

# Usuarios 2.0: estado actual

LUISA ORERA ORERA

*Universidad de Zaragoza*

## ANTECEDENTES

El origen del concepto Web 2.0 hay que contextualizarlo en el periodo en que se desarrollaron las denominadas empresas *puntocom* y la posterior *burbuja tecnológica* o *burbuja puntocom*, términos popularizados por la prensa económica y que han pasado a formar parte de nuestras vidas.

El término *puntocom* es la traducción del término *dotcom*. Vélez Barreiro<sup>1</sup> dice que es un término reciente que fue usado por primera vez en 1999, en inglés, en *The Times* y un año más tarde, en español, en *Expansión*. Se usa para referirse a empresas que desarrollan su actividad a través de Internet y que disponen de un sitio web con una dirección que frecuentemente acaba en *.com*, un dominio barato, fácil de obtener y de recordar. Por ello, estas empresas comenzaron a expandirse y a conocerse como *empresas.com*.

Su expansión tuvo lugar entre los años 1995 y 2001 y revolucionaron el mundo de los negocios. Muchas veces eran empresas fundadas por jóvenes emprendedores que sacaban una oferta pú-

---

1 M. Vélez Barreiro, *La popularización del lenguaje español en la economía, la empresa y las finanzas*.

blica de acciones en bolsa y obtenían grandes beneficios. En 2001 estalló la llamada *burbuja puntocom* y muchas de estas empresas se vinieron abajo.

El concepto Web 2.0 fue creado por O'Reilly en 2004, y nació en una sesión de "*brainstorming*" o tormenta de ideas, organizada por dos empresas que no habían sido arrastradas por la crisis, O'Reilly y *MediaLive*. Pensaron que aquellas empresas que habían sobrevivido a la burbuja debían reunir una serie de características que no tenían las que habían fracasado. Buscaron dichas características y llamaron al resultado Web 2.0.<sup>2</sup>

Año y medio después del nacimiento del concepto Web 2.0, el término que lo identificaba había arraigado, y había ya más de 9,5 millones de menciones en Google. Actualmente, su creador "considera que el concepto 'Web 2.0', que él mismo acuñó para definir *una web más dinámica y participativa*, ha envejecido y quedado obsoleto para explicar una realidad tecnológica en la que se imponen la movilidad y la computación en la nube".<sup>3</sup>

La Web 2.0 ha sido definida en numerosos estudios. Monsoriu<sup>4</sup> se refiere a ella como: "[...]una segunda generación de contenidos web creados por los propios usuarios de Internet y puestos a disposición de los demás por medio de herramientas que permiten compartir contenidos en la red como son las wikis, blogs o las redes y los medios sociales".

Margaix Arnal<sup>5</sup> ha subrayado sus principales características:

1. Nace de la observación y no de un replanteamiento de los servicios de Internet. Antes de formularse el concepto, ya existían servicios que podían calificarse como Web 2.0.

---

2 T O'Reilly. *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*.

3 ELMUNDO.es., *El creador del concepto 'Web 2.0' asegura que a pesar de su éxito 'está obsoleto'*.

4 Monsoriu, *Diccionario Web 2.0.*, p. 156.

5 D. Margaix, "Conceptos de Web 2.0 y Biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales". *El profesional de la información*, p. 96.

2. Surge en el mundo empresarial y tiene una marcada impronta tecnológica y de comercialización (marketing).
3. No hay una característica clave para identificar un servicio web como 2.0, sino que existen varias que pueden cumplirse en mayor o menor medida, pero es difícil encontrarlas todas simultáneamente.

Poniendo el énfasis en la tecnología y siguiendo la idea dada por O'Reilly, puede decirse que las aplicaciones 2.0 son aquellas que sacan partido de las ventajas intrínsecas de la web y ofrecen un servicio continuamente actualizado que mejora cuanto más gente lo usa, utilizando y remezclando los datos de múltiples recursos, incluyendo los usuarios individuales y a la vez ofreciendo los datos y servicios para ser utilizados por otros, lo cual fue creando una arquitectura de participación en la red, que fue más allá que la página Web 1.0 para ofrecerles a los usuarios experiencias cada vez más ricas.

Sin embargo, no es la tecnología lo que más resalta en la Web 2.0, sino los principios de compartir, reutilizar, mejorar continuamente, considerando al usuario como fuente de información y confianza, y aprovechando la inteligencia colectiva, etc. De esta manera, la auténtica revolución se produjo con el cambio de consideración de los usuarios, los cuales pasaron de ser consumidores de información a ser agentes participativos en la elaboración y gestión de contenidos. El uso de la web se está orientando a la creación e interacción de redes sociales que pueden proporcionar contenidos de forma dinámica, y crear webs interactivas y visuales. En definitiva, los sitios Web 2.0 actuarían más como puntos de encuentro o webs dependientes de usuarios que como webs tradicionales.

Con la Web 2.0 se promociona y cultiva la inteligencia colectiva mediante la puesta en común de las aportaciones de los usuarios de redes que pueden vivir muy alejados entre sí. Es un medio democrático en el que todos los usuarios pueden manifestar sus opiniones y poner a disposición de otros su conocimiento.

Con estas características, es indudable que la Web 2.0 ha supuesto una auténtica revolución en el mundo de los negocios, de

la información, la comunicación, la investigación, la educación, la medicina, etc.

Pero este culto a la web 2.0 o Web social, como también se le llama, que se ha hecho omnipresente en nuestras vidas y que no para de generar publicaciones más o menos reflexivas y repetitivas, no debe ocultar algunas incertidumbres o amenazas. García Markina<sup>6</sup> ha señalado las siguientes: contenidos escritos por amateurs. Riesgos jurídicos, abuso de las acciones de compartir y re-compartir; provoca adicción, se deja de lado el diseño, las aplicaciones web son más lentas que las aplicaciones de escritorio; hay infinidad de problemas relacionados con la privacidad; se da una masificación de la publicidad en Internet, y hay espionaje de Estado. A esto podríamos añadir: la inflación de información, que es difícil de controlar; la falta de tiempo para reflexionar sobre la información que recibimos; la falsa ilusión de tener relación con muchas personas, cuando muchas veces estamos solos.

## Aplicaciones 2.0

Las aplicaciones de la Web 2.0 son numerosísimas y están sometidas a un cambio permanente. Cobo Romani,<sup>7</sup> tras señalar las dificultades que entraña clasificar los recursos 2.0, distingue cuatro grupos:

1. *Social Networking* (Interconexión social). Herramientas que permiten crear comunidades, redes sociales, que intercambian contenidos directamente, sin necesidad de intermediarios. Los ejemplos son numerosísimos: Facebook, Tuenti, LinkedIn, etcétera.
2. Contenidos. Aplicaciones que facilitan la lectura y la escritura en línea, su distribución e intercambio. Las más des-

---

6 M. García Markina, *En contra de la web 2.0*.

7 C. Cobo Romani, Capítulo 3. "Mapa de aplicaciones. Una taxonomía comentada". En Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*, pp. 161-183.

tacadas son los blogs y las wikis, cuyo paradigma en este último caso es, sin duda, Wikipedia. Pero a estas aplicaciones habría que añadir otras como los procesadores de textos y hojas de cálculo en línea; plataformas para editar y compartir fotografías, como Flickr o Picasa; otras para compartir vídeos, como You Tube; o para presentaciones, tipo PowerPoint, como SlideShare.

3. Organización social e inteligente de la información. Bajo este epígrafe, se agrupan todas aquellas herramientas que ayudan a organizar y, por lo tanto, a buscar e identificar contenidos existentes en Internet. En este grupo se sitúan las aplicaciones para syndicar contenidos; los marcadores sociales de favoritos y las nubes de tags.
4. Aplicaciones y servicios (*mashups*). Dentro de este grupo se sitúan los *webtaps*, páginas web que ofrecen las funciones de un escritorio pero de forma virtual, como Netvibes; plataformas que posibilitan el almacenamiento remoto de documentos y archivos de forma gratuita o mediante pago; o reproductores y agregadores de música.

## BIBLIOGRAFÍA

Cobo Romani, Cristóbal (2007), Capítulo 3. “Mapa de aplicaciones. Una taxonomía comentada”. En Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. [en línea]. Barcelona; México D.F.: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic: FACSÓ México, pp. 161-188. Disponible en: <<http://www.planetaweb2.net/>> [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2013].

## *Usuarios 2.0 de la información...*

- ELMUNDO.es. (2011), *El creador del concepto 'Web 2.0' asegura que a pesar de su éxito 'está obsoleto'* [en línea]. ELMUNDO.es, 23 de noviembre de 2011. Disponible en: <<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/11/22/navegante/1321978250.html>>. [Fecha de consulta: 7 de agosto de 2013].
- García Markina, M. (2010), *En contra de la Web 2.0* [en línea]. Disponible en: <<http://www.slideshare.net/mikelgarciamarkina/contra-la-web-20>> [Fecha de consulta: 23 de septiembre de 2013].
- Margaix Arnal, D. (2007), “Conceptos de Web 2.0 y Biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales”. *El profesional de la información*, vol. 16, núm. 2, pp. 95-106.
- Monsoriu, F. M. (2010), *Diccionario Web 2.0*. Madrid: Creaciones Copyright.
- O'Reilly, T. (2005), *What is Eeb 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* [en línea]. Disponible en: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2010].
- Vélez Barreiro, M. (2006), *La popularización del lenguaje español en la economía, la empresa y las finanzas* [en línea]. Disponible en: <<http://webs.ono.com/garoz/G6-Velez.pdf>>. [Fecha de consulta: 16 de septiembre de 2010].