

## REA. Recursos Educativos Abiertos para la enseñanza de las Ciencias Sociales



### Bloque 1. Bibliotecas de recursos: Diigo

#### Autores

Servicio de Formación en Red. INTEF

 Instituto Nacional de Tecnologías  
Educativas y de Formación  
del Profesorado



Todo el documento está sujeto a los siguientes términos de la licencia [Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

## Índice

Bibliotecas de recursos: Diigo .....	1
Autores.....	1
Recursos Educativos Abiertos .....	3
Video - Introducción.....	3
Objetivos .....	3
Infoxicación .....	4
¿Estamos infoxicados? .....	4
Reflexión .....	5
Curación de contenidos:.....	5
Actividad de lectura.....	6
Diigo, ejemplo de marcador social. Registro.....	8
Añadir botones de marcación al navegador .....	9
Marcar, etiquetar y anotar páginas .....	9
Etiquetado .....	11
Localizar lo marcado en nuestra biblioteca.....	13
Bibliografía .....	13

## Recursos Educativos Abiertos

### Video - Introducción

[Enlace a la presentación](#) usada en el video

**Los marcadores sociales son herramientas que nos permiten guardar, clasificar y compartir nuestros favoritos en internet.**

Internet es un gran bazar, un mercadillo de recursos gratuitos a nuestro alcance y un sueño hecho realidad para navegantes con curiosidad; a diario encontramos textos, imágenes, recursos de todo tipo, pero a veces quedan perdidos en la inmensidad de este mar de información. ¿Alguna vez has intentado recuperar una página que te interesó y no fuiste capaz de hacerlo?. ¿Imaginas poder acceder a los recursos guardados por otras personas?. ¿Y compartir con ellos tus adquisiciones?. Eso y mucho más nos ofrecen las herramientas llamadas **Marcadores Sociales, una especie de Favoritos donde ya muchos guardan y comparten los enlaces que han encontrado en la red**. Además, estarán **disponibles desde cualquier ordenador** o dispositivo móvil, a diferencia de los *Favoritos* que podemos ir guardando en nuestro ordenador.

Cuando realizamos muchas búsquedas de contenidos diferentes, necesitamos tener cierto orden para poder reutilizarlas posteriormente. En este sentido ejercen una gran labor de ayuda los **marcadores sociales** que permiten **localizar, almacenar, etiquetar y anotar recursos de Internet** para reutilizarlos en otro momento desde cualquier ordenador, y compartirlos.

Se asemejan a la opción de “favoritos” o de “marcadores” de nuestros navegadores, pero **accesibles desde cualquier ordenador con conexión a Internet** y con la posibilidad de poner a disposición de lectores potenciales las páginas que hemos marcado y etiquetado para **facilitar su posterior localización**.

En el vídeo anterior se explica **qué son los marcadores sociales**. Visualízalo antes de comenzar para comprender la utilidad de Diigo.

### Objetivos

- Utilizar marcadores sociales para organizar nuestras búsquedas de ODA (Objetos Digitales de Aprendizaje), y facilitar su localización posterior en cualquier momento.
- Conocer algunos enlaces de interés para la búsqueda de ODA.



[Flickr/catorze14](#)

- Los marcadores sociales son herramientas que nos permiten:
- Guardar nuestros favoritos en *internet*.
- Disponer de ellos desde cualquier ordenador o dispositivo móvil.
- Organizarlos.
- Compartirlos con otras personas.
- Formar grupos con otros usuarios con los mismos intereses.
- Guardar las anotaciones y subrayados que hemos ido generando al leer un texto.
- Mucho más para alumnos y profesores.

## Infoxicación

### ¿Estamos infoxicados?

A la sobrecarga informativa se le llama "[Infoxicación](#)"

*La sobrecarga informativa o infobesidad<sup>1</sup> es un concepto generalmente usado en conjunto con varias formas de comunicación por computadora tales como el [correo electrónico](#). Se refiere al estado de contar con demasiada información para tomar una decisión o permanecer informado sobre un determinado tema. Grandes cantidades de información histórica para analizar, una alta tasa de nueva información siendo añadida, contradicciones en la información disponible, una [relación señal-ruido](#) baja dificultando la identificación de información [relevante](#) para la decisión, o la ausencia de un método para comparar y procesar diferentes tipos de información pueden contribuir a este efecto. Fuente: Wikipedia.*

*El término (del inglés information overload) fue acuñado en [1970](#) por [Alvin Toffler](#) en su libro [Future Shock](#).*

[Enlace al artículo "Atentos a todo... y a nada". El País](#)

**Nota:** para **activar los subtítulos** en inglés en vídeos alojados en Youtube haz clic en el botón triangular "play" y, a continuación, en la barra inferior, activa la opción subtítulos a través del botón rectangular (segundo botón, a la derecha). Una vez allí, verifica a través del desplegable los idiomas disponibles y haz clic en "Sí". En el caso de este vídeo, sólo están disponibles los subtítulos en inglés.



## Reflexión

¿Qué hacer ante la infoxicación?



## Actividad de lectura

La expresión ‘content curation’, traducida como curación de contenidos, hace referencia al proceso de filtrar información y agregarla en nuevos contenidos, más complejos y de más valor para la comunidad a la que se dirigen.

La curación de contenidos representa una evolución indiscutible en la actividad de gestión de la información..., de tal modo que la persona que lleva a cabo esta actividad se convierte en un ‘intermediario crítico del conocimiento’, como también se han referido a este perfil algunos expertos. El content curator es un facilitador entre la información y su comunidad, seleccionando la mejor y aportando valor a la misma a través de la agregación en nuevos artefactos digitales.

Buscando un paralelismo con otro de los perfiles que han emergido en la Sociedad Red, el del Community Manager, podríamos decir que este es quien gestiona la comunicación con la comunidad mientras que el Content Curator es quien gestiona los contenidos de la comunidad.

Frente a quienes insisten en la importancia de generar nuevos contenidos, parece bastante más útil que nos ayuden a acceder a los más relevantes a través de artefactos digitales más ajustados a nuestras necesidades e intereses, especialmente en estos entornos abundantes en información y contenidos a los que ya nos hemos referido anteriormente.

Esta tarea requiere no solamente disponer de las habilidades y recursos para filtrar la mejor información, sino que también implica un proceso de elaboración de unidades de información más complejas a partir de elementos más simples, y por tanto es un proceso que genera nuevo conocimiento en quien desarrolla esta actividad.

Visto desde esta perspectiva, ¿no será la ‘curación de contenidos’ una nueva competencia que todos deberíamos desarrollar? Y desde el punto de vista educativo, teniendo en cuenta los cambios de paradigmas que los procesos de educación formal están sufriendo, ¿no parece que uno de los nuevos roles que los docentes pueden jugar es el de convertirse en ‘intermediarios críticos del conocimiento’ y ayudar a su alumnado a desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para que pueda hacer curación de contenidos?

Marc Rougier, el presidente y co-fundador de Scoop.it, sostiene que los estudiantes de todas las edades deben ser entrenados para buscar, seleccionar, clasificar, enriquecer con sus conocimientos previos y posteriormente usar y compartir la información, es decir, nuestros alumnos y alumnas deben convertirse en curadores de contenidos.

Una vez que tenemos más claro qué es la ‘curación de contenidos’ podemos pensar en clave de herramientas para descubrir nuevos matices de este concepto.

## CONTENT CURATION: HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS

*Hay muchas herramientas que se proclaman como la solución ideal para la tarea de ‘curación de contenidos’ como Scoop.it, Storify o Paper.li. Es en el uso de distintas soluciones donde descubrimos que...*

- - *La automatización de contenidos a partir de fuentes previamente seleccionadas no es suficiente para hacer curación de contenidos, ya que el resultado de esta automatización no aporta nuestra voz, nuestro valor propio más allá de la selección previa de fuentes, y por tanto no genera compromiso en nuestra comunidad;*
  - *El espacio en el que se difunden los contenidos del curador son las redes sociales, y por tanto los contenidos que se ofrecen deben mover al debate y la reflexión;*
  - *Al igual que el comisario o curador de una exposición es capaz de construir un producto en el que cada obra adquiere un nuevo significado gracias al contexto en el que se encuentra, y además este producto tiene como finalidad generar determinadas emociones en el espectador, el ‘curador de contenidos digitales’ puede hacer uso del storytelling para crear contenidos más ricos en emociones, buscando ofrecer una experiencia a su comunidad y no simplemente una colección de recursos filtrados;*
  - *En la web abundan distintos tipos de contenidos (imágenes, vídeos, infografías, presentaciones, e-books, mapas de tiempo, podcast,...) así como de fuentes de información (canales RSS, marcadores sociales, newsletter, alertas, noticias,...). A mayor diversidad de fuentes de información y de tipos de contenidos, y más diversidad de opiniones, más rico será el resultado de nuestra curación de contenidos;*
  - *No debemos limitarnos a usar las herramientas que se ofrecen como servicios de curación de contenidos, debemos apropiarnos de los espacios que mejor se adapten a las necesidades y hábitos de nuestra comunidad para crear y difundir nuestros contenidos con más efectividad;*
  - *La combinación de nuevos contenidos con otros filtrados, además de la gestión de distintas fuentes de información relevante, puede ser una estrategia para facilitar ampliar nuestro perfil de creadores de contenidos con el de curadores de contenido.*

*Hay voces que reclaman el rol del Content Curator desde el ámbito de los Documentalistas y denuncian intrusismo profesional, mientras que hay quienes sostienen que la ‘curación de contenidos’ es una competencia básica en alfabetización digital y mediática.*

Texto: [@eduPLEMOOC con Licencia By-Sa](#)

[Infografía de María Napal para #EduPLEMOOC](#)

[Puedes echar un vistazo a otras infografías sobre Content Curation en tablón colectivo en Pinterest #EduPLEMOOC](#)

[Para profundizar sobre el tema:](#)

### [Why curation will transform education.](#)

[Dolors Reig describe los content curators como "intermediarios críticos del conocimiento".](#)

[Vídeo](#) en el que Dolors Reig habla de ello y de la "depuración" de contenidos.

Puedes ver [vídeo y presentación de Juan Freire](#) sobre el futuro de los *content curators*.

¿Qué herramientas conoceis y/o utilizas para realizar la "curación de contenidos"?

### **Diigo, ejemplo de marcador social. Registro.**

Los buscadores habituales ordenan los resultados que nos proporcionan a los usuarios según el número de visitas recibidas por los sitios web. Los servicios de marcación social permiten a cualquiera, aún sin tener cuenta en ellos, buscar y obtener resultados según el número de usuarios que se hayan detenido a marcar y etiquetar esa página como relevante. Un ejemplo de marcador social es [Diigo](#); para su utilización basta con abrir una cuenta.

Para la apertura de una cuenta en Diigo, sólo hay que seguir los siguientes pasos (también lo podemos observar en la imagen de más abajo):

1. Entramos en el sitio <https://www.diigo.com/>.
2. Hacemos clic sobre el botón **Get Diigo Now. Free!**
3. Nos aparece un formulario para llenar, lo completamos: nombre de usuario que queremos utilizar en *Diigo*, usuarios, nombre, apellidos, correo electrónico, contraseña, copiar el **captcha**, y pulsar el botón de **continue**.
4. Entonces, nos enviará un email para realizar la activación de la cuenta.
5. Siguiendo los pasos indicados activamos nuestra cuenta.
6. Y ya tenemos activa nuestra cuenta *Diigo*.

El siguiente [vídeo](#) muestra la ejecución de los pasos mencionados anteriormente:

Si la interfaz en inglés de la herramienta *Diigo* supone un problema, podemos traducirla a la lengua que elijamos mediante un instrumento sencillo y gratuito facilitado por **Microsoft**. Se trata de un botón que instalamos en la barra de marcadores (o favoritos) de nuestro navegador. Funciona con cualquier navegador. Si estamos viendo una página en una lengua que no entendemos, pulsando sobre ese botón, la página quedará traducida a la lengua de nuestra elección. Por supuesto, la traducción tiene limitaciones (no es perfecta), pero puede facilitarnos mucho el uso de servicios web que no están directamente disponibles en la lengua en que nos gustaría utilizarlos.

También puedes acceder a [este glosario](#) con la traducción de los principales términos.

## Añadir botones de marcación al navegador

La opción más cómoda para guardar recursos desde tu ordenador es instalar **Diigolet** en nuestra barra de herramientas: lo podemos hacer en los diferentes navegadores **Mozilla Firefox** , **Internet Explorer**, **Google Chrome**, etc; ... para ello debemos seguir los siguientes pasos:

1. Vamos a <https://www.diigo.com> y entramos como usuarios registrados en nuestra cuenta.
2. Colocamos el ratón sobre nuestro perfil de Diigo. Entonces aparecerá un desplegable.
3. Hacemos clic sobre la opción **Tools**.
4. Nos llevará a una nueva ventana; buscamos la palabra **Diigolet**, y hacemos clic sobre ella.
5. Se ha abierto una nueva ventana; buscamos un botón donde pone **Diigolet**. Hacemos clic en él con el botón izquierdo del ratón y sin soltar lo llevamos a nuestra barra de herramientas.
6. Ya tenemos nuestro **Diigolet** instalado.
7. Para su uso al navegar por las diferentes URLs, sólo tenemos que hacer clic sobre este botón, y elegir qué queremos hacer entre las opciones que nos proporciona.

Todos estos pasos quedan ejecutados a través del siguiente [vídeo](#)

También se pueden instalar otro tipo de complementos, en función del navegador que se utilice. A continuación un enlace a la página de [acceso a esos complementos](#).

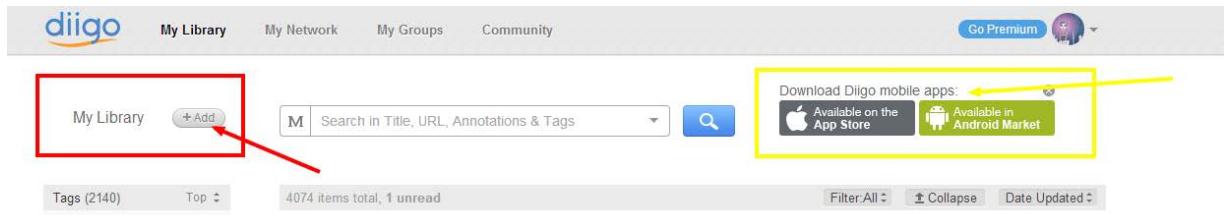
Si eres un **usuario de Diigo habitual**, es recomendable que te instales el **complemento para Chrome o Firefox**.

## Marcar, etiquetar y anotar páginas

Una vez estamos registrados en Diigo, vamos a **guardar recursos** en nuestra librería en Diigo. Tenemos varias opciones:

## 1. Guardarlos a través de la web de Diigo.

Es la opción más incómoda. Debes entrar en Diigo.com y en la esquina superior izquierda hacer clic en "+ Add":



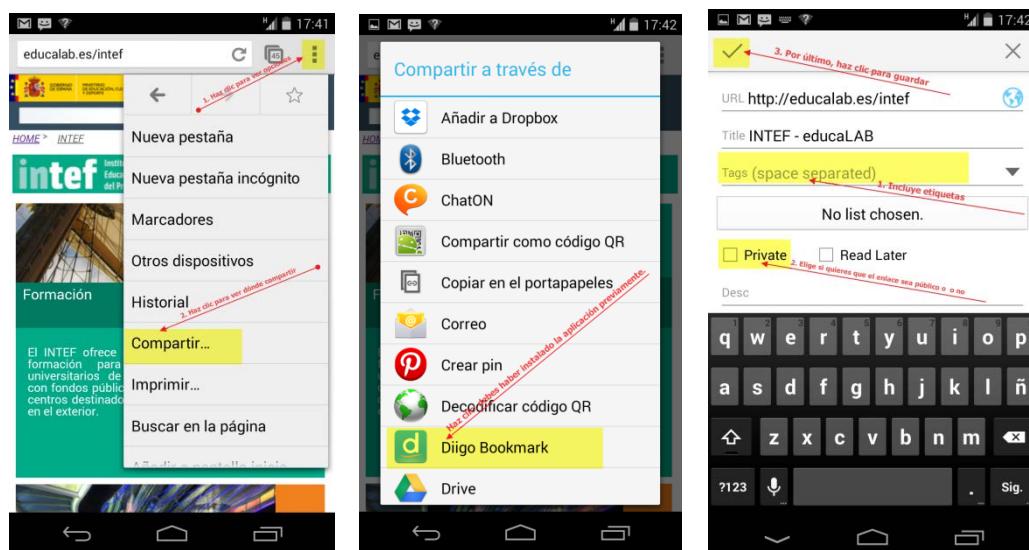
Se desplegará un cajetín para que incluyas la URL a guardar y las etiquetas o tags.

1. Hacemos clic sobre el botón **+ Add**, que se encuentra en la parte superior derecha de nuestra pantalla.
2. Se despliegan tres opciones, elegimos la opción **Bookmark**.
3. Y rellenamos los campos que aparecen en la nueva ventana según nuestro criterio.

Este [vídeo](#) muestra cómo hacer todas las acciones anteriores pero desde el propio Diigo, sin instalación previa de Diigolet.

## 2. Guardarlos desde el móvil.

Tienes otra opción. Como ves, también en la parte superior (a la derecha) se muestran los enlaces para descargar las **aplicaciones para iOS y para Android**. Resulta muy cómodo guardar recursos desde el teléfono móvil o desde la tableta. En las siguientes imágenes puedes ver, por ejemplo, cómo guardar un enlace desde un teléfono **Android**:



A continuación, vemos dos **vídeos** sobre cómo marcar recursos o páginas elegidas en **Diigo**.

### 3. Marcación en el ordenador mediante Diigolet.

En este [vídeo](#) mostraremos cómo utilizar Diigolet, que has instalado previamente:

- Guardar una URL con un breve resumen de por qué nos interesó.
- Poner etiquetas para su posterior utilización.
- Cómo marcar el texto.
- Dejar notas en el texto.
- Cómo etiquetar.
- Entre otras utilidades.

### 4. Marcación a través de la instalación de complemento en tu navegador. Chrome.

Si eres un **usuario de Diigo habitual**, es recomendable que te instales el **complemento para Chrome o Firefox**.

[¿Cómo instalar y utilizar el complemento para Chrome ?](#)

#### Etiquetado



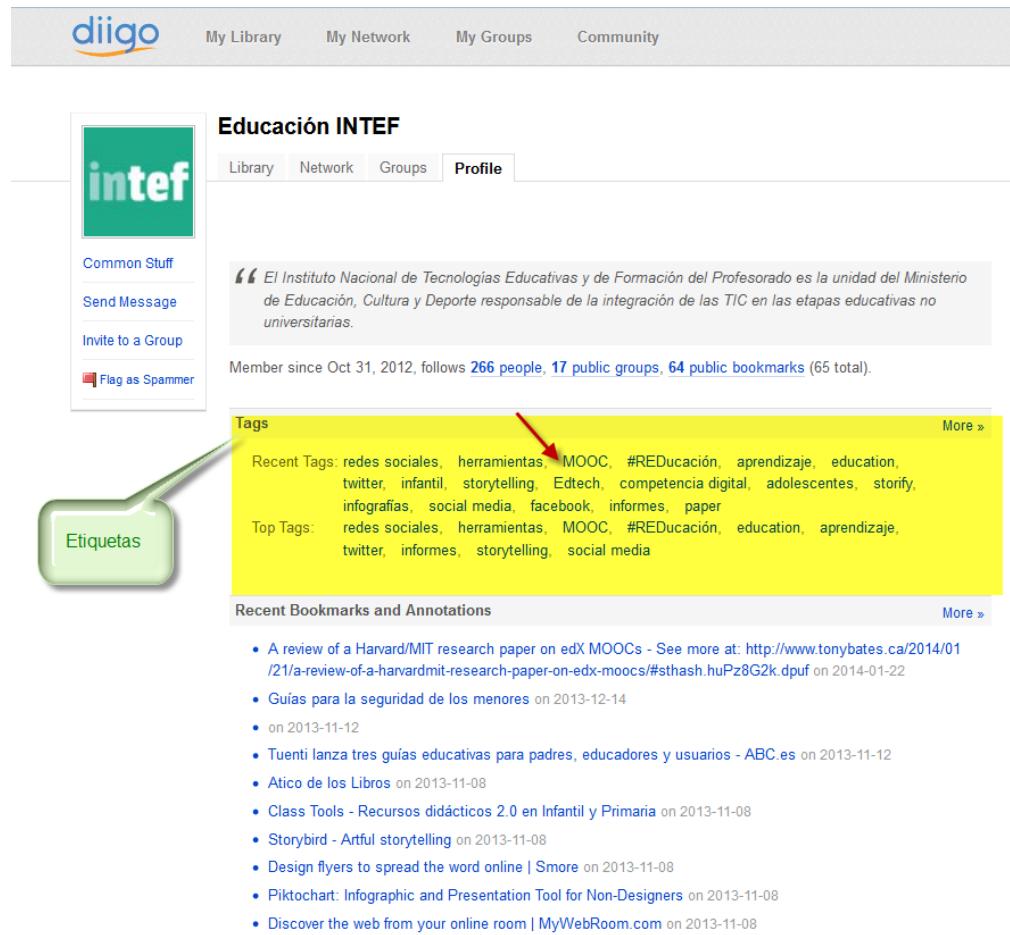
[Fuente de la imagen: agm92 en Flickr](#)

El objetivo del etiquetado, en cualquier servicio de la Web 2.0, es **facilitar la recuperación** posterior de la información.

El etiquetado consiste en la asignación de una serie de términos a un enlace que guardemos, si hablamos de Diigo. Cada vez que el usuario haya guardado

un recurso, habrá elegido una o varias etiquetas, que son términos que identifican lo que hemos guardado y que sirven para su clasificación y posterior búsqueda.

Por ejemplo, la [cuenta del INTEF en Diigo](#) incluye, entre otros, enlaces a recursos relacionados con el fenómeno de los cursos masivos online (MOOC). Cuando haya guardado una URL, cuyo contenido esté relacionado con los MOOC, habrá utilizado esta etiqueta (o *tag*). Si el usuario que gestiona la cuenta del INTEF en Diigo, o cualquier otro usuario, si la cuenta es pública,



The screenshot shows the INTEF profile on Diigo. On the left, there's a sidebar with options like 'Common Stuff', 'Send Message', 'Invite to a Group', and 'Flag as Spammer'. A green callout bubble labeled 'Etiquetas' points to the 'Tags' section. The 'Tags' section is highlighted with a yellow background and contains two lists: 'Recent Tags' and 'Top Tags'. The 'Recent Tags' list includes: redes sociales, herramientas, MOOC, #REDucación, aprendizaje, education, twitter, infantil, storytelling, Edtech, competencia digital, adolescentes, storify, infografías, social media, facebook, informes, paper. The 'Top Tags' list includes: redes sociales, herramientas, MOOC, #REDucación, education, aprendizaje, twitter, informes, storytelling, social media. Below the tags, there's a section for 'Recent Bookmarks and Annotations' with a list of links.

## Enlace

A la hora de etiquetar podemos hacerlo de distintas maneras; dos conceptos que debemos considerar son el de "**Folksonomías**" y "**Taxonomías**". Tal y como resumen Ainoha López en su [blog](#):

Tal y como se indica en la Wikipedia: la folksonomía es una indización social, es decir, la clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, sin jerarquías ni relaciones de parentesco predeterminadas. Esto significa que las folksonomías consisten en que personas sin ninguna relación entre sí escriben sobre una misma materia. Algunos ejemplos de folksonomías son: del.icio.us (enlaces favoritos) y 43 Things (deseos).

Por otra parte las taxonomías son jerarquizaciones formales que guardan un parentesco entre si realizadas por expertos en la materia. Por ello, las taxonomías son utilizadas en la clasificación de los seres vivos.

Si quieres ampliar la información sobre cómo etiquetar puedes ver los siguientes vídeos: ¿Cómo etiquetar en la web 2.0?. Gorka Palazio. [Videotutorial 1.](#) [Videotutorial 2.](#)

## Localizar lo marcado en nuestra biblioteca

Ya sabemos marcar y anotar. ¿Cómo recuperamos en cada caso lo marcado? Buscamos por cualquier elemento incorporado a la marcación (título de la página, etiquetas, anotaciones) en *Diigo*. El procedimiento es, en cualquier caso, sencillo e intuitivo, y fácil de automatizar en cuanto lo hemos practicado unas cuantas veces. A cambio, la facilidad de acceder y de clasificar la información que consideramos relevante es de gran valor añadido, y el hecho de compartir estos enlaces entre usuarios o en el seno de grupos de interés facilita mucho nuestra labor de actualización docente.

El presente [vídeo](#) muestra cómo localizar algún documento marcado y etiquetado previamente.

Enlaces a grupos y listas de interés en *Diigo*.

- [Grupos en Diigo del INTEF](#)

## Bibliografía

Este material ha sido creado a partir de:

- A. Toral Arto (2011). *Marcadores Sociales: Mister Wong, Diigo y Delicious*. Observatorio tecnológico. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Recuperado de: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/969-marcadores-sociales-mister-wong-diigo-y-delicious>
- Anteriores ediciones del curso REA (Recursos Educativos Abiertos, 2012). *Módulo 1 : ¿Dónde busco, qué encuentro?* Elaborado por el Servicio de Formación en Red del INTEF. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- [Curso "Busca, selecciona y comparte tus favoritos"](#). Aulablog para IniciaFP. CC By-Sa. Isabel González.

Obra publicada con [Licencia Creative Commons Reconocimiento Compartir igual 3.0](#)