

# LA WEB SOCIAL COMO GENERADORA DE CONTENIDOS

## **Tabla de contenido**

Objetivo	3
Introducción	4
La web social como generadora de contenidos	5
Cierre	7
Referencias	8

## **Objetivo**

Comprender el alcance de la web social como generadora de contenidos.

## Introducción

En la medida en que se desarrollan las tecnologías de la información y la comunicación, la web se va haciendo cada vez más "inteligente" y los usuarios pasan a ser creadores y distribuidores de sus contenidos. Estos avances suponen importantes retos para la generación de estos contenidos, así como para las organizaciones y los países que deben lidiar con los asuntos de la privacidad en cuanto al manejo de datos e información.

## La web social como generadora de contenidos

Estamos ante un cambio en el paradigma de la comunicación que se manifiesta en:

- Uso intensivo de las tecnologías
- Cambios en el mercado
- Nuevos modelos de negocio
- Nuevo consumidor (prosumer/webactor)

En el nuevo modelo de comunicación, el usuario ha pasado de ser un mero receptor de información a participar activamente en los contenidos creándolos, consumiéndolos o distribuyéndolos. Todos somos generadores, consumidores y distribuidores de información.

En este contexto, la comunicación es:

1. Más participativa: diálogo
2. Interpersonal
3. Global (sin barreras)
4. Operativa (dirigida a la acción)
5. Para todo el mundo
6. En tiempo real

En efecto, en la web 2.0 el usuario puede ser participe en la creación de la web, aportando o añadiendo información a partir de lenguajes libres para expresar el contenido temático de los recursos.

Algunos desafíos de la web 2.0...

- **La polisemia:** una misma palabra con varias acepciones.
- **La sinonimia:** varias palabras con el mismo significado.
- **Multilingüismo:** de dos o más lenguas en el repertorio lingüístico de una comunidad de habla.

Busquemos algunos ejemplos...

La actual web que se basa en el lenguaje natural presenta limitaciones en cuanto a la manera como se estructuran sus contenidos, y, por tanto, ambigüedad en los resultados que recuperan los motores de búsqueda generalistas.

Se avanza en el desarrollo de una web más semántica, cuyo objetivo es identificar la información de forma unívoca y establecer relaciones entre los objetos digitales con miras a facilitar una recuperación eficaz de la información.

### Algunos ejemplos

Actualmente, existen nichos piloto que han comenzado con la transformación hacia la web semántica:

- Datos abiertos en la biblioteca Nacional de España > [datos.bne.es](http://datos.bne.es)
- Intranets de conocimiento de empresas multinacionales.
- Incorporación de metadatos en sistemas de comercio electrónico.
- Resultados semánticos en el motor de búsquedas Google.
- Datos abiertos en la biblioteca virtual Miguel de Cervantes.

El nuevo panorama digital avanza para facilitar el acceso a la información en tiempo real con los desafíos que ello supone en aspectos como la veracidad, efectividad, respeto a la privacidad, etc. En tal sentido las organizaciones y los gobiernos avanzan en políticas para la protección de datos y el respeto a la privacidad.

## Cierre

Se sigue avanzando en el desarrollo de la web para dotarla de mejor significado, de manera que cualquier usuario pueda encontrar respuestas a sus preguntas de forma más rápida y sencilla. Al mismo tiempo los usuarios pasan a formar parte de la creación de contenidos y crecimiento de la Web.

Gracias a la semántica en la web, el software podría ser capaz de procesar el contenido y organizarlo para resolver problemas cotidianos de forma automática con base a los avances en inteligencia artificial y big data.

Todo ello plantea importantes desafíos que pasan entre otros, por la creación de legislaciones de protección de datos a nivel de los gobiernos y las organizaciones.



## Referencias

- Aguado-Terrón, J.-M., & Martínez-Martínez, I. J. (2009). *De la Web social al Móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso de convergencia mediática de la comunicación móvil*. Profesional De La Información, 18(2), 155-161. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2009.mar.05>
- Alarcón, M. y Lorenzo C. (2012). *Diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales virtuales en la Web 2.0*. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 9 (2), 31-49
- E peis, Herrera Viedman, Y. Hassan, J. C. Herrera. (2020). *Análisis de la web semántica: estado actual y requisitos futuros*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/28808585\\_Analisis\\_de\\_la\\_web\\_semantica\\_estado\\_actual\\_y\\_requisitos\\_futuros](https://www.researchgate.net/publication/28808585_Analisis_de_la_web_semantica_estado_actual_y_requisitos_futuros)
- Gómez-Díaz, R. (2012). *Etiquetar en la web social*. Barcelona: Editorial UOC.
- Piñeiro, G. (2019). *La realidad de la web 3.0*. Harvard Deusto Márketingy Ventas, (153), 6-11.