

Marcaadores y tagging

Naiara Nicolás Torres

Comunicación Digital Interactiva

Periodismo

Curso 2021/22

UVic - UCC





Contextualización

¿QUÉ SON?

01 MARCADORES SOCIALES

Son un tipo de medio social que permiten guardar, organizar y compartir los enlaces de tus páginas web favoritas y tus archivos online en Internet. La información puede facilitarse de forma pública o privada y la puedes compartir con otros usuarios mediante enlaces por categoría (tags).

02 TAGGING

Se marca con el símbolo arroba (@) y permite a los usuarios de las redes sociales involucrar a un individuo, empresa o cualquier entidad con un perfil social cuando los mencionan en una publicación o comentario.

03 HASHTAG

Es una palabra o frase precedida por una marca de almohadilla (#) que se utiliza en una publicación en las redes sociales para identificar una palabra clave o tema de interés y facilitar su búsqueda. Cada vez que un usuario agrega un hashtag a su publicación, la red social puede indexarlo a su contenido y otros usuarios pueden buscarlo o descubrirlo.

La evolución de los marcadores

- 1989 - Craig Cockburn "PageLink"
- 1990 - Solicitó una patente pero nunca fue desarrollada.
- 1993 - Marc Andreessen "Mosaic 1.0"
- "Netscape Navigator"
- 2003 - "Delicious"
- 2004 - Firefox introdujo «Live Bookmarking»
- 2005 - "Google Bookmarks"

 PageLink



ΜΕΤΟΔΟΣ ΔΕ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΔΕ ΑΡΧΙΒΟΣ

- Archivos HTML, bookmarks.html
- Formato de base de datos seguros
- Archivo propio



SISTEMAS BASADOS EN TAGS

Ventajas

- Motores de búsqueda
- Toda la inclusión y clasificación de recursos está realizada por seres humanos
- Los usuarios marcan los recursos que encuentran más útiles (ranking de recursos)

Desventajas

- No hay un sistema pre-establecido de palabras clave o categorías.
- No existe una estructura predefinida para los tags (plural/singular, mayúsculas, acentos, etc.) lo cual puede llevar a errores a la hora de deletrear.
- Las 'tags' pueden tener más de un significado y ofrecer resultados inexactos debido a confusiones entre sinónimos.
- Los usuarios pueden crear 'tags' demasiado personalizadas con poco significado para otros.
- No existe una forma para estructurar las 'tags' de forma jerárquica.

El futuro de los marcadores



LAS MARCADORES MÁS POPULARES



Twitter existe desde 2007 y ofrece la posibilidad de crear mensajes cortos de máximo 140 caracteres. Con una cantidad estimada de 300 millones de usuarios a nivel mundial y 500 millones de *tweets* a diario en más de 35 idiomas y más de tres cuartas partes de los usuarios (un 77 %) están situados fuera de los EE. UU.



Pinterest tiene una estrategia de marketing más visual que ha logrado un gran éxito con 70 millones de usuarios. La mayoría de sus usuarios son mujeres (un 80 %), y el 42 % de las mujeres adultas en EE.UU. tiene una cuenta. Más de la mitad de los usuarios diarios consulta este sitio web antes de tomar una decisión de compra en una tienda, y el promedio de los pedidos de los visitantes referidos por Pinterest es de 58,95 US\$.



LinkedIn tiene la reputación de ser la más “profesional” de las redes sociales. Con 332 millones de miembros (y dos clientes nuevos por segundo), un 40 % de los cuales revisa el sitio web a diario, compartir tu contenido en su plataforma publicitaria es una excelente forma de lograr visibilidad y construir tu marca. Conseguirás seguidores y nuevos clientes, en especial si apareces en la página de inicio.



ΡΕΣΑΥΣΙΟΝ ΚΑΙ ΕΞ ΠΕΡΙΟΔΙΣΜΟ

Αgregadores de
noticias

Las más conocidas



Feedly.com

Es uno de los agregadores de noticias y contenidos más conocido. En él puedes seleccionar la información más relevante de la que quieres estar al día ya sea de publicaciones o medios de comunicación, blogs, YouTube, Twitter, RSS Feeds o, incluso, alertas por términos relevantes, según el plan o contrato que elijas.



Paper.li

Puedes crear tu propio "periódico" añadiendo fuentes según la temática que más te interesa. En él podrás añadir noticias, fotos, vídeos, fuentes de redes sociales como Twitter, etc.



Reddit.com

Con un uso mayoritario en Estados Unidos y el Reino Unido, Reddit.com reúne las propiedades de un agregador de noticias, agrupando los contenidos en foros llamados subreddits, en los que los usuarios pueden, además, publicar preguntas, comentar o iniciar debates.



Digg.com

Como anuncia el propio título de este agregador "What the Internet is talking about right now", a través de la plataforma podrás informarte sobre "lo que se está hablando en Internet justo ahora". En Digg podrás acceder a artículos, vídeos y contenido original de la propia empresa, centrados principalmente en tecnología, ciencia y diseño. Pero todo su contenido es en inglés.

EN ESPAÑOL



Meneame.net

Tiene un funcionamiento muy parecido al de Reddit.

Los usuarios son los que proponen las noticias y las votan, creando un listado en el que destacan las más votadas. También permite la inclusión de contenidos propios por parte de los usuarios. Desde artículos de opinión, relatos, noticias de interés, etc. Teniendo especial aversión por las “autopublicaciones” de noticias con carácter comercial o promocional. Todas estas funcionalidades, así como la posibilidad de interacción entre los usuarios convierte a Menéame en una especie de red social en sí misma.



Mktfan.com

Es un agregador temático en español centrado en el mundo del marketing, social media, diseño web, etc. Como en el caso de Menéame, son los usuarios los que comparten el contenido de diferentes medios y votan según su criterio personal.



Bloggers.net

Este agregador de noticias te permite seleccionar los contenidos por una gran variedad de temáticas desde el propio menú de la plataforma: sociedad, cultura, ciencia, tecnología, informática, hogar, turismo, etc. En Bloggers también puedes enviar tus propios contenidos y compartirlos dentro de la comunidad, así como votar aquellos que más te interesan.

*¿Creéis que con la fama que tiene Twitter
podría llegar a sustituir a estos
agregadores de noticias?*





*GRACIAS POR LA
ATENCIÓN*