

INTERNET POR ETIQUETAS

A los buscadores les ha salido un rival a la hora de encontrar información relevante: los *tags*.

Son etiquetas con las que los internautas comparten su valoración de sitios webs para encontrar los más relevantes. Ya hay quien busca negocio aquí.

BEATRIZ AMIGOT

Si no tenías suficiente con *blog*, iPod, WiFi, *wiki* y otros términos importados de Estados Unidos para describir el universo de internet, aquí va otro nuevo: *tag* (etiqueta, en inglés). Y con él, la acción del *tagging*, que consiste en poner etiquetas a las páginas web o a contenidos

concretos que sean de interés para poder identificarlos mejor en futuras búsquedas. Por ejemplo, a toda la información que encuentres buceando por la red sobre bodegas y que valores positivamente le puedes poner el *tag vino*. Y eso ayudará a que no solo tú en el futuro accedas más rápidamente a las páginas que juzgas interesantes, sino

que estarás contribuyendo a que muchos otros internautas identifiquen mejor la información que se juzga más relevante.

Como señala Alberto Knapp, director general de la consultora The Cocktail, las principales ventajas del *tagging* son que "se comparte la inteligencia colectiva y se produce también un filtrado

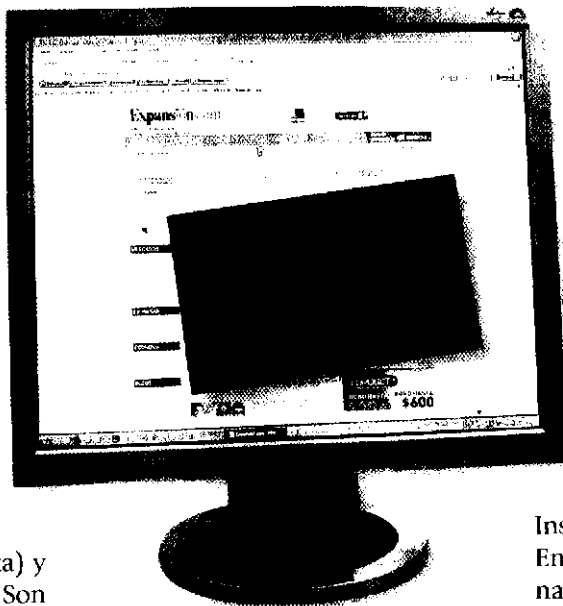


social, que da relevancia a lo que interesa a los usuarios”.

¿Cómo funciona este nuevo invento? Para marcar páginas web, hay que acceder a alguna de las páginas especializadas en esta función. Dos de las más utilizadas son del.icio.us y shadows.com. En estos portales te permiten almacenar, de forma gratuita, tus páginas web favoritas, clasificarlas bajo palabras clave (la etiqueta) y añadir comentarios valorativos. Son servicios gratuitos, con la única exigencia de inscribirte como usuario.

Cuando entres en del.icio.us, por ejemplo, lo primero que te encontrarás son los *tags* más populares, como *maps* (mapas) o *development* (desarrollo), así como los etiquetados más recientes. En la parte superior izquierda de la pantalla hay varias pestañas para marcar otros contenidos que te resulten útiles, así como para acceder a tus páginas favoritas. La posibilidad de acceder a tus páginas favoritas desde cualquier ordenador conectado a internet –y no solo desde tu PC o portátil personal– es una ventaja adicional del sistema de etiquetas.

Otra de las herramientas clave de del.icio.us es el buscador. Desde ahí



tienes la posibilidad de visitar las páginas clasificadas por el resto de usuarios. Si pides información de Barcelona, por ejemplo, te aparecerán los sitios en la red sobre la ciudad seleccionadas por otras personas, y con sus valoraciones. Son páginas que llegan con carta de recomendación. Y cuanto mayor sea el número de personas que etiqueta y comenta contenidos, mayor será la eficacia de la selección. Es como si sustituyeras las búsquedas basadas en algoritmos y enlaces entre páginas de Google, por otras en las que prefieres fiarte de lo que hayan escrito otros internautas de carne y hueso.

Algunas compañías ya se han apresurado a incorporar el *tagging* en sus sistemas de información. Ahora que la intranet (la red interna) de muchas sociedades ya no se limita a anunciar las

noticias corporativas o a enviar las nóminas a la plantilla, sino que puede incluir muchísima más información, incluyendo *blogs* o diarios online, las búsquedas pueden complicarse. “Si el contenido de la intranet se *taguea* se consigue una mayor eficiencia en la gestión de contenidos” explica Enrique Dans, profesor del

Instituto de Empresa.

En España están apareciendo algunas iniciativas para fomentar el etiquetado de webs. Una pequeña empresa del País Vasco ha creado tagzania.com. En esa página, los usuarios



etiquetan lugares, con su opinión del sitio y un mapa. La coctelera.com, un portal de *blogs*, está a punto de estrenar una nueva herramienta de etiquetado.

Algunas compañías se afanan ya por intentar buscar el negocio de los *tags*. Las etiquetas pueden ser un indicador del nivel de atracción de productos novedosos que puede ser aprovechado por firmas de marketing. Al menos, Joshua Schachter, el ex analista de Morgan Stanley que en 2003 creó del.icio.us, ya ha conseguido inversores que confían en la rentabilidad del *tagging*.

bamigot@recoletos.es

OTRA FORMA DE CLASIFICAR LA RED

1. Para crear etiquetas, hazte usuario de páginas de *tagging* como del.icio.us o shadows.com
2. El proceso es sencillo. Sólo tienes que poner la dirección de la web, su *tag* y la valoración
3. También hay un buscador en el que encontrarás los webs recomendados por otros usuarios
4. Podrás ver además las etiquetas más populares y recientes.

