

Artículo 5.1 Fundamentos de la web 2.0 y perspectivas de futuro

Actividad 1

Busque información en la web sobre la Web 2.0 usando un motor de búsqueda, consultando la Wikipedia o revisando el diagrama de este autor sobre la Web 2.0 (<http://tinyurl.com/bzp57z>). Haga pruebas en alguno de los servicios más conocidos o que sean de su mayor interés. Piense en lo que la web 2.0 puede aportar a las empresas en general, a los sistemas de documentación en particular o a algún sector de su interés en concreto. Puede presentar una breve síntesis de los tres o cuatro sistemas de la web 2.0, tipo redes sociales (p.e. Youtube, Facebook, LinkedIn, etc.) o tipo aplicaciones en la nube (blogger, dropbox, mindomo, evernote, etc.) que le parezcan más destacables. Documente la actividad con capturas de pantalla.

A nivel comercial, creo que la web 2.0 es una herramienta muy potente para realizar estudios de mercado. No solo por lo económico, sino también porque si se usa bien el recurso, se puede obtener resultados muy valiosos para mejorar la producción e incluso puede darse una participación más directa de los consumidores (prosumidores, en el mejor sentido de la palabra). Por otro lado, es un recurso que puede ayudar a fidelizar los usuarios con los que se interactúa. En este caso, la figura del *community manager* y su buen hacer es capital.

A nivel personal, trabajo en una biblioteca y en muchas ocasiones elaboramos documentos en equipo (con personal de la misma biblioteca, o bien de otros centros externos al CRAI). Hemos utilizado la herramienta *Google Drive* para crear documentos de texto y excels, y si bien es cierto que debe mejorar, nos ha sido de gran utilidad para poder trabajar de forma simultánea y a distancia. A partir de ahora, siempre que sea posible, intentaré incorporar *Zoho* para establecer una comparativa junto a los compañeros de trabajo.

En cuanto a mi interés, mi idea es encaminarme profesionalmente hacia el mundo de los archivos. Por la experiencia que he llevado a cabo en estos últimos años –investigación histórica– veo la web 2.0 como un recurso más que útil para ampliar el campo de la investigación. En primer lugar por la inmediatez de la red -contactos, consulta de archivos digitalizados e interacción con los mismos, etc.-. Y en otro orden, porque con un buen portal para mostrar el trabajo que se realiza, se puede llegar a obtener mucha más información para enriquecer el resultado de la investigación. Por ejemplo, informantes que estén dispuestos a facilitar su testimonio (historia oral), o bien personas dispuestas a aportar documentación física (fotografías, expedientes, documentación familiar, etc.). Estas personas pueden tener conocimiento de la investigación a través de la red (cosa que nos ha sucedido) y a partir de ahí, se puede establecer colaboraciones muy valiosas.

Ejemplos concretos sobre investigación, web 2.0 y redes sociales:

Cuenta de *Facebook* destinada a unas jornadas para tratar el tema del chabolismo en el barrio de la Barceloneta (Barcelona). En este caso se utiliza la red social para promocionar y dar a conocer los contenidos de las jornadas, así como para establecer contacto con testimonios vinculados a la temática.

Otro ejemplo:

The screenshot shows a news article from 324.cat. The header includes the TV3 logo, the date (Divendres 21/6/2013), and various menu options like Actualitat, Esports, El temps, and Càmeres de TV3. The main article is titled "Històries de les Barraques (I)" and features a black and white photograph of a woman (La Dolors González) with two children. A caption below the photo reads: "En record de la iaia Virginina i en homenatge a totes les famílies que van viure al barri de la Bomba de l'Hospitalet", La Dolors. To the right of the article is a sidebar with social sharing icons (Facebook, Twitter, RSS, etc.) and a list of recent news items under "Les últimes". At the bottom right of the page is a large orange banner with the text "PER SEMPRE".

Periodistas de TV3 realizaron un documental sobre el barraquismo en Barcelona. A partir de este documental crearon una página web dentro del sitio web de TV3 donde los usuarios pueden contactar y aportar su testimonio, documentación u opinión.

Y por último, un ejemplo en YouTube:

The screenshot shows a YouTube search results page for the query "barraquisme barcelona". The left sidebar includes links to Popular a YouTube, Música, Esports, Jocs, Pel·lícules, CANALS PERSONALITZATS (Truthloader, Hockey India League, Hola Soy German, ENCHUFE.TV, Daft Punk, FC Barcelona), and a button to "Inicia la sessió". The main area displays four video thumbnails related to the search term. The first video is titled "Barraques" and has 3,178 views. The second is "Barraques: Barcelona salda el seu deute de memòria" with 175 views. The third is "Una mirada a Barracópolis" with 881 views. The fourth is "Barraquisme a Girona" with 46 views. An advertisement for "AXE SPACE JUMP" is visible on the right side of the page.

En este caso nos limitamos a buscar contenidos sobre un tema. Los resultados dan muestra de la utilidad de la web 2.0 porque permite compartir documentación que puede ser útil a terceros. A parte, una de las utilidades de YouTube es que puede servir de repositorio para instituciones pequeñas.

Actividad 2 (Puede hacer una u otra de las alternativas. No es necesario hacer ambas):

Alternativa 1: Seleccione un sitio de recomendación, como Digg o Menéame o Delicious. Haga una revisión de sus principales características.

Alternativa 2: busque ejemplos de canales en YouTube de su interés (p.e. El de la Library of Congress: <http://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>). Haga una revisión de las características de tales canales y de sus posibles usos en su empresa o institución. En cualquiera de las dos alternativas documente su actividad con capturas de pantalla comentadas.

Alternativa 1. Tal y como leemos en la wiki de *Menéame*, "*Menéame es un sistema de promoción de noticias enlazadas, en el que sus visitantes se encargan de enviar un enlace y una pequeña descripción, mientras el resto de la comunidad vota con el objetivo de que las noticias se promuevan a la portada del sitio*"¹. Según las palabras de uno de sus creadores se trata de un portal similar a *Digg*, pero destinado al mundo hispanoparlante.

Menéame funciona a partir de etiquetas que ponen los usuarios a las noticias. Los votos hacen que las noticias ganen o pierdan relevancia. Dispone de 4 categorías: actualidad, cultura, ocio y tecnología. En cualquier caso, e independientemente de la relevancia de las noticias, se pueden rescatar las que han sido volcadas a partir del buscador (muy rápido, por cierto). El buscador puede ser útil en el campo de la documentación, pero hay que tener presente que es un tratamiento generalista y no especializado de la información. Creo que *Menéame* es útil a nivel sociológico para interpretar, por ejemplo, los gustos e inquietudes de la sociedad en general.

Actividad 3

Examine algunos diarios en línea importantes. Por ejemplo, El País, El Mundo, La Vanguardia, The New York Times, The Guardian, etc. Seleccione dos de ellos y compare de qué forma y mediante qué funciones han incorporado aspectos de la Web 2.0. Por ejemplo: ¿admiten comentarios a las noticias?, ¿los lectores pueden aportar contenidos?, ¿incluyen sistema de recomendación/votaciones?. Documente la actividad con capturas de pantalla comentadas.

Diarios escogidos: *The Washington Post* y *El País*.

¹ <http://meneame.wikispaces.com/Meneatiqueta>

Veamos como se presenta *The Washington Post*:

The screenshot shows the politics section of The Washington Post. On the left, there's a vertical column of social sharing icons (Facebook, Twitter, Email, etc.) with a red circle around it. The main content area features a headline "House defeats farm bill in surprise move" with a byline "By Paul Kane, Friday, June 21, 3:13 AM E-mail the writer". Below the headline is a paragraph of text. To the right, there's a sidebar with a "Russia BEYOND THE HEADLINES" section and a "TOP STORIES" section. At the bottom of the page, there's an advertisement for "tooway".

Escogimos una noticia al azar. Si nos fijamos en la parte izquierda de la página vemos como cada noticia tiene incorporado diferentes herramientas, y entre ellas, algunas propias de la web 2.0. En primer lugar vemos como permite aportar comentarios por parte de los lectores; en este caso se han realizado 226 comentarios y para acceder a ellos hay que clicar en el mismo ícono o bien desplazarse al final de la noticia. Para incluir un comentario, como en la mayoría de prensa online, hay que identificarse.

En segundo lugar tenemos los iconos de *Facebook* y *Twitter* que nos permiten compartir esta noticia en nuestras cuentas correspondientes. En tercer lugar tenemos la opción *Personal Post*, con la cual podemos personalizar el acceso a los contenidos del diario seleccionando lo que más nos guste (secciones, blogs, periodistas o columnistas habituales,...).

The screenshot shows the Personal Post section of The Washington Post. It features a large "PERSONAL POST" heading. Below it, there's a "Welcome to Personal Post" message and a "One page with everything you love!" section. A button says "Use my Washington Post Account". To the right, there's an advertisement for "Over 75% of store management climbed their way up as".

A continuación, volviendo a la imagen anterior, tenemos un acceso a *Amazon*, y podemos enviar la noticia por correo o bien imprimirla. Hay, por último, una pestaña que indica *More...* con accesos para compartir o guardar el artículo en *Digg*, *Stumbleupon*, *Delicious*, *Google+*, o *Reddit*.

Destacamos también, la sección de blogs de *The Washington Post*. Muy prolífica esta sección tal y como se observa en sus diferentes apartados:

Blogs & Columns

In the News Stock market Farm bill World War Z Summer solstice Miami Heat

Jump to a section:

- Business Blogs & Columns
- Cars Blogs & Columns
- Discussions Blogs & Columns
- Entertainment Blogs & Columns
- Going Out Guide Blogs & Columns
- Lifestyle Blogs & Columns
- Local Blogs & Columns
- National Blogs & Columns
- Opinions Blogs & Columns
- Politics Blogs & Columns
- Real Estate Blogs & Columns
- Sports Blogs & Columns
- World Blogs & Columns

Business Blogs **Business Columns**

Wonkblog Economic and domestic policy, and lots of it.

Post Tech

CHINAWATCH CHINA DAILY 中國日報

Business

Exchanges are the remedy for promoting TCM Closer international cooperation is needed in the teaching of traditional Chinese medicine, according to industry analysts...

Yacht industry sails ahead The number of leisure boats in the country is expected to increase to 100,000 by 2020 China's...

Veamos ahora *El País*. La noticia seleccionada nos interesa también por su contenido:

EL PAÍS

INTERNACIONAL

PORADA INTERNACIONAL POLÍTICA ECONOMÍA CULTURA SOCIEDAD DEPORTES

EUROPA EE UU MÉXICO AMÉRICA LATINA ORIENTE PRÓXIMO ASIA ÁFRICA BLOGS CORRESPONSALES

ESTÁ PASANDO Brasil Irán Siria Espionaje EE UU Protestas en Turquía

Los servicios secretos brasileños comienzan a vigilar las redes sociales

JUAN ARIAS | Rio de Janeiro | 21 JUN 2013 - 09:27 CET 63

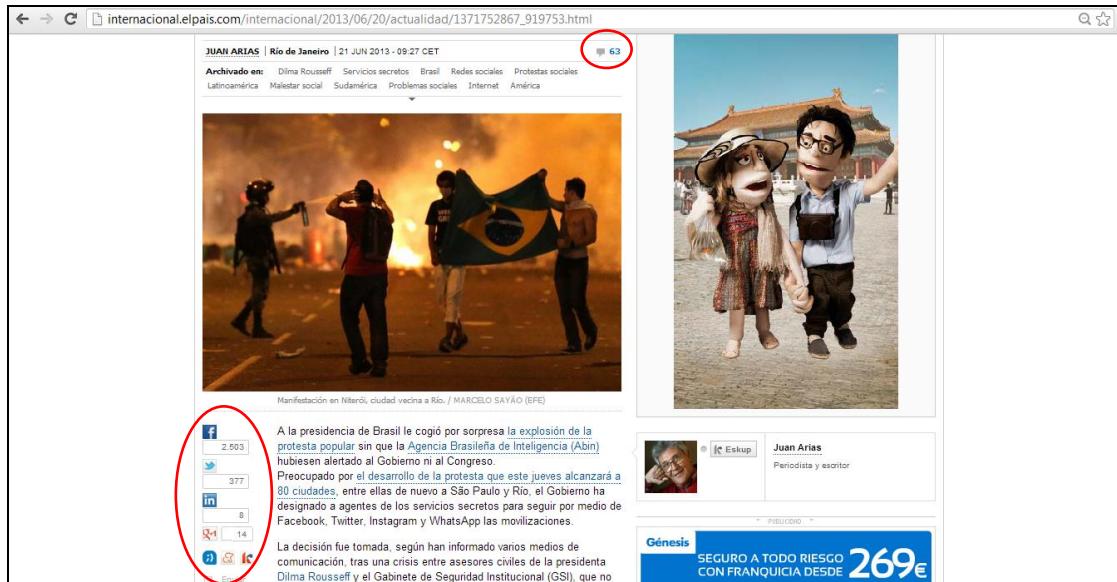
Archivado en: Dilma Rousseff Servicios secretos Brasil Redes sociales Protestas sociales Latinoamérica Malestar social Sudamérica Problemas sociales Internet América Telecomunicaciones

RASCA SUPER RULETA

HASTA 80.000 €

A raíz de las protestas que vive actualmente Brasil (junio de 2013), vemos una noticia relacionada con las redes sociales y el grado de importancia que tienen en nuestra sociedad².

Retomando lo que se nos pide en la actividad:



La noticia contiene 63 comentarios por parte de los lectores. Para poder participar, hay que registrarse en *Eskup* e iniciar sesión. Por otro lado, la noticia se puede compartir en diferentes servicios: *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Tuenti*, *Menéame* y *Eskup*.

En cuanto a la aportación de contenidos, más allá de los comentarios que pueden incluir los lectores, o conversar con periodistas de referencia a través de chats, no hay mucho más.



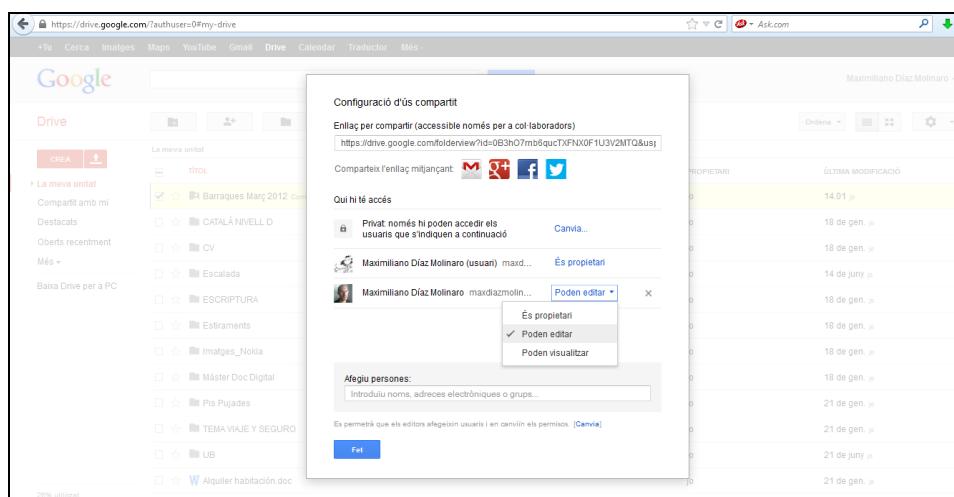
² http://internacional.elpais.com/internacional/2013/06/20/actualidad/1371752867_919753.html

Actividad 4

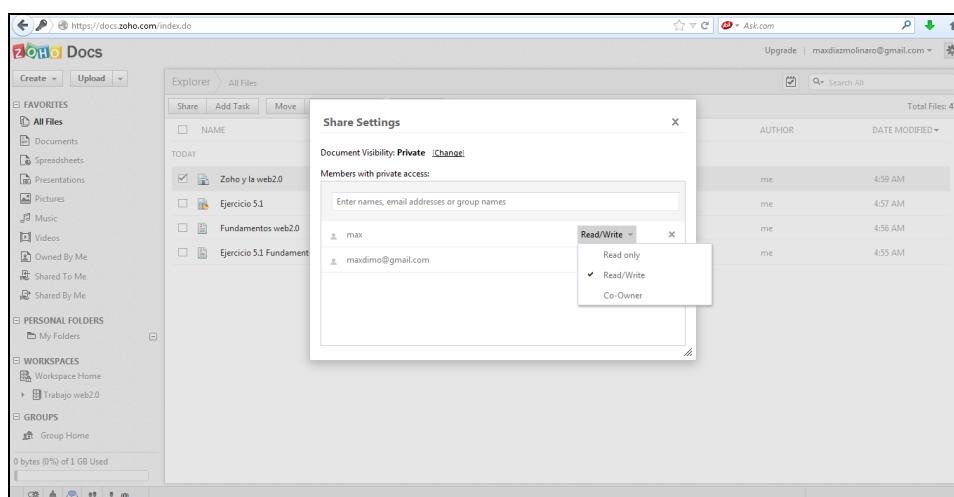
Examine las tres suites ofimáticas mencionadas anteriormente (*Google Drive*, *Zoho* y *ThinkFree*) y haga un pequeño análisis comparativo de componentes de las mismas mediante capturas de pantalla comentadas para documentar su análisis.

Como elementos comunes, las tres suites permiten crear y compartir lo más básico: documentos de texto, hojas de cálculo y presentaciones tipo *powerpoint*. En cuanto a compartir los documentos, existen diferentes niveles de participación. El creador del documento puede asignar categorías como co-propietario, lector/editor, o solo lector.

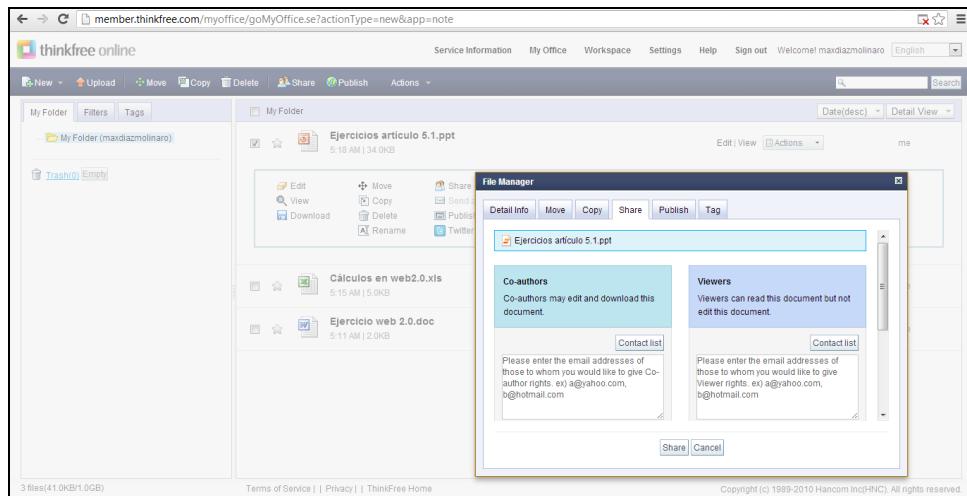
Ejemplos en Drive:



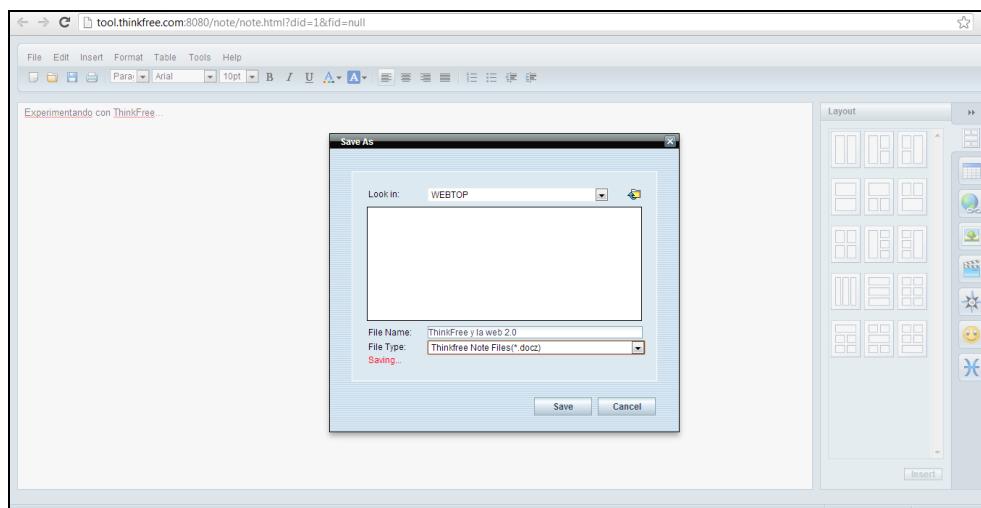
Muestras de cómo compartir documentos en Zoho:



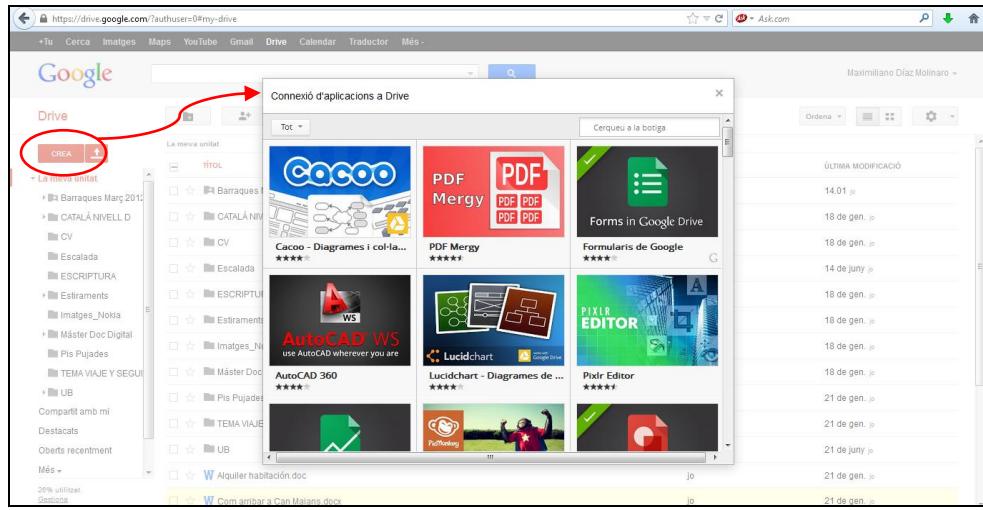
Creación de documentos y cómo compartir en ThinkFree:



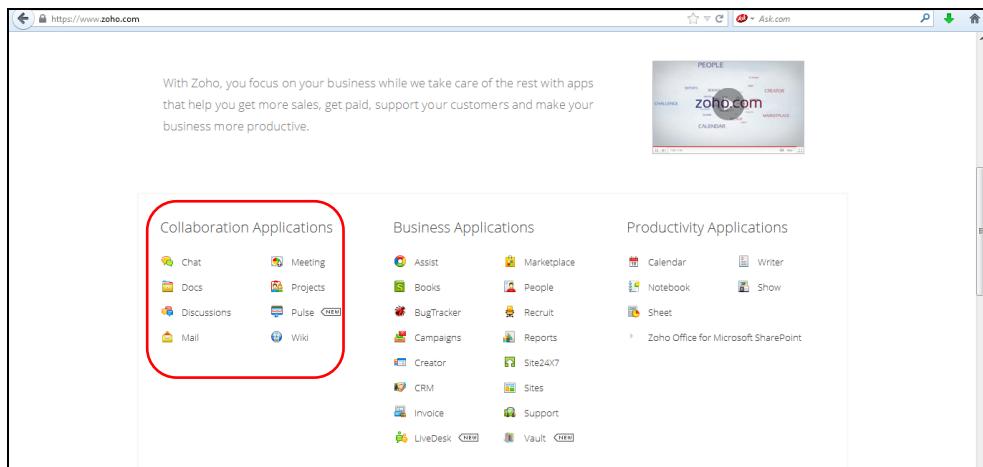
Como singularidades, *ThinkFree* tiene un editor WYSIWYG HTML, el *ThinkFreeNote*, con el que podemos crear páginas web y blogs. Hemos intentado crear uno pero no guarda los cambios.



Por su parte, *Drive* permite incorporar nuevas aplicaciones para la creación de más tipos de documentos. Con solo clicar en la pestaña *CREAR*, tenemos la posibilidad de añadir más aplicaciones a *Drive* (creación de *mindmaps*, formularios, procesadores de sonido e imagen, editores de vídeo, ...)



En otro orden, *ZOHO* juega un papel destacado en cuanto a las herramientas colaborativas enfocadas al mundo empresarial. Más allá de las opciones de *Docs* dispone de otras herramientas para la gestión de proyectos, creación de foros de discusión, gestión y organización de videoconferencias e inclusión de herramientas *wiki*.



En cuanto a la capacidad de almacenaje, *ThinkFree* y *Zoho* otorgan 1GB, mientras que *Drive* nos da, en estos momentos, 15 GB de capacidad. Es muy probable que esta diferencia se deba a la antigüedad de mi cuenta en *Drive*, no recuerdo qué capacidad disponía al principio. Por último, cabe decir que las tareas que hemos desarrollado con *Thinkfree* han transcurrido con lentitud.

Personalmente, aunque soy usuario habitual de *Drive*, me gusta mucho más el diseño de *Zoho* porque es más comprensible o tiene una mejor disposición de todo nuestro trabajo. Puede que sea una cuestión de novedad, pero me parece más fácil de gestionar todo el trabajo, propio y compartido, con la barra izquierda de tareas de *Zoho*. *ThinkFree* lo veo demasiado rudimentario.

Zoho Docs interface showing the left sidebar navigation menu highlighted by a red box. The menu includes sections for Favorites, Personal Folders, Workspaces, Groups, and Tags.

Google Drive interface showing a list of files and folders. The sidebar on the left shows 'La meva unitat' with various documents like 'Barraques Març 2012', 'CATALÀ NIVELL D', 'CV', etc. The main area lists files with columns for PROPIETARI and ÚLTIMA MODIFICACIÓ.

PROPIETARI	ÚLTIMA MODIFICACIÓ
jo	14.01.10
jo	18 de gen. 10
jo	18 de gen. 10
jo	14 de juny 10
jo	18 de gen. 10
jo	21 de gen. 10
jo	21 de gen. 10
jo	21 de juny 10
jo	21 de gen. 10
jo	21 de gen. 10

thinkfree online interface showing a list of files. The sidebar on the left shows 'My Folder (maxdiazmolinaro)' and 'Trash(0) Empty'. The main area shows three files with detailed actions menus:

- Ejercicios artículo 6.1.ppt (5.18 AM | 34.0KB)
- Cálculos en web2.0.xls (5.15 AM | 5.0KB)
- Ejercicio web 2.0.doc (5.11 AM | 2.0KB)