscott, Don and Anthony D. Williams. *Wikinomics: how mass collaboration change everything*. Expanded edition, New York: Portfolio, 2008. Libro electrónico.
- Van Dick, José, David Nieborg. "Wikinomics and its discontents: a critical análisis of web 2.0 business manifestos". *New media & Society*, 11(5):855-874. DOI: 10.1177/1461444809105356.