

La Web 2.0 como red social de comunicación e información

MARIANO CEBRIÁN HERREROS

marceb@ccinf.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 26 de febrero de 2008

Aceptado: 12 de mayo de 2008

RESUMEN

Se parte de la delimitación del concepto de la web 2.0 como expansión de las redes sociales de comunicación y se analizan sus desarrollos y aplicaciones, los nuevos modelos de comunicación interactiva que se generan y la innovación de los campos informativos. Se resalta el paso del control informativo de los medios de comunicación tradicionales y de la web 1.0 al papel que asume la sociedad civil para informarse interactivamente. Se examinan algunas aportaciones representativas y sus riesgos. En las nuevas redes sociales de comunicación la organización de los procesos ya no depende de los emisores, sino de las relaciones que contraen todos los participantes entre sí al intercambiarse los papeles de emisores y receptores hasta convertirse cada uno de ellos en un "EMEREC", en un ser emisor-receptor.

Palabras clave: Web 2.0, red social, modelos de comunicación, información, interactividad

The Web 2.0 as Social Network of Communication and Information

ABSTRACT

It starts with the delimitation of the concept of Web 2.0 as expansion of the social networks of communication and analyzes their developments and applications, the new models of interactive communication that are generated and the innovation in the fields of the information. It highlights the step of control of the information traditional media and web 1.0 to the role assumed by the civil society to inform interactively herself. It examines some contributions representatives and their risks. In the new social network communication the organization of the processes no longer depends of the emitter, but the relationships between all participants to exchange the roles of emitters and receivers to become each of them an EMEREC, in an emitter-recipient.

Keywords: Web 2.0, social network, models of communication, information, interactivity.

SUMARIO: 1. Concepción de la web 2.0. 2. Aproximación a la web 2.0. 3. Desarrollos y aplicaciones. 4. Transformación de los modelos comunicativos. 5. Innovaciones informativas. 6. Aportaciones y riesgos. 7. Conclusión. 8. Referencias bibliográficas.

1. Concepción de la web 2.0

Desde 2004 se viene insistiendo en la web 2.0 como un impulso de la web 1.0 para resaltar el factor social que introduce. Si en la Internet anterior los procesos comunicativos iban de uno a uno o a muchos, en la nueva todo se abre para que sean directamente los usuarios quienes desarrollen sus propios procesos comunicativos. Frente a la web impulsada por una institución, empresa o persona, surge la web en la que los participantes se sitúan al mismo nivel. Se parte de la concepción de la web 2.0 como algo que va más allá de la acepción técnica, o puramente instrumental, para profundizar en su dimensión comunicativa e informativa. No se entra en la descripción de su funcionamiento informático, sino que se pasa directamente a examinar el cambio producido en los procesos de interrelaciones de las personas o grupos sociales que intervienen en su aplicación, así como en las repercusiones que este enfoque tiene en la generación de un nuevo modelo comunicativo. No es sólo un mero cambio sino una transformación profunda producida por la intervención de la propia sociedad civil, la auténtica gestora de las redes sociales de comunicación¹.

2. Aproximación a la web 2.0

Dentro de las transformaciones generales de los medios (FIDLER, 1997) y de la expansión específica de Internet, emerge y se sitúa en vanguardia la denominada web 2.0 (FUMERO, ROCA, SÁEZ VACAS, 2007), una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva. Es la presencia de unas comunidades de usuarios con todo su potencial informativo y creativo, con sus virtudes y riesgos, como sucede en la vida comunicativa cotidiana de la sociedad civil. Es la manifestación, como ha señalado H. RHEINGOLD (2004), de las multitudes inteligentes.

La base se sustenta en el desarrollo tecnológico del aumento de capacidad de almacenamiento y de los anchos de banda para mayor fluidez de los archivos más complejos como los de sonidos e imágenes. Las redes tecnológicas por las que circula la nueva Internet sea por satélite, cable o por ondas como sucede con la telefonía móvil (CASTELLS et al.: 2006) requieren una ampliación del ancho de banda tradicional. Cuanto más se ensanchen mayores y más rápidos serán los procesos comunicativos y el flujo de las informaciones.

El concepto de red se distancia de su acepción técnica y adquiere una dimensión

¹ Esta aportación forma parte, como delimitación conceptual, de la investigación sobre *Cybermedia: innovaciones, procesos y nuevos desarrollos del periodismo en Internet, telefonía móvil y otras tecnologías del conocimiento* financiada por el Ministerio de Educación y Ciencia dentro del plan I+D+I con referencia SEJ2007-67138.

de vinculación social. Pierde su valor instrumental para erigirse en valor comunicativo, en algo que une a diversas personas y es lo que le otorga una significación social.

Cambia el control sobre la comunicación. En los medios tradicionales y en la web 1.0 los dueños de las webs tienen pleno control sobre ellas, tanto sobre la información que exponen como sobre el acceso y nivel de interactividad que quieren fomentar. Sin embargo, en la web 2.0 el control pasa directamente a todos los usuarios en igualdad de condiciones. El control está en los propios usuarios de la red social.

La web 2.0 propicia el incremento de modalidades dialógicas y procesos comunicativos para nuevos contenidos digitales como ha resaltado el grupo GAPTEL (2006), la información, el entretenimiento, el negocio y las relaciones interpersonales.

Los usos y prácticas con la web 2.0 amplían los desarrollos de las redes sociales de información. La web 2.0 es una plataforma de redes sociales de información en sentido amplio y general concerniente a muchos campos del conocimiento y de la vida real, en sentido periodístico o de información de actualidad, veraz y de interés general de la sociedad, en sentido interpersonal, o de relaciones entre dos o más personas y grupos, y en sentido personal o de comunicación de cada individuo con su entorno inmediato a través de sus sistemas captadores del exterior y de sus reacciones ante ellos.

También abarca todo el amplio universo de servicios de datos e informaciones compartidos en red y con opciones de respuestas, combinaciones, etiquetado (CARLSSON, 2006). Es decir, no se queda estancada en un punto sino que se entrelaza con otros muchos. Si hay alguno de los participantes que no quiere intervenir durante un tiempo, sin embargo, los demás podrán efectuarlo sin freno alguno. La fluidez de los datos hace que estén siempre disponibles para cualquiera, en cualquier momento y desde donde se quiera o donde se disponga de un terminal de acceso.

Los usuarios son quienes establecen el interés y la valoración de cada información, dato o idea expuesta. Frente a la selección y valoración de la información que vienen efectuando los medios tradicionales o la web 1.0, emerge la inundación informativa de la sociedad civil con los intereses y valores que cada uno de los usuarios, de manera individual y no en un consenso de conjunto, decida.

La web 2.0 impulsa nuevos diseños de las pantallas y de la organización de la información. Se produce una gran evolución de los diseños tradicionales y de los nuevos cibermedios (SALAVERRÍA, coord., 2005) a otros basados en la optimización de la accesibilidad, la extensibilidad y el salto por el usuario para desarrollar aplicaciones propias y a su gusto.

La web nació como información y ahora tiende a la exhibición de todo tipo de contenidos y a la apertura a las aplicaciones de los usuarios. Los productos finales se van generando a medida que los usuarios aportan los elementos que consideren oportunos para que los demás los amplíen, los debatan, aporten otros opuestos o refuercen lo expuesto con otros datos u otros argumentos.

Esto lleva a la organización de conexiones entre usuarios para generar redes de información. Aunque se parta de un hecho cada usuario puede aportar diversos aspectos, abrirlo a las vinculaciones con otros hechos o datos y así sucesivamente hasta donde quieran llegar los propios participantes. Es una red que a su vez se ramifica en otras y en otras hasta cubrir un universo amplio de significaciones del campo sobre el que se ha iniciado el intercambio por los impulsores iniciales. En una red social se sabe cuándo se empieza, pero se desconoce cuándo terminarán las intervenciones de todos los que quieran.

De las webs de difusión informativa se pasa a las webs para que los usuarios se informen entre sí o las orienten hacia lo que ellos quieran comunicarse o intercambiarse en cada momento. De la lectura propuesta por alguien se salta a una actuación del lector para seguir lo exhibido por otros según las opciones de navegación y enlaces que le propicien hasta llegar incluso a la plena interactividad.

Se incrementa también la complejidad expresiva de los mensajes. La escritura se amplía a los iconos y fotografías que se vinculan como un todo en la exposición que los usuarios quieren realizar. Es una representación escrito-visual en la que la escritura y las imágenes establecen diversos tipos de relaciones de significación en el momento de la presentación o bien cuando cada uno de los demás usuarios quiera enlazarlas de una manera u otra e incluso según el orden en que quiera hacerlo. Como ocurre en toda narrativa de iconos y fotografías, es decir, en la expresión visual, el orden establecido impone un significado. Al dejarse abierto a los usuarios son éstos los que establecen el orden definitivo y la significación personal que quieran dar.

Se observa, además, el creciente incremento del audio y vídeo informativos en la web 2.0. Nos situamos en sistemas expresivos más complejos en cuyos casos la capacidad de interrelaciones elaboradas por un autor quedan abiertas a mayores complejidades por parte de los diversos usuarios. Se entra en un universo de recreaciones donde el autor expone y los usuarios reorganizan según sus planteamientos.

La combinación de la información escrita con la sonora, visual y audiovisual genera mayor complejidad. La trabazón de escritura, sonido e imagen lleva a unas vinculaciones expresivas en las que cada componente depende de las aportaciones de los demás. Se pierde parcialmente la significación propia para entrar en otras significaciones parciales y, entre todas estas expresiones, crear la significación conjunta. A su vez los usuarios, según su capacidad de vincular e interactuar con todos estos elementos, reorientan la significación a otros campos nuevos. En las redes sociales todo queda abierto a las diversas intervenciones de los integrantes de las mismas.

El paso más complejo es el de la integración de todo lo anterior en los sistemas de expresión multimedia (CEBRIÁN HERREROS, 2005) tanto en el sentido de integración de diversos sistemas expresivos como en el de la integración de medios. La web 2.0 propicia una mayor integración de sistemas expresivos audiovisuales a los que incorpora la complejidad de los diversos modelos de navegación o búsquedas, de

enlaces hipertextuales e hipermediales y, sobre todo, de interactividad. La integración de medios hace más complejo el sistema expositivo. Ya no es sólo la audición de la radio o el visionado de la televisión, sino también la superposición de los dos medios e incluso de alguno más en los supuestos en los que los usuarios entren en ellos de manera simultánea mediante varias ventanas superpuestas en la pantalla o de manera sucesiva de pantalla tras pantalla. En el primer caso se establecen unas vinculaciones de simultaneidad, en el segundo las relaciones son de secuencialidad. No son dos ejes opuestos sino que se combinan según los deseos de los usuarios.

En consecuencia, lo más importante de la web 2.0 es la participación ciudadana que fomenta. Los usuarios ya no son meros receptores pasivos, ni siquiera meros receptores activos e interactivos. El gran cambio procede de la capacidad que se les da para la creación y producción de informaciones y de mensajes. En el campo del periodismo se entra en el denominado periodismo ciudadano en el que las personas se convierten en fuentes informativas o buscadoras de informaciones en otras fuentes para compartirlas con los demás. En la web 2.0 la sociedad civil ya no se dedica sólo a la recepción o búsqueda, sino también a la producción de información.

Además de productores los usuarios se convierten en difusores. Transmiten a todos cuantos quieran seguirles sus producciones. Aparece una apertura a la respuesta, al intercambio y a la discusión. En definitiva, se congregan en una comunidad participativa. Los procesos de producción, difusión, recepción e intercambio se convierten en algo plenamente interactivo. Se establece una situación en la que todos los usuarios van desempeñando en unos casos los papeles de receptores y, en otros, de emisores.

De este modo, se va pasando de los modelos verticales de información y conocimiento a los modelos auténticamente horizontales en los que los usuarios aparecen al mismo nivel, sin orden jerárquico, ni de prioridad de unos sobre otros. Todos disponen de la misma capacidad para contribuir, con el grado que cada uno desee, a los procesos comunicativos que se desarrollan.

3. Desarrollos y aplicaciones

El amplio universo de la web 2.0 se extiende como un *big bang* en el que van emergiendo nuevos desarrollos y aplicaciones. Por una parte, aparecen unos componentes transversales y, por otra, unas innovaciones con su identidad específica y diferente a otras ofertas. No son opuestos, sino que los primeros están presentes con una configuración u otra en diversas aplicaciones e innovaciones.

Los componentes transversales son los que están dando un impulso nuevo y a la vez aportan elementos comunes a otros. Entre éstos, hay que resaltar la aportación del protocolo de Internet para voz o *IPVoz*. Gracias a esta aportación la voz natural de los usuarios puede ser descodificada y comprendida directamente por la técnica sin necesidad de tener que hacerlo mediante la expresión escrita. Es la entrada de la voz como elemento propio de comunicación dentro de Internet. Los usuarios se comunican con el idioma que emplean cotidianamente en sus conversaciones o han aprendido y

dominado.

Otro componente transversal es la incorporación de la RSS (*Really Simple Syndication*) o sindicación para el envío-recepción recíproco de contenidos a los que puede suscribirse cualquiera mediante un programa agregador de canales. Los servicios RSS relacionan a los emisores con sus seguidores para mantenerlos permanentemente vinculados tras la sindicación previa que debe efectuar el usuario con la fuente emisora que le aporta la información. Existen diversas modalidades de sindicación con sus correspondientes lectores RSS² o servicios para leer *blogs* por suscripción a sus canales RSS y agregadores RSS³ o servicios que agrupan información de varias fuentes.

También las redes P2P (*Pear to pear*), o de intercambio entre iguales de archivos de audio como en la radio musical y en la música interactiva o de vídeo como en los documentos audiovisuales, adquieren una transversalidad. Las redes P2P (ARAGÜÉS RUIZ, 2007) tienen sus enriquecedoras plasmaciones e implantaciones en otros desarrollos de redes sociales y personales como los *blogs* empleados para el intercambio y difusión de información entre usuarios sobre cualquier tema y cuyas aportaciones van apareciendo de manera ordenada con una cronología inversa⁴. Nacen diversas variantes como los *fotoblogs*⁵, *audioblogs*⁶, *videoblogs*⁷, *teleblogs*⁸, *moblogs* (CEBRIÁN HERREROS y FLORES VIVAR, 2007). Las redes P2P son aplicadas a los intercambios musicales y de documentos sonoros y audiovisuales entre los usuarios. No es consumo público, sino comunicación de uno a otro de manera individual y no colectiva. De ahí que hayan provocado una gran sacudida en todo lo relacionado con los derechos de autor. El usuario no busca el lucro, ni reducir las ventas de los productos, sino intercomunicarse o compartir con otros usuarios pares. Para promover esta actividad se ha creado *creative commons*, un sistema flexible de licencias para trabajos creativos.

Dentro de los componentes transversales no debe olvidarse el papel que desempeñan los servidores y los buscadores como mediadores y controladores de los procesos de comunicación con opciones de poder emplear lo que pasa por ellos para unos fines u otros o mantenerse intencionadamente neutrales como meros soportes o ayudantes para los usuarios. Los servidores son los grandes mediadores entre los usuarios. Cada uno trabaja con un servidor que le da una capacidad u otra de almacenamiento y de posibilidades comunicativas. Su función mediadora no siempre

² Como: <http://www.blogines.com>; <http://www.google.com/reader>; <http://www.feedburner.com>

³ Como <http://www.bla.mangasverdes.es>, <http://www.lastinfoo.es>

⁴ Para un mayor desarrollo de esta cuestión, véase AA.VV.: "Blogs, weblogs, bitácoras". En *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. Fundación Telefónica, Madrid, N° 65, Oct-Dic. 2005, págs. 45-108.

⁵ www.photoblogs.org, www.flickr.com, www.pikeo.com

⁶ www.audio.weblogs.com

⁷ www.videoblogs.org

⁸ www.mobuzztv.com

es aséptica. Conservan información de los usos efectuados por los usuarios y que puede tener gran interés de compra por parte de otras empresas para sus estrategias de marketing. Las legislaciones amparan los datos personales y prohíben estas actividades salvo que haya un consentimiento previo de los usuarios. Los buscadores 2.0⁹, además de mediadores, son los grandes controladores de la información. Establecen unos órdenes jerarquizados en la entrega de resultados según el pago, presión o ventaja que desee dar a unas direcciones u otras. Hay búsquedas que pueden aportar millones de referencias, algo imposible de examinar. Por tanto, el criterio de jerarquización mediante la enumeración es capital. Por esta razón, los buscadores tratan de dar unas respuestas más precisas y utilizables por los usuarios. También los buscadores están sometidos a presión por parte de algunos gobiernos, como ha ocurrido con el de China que no permite que los buscadores Geoggle, Yahoo! y otros¹⁰ puedan dar respuesta a determinadas búsquedas poco convenientes para los intereses de los políticos.

Los desarrollos y aplicaciones tienen también su plasmación en diversas innovaciones con un funcionamiento propio y específico. Sobresalen los usos interpersonales y personales. La web 2.0 se manifiesta como una red de informaciones interpersonales mediante el uso de correos, chats, foros y su evolución hacia la incorporación de audio para dar origen a los fonocorreo, fonochats, fonoforos.

Uno de los mayores desarrollos es el de los *podcasting*¹¹ o documentos sonoros¹². Son archivos de audio y de vídeo distribuidos por suscripción a los oyentes. Expanden la ciberradio (CEBRIÁN HERREROS, 2007:99) y la cibertelevisión a la sindicación con los seguidores. Nacen para las suscripciones y vinculaciones interactivas de los usuarios con sus ciberradios y, además, como nueva modalidad de conexión entre las casas discográficas y otras instituciones y empresas relacionadas con el audio. También se aplica para los accesos selectivos; además de las alertas, el usuario elige la información que desea: *Mis noticias*. En este desarrollo se ha llegado también a los usos personales. El usuario es creador personal del medio y de la información para ofrecerla directamente a otros usuarios o a través de otro medio que presenta una sección para este fin. Es lo que ha llevado a las redes sociales a los usos personales que dan origen a unas experiencias e implantaciones tan originales como las conocidas por los términos *nuestros medios* (GILLMOR, 2004), *nuestro blog* (BAUSCH, HAUGHEY y HOURIHAN, 2002) y, más en concreto, *Mi periódico* (RAMIREZ ACEVEDO, 2005), *Mi radio*, *Mi televisión*.

⁹ www.technorati.com, www.kratia.com

¹⁰ Frente a estas claudicaciones de los buscadores de Estados Unidos, la Unión Europea está creando un buscador propio de gran potencia. Véase una aportación sobre este choque en CEBRIÁN HERREROS, M.: "El reto europeo al buscador Google". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Fundación Buendía, México D.F. N° 96, Abril-Mayo, 2006, págs. 12-13.

¹¹ www.podcast-es.org, www.podsonoro.com

¹² GELADO, J.A. "De los blogs al *podcasting*. ¿Continuidad o disrupción?". En CEREZO, José M. (2006), pág. 182.

El desarrollo, por ejemplo, de las radios individuales creadas por un usuario cualquiera, es decir, *Mi radio*, está teniendo una amplia experimentación. Hay usuarios que seleccionan unas canciones, bajadas de la red o copiadas de otros soportes, a las que les van uniendo sus comentarios y con ello componen una programación que ofrecen a sus amigos y a todas las personas que quieran acceder. Lo importante ya no es quién ofrece esta programación, si una emisora tradicional o un usuario cualquiera, sino el interés que despierte en los seguidores. Esto obliga a las emisoras a replantear sus postulados y a definir profesionalmente sus programaciones para diferenciarse de las ofertas de “aficionados”.

Uno de los mayores desarrollos con identidad específica es el de las webs y portales. Son desarrollos propios de la web 1.0. El salto a la web 2.0 requiere la plena incorporación de las redes sociales y no todas las webs y portales lo hacen. Son redes que a su vez van integrando también componentes más complejos. En la web convencional funcionan básicamente los sistemas escritos, icónicos y fotográficos y en menor medida los sonoros y audiovisuales. La nueva web amplía los audios y vídeos de las emisoras, de las casas discográficas y de las productoras de vídeo a los audios y vídeos de las webs, portales y buscadores específicos, a los audios y vídeos de agencias generales y especializadas, a los audios y vídeos en las webs de prensa y a los audios y vídeos en las webs institucionales y empresariales.

La web 2.0 abre la opción a nuevos desarrollos de la televisión en Internet (CEBRIÁN HERREROS, 2004: 201-221) y así se observa que están emergiendo unas plataformas para ofrecer diversas modalidades de televisión y de canales alimentados por la subida a la Red de las producciones de los usuarios sin más mediaciones que las del servidor promotor de la plataforma. La de mayor impulso empresarial por los posibles negocios que arrastrará es la plataforma *IPTV*, es decir, una plataforma de múltiples canales de televisión basados en el protocolo de Internet para su distribución y acceso por parte de los usuarios. Junto al canal de televisión van vinculados otros servicios e incluso medios, de ahí que se califique esta dimensión de multimedia. También emerge otra televisión construida por producciones de usuarios y consumida por otros usuarios como una expansión del modelo de las redes *P2P*. Asimismo crecen nuevos canales de vídeo como *YouTube* y otros para subir y descargar documentos audiovisuales entre los usuarios; no exhiben una programación secuencial como la televisión tradicional, sino una oferta de microunidades separadas a modo de un archipiélago de vídeos a la carta.

En este mismo desarrollo se da un salto más al crearse las redes virtuales (ECHEVERRÍA, 2000) donde los usuarios pueden tener una vida más allá de la real según como quieran construirla como sucede con la oferta del universo virtual de *Second Live*¹³.

Son unas eclosiones comunicativas e informativas cuyos desarrollos habrá que observar en su plena evolución para apreciar lo que se implanta y lo que se desvanece.

¹³ <http://www.secondlife.com>

4. Transformación de los modelos comunicativos

Todos estos procesos mediadores de la web 2.0 con su implicación tecnológica de *hardware* y *software* originan una nueva situación comunicativa que para su análisis se requiere la construcción de nuevos modelos de comunicación bastante opuestos a los tradicionales y diferentes del modelo predominante en la comunicación interactiva.

Con la incorporación de la web 2.0 las comunicaciones interactivas se expanden hacia nuevos modelos de redes sociales. Si en las comunicaciones interactivas anteriores¹⁴ se observaba ya un cambio en los paradigmas tradicionales por el intercambio de papeles de emisores y receptores, con las redes sociales se traslada todo ello a los usos entre los propios usuarios en cuyos casos nadie se siente como emisor ni receptor sino como un comunicante de intercambios de mensajes.

Frente a los procesos de interacción en los modelos de comunicación tradicionales se integran los procesos interactivos que modifican sustancialmente todo el proceso. No debe confundirse la interacción con la interactividad¹⁵. La interacción se refiere a las acciones mutuas que se ejercen entre personas, animales u objetos, mientras que la interactividad se ciñe a las mediaciones de las máquinas informáticas y redes telemáticas. No son dos conceptos opuestos pero sí diferentes. La interacción adquiere una dimensión sociológica, mientras que la interactividad se vincula a los procesos comunicativos mediados por las redes telemáticas donde puede incluirse también una interacción de todos los participantes. La interactividad adquiere una mediación mecánica.

La web 2.0 de las redes sociales genera unos modelos de comunicación específicos en los que los componentes se hacen más complejos y adquieren otras dimensiones. Frente a los modelos tradicionales, los emisores y receptores se intercambian los papeles en unos procesos interactivos. Es más, dentro de los modelos de comunicación interactivos, los usuarios de las redes sociales adquieren unas dimensiones de interrelaciones entre todos los participantes en igualdad de situaciones. La mediación técnica se hace más compleja. Se da entrada a una dimensión expresiva y discursiva multimedia con la integración de los hipervínculos de los contenidos, la navegación y las búsquedas y la penetración en un ciberespacio y en un cibertiempos. Tales vinculaciones se desarrollan en un ámbito virtual que genera a su vez un ciber mundo. Y todo ello atravesado por los procesos de interactividad de los usuarios.

Emerge la comunicación en red social en la que todos los participantes se vinculan

¹⁴ Véase la aportación de CEBRIÁN HERREROS, Mariano: "Semiótica de las comunicaciones interactivas. Bases para una teoría global". En ESPINOSA VERA, Pablo (Comp.): *Semiótica de los mass-media. Imperio del discurso de la comunicación global*. Océano, México, 2005, págs.89-111.

¹⁵ El Diccionario de la Real Academia establece definiciones diferentes: Interacción f. Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.. Interactivo, va. Adj. Que procede por interacción. // 2. Inform. Dícese de los programas que permiten una interacción, a modo de diálogo, entre el computador y el usuario. Ú.t.c.s.m. Diccionario de la lengua española. Real Academia Española, 21ª edición, Madrid, 1992.

por razones de afinidad de cualquier tipo, por intereses en temas o aficiones comunes o por relaciones profesionales. La red queda abierta a la participación de cualquier grupo nacional o extranjero. Se crea una red social global. Las vinculaciones son muy flexibles. Pueden ser más o menos permanentes o perecederas. Cada participante se incorpora por una vez o mientras dure la red. La red está permanentemente abierta para nuevas entradas o para salidas. La red se amplía o se reduce. No hay compromiso alguno.

Las redes sociales propiciadas por la web 2.0 abren el proceso comunicativo a las relaciones de intercambios de mensajes mutuos entre los usuarios. En unos casos actúan de emisores y en otros de receptores, pero también a la inversa. Las redes sociales se amplían como una malla en la que aparecen diversos nodos como puntos de encuentros, a partir de los cuales la malla sigue ampliándose. Al final resulta un modelo muy complejo y alejado de los modelos unidireccionales e incluso de los bidireccionales. Emergen los modelos multidireccionales con la modificación permanente de las funciones. Ya no hay emisores y receptores fijos ni permanentes sino que cada uno de ellos según cada caso cumple una función u otra. Se crea con ello lo que Jean CLOUTIER (2001: 92-93) denomina el EMEREC: el ser que nace de emisor y receptor (EMetteur-Etre-RECepteur). Cualquiera de los participantes son productores de textos.

Las organizaciones empresariales se ven modificadas. Ya no es un grupo empresarial el que organiza la red, sino cualquier persona que desee contactar e intercambiar mensajes con otras. Se pasa de los procesos comunicativos masivos a los personales y de grupos. No importan tanto los procesos de emisión y de recepción cuanto los de las interrelaciones e interacciones que se establecen entre todos los participantes como productores-receptores de textos generados por cada uno de ellos.

La investigación sobre los emisores y sobre los receptores se orienta en estos casos a observar y analizar el papel que juega cada uno de ellos, en qué momentos intervienen, cuáles son las interrelaciones, influencias y repercusiones, cuáles son los predominios de unos sobre otros y cuál es la intraculturización que hacen de todo ello. Ya no es el enlace entre dos usuarios, sino que hay usuarios que actúan como nodos que redistribuyen cuanto reciben e incorporan, además, elementos propios.

Las redes sociales llevan a Internet el universo de los intereses de la vida cotidiana de cada persona o de cada grupo. No queda excluido ningún tema. A pesar de los intentos taxonómicos de los diversos temas abordados en estas redes, inmediatamente quedan desbordados por el nacimiento durante el propio proceso taxonómico de otros cientos de temas. Por tanto, los tradicionales análisis de contenidos adquieren otras dimensiones de mayores complejidades por las trabazones que cada uno de los procesos comunicativos genera. Se da entrada a los hipervínculos dentro de cada sistema expresivo: escritura, sonidos, imágenes y, además, a la integración de unos con otros hasta llegar a una configuración plenamente multimedia. Una de las mayores aportaciones de la web 2.0 es la exigencia de que cada usuario incorpore enlaces a

direcciones de webs sobre el tema u otros asuntos.

Este nuevo escenario amplía los estudios de los lenguajes y del discurso hacia otros ámbitos en los que lo importante empieza a ser las vinculaciones de unos textos con otros. Cada producción de un usuario está vinculada a las anteriores, posteriores e incluso a las infiltraciones de otros usuarios en el momento del proceso de producción. Si no se atiende a esta realidad comunicativa, difícilmente podrán obtenerse resultados que expliquen en su plenitud el alcance significativo de las producciones. Además, estos discursos están a su vez implicados en los modelos de navegación y búsquedas que experimente cada participante.

Las redes sociales propiciadas por la web 2.0 funcionan en un ciberespacio propio. Ya no se trata de la red comunitaria que se organiza en un entorno local como las tradicionales concepciones alternativas. Internet desborda la reducción de espacios y todo cuanto aparece en ella lo convierte en algo global con acceso desde cualquier lugar en el que haya una conexión. De este modo, las redes sociales se abren a todos los participantes del mundo que lo deseen. La restricción de participación no es espacial, sino idiomática y cultural. Se incrementan las relaciones espaciales desde lo local a lo global y viceversa.

También se genera un cibertiempos peculiar que somete los procesos comunicativos a unas relaciones simultáneas en plena sincronía de unos con otros y, además, en una asincronía. Las participaciones pueden efectuarse de manera simultánea entre todos los participantes, aunque el reflejo en la pantalla sea sucesivo. Existe conciencia de participar en un tiempo simultáneo, en directo. Pero también se abre a otros tiempos diferidos, a unas asincronías dentro de las cuales cada participante puede intervenir cuando quiera sin estar sometido a la simultaneidad. Se trata de participaciones, de conversaciones en tiempos diferentes, algo prácticamente imposible en los procesos comunicativos en la realidad.

Todo ello genera un cibermundo específico de los participantes (CONTRERAS, 1998). Se establecen unas relaciones internas entre todos los habitantes de la red social. Esto no quiere decir que cada usuario no pueda participar en otras redes. De hecho, son muchos los que lo hacen y, por tanto, pertenecen a diversos cibermundos. Ahora bien, en cada uno de ellos se encontrará con contextos diferentes por las peculiaridades de los participantes y por las realidades abordadas.

Las redes sociales están totalmente involucradas en unos procesos de interactividad bastante complejos. Desarrollan unos modelos participativos, productivos y creativos. La pertenencia de un usuario a una red no es como observador distanciado sino como implicado. Frente al conductismo de bastantes de los modelos interactivos existentes en Internet, en el caso de las redes sociales no es posible el dirigismo por un participante particular, sino que se trata de una coproducción en la que cada participante es libre de colaborar con unos o con otros, de seguir un planteamiento creativo o incorporar una opinión de rechazo a lo propuesto por otros. Todo ello

amplía la capacidad de la interactividad para fomentar y experimentar otros modelos de relaciones entre todos los componentes de la red¹⁶.

La clave comunicativa de las redes sociales es el talante de los usuarios por mantener una actitud dialogante en todo momento. La red social no puede entenderse exclusivamente como la expresión de una persona para que las demás le sigan, sino que adquiere su pleno sentido cuando los usuarios se manifiestan como participantes en las exposiciones de los demás. La interactividad es un diálogo abierto, un intercambio, nunca una imposición unilateral. No debe confundirse con la navegación, ni con las búsquedas. La interactividad parte ya de la conexión con el sitio web, con el tema y con las personas con las que se desea comunicarse y salta al establecimiento de relaciones entre todos los que quieran entrar en la situación de diálogo. La interactividad en las redes sociales requiere agilidad mental y expresiva para relacionarse con todos o con varios de los usuarios que participen en ese momento. Se desarrolla una comunicación interactiva colectiva.

Estamos, pues, ante la manifestación de la sociedad organizada en redes comunicativas mediadas por la tecnología. La vida cotidiana de las personas que entablan una malla de comunicaciones a lo largo del día dentro de la familia, en el trabajo, en los momentos de ocio o en cualquier otra situación, se traslada a Internet y se abre a otras relaciones gracias a las redes sociales propiciadas por la web 2.0.

5. Innovaciones informativas

Tal universo de desarrollos comunicativos hace aflorar otros ámbitos informativos que transforman las modalidades de los tradicionales medios de comunicación y de las empresas e instituciones y generan otras nuevas. Se pasa de unas redes de información y datos planteadas y desarrolladas por profesionales dentro de una agrupación empresarial a otras de informaciones personales y sociales con toda la controversia de intereses y enfrentamientos que se suscitan sobre su calidad y validez. Se salta de las informaciones por redes, como algo instrumental como ocurre con frecuencia con algunos desarrollos de Internet, a las informaciones en red (CEBRIÁN HERREROS, 2000: 9-28), es decir, mediante la vinculación de varias personas que tratan de intercambiarse todo cuanto hacen, piensan, opinan y sienten.

Con la web 2.0 se superan las concepciones restrictivas de la información tradicional. De entrada, aparecen unas transformaciones de la perspectiva del mundo: de la visión desde el poder de los medios, de las empresas y de las instituciones se pasa

¹⁶ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: "Ámbitos de la comunicación interactiva". Edición alemana: "Aut dem Weg zum Aufbau eines Theoretischen Interaktiven Modells". En CEBRIÁN HERREROS, Mariano; BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano y SPANHEL, Dieter (Edts.): *Medios de comunicación. Tendencias y modelos en la investigación en España y Alemania*. Edición alemana: *Tendenzen und modelle der medienforschung in Deutschland und Spanien*. Universidad Complutense, Universidad de Paderborn, Universidad de Bamberg, Universidad de Erlangen-Nurnberg, Universidad de Liepzig. Seminarios Internacionales Complutense. Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo II, Madrid, 2004, págs. 7-21 y 17-33, respectivamente.

a la visión desde el interior de la sociedad civil. Son los propios usuarios los que establecen los criterios de selección, valoración y tratamientos, lo que les resulta interesante y aquello que no les merece la pena abordar. Si el poder de la información pertenece en la web 1.0 a unos pocos, ahora se extiende a la sociedad. Se salta del privilegio de unos pocos al de muchos.

La sociedad civil interviene en el poder de la información. Se dice que quien tiene la información dispone de poder, pero no debe olvidarse que no es menos cierto que quien tiene el poder maneja mejor información. Los usuarios se convierten ahora en protagonistas individuales o en grupo de los procesos comunicativos e informativos al margen de los medios tradicionales. Se crea un nuevo micropoder (CREMADES, 2007). Se amplía la democratización real de la información y del conocimiento a la sociedad.

El ámbito informativo en el que se desenvuelven las redes sociales ya no es sólo el de informar a los demás, ni el de informarse uno mismo mediante Internet, sino el de informarse interactivamente, es decir, mediante el intercambio de datos, de relatos de hechos o de contrastes, confrontaciones o ampliaciones. Es una puesta en red para todos los participantes.

Esta expansión de la información está sometida también a unas exigencias similares a las de cualquier información mediática. Junto a la información relevante, incluso por la que haya que pagar, emergen otras informaciones de uso cotidiano, de utilidad o simplemente de entretenimiento. Se amplía la concepción informativa a todo lo que interese no ya a un conjunto amplio de personas, sino a pequeños grupos e incluso a personas particulares. Pero también emerge la necesidad de evitar y obstruir la información basura. Hay personas interesadas en entrar en la vida de los demás y divulgarla pero sin permitir que nadie se entrometa en la suya y, además, inventan los hechos, convierten los rumores en algo cierto y falsean la realidad. Para oponerse a esta presencia no queda más remedio que en la web 2.0 se introduzcan también sin paliativos la veracidad y calidad, el contraste y comprobación de los hechos y, en suma, el predominio de la responsabilidad personal y social y con ella una ética cívica de respeto a la dignidad de los demás. Todo cuanto vaya contra estos principios en lugar de ser un desarrollo es un retroceso. Ciertamente todos pueden convertirse en informadores, pero también todos tienen que cumplir los requisitos de una información veraz y rigurosa.

6. Aportaciones y riesgos

Es frecuente que se efectúe una crítica general al nuevo planteamiento de la web 2.0 y, con frecuencia, con mucha razón. Aparece una participación más amplia de la sociedad y hay mayor interés en comunicar información y en crear obras para entretener a los demás, pero no tiene que olvidarse que no todos están capacitados para informar bien o crear obras de calidad. La generalización de estas dos capacidades ha llevado a criticar la presencia y manifestación de una mayor mediocridad informativa y creativa. Hay noticias que recogen rumores, difamaciones y desinformaciones o

comentarios que ofrecen opiniones sin fundamento alguno. Aparecen vídeos domésticos muy bajos de calidad. Pero esto, que es cierto en muchos casos, no es fundamento suficiente para rechazar radicalmente la nueva propuesta. La web 2.0 puede emplearse para una mayor información de unos usuarios con otros, pero también para que sea aprovechada por otros desconsiderados que no respetan nada.

Son usos y abusos de una nueva aportación que requiere una mayor ponderación. Lo cierto es que la web 2.0 es una gran aportación, pero ¿cómo y para qué se utiliza? ¿Se aprovecha todo su potencial para mejorar la información y la creatividad o se incurre sólo en unas producciones humorísticas y en una profusión de noticias sin comprobación y unas opiniones sin argumentación alguna? Son interrogantes que no tienen respuesta única, ni absolutamente positiva, ni absolutamente negativa, sino que está llena de matizaciones. Para afrontar estas situaciones se requiere cubrir un conjunto de necesidades:

- Necesidad de análisis de cada situación particular respecto de los hechos, de la opinión y de la creatividad. No todo es válido.
- Necesidad de desarrollar criterios de evaluación específicos más que de censuras o de autocontroles. La web 2.0 nace en plena libertad y todo cuanto sea poner mordazas irá en su detrimento y en contra de la propia esencia de su concepción que es la de dar directamente la palabra a los ciudadanos.
- Necesidad de profesionales de la información, periodistas y documentalistas, como garantes de la veracidad.

Estas aportaciones y riesgos se agudizan en algunos casos muy específicos y representativos de la web 2.0 como las *wikipedias*, los *blogs* y *YouTube*.

Las *wikipedias*¹⁷ son elaboraciones de enciclopedias generales y especializadas por los usuarios sobre diversos campos temáticos o geográficos también con sus variantes de audio y vídeo, además de la escritura. Recogen contenidos producidos por unos usuarios y que otros pueden ampliar o modificar. Es una apertura al conocimiento universal aportado por los ciudadanos. Cada vez son más las variantes: *wikipedias* escritas, sonoras o habladas, fotográficas, audiovisuales; *wikinarios* o diccionarios; *wiki guías* de ciudades¹⁸; *wikipedias* de noticias¹⁹ o sobre determinados conocimientos. Las *wikipedias*, frente a sus grandes aportaciones al conocimiento sobre el tema que cada una aborde, presentan riesgos importantes al dar entrada a cualquier artículo sobre cualquier realidad elaborado por cualquier persona que incluso carece del conocimiento suficiente. En lugar de ser una aportación rigurosa al conocimiento se convierte en algo devaluado. Mayor riesgo se produce cuando las empresas o instituciones intervienen para modificar algunas aportaciones. No siempre es para

¹⁷ www.wikipedia.org, www.wikimedia.org

¹⁸ www.madripedia.es

¹⁹ <http://es.wikinews.org/wiki>

mayor precisión y enriquecimiento, sino para ocultar otras realidades, manipularlas o dar la versión que a ellas les interesa aunque no sea veraz²⁰.

También los *blogs* ofrecen diversas aportaciones y riesgos. Existe un enorme crecimiento (más de 30 millones). Se crean dificultades para encontrar lo que otros usuarios quieren y para diferenciar lo válido de lo fútil, lo veraz de la mentira. Sin embargo, fomentan el diálogo, el debate y la formación (aunque también a veces la deformación) de la opinión pública (ROJAS et al., 2007). Son las repercusiones de la denominada blogosfera (CEREZO, Dir., 2006).

Frente al control de los canales de televisión por las empresas, *YouTube*²¹ y otras variantes²² promueven la expresión popular. Junto a algunas producciones de calidad informativa y de denuncias, también aparecen manipulaciones de los hechos. Existe la posibilidad de colgar cualquier documento escrito, de audio y de vídeo en la Red sin comprobación ni contrastes. Hay un predominio de los vídeos familiares graciosos, oportunistas e insustanciales y escasa profundización en los hechos. Por tales razones hay que examinar esta aportación con una mirada poliédrica.

Toda esta nueva realidad de la web 2.0 es una manifestación de la entrada de la sociedad civil y de los usos personales en el ámbito del desarrollo e innovación de la Sociedad de la Información y del Conocimiento (CROVI DRUETTA, coord., 2004) como auténtica participación social que amplía la democracia informativa más allá de los controles de los grupos poderosos. No obstante, esta realidad tan viva no debe hacer olvidar los miles de millones de personas que todavía quedan fuera de Internet.

Uno de los componentes de empuje más reciente para la construcción de la Sociedad de la Información y del Conocimiento es la integración de los desarrollos y ámbitos informativos de la web 2.0. Es un enriquecimiento de la SIC por las aportaciones escritas, sonoras, visuales y audiovisuales y sus desarrollos multimedia. Cada vez más la SIC penetra en la sociedad, aunque con todo tipo de brechas entre países, entre grupos dentro del mismo país o entre generaciones. Pero la sociedad sigue siendo la gran participante y protagonista de la SIC y los nuevos procesos de comunicación que está generando la web 2.0 establecen una interacción abierta y enriquecedora.

7. Conclusión

Como consecuencia de todo lo indicado se deduce que estamos ante unos grandes cambios por las aportaciones de la web 2.0:

- Se pasa de las redes verticales de los medios tradicionales y de gran parte de las ofertas de la web 1.0 a una democracia horizontal donde todas las partes que se ponen en comunicación se sitúan en igualdad, sin jerarquización alguna, y con un

²⁰ Véase a este respecto los análisis que efectúa W. CUNNINGHAM (2004): *Elements of Wiki Essence*. En: <http://c2.com/cgi/wiki?ElementsOfWikiEssence>

²¹ www.youtube.com

²² www.video.google.es

intercambio continuo de papeles de emisores y receptores para convertirse en auténticos *emerecs*.

- De la cultura secuencial de las informaciones basadas en el tiempo se salta a una cultura en red con la participación de todos. No se trata tanto de los contenidos cuanto del hecho de que todos los participantes se pongan en comunicación. Nace una cultura nueva de comunicación en la Red (Internet) y en redes sociales.

- Se produce la superación de las mediaciones mediáticas por la igualdad en la participación de todos, pero no debe olvidarse tampoco que surgen nuevos controles por otros intermediarios como los servidores y los buscadores.

- La igualdad y horizontalidad de las redes sociales no destruyen los desequilibrios sociales entre países y entre personas, sino que en muchos casos los incrementan porque las redes no llegan a todos y la web 2.0 tampoco al exigir otras tecnologías y otros gastos. Lo que para unos empieza a ser la Sociedad de la Información y del Conocimiento, gracias a la web 2.0, para otros se ensancha más la brecha de la desinformación y del desconocimiento.

8. Referencias bibliográficas

ARAGÜÉS RUIZ, Antonio

2007: *P2P*. Madrid, Anaya Multimedia.

BAUSCH, Paul; HAUGHEY, Matthew y HOURIHAN, Meg

2002: *We blog. Publishing. Online with Weblogs*. Indianapolis, Wiley Publishing Inc.,

CARLSSON, Ulla:

2006: "Radio, TV and Internet in the Nordic Countries. Meeting the Challenges of New Media Technology", en *Nordicom*, Göteborg.

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÉVOL, Mireia; LINCHAUN QIU, Jack y SEY, Araba

2006: *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona, Ariel-Fundación Telefónica.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano

2007: *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. De la participación a la interactividad*. Madrid, Fragua.

2006: *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. [CEREZO, José M. Dir.] Madrid, Fundación France Telecom España.

2005: *Información multimedia*. Madrid, Pearson.

2004: *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona, Paidós.

2000: "La información en red", en *Sphera Pública. Revista de ciencias sociales y de la comunicación*. Nº 0, pp. 9-28. Murcia, Servicio de Publicaciones de la Universidad Católica San Antonio de Murcia.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano y FLORES VIVAR, Jesús

2007: *Blogs y periodismo en Internet*. Madrid, Fragua.

CLOUTIER, Jean

2001: *Petit traité de communication. Emerec à l'heure des technologies numériques.* Montréal, Carte Blanche.

CONTRERAS, Fernando R.

1998: *El ciber mundo. Dialéctica del discurso informático.* Sevilla, Alfar.

CREMADES, Javier

2007: *Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital.* Madrid, Espasa-Calpe.

CROVI DRUETTA, Delia (Coord.)

2004: *Hacia la Sociedad de la Información y del Conocimiento.* México, UNAM.

ECHEVERRÍA, Javier

2000: *Un mundo virtual.* Barcelona, Debolsillo.

FIDLER, Robert

1997: *Mediamorphosis. Understanding New Media.* Thousand Oaks CA, Pine Forges Press.

FUMERO, Antonio; ROCA, Genis y SÁEZ VACAS, Fernando

2007: *Web 2.0.* Madrid, Fundación Orange.

GAPTEL

2006: *Contenidos digitales. Nuevos modelos de distribución. Vídeo, música, videojuegos, mercado, regulación, tecnología.* Madrid, Red.es.

GILLMOR, Dan

2004: *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People.* O'Reilly Media <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.esp>

RAMIREZ ACEVEDO, Mónica

2005: *La relación del servicio de personalización de contenidos de las ediciones digitales de la prensa española y Mi-Diario.* Leioa, Bilbao, Universidad del País Vasco.

RHEINGOLD, H.

2004: *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social.* Barcelona, Gedisa.

ROJAS, Octavio I.; ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luís; ORIHUELA, José Luís; VARELA, Juan

2007, 2ª ed.: *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos.* Madrid, ESIC.

SALAVERRÍA, Ramón (Coord.)

2005: *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España.* Sevilla, Comunicación Social.