

REA. Recursos Educativos Abiertos para la enseñanza de Lenguas



Bloque 1. Tutorial de Diigo

Autores

Servicio de Formación en Red. INTEF

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](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Índice

Recursos Educativos Abiertos	2
Introducción	2
Objetivos.....	2
Objetivos	2
Infoxicación.....	3
¿Estamos infoxicados?	3
Reflexión	4
Curación de contenidos	5
Actividad de lectura	5
Diigo, ejemplo de marcador social. Registro.	8
Añadir botones de marcación al navegador	9
Marcar, etiquetar y anotar páginas.....	9
1. Guardarlos a través de la web de Diigo.	9
2. Guardarlos desde el móvil.	10
3. Marcación en el ordenador mediante Diigolet.	10
4. Marcación a través de la instalación de complemento en tu navegador. Chrome. ..	11
Etiquetado	11
Localizar lo marcado en nuestra biblioteca	13
Bibliografía.....	13

Recursos Educativos Abiertos

Introducción

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

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

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**¹ 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?

Retroalimentación

La "Curación de Contenidos" es una opción. En el siguiente apartado veremos qué es y qué herramientas nos permiten enfrentarnos a la infoxicación.

Curación de contenidos

Actividad de lectura

CURACIÓN DE CONTENIDOS

La curación de contenidos es un término que describe el acto de buscar, agrupar, organizar y compartir el mejor contenido y más relevante en un tema.



STEP 1 AGREGACIÓN
 BUSCAR información en fuentes relevantes, otros curadores de contenidos... utilizando gestores de RSS, marcadores sociales etc...

STEP 2 FILTRAR la información más relevante, priorizando

SIMPLIFICACIÓN (DESTILACIÓN)

MASHUPS
 el buen curador no se limita a copiar, relaciona y genera interacciones, CREANDO significado

STEP 3

STEP 4 COMPARTIR

! IMPORTANT NOTES

La curación es un PROCESO DINÁMICO, que requiere revisar, ampliar y corregir continuamente.

!!!Curar no significa almacenar!!!

STOP INFOXICACIÓN!!!

Algunas de las herramientas más útiles para intentar vivir en la sociedad de la información y no caer en el intento...

			
<p>SCOOP IT</p> <p>Keeb, pinterest, paper.li</p> <p>Navega y agrega. Tableros sobre tus temas de interés.</p>	<p>FEEDLY</p> <p>RSS feeds, Netvibes, alertas</p> <p>tus blogs, revistas, y páginas más consultadas en un sólo lugar</p>	<p>DIIGO</p> <p>Delicious, Evernote</p> <p>guarda para luego y comparte con tus contactos</p>	<p>REDES SOCIALES</p> <p>Twitter, +Google... y HootSuite, Storify, etc.</p> <p>Imprescindibles para compartir, y crear y mantener redes</p>

SOURCES:
 5 models of content curation: <http://www.rohitbhargava.com/2011/03/the-5-models-of-content-curation.html>
<http://dineroenrichos.com/curacion-de-contenidos-10-herramientas-basicas-de-un-buen-content-curator>



Piktochart
make information beautiful

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 adaptan 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 conoces y/o utilizas para realizar la "curación de contenidos"?

Retroalimentación

Algunas de las más utilizadas son Diigo, Scoop-it, Pinterest y Paper.ly.

Si quieres echar un vistazo a otras herramientas, te recomendamos [esta lista](#).

Nosotros vamos a utilizar [Diigo](#) en este curso.

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 rellenar, 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.

Retroalimentación

Microsoft ofrece esta solución gratuita para traducir automáticamente en el propio navegador cualquier página web hasta a 34 idiomas. Para ello debemos seguir los siguientes pasos:

1. Acudir al sitio donde podemos acceder la traducción <http://labs.microsofttranslator.com/bookmarklet/>.
2. Seleccionar la lengua de destino de la traducción (español, por ejemplo).
3. Al seleccionar este idioma "Español" en la lista desplegable de idiomas de destino de la traducción se habrá generado un enlace llamado "Traducir".
4. Basta ahora con pulsar sobre ese enlace, y, sin soltar el botón del ratón, arrastrarlo hasta la barra de marcadores o de favoritos de nuestro navegador. Una vez allí, quedará visible en todo momento durante la navegación por cualquier página de Internet.
5. Cuando deseemos una traducción al castellano de la página que estemos visitando (la de *diigo*, o cualquier otra), al pulsar sobre el enlace que hemos colocado en la barra de navegación, obtendremos una traducción automática de bastante buena calidad.

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 derecho 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](#).

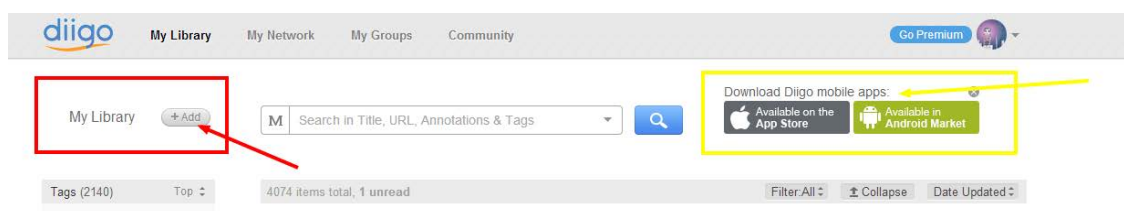
Si eres un **usuario de Diigo habitual**, es recomendable que te instales el **complemento para Chrome o Firefox**.

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.

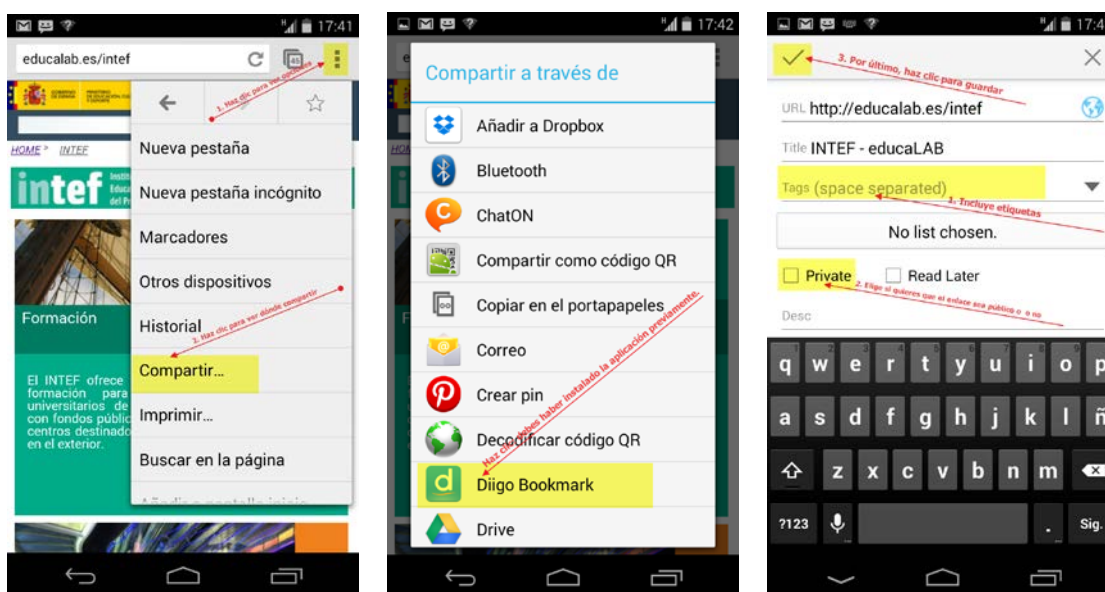
1. Hacemos clic sobre el botón **+ Add**, que se encuentra en la parte superior derecha de nuestra pantalla.
2. Se despliegan tres opciones, elegimos la opción **Bookmark**.

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

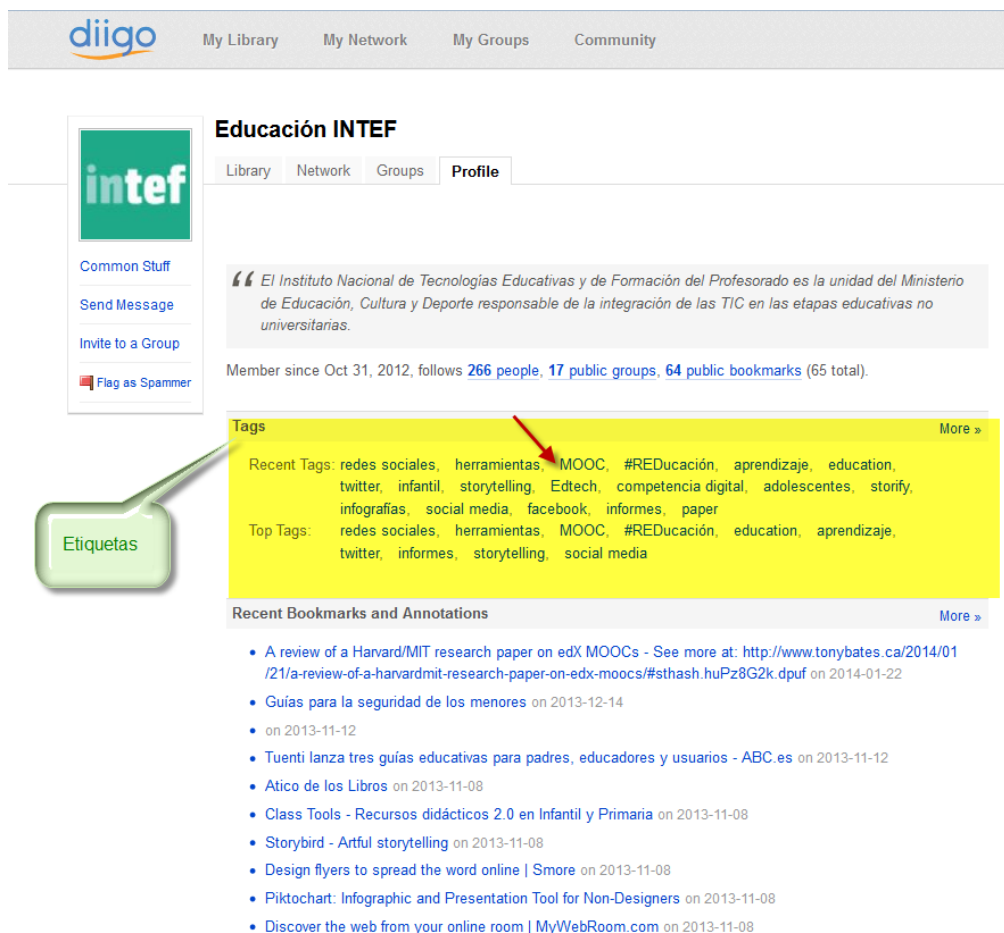


[Fuente de la imagen: agm92 en Flickr](#)

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,



diigo My Library My Network My Groups Community

Educación INTEF
Library Network Groups **Profile**

intef

Common Stuff
Send Message
Invite to a Group
Flag as Spammer

“ El Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado es la unidad del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte responsable de la integración de las TIC en las etapas educativas no universitarias.

Member since Oct 31, 2012, follows [266 people](#), [17 public groups](#), [64 public bookmarks](#) (65 total).

Tags More »

Recent Tags: redes sociales, herramientas, MOOC, #REDucación, aprendizaje, education, twitter, infantil, storytelling, Edtech, competencia digital, adolescentes, storify, infografías, social media, facebook, informes, paper

Top Tags: redes sociales, herramientas, MOOC, #REDucación, education, aprendizaje, twitter, informes, storytelling, social media

Recent Bookmarks and Annotations More »

- [A review of a Harvard/MIT research paper on edX MOOCs - See more at: http://www.tonybates.ca/2014/01/21/a-review-of-a-harvardmit-research-paper-on-edx-moocs/#sthash.huPz8G2k.dpuf](#) on 2014-01-22
- [Guías para la seguridad de los menores](#) on 2013-12-14
- on 2013-11-12
- [Tuenti lanza tres guías educativas para padres, educadores y usuarios - ABC.es](#) on 2013-11-12
- [Atico de los Libros](#) on 2013-11-08
- [Class Tools - Recursos didácticos 2.0 en Infantil y Primaria](#) on 2013-11-08
- [Storybird - Artful storytelling](#) on 2013-11-08
- [Design flyers to spread the word online | Smore](#) on 2013-11-08
- [Piktochart: Infographic and Presentation Tool for Non-Designers](#) on 2013-11-08
- [Discover the web from your online room | MyWebRoom.com](#) on 2013-11-08

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 Ainhoa 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 si 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.



Formación en Red del INTEF

Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional.