

## Cinco nociones básicas del capítulo

---

1. Cualquier cartografía sobre la Red está condenada al fracaso, esto es por lo dinámico que es la renovación del entorno de aplicaciones digitales y por su permanente transformación. Al momento de hacer un análisis de la Web 2.0 es preferible priorizar los fundamentos generales por sobre los recursos tecnológicos específicos.\*
2. La estructura taxonómica propuesta para ordenar y explorar la Web 2.0 se define en cuatro líneas fundamentales: *Social Networking* (redes sociales), Contenidos, Organización Social e Inteligente de la Información y Aplicaciones y servicios (*mashups*). Aunque esta clasificación se ha hecho con el objetivo de simplificar su descripción y análisis, es importante tener en cuenta que una de las características fundamentales de este entorno es que todas una de estas líneas se combinan entre sí.
3. Un elemento transversal y siempre presente en los recursos de la Web 2.0 es su acento en lo social. Los desarrollos digitales ofrecen una amplia gama de alternativas para que exista intercambio y comunicación multimedia (audio, texto y video) entre los cibernautas. Esta cualidad favorece significativamente la conformación de comunidades virtuales y redes de colaboración entre pares.
4. El hecho de simplificar el acceso a instrumentos que facilitan la generación de contenidos ha traído como consecuencia un aumento exponencial en la cantidad de información en Internet. Por ello, es necesario incorporar recursos/herramientas orientados a mejorar la búsqueda y organización de la información. Estas mejoras pueden ser tanto a través de sistemas dinámicos como por medio de métodos de colaboración colectiva. La integración de todas estas aplicaciones contribuirán a seguir avanzando en hacer realidad una Web Semántica.
5. Otra de las particularidades que se desprende de la actual fase de Internet, es el protagonismo de los usuarios *amateur*. Hoy los usuarios cuentan con los instrumentos para construir sus propios medios de comunicación (*nanomedios*) sin requerir de conocimiento en periodismo, ni en lenguajes de programación o un equipo de cómputo de última generación.

\* Este capítulo fue concluido en marzo de 2007. Como todo ecosistema en plena evolución, desde marzo hasta la publicación de la primera versión de este libro, en septiembre de 2007, la Web 2.0 continúa creciendo. Nacen nuevas compañías y aplicaciones, llegando al gran público en muy escaso tiempo. Algunas de las más destacadas -que no se incluyeron en este capítulo- y que están relacionadas con el *microblogging* son: *twitter.com* y *feevy.com*. Rogamos disculpas si se han pasado por alto algunas de ellas y ofrecemos nuestro wiki para sumarlas.

### Cinco lecturas imprescindibles

---

Rojas Orduña, Octavio; Alonso, Julio; Antúnez, José Luis; Orihuela, José Luis. 2005. *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. ESISC. Madrid.

Morville, Peter. 2005. *Ambient findability*, O' Reilly Media. Sebastopol.

Lyman, Peter; Varian, Hal. 2003. *How much information*. Universidad de California Berkeley. California. <http://www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info-2003/index.htm>

Cornella, Alfons. 2002. *Infonomia! com, la gestión inteligente de la información en las organizaciones*. Deusto. Bilbao.

Grossman, Lev. 2006. *You -- Yes, You -- Are TIME's Person of the Year*. In Time. <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.htm>