

TIC10 **LA WEB 2.0**

- 1 Introducción.**
- 2 Blogs.**
- 3 Las comunidades virtuales.**
- 4 Los grupos de noticias.**
- 5 Foros.**
- 6 Wikis.**
- 7 Las redes sociales.**
- 8 Spaces o espacios.**
- 9 Entornos para compartir recursos.**
- 10 Sindicación de contenidos.**
- 11 Documentos en línea.**
- 12 Los marcadores sociales (Etiquetado social).**

1. INTRODUCCION

La etapa de Internet como proveedora de servicios ha perdido paso frente a una Internet participativa. En este sentido se puede decir que Internet se ha convertido en un lugar de participación descentralizado en el que expresar opiniones, subir y compartir fotografías y videos, etc., es mucho más sencillo y accesible para cualquier internauta.

La Web 2.0 presenta un enfoque colaborativo basado en comunidades de usuarios y servicios (redes sociales, blogs, wikis, etc.). Se fomenta la colaboración y el intercambio entre los usuarios de una comunidad o red social.

Características de la Web 2.0

La Web era controlada y desarrollada por programadores y la Web2.0 lo es por los usuarios.

El usuario participa de forma directa en la forma en que se visualiza el contenido de la Web.

El usuario colabora en la construcción de contenidos dentro de una comunidad de usuarios.

Las Webs soportan avanzados servicios multimedia (audio y video) controlables en su reproducción y compatibles en su contenido.

Las Webs integran múltiples servicios y aplicaciones que antes se ejecutaban en el ordenador del usuario utilizando aplicaciones locales (conversión de formatos, edición de textos, gestión del correo electrónico, agendas, etc.)

La etapa de Internet como proveedora de servicios ha perdido paso frente a una Internet participativa, en la que las páginas web se desarrollan para tener una fuerte interacción con el usuario. En este sentido se puede decir que Internet es un lugar de participación descentralizado en el que facilitar opiniones, mostrar fotos, subir videos, etc., es mucho más sencillo y accesible para cualquier internauta.

La Web 2.0 presenta un enfoque colaborativo basado en comunidades de usuarios y servicios (redes sociales, blogs, wikis, etc.). Se fomenta la colaboración y el intercambio entre los usuarios de una comunidad o red social.

2. BLOGS

Un blog (weblog o bitácora) es una página o sitio web que contiene una serie de anotaciones o artículos que se colocan en orden cronológico inverso al de su publicación. Es decir, aparece primero el último artículo publicado.

Los blogs pueden contener texto, imágenes, audio y video (videoblogs o vlogs), hipervínculos a otras páginas, etc.

El contenido y el uso de un blog es particular. Es el autor del blog es el que decide que es lo que aparece publicado. Existen blogs de tipo personal, educativo (edublogs), tecnológico, etc.

Los blogs se actualizan periódicamente. El autor del blog publica artículos o anotaciones periódicas (llamadas entradas o posts) que se ordenan de mayor a menor antigüedad. Generalmente, los lectores de un blog pueden escribir sus comentarios y recibir respuesta del autor, pero es éste quien decide (en función de cómo se configure el blog) quien puede o no participar en la elaboración del blog.

Aunque inicialmente, los blogs estaban concebidos como una especie de diario personal en el que los autores daban a conocer sus experiencias y opiniones personales, muchos de ellos se han convertido en verdaderos centros de opinión sobre determinados temas de actualidad de todos los ámbitos: el arte y la cultura en general, el deporte, la tecnología, la educación, la política, etc.

Los blogs tienen la ventaja frente a las páginas web de que no requieren de ningún conocimiento técnico. Existen herramientas para el mantenimiento de blogs (Blogger, WordPress, etc.) que permiten crear y administrar un blog sin grandes conocimientos técnicos.

Las herramientas de creación y mantenimiento de blogs se clasifican en:

- Servicios de creación y alojamiento de blogs: Blogger, ...

Permiten que un usuario registrado (usuario y contraseña) tenga acceso a una interfaz que le permite crear su propio blog. La funcionalidad y el diseño del blog dependen del proveedor del servicio.

- Sistemas de gestión de contenidos: WordPress, ...

Son aplicaciones que, una vez instaladas en un sitio Web, permiten crear, editar y administrar un blog directamente en el servidor que aloja el sitio.

3. LAS COMUNIDADES VIRTUALES

Una comunidad virtual es un conjunto de individuos que comparten intereses comunes a través de Internet. Es decir, personas que tienen los mismos gustos, aficiones, etc. y que se unen mediante portales especializados en estas cuestiones, que son las llamadas comunidades virtuales.

Los objetivos de una comunidad virtual pueden ser muy diversos: compartir e intercambiar información y opiniones sobre un determinado tema, conversar con otras personas, establecer debates, compartir recursos multimedia, etc.

Las comunidades virtuales pueden ser de varios tipos, siendo los más conocidos los foros de discusión y los grupos de noticias.

Ejemplos: Groups.google, Es.groups.yahoo, Groups.msn, facebook.com, myspace.com.

4. GRUPOS DE NOTICIAS

Los grupos de noticias son foros de discusión de Internet que están formados por grupos de usuarios con intereses comunes que desean intercambiar mensajes sobre una temática determinada (educación, política, etc.).

A diferencia de los mensajes de correo electrónico, a los que sólo pueden acceder el remitente y los destinatarios especificados, los mensajes de los grupos de noticias pueden ser leídos por todos aquellos usuarios pertenecientes al grupo.

El funcionamiento de los grupos de noticias es parecido al de un tablón de anuncios: uno de los usuarios publica (cuelga) un mensaje sobre el tema del grupo de noticias que es leído por el resto de usuarios, que a su vez pueden contestar a este mensaje o dejar nuevos comentarios para el grupo. A medida que los usuarios leen y responden a los artículos de otras personas, se va creando un hilo de artículos vinculados. Al leer los artículos del hilo, se puede ver el mensaje que inició la discusión y todos los mensajes que se han publicado en respuesta a él.

Existen cientos de miles de grupos de noticias activos en Internet, cada uno de ellos dedicado a discusiones sobre un tema en particular.

Para acceder a cualquier grupo de noticias o news se pueden utilizar programas especializados, como News Pro y FreeAgent, aunque los programas más habituales para la navegación o el correo también son capaces de gestionar este servicio. Los lectores de noticias descargan los mensajes desde un servidor de noticias.

Hoy en día, la mayoría de los proveedores de servicios Internet (ISP) ofrecen a sus clientes acceso a servidores de noticias. Dichos servidores contienen miles de grupos relativos a una gran variedad de temas. Algunos servidores de noticias tratan temas especializados.

5. FOROS

Los foros son páginas o sitios web donde los usuarios establecen conversaciones e intercambian información sobre un tema concreto. Los usuarios interesados en el tema pueden dar su opinión y expresar sus ideas o comentarios sobre el tema, como si de un tablón de anuncios se tratara.

Los foros están ordenados por categorías o temas y normalmente están controlados por un moderador.

Al seleccionar una categoría, se muestran los títulos de las distintas discusiones abiertas. Cuando un usuario participa en un foro, dando su opinión o pidiendo la de los demás, su mensaje queda ordenado según la fecha de llegada. Los mensajes se mantienen durante mucho tiempo.

Los foros pueden ser:

- Públicos: los usuarios pueden participar sin necesidad de registrarse. Cualquier usuario puede enviar y recibir mensajes.
- Protegidos: para enviar mensajes hay que registrarse.
- Privados: sólo pueden participar determinados usuarios registrados (Administrador, moderador y miembros). El administrador debe permitir la entrada al foro.

Nota: Algunas páginas Web ofrecen espacio gratuito para la creación de foros: <http://www.forosdeinternet.es>.

Un foro es una herramienta que permite al usuario publicar su mensaje en cualquier momento, quedando éste visible para que otros usuarios puedan leerlo y contestar más tarde. A este tipo de comunicación se le llama asincróna debido a sus características de no simultaneidad en el tiempo. La comunicación asincróna permite mantener una comunicación

constante entre personas distantes geográficamente, ya que no tienen la necesidad de coincidir en los horarios de encuentro en la red, superando así las limitaciones temporales de la comunicación sincrónica (chat, mensajería instantánea, etc.), que exige que los participantes estén conectados al mismo tiempo. La comunicación asíncrona permite dilatar en el tiempo los ciclos de interacción, lo cual favorece la reflexión y la madurez de los mensajes.

6. WIKIS

Las wikis son espacios o sitios web que permiten la creación de contenidos de forma colaborativa. Los usuarios pueden escribir artículos, modificar los que ya están escritos e incluso borrarlos. Los contenidos pueden incorporar: textos, imágenes, sonidos, videos.

Las wikis presentan la particularidad de que pueden ser editadas y modificadas por cualquier usuario que las visite. De este modo, sus contenidos pueden crecer rápidamente con las aportaciones de todos los usuarios que deseen participar en su confección. Aunque en principio, el acceso a una wiki está abierto a todos los visitantes, en algunos casos, los autores han de dar el visto bueno dichos cambios.

Ejemplos: Wikipedia, Wikitecno, etc.

También existen sitios especializados en la creación sencilla de páginas wiki:
<http://www.wikispaces.com>.

7. LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales son plataformas de comunicación basadas en la Web 2.0 que ponen en contacto personas, grupos o entidades con necesidades e intereses comunes o que comparten conocimientos.

Las redes sociales son lugares virtuales donde una o varias personas, movidas por un

interés, preocupación o necesidad, ofrecen a sus conocidos la posibilidad de suscribirse al sitio. Estos, a su vez, hacen lo mismo, de forma que el número de participantes crece muy rápidamente.

Las redes sociales pueden ser abiertas (el acceso es libre) o restringidas (hay que ser invitado para entrar). No obstante, en todas hay que rellenar un cuestionario para introducir nuestros datos en la base de datos de la red social. De esta manera, se pueden buscar personas según diferentes criterios (profesiones, edades, gustos musicales, etc.).

Ejemplos: MySpace, Facebook, Twitter, Tuenti, LinkedIn, etc.

8. SPACES O ESPACIOS

Un space es una web que combina un conjunto de servicios tales como un blog, correo electrónico, mensajería instantánea, chat, foros, colecciones de fotos y/o vídeos, favoritos, RSS, etc. Estos servicios pueden ser personalizados por el usuario sin que se precise ningún conocimiento de informática. Los espacios se convierten así en verdaderos portales personales donde los usuarios pueden mostrar sus gustos y su visión del mundo y dar entrada a un grupo de amigos mediante invitación, o dejarlos abiertos al público en general.

9. ENTORNOS PARA COMPARTIR RECURSOS

Los entornos para compartir recursos son espacios o sitios Web en los que los usuarios pueden depositar diferentes recursos (imágenes, videos, presentaciones, etc.) para compartirlos con otros usuarios.

Ejemplos:

- Imágenes: Flickr, Picassa.
- Presentaciones: slideshare.
- Enlaces: Delicious.

- Videos: youtube.

10. SINDICACION DE CONTENIDOS

La sindicación de contenidos consiste en recibir automáticamente la información actualizada de los contenidos a los que nos encontramos suscritos (web, blogs, etc.) sin tener necesidad de visitarlos uno a uno.

Realmente, cuando se incluye algún contenido nuevo en un sitio, lo que se distribuye es una lista de enlaces junto con cierta cantidad de información adicional. Los enlaces apuntan a los nuevos contenidos y la información adicional permite a los usuarios evaluar si esos contenidos son de su interés, en cuyo caso se accederá a la versión completa simplemente siguiendo el enlace.

Un ejemplo frecuente es la sindicación de los titulares de noticias de última hora de un periódico. De esta manera, los usuarios pueden recibir directamente dichos titulares y, si están interesados en ampliar la información, acceder a la página Web que contiene la información. Los canales de sindicación pueden contener muchos otros tipos de información: nuevos contenidos de una página, avisos importantes, mensajes de un foro, etc.

La sindicación de contenidos es un servicio que ofrecen determinados sitios web para distribuir contenidos a los que los usuarios acceden frecuentemente. El contenido se distribuye por medio de unos canales que los usuarios pueden leer mediante un software denominado programa agregador de canales, lector de canales o lector de noticias.

Los usuarios interesados en un tema en particular estarán siempre al tanto, a través de sus agregadores, de la aparición de nuevos contenidos y tendrán esos contenidos a un click de distancia. Este mecanismo reemplaza la tediosa visita a sitios de nuestro interés a la espera de encontrar alguna novedad.

Un ejemplo frecuente es la sindicación de los titulares de noticias de última hora de un periódico. No obstante, los canales de sindicación pueden contener muchos otros tipos de información: nuevos contenidos de una página, avisos importantes, mensajes de un foro, etc.

Sindicación de contenidos. Comunidades RSS.

La sindicación de contenidos se basa en el RSS. La tecnología RRS (Really Simple Syndication) es un tipo de formato Web que permite la suscripción a noticias y contenidos de actualización frecuente, como los procedentes de medios de comunicación, blogs y, en general, cualquier página Web. Gracias a la suscripción a los contenidos que nos interesan, recibimos la información sin necesidad de visitar los sitios Web de donde proceden.

A esta forma de distribuir contenidos es a la que se le ha llamado "sindicación". La sindicación permite mostrar un sumario o índice con los contenidos y noticias que ha publicado un sitio Web sin necesidad de entrar en él. RSS también permite detectar, automáticamente, cuándo se han publicado nuevos contenidos para así poder avisar al usuario, de forma automática, de que se encuentran disponibles nuevas noticias.

El contenido se distribuye por medio de unos canales que los usuarios pueden leer mediante un software denominado programa agregador de canales, lector de canales o lector de noticias.

Además de usar lectores específicos para leer los titulares de RSS, también es posible integrar estos titulares en páginas Web que no tengan relación con los autores de las noticias (por ejemplo nuestra propia página Web). De esta forma, dispondremos de los últimos titulares del sitio Web generador de contenidos totalmente integrado dentro de nuestra Web y con los contenidos actualizados automáticamente.

RSS permite un acceso sencillo y automatizado a la información procedente de múltiples fuentes. En este sentido, es la información la que se acerca al usuario.

La sindicación de contenidos, basada en la tecnología RSS (Really Simple Syndication), consiste en recibir automáticamente la información actualizada de los contenidos a los que nos encontramos suscritos (noticias de última hora, blogs, etc.) sin necesidad de visitar los sitios Web de donde proceden.

Se denomina podcasting a la sindicación RSS de archivos de sonido, que permite descargarlos automáticamente de forma periódica con el fin de escucharlos en el ordenador o en un reproductor portátil.

11. DOCUMENTOS EN LINEA

El trabajo con documentos en línea es un servicio que permite a los usuarios el acceso a documentos (archivos de texto, presentaciones, hojas de cálculo, documentos en pdf, etc.) de forma compartida, permitiendo un acceso eficiente a los mismos a todos los componentes o integrantes de un determinado equipo o grupo de trabajo.

Al ser un servicio online, los documentos están almacenados online de manera centralizada y segura y todos los documentos creados por el grupo, así como las herramientas que permiten su edición, están disponibles desde cualquier ordenador.

El servicio de documentos en línea evita tener que enviar correos con archivos adjuntos o tener que guardar nuestros documentos en memorias USB u otros dispositivos de almacenamiento.

Ejemplos: Google Docs, Zoho, Thinkfree Online, Dropbox, Windows Live SkyDrive, etc.

El servicio de documentos en línea evita tener que enviar correos con archivos adjuntos o tener que guardar nuestros documentos en memorias USB u otros dispositivos de almacenamiento, ya que al ser un servicio en línea, los documentos están almacenados online

de manera centralizada. De esta manera, todos los documentos del grupo, así como las herramientas que permiten su edición, están disponibles desde cualquier ordenador. A esta manera de trabajar, también se la conoce como computación en la nube, servicios en la nube, informática en la nube, o en inglés, cloud computing. El cloud computing se basa en sustituir las aplicaciones por servicios alojados de forma externa, en la propia red.

Algunos de estos servicios online, como Google Docs, permiten crear documentos, hojas de cálculo, presentaciones y formularios. Los documentos pueden ser almacenados siguiendo un sencillo sistema de carpetas. También existe la posibilidad de aplicar plantillas de documentos. Una de las cualidades más importantes de Google Docs es la capacidad para compartir los documentos entre varios usuarios. Esto permite que varios autores puedan trabajar y contribuir con información sobre un único documento, teniendo la última versión actualizada directamente en la red.

Otros servicios de documentos en línea:

Hoy en día, cualquier profesional o aficionado produce documentos con diferentes aplicaciones (procesadores de texto, hojas de cálculo, presentaciones, etc.) y en diferentes formatos (archivos de Microsoft Word o LibreOffice Writer, hojas de cálculo de Microsoft Excel o de LibreOffice Calc, presentaciones de Microsoft PowerPoint o de LibreOffice Impress, documentos en formato html, archivos en formato pdf, etc.) que posteriormente ha de publicar en Internet para que luego sean visualizados o descargados por los usuarios.

Actualmente, existen sitios Web o portales de Internet (Calaméo, slideshare, etc.) que ofrecen servicios para la publicación online de documentos que posteriormente pueden ser accedidos por los usuarios.

También existen aplicaciones online gratuitas, como CrocoDoc, con las que se pueden ver, editar y compartir archivos PDF y .doc.

12. LOS MARCADORES SOCIALES (ETIQUETADO SOCIAL)

Los marcadores sociales o etiquetado social son aplicaciones Web que permiten a los usuarios localizar, almacenar, clasificar y compartir enlaces a recursos de Internet (sitios Web, blogs, wikis, vídeos, podcasts, etc.) que estos puedan considerar útiles o interesantes.

El etiquetado social es otro de los conceptos significativos de la Web 2.0. Además de crear contenidos Web mediante blogs, wikis, etc., los usuarios pueden también organizar y clasificar dichos contenidos en categorías mediante la asignación de etiquetas (tags).

Una etiqueta es una palabra clave que se añade a un objeto digital (un sitio Web, una fotografía, un clip de video, etc.) con el fin de describirlo, pero no como parte de un sistema formal de clasificación, sino como una vía que facilita a cualquier persona la localización de información y contenidos.

Ejemplos: Delicious, Mister Wong, Blinklist y Diigo.

Los marcadores sociales son semejantes a la opción de “favoritos” de los navegadores, pero con la ventaja de que los enlaces son accesibles desde cualquier ordenador con conexión a Internet y de que podemos compartirlos con otros usuarios.

En estos sistemas, los enlaces que se desean compartir, generalmente, son públicos. No obstante, dependiendo de las características del servicio, pueden guardarse de forma privada, compartirse únicamente con personas o grupos específicos, compartirse solo dentro de ciertas redes, o combinando público y privado.

La mayoría de los servicios en línea de este tipo permiten ver los enlaces guardados cronológicamente, por categoría o etiqueta, mediante un buscador o, incluso, al azar.