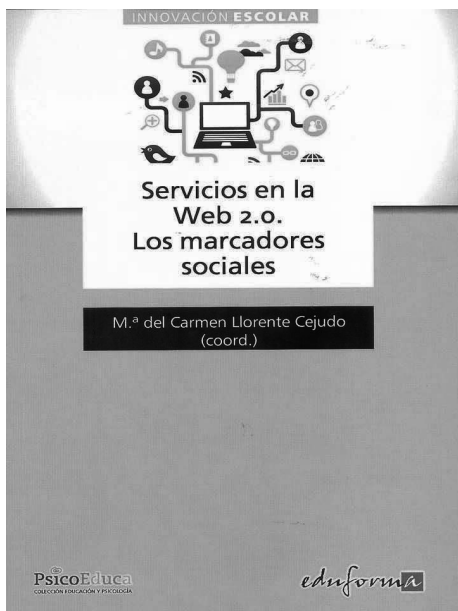


Llorente Cejudo, M^a C.(Coord.) (2012). *Servicios en la Web 2.0. Los marcadores sociales*. Sevilla: Mad Eduforma.



Dra. Eloisa Reche Urbano

La obra coordinada por la Dra. Llorente hace un recorrido por el mundo de los marcadores sociales. Estructurada en torno a seis capítulos, los cuales son firmados por diversos autores especialistas en las tecnologías de la información y la comunicación, los coautores nos referencian la situación actual de esta herramienta, determinando qué son, para que sirven, tipos que podemos encontrar, investigaciones que se han realizado en torno al tema, cerrando la obra un capítulo en el que se exponen experiencias de uso en el aula.

El primer capítulo firmado por Llorente Cejudo, nos hace un recorrido histórico en torno a la Web 2.0, señalando las diferencias históricas entre la denominada Web tradicional y la social. A partir de estas pinceladas la autora nos lleva al posicionamiento que presentan los recursos sociales de la web en el ámbito

educativo. Señala los edublogs, la sindicación de contenidos (RSS), las wikis y finalmente la Web social o como la autora la denomina Web 2.0. Este último apartado abre la puerta al segundo capítulo realizado por Ruiz Palmero, el cual gira en torno a los marcadores sociales propiamente dichos. El autor nos introduce en el tema dándonos una definición de lo que son esta herramienta, desde diferentes perspectivas así como las ventajas que tiene su empleo tanto a nivel social como educativo. Señala también Ruiz Palmero la conceptualización que reciben los términos tag o etiquetas y flksonomías. Con respecto al primero apunta una clasificación de las mismas para que el lector a lo largo de la obra tenga claro, desde el principio, qué son y qué tipos puede encontrar y cómo puede crearlas.

El tercer capítulo realizado por Inmaculada Maiz nos introduce de forma general en los tipos de marcadores sociales de carácter internacional más usados en la red. Comienza el capítulo con Del.icio.us, pasando después por Diigo. En ambos casos la autora nos hace una exposición detallada de ambas herramientas. El capítulo siguiente firmado por Verónica Marín nos presenta la perspectiva nacional aportando Mister Wong. Siguiendo la estructura del capítulo tercero, el cuarto expone todos los apartados que en este marcador social el internauta puede encontrar y emplear para su uso educativo, convirtiéndose ambas secciones en un pequeño tutorial de los tres marcadores sociales que se han señalado.

Carlos Castaño escribe el parte quinta de esta obra. En ella nos adentra en la visión que pueden tener los marcadores sociales dentro de la investigación educativa. Inicia su disertación señalando las posibilidades que presenta la inteligencia colectiva y la investigación en ámbitos educativos. Castaño nos aporta datos relevantes del aumento de las herramientas 2.0 y del conocimiento que los docentes tienen de las mismas, indicando que este es escaso en torno a los marcadores sociales. Señala, como dato anecdótico indica como «aplicaciones más ‘vistosas’ como blogs o wikis, e incluso las Redes Sociales al estilo Facebook, hubieran arrinconado la utilización de los marcadores sociales» (página 77). Siguiendo la estela de los capítulos iniciales, primero y segundo, en este encontramos que el autor define lo que significa la folksonomía para la investigación, lo que significa tanto para los teóricos como para los prácticos de la educación.

El capítulo firmado por Linda Castañeda y titulado «Experiencias de mercado social como práctica educativa» recoge diversas propuestas llevada a cabo en el mundo de la educación relacionadas o vinculadas en torno al tema de la obra. La autora presenta proyectos de mercado social en el ámbito educativo no formal como son CamClicker, The Brooklyn Pose y The Commons. Del lado del ámbito de la educación formal nos adentra en las propuestas EdTAGAS, Schoonoodle, H2O Playlist de la Universidad de Harvard, El Kiosko de las chuches 2.0 o la propuesta del grupo Chirón.