

Dr. Ing. Jayguer Dayan Vásquez
CIDITIC
Universidad Tecnológica de Panamá

Dr. Ing. Luis Joyanes Aguilar
Universidad Pontificia de Salamanca
España

Web 2.0 y la inteligencia colectiva

Todos aprendemos de todo en la Web Social



Ya nadie duda que Internet ha cambiado para siempre nuestras vidas, la manera de comunicarnos y relacionarnos con otras personas, así como el giro que ha provocado en nuestros hábitos de ocio y consumo, dentro de ese contexto “una web más social era necesaria”.

La Web 2.0 no es una versión nueva de la 1.0, ni siquiera una nueva tecnología, es “una actitud y una manera diferente de hacer las cosas, dando el protagonismo a la gente”. Los usuarios de la Red controlan (controlamos) ahora la información y nosotros decidimos que

queremos ver, oír, buscar, etc.

El término Web 2.0 fue utilizado, por primera vez, en 1999, por Darcy DiNucci en su artículo “El futuro fragmentado”, pero no comenzó a ganar peso, hasta que fue acuñado en 2004, por Dale Dougherty de la Editorial O. Reilly en una reunión de “tormenta de ideas” (brainstorming) donde se debatía sobre la necesidad de estudiar la nueva era que la Web estaba viviendo y la necesidad de poner en marcha un congreso que recogiera todas las nuevas tecnologías y, sobre todo, la nueva cultura y filosofía

que estaba emergiendo desde la espectacular “caída de las empresas .com” o de la “burbuja de las .com”. La reunión terminó dándole el nombre a la futura conferencia: Web 2.0 Conference y así nació la nueva Web.

Según Tim O’Reilly, Director General (CEO) de la editorial O’Reilly y uno de los padres de la Web 2.0, “Internet empezó a sufrir una metamorfosis”. En esa ocasión hizo una comparación entre la Web 1.0 y la 2.0. Uno de los ejemplos que puso fue: “la Web 1.0 fue la época de la enciclopedia británica online, la Web 2.0 es la



etapa de la Wikipedia”, la diferencia está en que en la primera el usuario leía lo que los demás escribían y en la segunda todo el mundo puede escribir. Sin embargo, fue el artículo “What is Web 2.0?” de Tim O’Reilly publicado en 2005, el que desencadenó el nuevo paradigma de esta década y la pasión en usuarios, empresas, organizaciones por asumir las tecnologías y filosofías de comportamiento que representaban las tecnologías de la Web 2.0. En el artículo citado O’Reilly trataba de describir el éxito de los patrones de diseño y los modelos de negocios emergentes en la Web en esos momentos.

La Web 2.0, es la Web de las personas, la Web del usuario frente a la Web de los datos que se refiere a la Web 1.0. En realidad, es difícil dar una única definición de Web 2.0, aunque, tal vez, si hablamos de que la Web 2.0 ha provocado el surgimiento

de la Web Social, la computación colaborativa, la computación o informática social, comenzaremos a acotar el nuevo planeta Web 2.0. No hay una única tecnología Web 2.0, y eso para los desarrolladores profesionales representa grandes retos.

En la práctica supone conseguir la democratización de las herramientas de acceso a la información y la elaboración y gestión de contenidos, o en otras palabras, la Web 2.0 facilita la democratización del conocimiento. La Web 2.0 se puede definir como: “la filosofía de maximización mutua de la inteligencia colectiva” y el valor añadido de cada participante es la compartición y creación dinámica de la información.

¿Qué es inteligencia colectiva?

La inteligencia colectiva se puede definir como el conocimiento que está

distribuido en un grupo, un espacio donde todos aprenden de todos y la Web Social lo facilita. Creación y compartición de información es uno de los factores principales que diferencian los servicios Web 2.0. Los sitios de la Web 2.0 han abrazado el poder de la Web para explotar la inteligencia colectiva.

Es un hecho que hoy nos fiamos más de la experiencia que vive un familiar o un amigo nuestro, por las fotos de sus vacaciones publicadas en las redes sociales, que cualquier comercial de TV que nos intente vender ese mismo paquete vacacional. La enciclopedia Wikipedia es casi el ejemplo más evidente del poder de la inteligencia colectiva de los usuarios al aprovechar la participación colectiva de millones de usuarios en la elaboración de los millones de artículos que existen en la misma.

El usuario invierte tiempo y esfuerzo para preparar y publicar el contenido. Su beneficio es la reputación y en algunos casos iniciar discusiones o intercambios de experiencias o conocimientos. Evaluación o recomendación del contenido, música, libros o enlaces. El objetivo de todos los servicios Web 2.0 es maximizar mutuamente la inteligencia colectiva de los participantes.

En resumen, frente a las tradicionales páginas estáticas de la Web 1.0, en las que sus visitantes sólo pueden leer los contenidos de la página ofrecidos por su autor o editor, en la Web 2.0, los usuarios o internautas pueden elaborar y compartir contenidos, opinar y recomendar sitios, etiquetar y clasificar, etc.