

# Web 2.0

## La revolución digital

De vez en cuando, una idea surgida en un momento de inspiración es capaz de revolucionar Internet y ser el catalizador de un profundo cambio en las organizaciones.



■ La Web 2.0 se ha convertido en un ejemplo de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia las orientadas al usuario final. Es un conjunto de servicios que permiten elaborar, modificar, almacenar, introducir, compartir información y tenerla en la Red.

Aunque algunos aseguran que se trata más de una actitud que de una tecnología, lo cierto es que la Web 2.0 triunfa en Internet y cada día va aumentando su uso.

Se trata de ver la Web como una plataforma interactiva global en la que los sitios no sólo piensan en el usuario individual, sino que permitan que los visitantes ayuden a remodelar el contenido de manera que encuentren en él lo que están buscando.

Esta forma de entender Internet promueve que tanto las organizaciones como el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndoles un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos y su participación con herramientas más sencillas de usar.

### Rasgos 2.0

Uno de los aspectos más característicos de la Web 2.0 es que la información es dinámica, accesible y colectiva.

La nueva Web propicia el desarrollo de capacidades y competencias hasta ahora poco frecuentes: colaboración, equipos de trabajo, conocimiento abierto, trabajos no concluyentes, etc. Son nuevos aspectos colaborativos y sociales que otorgan protagonismo al usuario, fomentando la participación.

Su arquitectura permite combinar y reelaborar páginas con contenido flexible y dinámico. Son estructuras abiertas, sitios cada vez más fáciles, usables y ágiles para localizar la información.

La nueva reorganización de la información, su optimización, la utilización de redes sociales, la posibilidad de sindicación a diferentes canales o la facilidad de descargarse un lector de feeds, son ya opciones habituales en este tipo de arquitecturas.

### Software social

Tal como se explica en Wikipedia, el software social engloba un conjunto de herramientas de comunicación que facilitan la interacción y colaboración por medio de convenciones sociales.

No son propiamente aspectos de programación. Engloban correo electrónico, Usenet, IRC, mensajes instantáneos, blogs, wikis, grupos de noticias, folksonomía y cualquier otro tipo de comunidad virtual en red.

Se trata de herramientas colaborativas, es decir, un software que une a una serie de personas para facilitar el flujo de información (agendas, ficheros, mensajes) y realizar trabajos conjuntos.

Son múltiples las posibilidades que presentan, incorporadas habitualmente a plataformas modulares que no sólo permiten una comunicación fluida, sino que facilitan la coordinación de tareas y compartir recursos, tareas y contenidos.

Se trata de herramientas imprescindibles para una de las principales características del mundo 2.0: la interacción.

## Administración 2.0

La Administración 2.0 es un conjunto de iniciativas dirigidas hacia los ciudadanos para conocer mejor sus necesidades y lograr resultados más eficaces y útiles.

En España, la Administración Pública ya ha puesto en marcha numerosas iniciativas de prestación de servicios digitales. Pero la transformación es aún parcial y no será plena hasta que no se aborde un profundo y radical cambio que exija la renovación de estructuras, recursos y la reorganización de los procesos internos y externos, así como los modelos de colaboración con las distintas entidades, tanto públicas como privadas.

En el último informe presentado por la AEC sobre Administración Electrónica, quedan claramente diferenciados los rasgos principales que distinguen la Administración del año 2006, es decir, la Administración 1.0, y la que se pretende conseguir en el año 2010 y a la que se están orientando numerosos esfuerzos de modernización.

Así, se establecen los rasgos principales que deberán caracterizar a la Administración 2.0 del año 2010. Según el estudio de la AEC, esta nueva Administración debería ser:

**Receptiva:** los ciudadanos opinan sobre los servicios que reciben y cuáles son sus prioridades. Son co-creadores de los servicios.

**Innovadora:** identifica las oportunidades que le ofrecen las nuevas tecnologías y las posibilidades de utilizarlas. Crea procedimientos (procedimientos innovadores).

**Proactiva:** soluciona los asuntos, avisa, renueva sus documentos, hace la declaración de la renta, avisa de sus notificaciones. Ofrece alternativas y canales. Opera, no espera.

**Adaptable:** modifica sus estructuras y su cultura conforme a los cambios de la sociedad. Evalúa la calidad y los indicadores de uso para orientar y aprender de la experiencia. Facilita el cambio cultural de dentro hacia fuera.

**Colaborativa:** interopera y colabora entre departamentos y administraciones. El desarrollo de servicios se hace en colaboración. Existen infraestructuras comunes de redes, correos, centros de respaldo...



“La Administración 2.0 debe ser receptiva, innovadora, proactiva, adaptable, colaborativa, profesional, incentivadora, próxima, asequible y adaptada al cambio”

**Profesional:** genera confianza, cultura basada en valores y busca la excelencia. Es profesional y promociona por capacidad y mérito. Evalúa la consecución de objetivos de sus directivos.

**Incentivadora:** fomenta la innovación y el desarrollo. Mide el retorno de la inversión. Fomenta la promoción de sus empresas en el exterior.

**Adaptada al cambio:** incorpora para su gestión los nuevos sistemas. Tiene centros de demostración

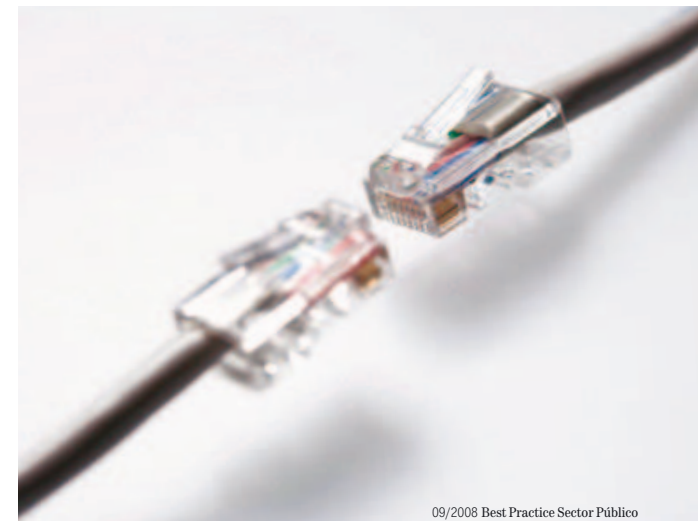
de uso de servicios y de innovación. El marco normativo está acorde con el nuevo contexto.

**Próxima:** reconoce el derecho del ciudadano a participar en las decisiones y el diseño de servicios. Le anima a expresar sus opiniones.

**Asequible:** transparente, servicios simples y sencillos. Los interfaces homogéneos y amigables. Adapta el lenguaje al ciudadano.

La Administración del año 2010 deberá ser el resultado de una gran transformación organizativa y tecnológica, afrontada con un “liderazgo compartido” para poder resolver los retos de adaptación a la nueva legislación y superar barreras. Y, sobre todo, de una nueva actitud de las AA. PP. ante los ciudadanos y empresas que plantean continuamente nuevas necesidades y exigen mayor participación.

El reto está en aprovechar este esfuerzo para iniciar una modernización continua que no se pare ahí, sino que aproveche de forma sistemática las innovaciones que surgirán en el futuro.



## La explosión 2.0 en cifras

Para muchos, la Web 2.0 se ha estado cocinando a fuego lento durante los últimos años y el 2007 fue el elegido para su auténtica explosión, fundamentalmente en el ámbito privado. Según los datos recogidos por la firma de investigación ChangeWave Research, en la primera consulta que realiza sobre el uso de software de redes sociales que emplean las empresas, cerca de una cuarta parte de las compañías consultadas están ya utilizando algunos de los recursos de la Web 2.0, y otro 8% va a hacerlo a lo largo de 2008.

Según esta encuesta, cerca del 39% de los consultados aseguran que sus empresas están dispuestas o muy dispuestas a utilizar software social. Además, entre quienes respondieron que sus empresas ya están empleando estas aplicaciones, el 35% declara que la inversión en estas herramientas se incrementará en los próximos 90 días. Sólo un 2% augura que este gasto va a decrecer.

El 26% de las empresas que están empleando ya software social prevén que sus nuevas inversiones se llevarán a cabo en wikis, seguido de los blogs (15%), redes sociales (13%), *mashups* (5%), agregadores RSS (5%) y etiquetas colaborativas (3%).

El 79% de los usuarios actuales de herramientas Web 2.0 declaran que utilizan estas aplicaciones para mejorar la comunicación y colaboración interna, aunque sólo el 48% de los futuros usuarios dan la misma respuesta sobre el principal uso de este tipo de software. Un cambio cuya causa deberá estudiarse en próximas encuestas y ahondar en el porqué de esta diferencia.

Lo que sí tienen claro los usuarios que en el futuro emplearán estas herramientas sociales es que sus objetivos serán más externos que internos, como un mejor servicio al cliente, un mejor reconocimiento de marca y, cómo no, unas mayores ventas.