

Informática

FUMERO, Antonio y ROCA, Genís
Con la colaboración de Fernando
SÁEZ VACAS

Web 2.0

Madrid: Fundación Orange, 2007



Fundación
Orange

El año que hemos dejado atrás ha visto nacer en nuestro país varias monografías sobre la web 2.0 –la llamada web social–, uno de los temas que más han dado que hablar y escribir durante esos 365 días. El primero de esos textos, objeto de estas líneas, fue presentado en abril de 2007 y publicado por la Fundación Orange dentro de su ya nutrida colección de títulos sobre Internet y nuevas tecnologías. Haciendo honor a la filosofía de la web 2.0, su distribución es gratuita y se acoge a una licencia Creative Commons. Se encuentra disponible en formato PDF en el sitio web de dicha fundación.

El libro se acompaña de un completo y descriptivo mapa visual de la web 2.0 (también disponible en PDF), realizado por la empresa Internality, que describe a través de algunas pinceladas qué es y en qué consiste la web 2.0. Consta de tres elementos principales: un glosario de los términos más comunes en el ámbito de la web social, un resumen de su filosofía perfilada por varias expresiones clave con su correspondiente definición y dispuestas en forma de nube de etiquetas, y una selección de los principales servicios que la conforman, clasificados en categorías.

La obra se encuentra estructurada en tres grandes capítulos muy diferenciados y que podrían leerse de forma independiente, uno por autor más una colaboración del reconocido Fernando Sáez Vacas. En ellos se ofrece una aproximación a la web 2.0 o web de Nueva Generación (webNG), como prefieren llamarla los autores, desde dos enfoques distintos: socio-técnico (en los capítulos primero y tercero) y económico (capítulo segundo), dibujando para ello un amplio panorama que rebasa los límites de la web y se adentra en el terreno de la tecnología de forma más general. Así, lejos de convertirse en un manual para iniciados o con el que sentar las bases de la materia, se ofrece, entre otras cosas, una particular contextualización del tema abordado.

En la primera parte –la más abstracta del libro, como su propio autor indica– Antonio Fumero recoge el testigo de Sáez Vacas para describir el contexto socio-técnico de la web 2.0 a la luz de algunas de sus teorías, un punto de vista totalmente diferente al que estamos acostumbrados. Así encuadra a la web 2.0 o webNG en una Red Universal Digital (RUD) sobre la que se desarrolla el Nuevo Entorno Tecnológico (NET). Este complejo escenario de la web 2.0 es descrito, en primer lugar, desde el modelo OITP y, en segundo lugar, tomando como punto de referencia las 21 características de la NET definidas por Sáez Vacas.

En el resto de su intervención señala, desde una perspectiva cercana a la cultura empresarial, algunos de los aspectos que marcan la diferencia en la web 2.0, como la cultura blog (que supone un cambio sustancial en el mundo empresarial al introducirse una mayor comunicación con sus clientes), el software social (que incorpora un elemento de socialización a la Red con las redes sociales), los nativos digitales (aquellas personas que han crecido con la Red y que se desenvuelven perfectamente en este medio), la nueva concepción del término autoridad introducido por la web social, o la necesidad imperante de cambios legislativos que ha generado la aparición de nuevas licencias para regular los contenidos.

En la segunda parte Genís Roca explica, de forma sistematizada y con numerosos ejemplos y desde una perspectiva economicista y empresarial cuáles son los intereses que entran en juego en la web 2.0 por parte de tres agentes: personas, empresas y capital. Aunque, como él mismo aclara al comienzo, el auténtico motor de unos servicios cuya principal característica es la socialización son las personas, en la mayor parte de los casos

movidas por intereses personales y no tanto económicos.

Las propuestas de las personas, señala Roca, surgen por lo tanto para resolver alguna necesidad personal, aunque luego generen un negocio. Se pueden resumir en tres tipos o etapas: sin expectativa de retorno económico, con expectativa de retorno económico centrado en la persona, o en el proyecto emprendido, que finalmente puede llegar a generar beneficios económicos.

A la hora de estudiar las motivaciones de las empresas se aclara que, a pesar de que algunas puedan tener una clara vocación de servicio, también necesitan sobrevivir. Así, los modelos de negocio se resumen en dos tipos: basados en la audiencia (pueden obtenerse ingresos de la publicidad, pago de comisiones, donaciones, *pay per view* o por la explotación de las estadísticas generadas por algunos servicios en forma de estudios o análisis) y en la tecnología, basado este último modelo en el cobro por el uso de servicios más avanzados.

Tras el estallido de la burbuja tecnológica el escenario, desde el punto de vista del capital, ha cambiado: aún existe un cierto recelo a la hora de invertir en empresas tecnológicas, de manera que el modelo de negocio parece centrarse más en la publicidad, en nuevas formas de publicidad. Por lo tanto, a la hora de valorar una empresa se tienen más en cuenta las expectativas de negocio y su capacidad de innovación.

Para finalizar, Fernando Sáez Vacas analiza diferentes aspectos de la web social, también desde una perspectiva socio-técnica, idéntica a la del primer capítulo por ser su inspirador. El punto de partida, por lo tanto, es el mismo. En esta parte se abordan distintos aspectos de la tecnología en general y de la web social en particular, como son la integración de la tecnología en el entorno vital de los ciudadanos en los países desarrollados, el *networking* social, la importancia de los internautas en la construcción de los contenidos en la web social, o los nativos digitales. Destaca el planteamiento, bastante negativo, que presenta sobre la asimilación de la tecnología por parte de los que él denomina “infocidadanos”: la tecnología es cada vez más compleja y los ciudadanos no están preparados para asumirla de forma óptima, especialmente en lo que se refiere a maximizar los beneficios en su entorno y la minimizar sus perjuicios. ◀

Natalia Arroyo Vázquez
Fundación Germán Sánchez Ruipérez