

web2.0

Oscar Martínez

Ahora todo el mundo habla de la web 2.0, los noticiarios, los periódicos, la radio, los blogs... Aparece en todos los medios de comunicación. Es un concepto que hemos incorporado a nuestro "mainstream" (a nuestro vocabulario) de forma inmediata, aunque no sepamos realmente a qué nos referimos.

Muchos se preguntan, ¿qué es la web 2.0? ¿es un cambio de versión?, ¿una actualización?, ¿una revisión? En el fondo es un cambio de conceptos en la arquitectura de la web (más participativa) y en la tecnológica (modelos de negocio, empleo de las tecnologías). A mí me interesa mucho más saber qué se esconde detrás de este cambio a nivel del usuario.

Hace unos años, poco antes de la explosión de la burbuja .com, tenía miedo. Sí, tenía miedo de que internet se convirtiera en una parcela privada dónde todo el contenido interesante estuviera controlado por las grandes corporaciones de la comunicación y la información y tener que pagar por uso y por contenido.

Por suerte para todos, ésto no ocurrió. Explotó la burbuja, que se convirtió en un fenómeno sociológico estudiado desde muchas perspectivas y disciplinas, sobretodo las economicistas. Pero se ha estudiado muy poco desde el punto de vista del usuario.

El usuario es el gran artífice de esta revolución que llamamos web 2.0, de este cambio de paradigma. Los usuarios son los que acercaron la aguja a la burbuja .com para que explotara. Nos negamos a pagar por contenidos controlados y mediatizados, nos negamos a pagar por aplicaciones que no respondían a nuestros intereses, a pagar por jugar, a pagar por compartir... Desde que empecé a usar internet siempre he pensado que habría que dar acceso ubicuo y universal a la red. Es una forma de luchar contra la brecha digital y favorecer la igualdad. Aún no hemos llegado a ello, aún nos cobran por el acceso, pero poco a poco vamos acercándonos.

Creo que los usuarios han sido siempre conscientes de la filosofía abierta de la red, porque resulta ser algo innato a su creación. Los usuarios conformamos la mente de la red, su memoria y su inteligencia...

Se han abierto las puertas a un horizonte virtual. Ahora podemos decidir tenemos libertad de elección, elegimos dónde jugar y con quién, qué aplicaciones usar, qué páginas visitar... Los programadores han trabajado bien, han creado herramientas fáciles de aprender y usar, rápidas en cargar, sencillas... Ahora ésto ocupa nuestro tiempo tanto de trabajo como de ocio.

Se ha ocupado un espacio que estaba libre. Las personas buscan comunidades afines para compartir, hacer, guardar, rehacer y volver a compartir... y la web 2.0 precisamente facilita todo ésto.

Hay que tener claro que internet es una plataforma informática gigantesca que ofrece aplicaciones a sus usuarios. Servicios de editores de texto (de suites ofimáticas completas), de álbumes de fotografías, de repositorios de vídeos, de almacenes de bookmarks... Estas aplicaciones tienen características en común: compartir, crear comunidad.

Todo hay que decirlo, el éxito de la web 2.0 se debe a proyectos digitales que han sido lanzados al estrellato por los propios usuarios, como en los casos de youtube o flickr. Por lo tanto lo que debemos apuntar como importante de la web 2.0 es que se basa en la participación. Internet está plagada de herramientas que invitan a que compartas hasta tus más recónditos secretos. Esta suma: aplicaciones + información añadida por los usuarios, es el cambio de paradigma. En la antigua internet estábamos bajo la tiranía del webmaster y del equipo gestor de contenidos que a su vez estaban en manos de las corporaciones. Ahora se han invertido los papeles.

Estamos remediando el concepto de internet. No hemos descubierto ningún lenguaje nuevo para programar, ni cambiamos los protocolos de transferencia de información. Hemos cambiado la forma de utilizar los mismos lenguajes y la forma de ofrecer servicios a los usuarios de la red. Hemos simplificado lo complicado.

Quizá todo este mundo maravilloso se vuelva en contra nuestro. Puede ser. Las grandes corporaciones no desaprovechan las oportunidades, y claro, miles de personas que generan contenido para las páginas web de forma gratuita es una muy grande. Piénsalo, miles de personas o usuarios que visitan páginas y donde pasan mucho tiempo, un tiempo precioso y que son potenciales visualizadores de publicidad. ¡El Shangri-la de la publicidad!

Quien dice grandes corporaciones también habla de gobiernos y de todo aquel que quiera dominar la información que corre por internet, ¿si la información es poder, cómo poder controlar tal cantidad de información?

Por ejemplo, si en un par de horas 10.000 personas se conectan a Flickr y suben tres fotografías cada una sobre algo que les ha pasado en la calle (reporteros ocasionales), tenemos 30.000 fotografías, es decir, un banco de datos de imágenes ingente (teniendo la posibilidad de entrar a formar parte de un fondo de escritorio, de aparecer en un blog acompañando una noticia, etc...).

Si un centenar de bloggers comentan una noticia pueden crear un estado de opinión. Si estos mismos bloggers lo hacen pero esta vez a sueldo de una corporación pueden crear un estado de opinión para favorecer la posición en el mercado de quien paga.

La información es moldeable.

La web 2.0 ofrece al usuario la capacidad de decisión. Decidir, decidir si contrastar la información que recibe por la pantalla, si se la cree, si no... decidir qué hace con ella, cómo la utiliza para generar nueva información, si la redistribuye, si la critica, si...

Este nuevo marco contenedor nos ofrece facilidad, inmediatez, pertenencia (comunidad) y la idea de que llenamos nuestro tiempo de ocio con aquello que queremos hacer.

Las personas se han empoderado de un espacio para compartir y expresarse.

La web 2.0 no es un requisito ineludible para el usuario, puedes seguir conectándote a páginas de filosofía .com, es

tu decisión. La interacción será mínima. La web 2.0 ofrece una nueva forma de interactuar, de diseñar, de usar y de pensar en internet.

La generación de contenidos por parte de los usuarios es el exponente de la libertad de expresión. En cinco minutos podemos tener nuestro blog en marcha y publicar al momento lo que queremos, lo que nos ha pasado hoy al volver del trabajo, lo que nos ha provocado una noticia que hemos leído, que nos sugieren las hojas de los árboles al caer...

A esta libertad se le suman otros elementos importantes: la voluntad de aportación, es decir, la capacidad que tenemos de querer mostrarnos por escrito, en imágenes, en multimedia... y que nos reconozcan. Y, el otro elemento, es la folksonomía. Construimos nuestro contenido etiquetándolo de manera que conecte con nuestra forma de ser o de trabajar, para que a la vez conecte con etiquetas de nuestros amigos, conocidos o con las de desconocidos... Estamos construyendo la base de una web semántica.

¿Cómo se garantiza la constancia de la participación / aportación de contenido en la web 2.0?

Este es uno de los aspectos más delicados. Depende del sistema que la web en concreto en la cual participamos, nos devuelva nuestro prestigio. Depende de que esa web tenga muchas visitas y por tanto éxito. Por ejemplo, en youtube tener éxito colgando el vídeo depende de que te visiten el vídeo y de que te enlacen en otras webs (vamos que se haga sharing del vídeo).

En cambio hay otras webs que tienen un sistema meritocrático de valoración. A más participación más prestigio si la gente que te lee te valora bien, entonces más amigos, más lecturas, etc... véase los casos de digg, menéame o ebay.

El usuario a pasado de ser un simple lurker a compilar en sí mismo todos los roles, escritor, periodista, fotógrafo, creador, director de cine, generador de contenidos, webmaster, jugador... y lector, visualizador, votante... y ser un elemento activo de la red.

Tenemos un buen mapa de la web 2.0, pero ¿nos vamos a quedar aquí? ¡No! El futuro no está aquí, esto sólo es el primer paso. Habrá más si los usuarios quieren, habrá una web 3.0 (en la que ya asomamos...), habrá una web 4.0 ... pero no dejemos que nos controlen, hay que seguir teniendo agujas en los dedos para reventar cualquier burbuja. Hay que ir abriendo espacios de pensamiento, de repensamiento.