

Índice

CAPÍTULO 1 - Introducción	1
1.1 Introducción.....	3
1.1.1 La inteligencia colectiva	3
1.1.2 El crowdsourcing	4
1.1.3 Los sistemas de etiquetado social	6
1.2 Antecedentes	8
1.3 Objetivos	12
1.3.1 Objetivo principal.....	12
1.3.2 Objetivos secundarios	12
1.4 Metodología.....	14
1.4.1 Metodología utilizada en la línea del crowdsourcing	14
1.4.2 Metodología utilizada en el área de los sistemas de etiquetado social	15
1.4.3 Metodología utilizada para comprobar la hipótesis de partida	16
1.5 Estructura del trabajo de investigación	17
1.6 Bibliografía del capítulo	19
CAPÍTULO 2 - Hacia una definición integradora del crowdsourcing	29
2.1 Introducción.....	30
2.1.1 Resumen del artículo	30
2.1.2 Datos de la publicación	30
2.2 Artículo.....	27
CAPÍTULO 3 - Tipología del crowdsourcing basada en la actividad de la multitud..	50
3.1 Introducción.....	68
3.1.1 Resumen del artículo	68
3.1.2 Datos de la publicación	68
3.2 Artículo.....	52
CAPÍTULO 4 - Los sistemas de etiquetado social: el caso de Diigo.....	70
4.1 Introducción.....	94
4.1.1 Resumen del artículo	94
4.1.2 Datos de la publicación	94
4.2 Artículo.....	73
CAPÍTULO 5 - Estudio y análisis de los diferentes tipos de etiquetas que se pueden utilizar en los sistemas de etiquetado social.....	97
5.1 Introducción.....	129
5.1.1 Resumen del artículo	129
5.1.2 Datos de la publicación	129
5.2 Artículo.....	100
CAPÍTULO 6 - Relación entre el crowdsourcing y la inteligencia colectiva: el caso de los sistemas de etiquetado social	126
5.1 Introducción.....	127

Relación entre el crowdsourcing y la inteligencia colectiva: el caso de los sistemas de etiquetado social

5.1.1	Resumen del artículo.....	127
5.1.2	Datos de la publicación.....	127
5.2	Artículo.....	128
CAPÍTULO 7 - Conclusiones y trabajo futuro		196
7.1	Introducción.....	150
7.2	Conclusiones	150
7.3	Líneas de trabajo futuras	152
7.3.1	Relación entre el etiquetado y el crowdsourcing	153
7.3.2	Bases teóricas del crowdsourcing	153
7.4	Conclusión final.....	153
CAPÍTULO 8 - Bibliografía general		155
8.1	Bibliografía general.....	156

Índice de tablas

Table 2.1. Consulted databases	30
Table 2.2. Summary of documents found	31
Table 2.3. Collected definitions of crowdsourcing	31
Table 2.4. Verification of the definition	43
Table 3.1. Composición del repositorio documental	55
Table 3.2. Comparación de tipologías: elementos distintivos faltantes	59
Table 3.3. Encaje de la nueva tipología con las tipologías estudiadas.....	62
Table 3.4. Contraste de la tipología planteada con los casos seleccionados.....	64
Table 4.1. Examples of academic use of Diigo.....	85
Table 4.2. Comparing SBS	87
Table 4.3. Comparative between Diigo, Traditional Bookmark and Delicious (Adapted from Diigo help).....	89
Table 4.4. SWOT analysis	92
Table 5.1. List of rejected SBSs.....	107
Table 5.2. A summary chart of those SBSs that were accepted.....	108
Table 5.3. Summary of the webs collected and number of tags related to each one. By the authors.....	110
Table 5.4. Use of languages in the analyzed web pages.	111
Table 5.5. Quantity of webs according to the tags with which they have been marked.	112
Table 5.6. Data about the use of tags per web according to each SBS.	112
Table 5.7. Most frequently used tags.	113
Table 5.8. Itemization of the collected urls.....	114
Table 5.9. Percentages of implicit and explicit tags.....	115
Table 5.10. Summary of the quantity of times that explicit tags are used.	116
Table 5.11. Summary of the quantity of times implicit tags are used.....	117
Table 5.12. Explicit tags frequently used.....	117
Table 5.13. Implicit tags frequently used.....	118
Table 5.14. Frequency of appearance of the different tags in the corresponding text.	119
Table 5.15. HTML tags frequently used.....	120
Table 6.1. Identification of the collective intelligence elements that appear in the selected STS.	136
Table 6.2. Elements of crowdsourcing in the selected SBS. '+' indicates presence of the characteristic; '-' indicates absence of the characteristic.....	139

Índice de figuras

Figure 4.1. Diigo toolbar	80
Figure 4.2. Diigolet virtual toolbar	80
Figure 4.3. Button ‘add to Diigo’	80
Figure 4.4. Enhanced linkrolls	81
Figure 4.5. Diigo tagrolls	81
Figure 4.6. Diigo users’ database by countries (Adapted from Dataopedia.com)	90
Figure 4.7. Daily traffic during the year 2009 in Diigo and del.iciou.us (Google Trends)	91
Figure 5.1. A box and whisker diagram showing the number of tags per marked resources. Outliers and extreme values are hidden in order to appreciate the graphic.	113
Figure 5.2. Distribution of explicit tags and implicit tags.	116