

MODULO 7

Web 2.0 y Redes Sociales en la Gestión Pública

INDICE DE CONTENIDOS

1. Web 2.0 como la evolución de Internet
2. Usos de la Web 2.0 en la Gestión Pública
 - 2.1 Blogs como Plataforma de Comunicación
 - 2.2 Facebook como Canal de Participación Ciudadana
 - 2.3 Twitter

1. Web 2.0 como la evolución de Internet

Ante todo es necesario aclarar que existe la Web 2.0 para denominar de algún modo una nueva versión de algo que ya existía. En este caso: Internet, y que representa una mejora para los usuarios. Veamos una comparativa a partir del siguiente esquema:



Fuente de la imagen: [http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-90XnKCGbQKY/UUtnLVQP0_I/AAAAAAAAAN4/Anrw6F4-5Mo/s1600/web2_0.png)

[90XnKCGbQKY/UUtnLVQP0_I/AAAAAAAAAN4/Anrw6F4-5Mo/s1600/web2_0.png](http://2.bp.blogspot.com/-90XnKCGbQKY/UUtnLVQP0_I/AAAAAAAAAN4/Anrw6F4-5Mo/s1600/web2_0.png)

El concepto de **Web 2.0** fue acuñado en el año 2004 por un consultor en medios, Dale Dougherty, de la empresa O'Reilly Media y desde entonces ha ganado popularidad y aceptación. No describe una tecnología precisa, sino los usos y las integraciones que los usuarios le dan o solicitan. Desde una perspectiva de índole técnica, siguiendo a Xavier Ribes¹, podemos definir a la **Web 2.0** como:

“todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando metadatos a la información existente), bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente.”

[illegible]

<http://www.ilhn.com/datos/practicos/datosgaby/archives/Web20memeES.png>

Recursos y textos para profundizar sobre Web 2.0



ARTÍCULOS

Definición y datos sobre Web 2.0 según Wikipedia en español

http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva, por Xavier Ribes

<http://www.campusred.net/TELOS/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=73>

LIBRO

Web 2.0, por Antonio Fumero y Genís Roca

http://www.fundacionauna.com/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf



VIDEO

Web 2.0: The Machine is Us/ing Us (en español) — RECOMENDADO

<http://www.youtube.com/watch?v=PL-ywltLjzk>

BLOG

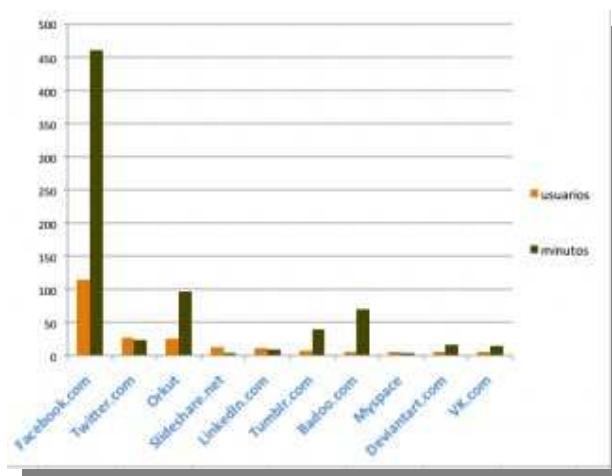
¿Qué es Web 2.0? ¿Qué no es?: respuestas más allá de la obviedad

<http://www.microsiervos.com/archivo/internet/que-es-web-20.html>

2. Usos de la Web 2.0 en la Gestión Pública

Veamos un ejemplo gráfico de la dimensión de uso de redes sociales en Latinoamérica que justifica por qué también la gestión debe tener allí un espacio destacado.










Estas son las 10 principales redes en América Latina y el promedio de uso por sesión de cada persona, de acuerdo con el reciente informe de Comscore¹.



¹ “Las redes sociales en Latinoamérica: Influencia y tendencias” Infolatam. Madrid, 26 junio 2012.

Disponible en línea en: <http://www.infolatam.com/2012/06/26/las-redes-sociales-en-latinoamerica-influencia-y-tendencias/>

Datos de redes sociales en Latinoamérica. Fuente: Comscore

	VISITAS	MINUTOS/PROMEDIO DE USO POR PERSONA
FACEBOOK 	114.496.000	460
TWITTER 	27.371.000	22,5
ORKUT 	25.717.000	96,6
SLIDESHARE 	12.811.000	3,6
LINKEDIN 	10.467.000	28,8
TUMBLR 	7.239.000	39
BADOO 	6.128.000	70,1
MySPACE 	5.441.000	3,6
DEVIANART 	5.260.000	17
VK.com 	4.910.000	14,9



Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

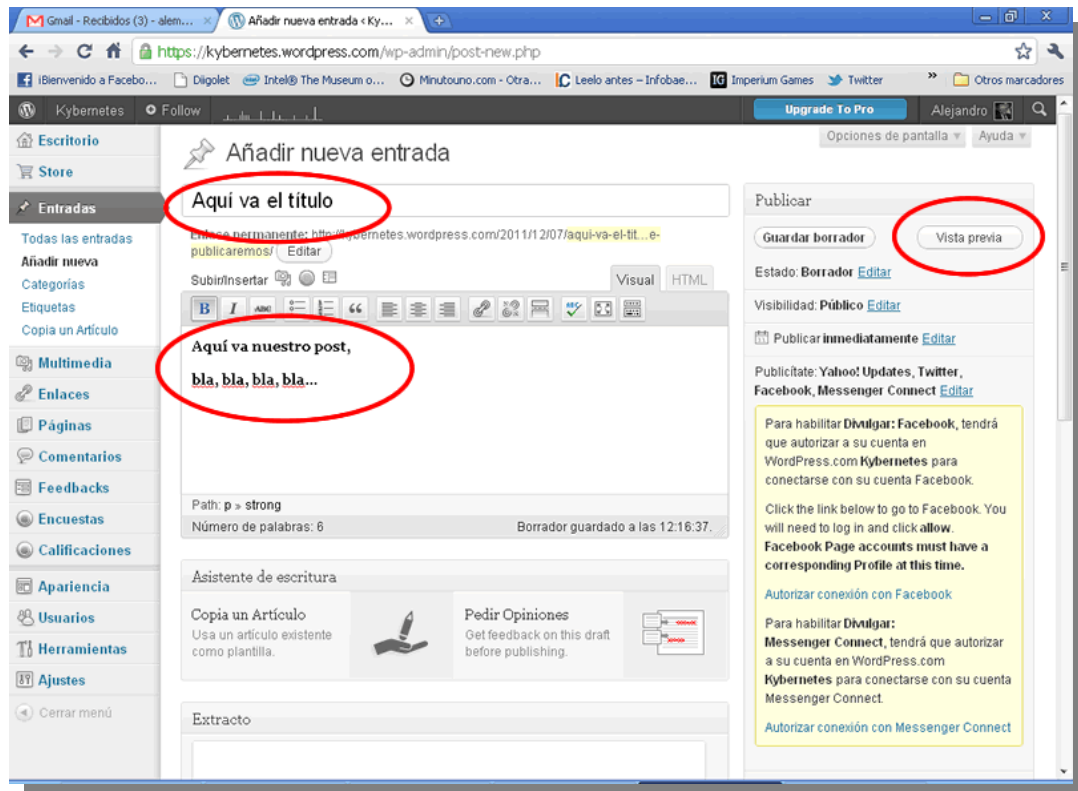
Amor, Daniel (2001), "Introducción a los negocios por Internet"

2.1. Blogs como plataforma de comunicación

Entre las primeras herramientas de publicación que marcaron el nacimiento de la etapa de internet señalada como web 2.0 están los blogs. La palabra **"weblog"** fue inventada por **John Barguer** en 1997, deriva de la unión de las palabras "web" y "log" (bitácora), y designa a una herramienta de publicación sencilla que se caracteriza por:

- Ser una bitácora o registro de nuestra navegación por internet.
- Ordenar las entradas (posts) por orden cronológico. La más reciente va arriba de todo.
- Ser más íntimo e informal que una página web.
- Facilidad de uso para publicación de contenidos en la Web.

La siguiente pantalla nos muestra el panel de publicación de Wordpress, lo que vemos cuando vamos a publicar algo en nuestro blog:



MODULO 7

Antes de la aparición de los blogs, las personas que querían publicar en internet debían contratar a un diseñador web. Con un blog, la persona sólo debe elegir un **título llamativo**, **escribir el contenido**, **agregar algunas etiquetas** que ayuden a los buscadores a encontrar más fácilmente lo escrito, y hacer click en el botón **“publicar”**. No tenemos que preocuparnos por la estética, la plantilla que elegimos cuando abrimos nuestra cuenta ya tiene toda la codificación necesaria para que cada cosa quede en su lugar.

Pero a esta facilidad se le agregó la creación de una serie de usos y costumbres más abiertos y cooperativos: en efecto, en la lógica empresarial de las páginas web pre-blogs, quien publicaba algo pensaba que la clave del éxito era tratar de retener a los visitantes a toda costa e impedir que visitaran otros sitios, porque se corría el riesgo de que no volvieran nunca más. Se operaba con la lógica de la “captura del visitante”.

Los blogs, que no tenían ánimo de lucro, se rigieron por la lógica de la buena educación y la colaboración: empezaron a ser habituales los comentarios elogiosos y las recomendaciones hacia otros blogs, a través de posts y de colocar links hacia ellos (barra lateral con links o blogroll). Surgió una etiqueta de los blogs, que estipulaba como habitual el establecimiento de links recíprocos; se le dio una gran importancia a la participación en los blogs ajenos a través de los comentarios.

Esto fue algo completamente nuevo y transformador. Empezaron a proliferar los blogs.

Anatomía de un blog

Aspecto (estética): las plataformas de publicación (**Wordpress, Blogger, Tumblr**) permiten elegir entre una gran variedad de plantillas gratuitas, con lo que podemos darle a nuestro blog un aspecto sumamente profesional sin ningún esfuerzo.

Si bien esto no es obligatorio, la mayoría de los blogs ubica el cuerpo principal a la izquierda, y tiene hacia la derecha una serie de elementos, entre los que destacamos la lista de blogs que recomendamos o **blogroll**. Este blogroll es muy importante, casi diríamos un elemento sin el cual



estamos en presencia de un blog incompleto, porque como dijimos antes una característica principal de los blogs es su espíritu de colaboración y recomendación de buenos sitios. También sobre la derecha encontramos una serie de etiquetas de temas sobre los que escribimos más a menudo; o una lista con los posts más visitados. Las posibilidades de

MODULO 7

personalizar el aspecto del blog dependen de la plantilla que elijamos al momento de hacer el blog.

Veamos por ejemplo el blog del Director Ejecutivo del ANSES Diego Bossio:² Sobre la izquierda está el cuerpo principal, y sobre la derecha hay encolumnados: un cuadro con las redes sociales donde ANSES está presente; categorías temáticas (82% móvil; Apoyo financiero, etc.); un calendario; entradas recientes, links hacia otros sitios recomendados, etiquetas y demás.



The screenshot shows the 'BLOG DEL DIRECTOR' of ANSES. The header is blue with the ANSES logo and a photo of Diego Bossio. A navigation bar includes 'Inicio', 'Consultas y Trámites', and 'Perfil'. The main content area features a post titled 'PROCREAR, en la Cámara de la Construcción' published on November 22, 2012, by Diego Bossio. The post text describes his participation in the 60th edition of the Argentine Chamber of Construction Convention. To the right, there are sidebars for 'RSS Posts', a search bar, 'REDES SOCIALES' (Twitter, Facebook, Flickr, Youtube), 'Llamanos al: 130', and 'CATEGORÍAS' (82% móvil, Apoyo financiero a la economía, ARGENTA, Asignación por Embarazo).

Recomendaciones al hacer un blog

- ✓ Mantener la coherencia temática de nuestro blog. Si nos atrae otro tema muy diferente, es preferible abrir un nuevo blog.
- ✓ Prestar atención a lo que hacen otros blogs (aprendizaje).
- ✓ Estar atentos a las redes sociales. Serán herramientas poderosas para la difusión.
- ✓ Evitar caer en el “spam”.
- ✓ El blog es escritura reflexiva, meditada. No confundirlo con otros espacios (no es Facebook, no es Twitter).

² <http://www.anses.gob.ar/blogdeldirector/>

3. Facebook como Canal de Participación Ciudadana



Facebook es una de las redes sociales de mayor crecimiento en los últimos tiempos: creada en 2004 por Mark Zuckerberg, hoy en día tiene más de 800 millones de usuarios (de los cuales, 18 millones son usuarios de Argentina).

Las claves para esta extraordinaria difusión sin duda son la facilidad de uso, y la curiosidad. Facilidad, porque está visto que personas que jamás se habían animado a utilizar algo más complejo que el correo electrónico, se animaron a publicar texto, fotos y videos en Facebook. Curiosidad, porque saber qué ha sido de la vida de viejos amigos o compañeros de trabajo sin duda ha impulsado su uso.

Poco a poco políticos, funcionarios y organismos gubernamentales se dieron cuenta de la importancia de estar presentes en Facebook, aunque como veremos no todos tienen en claro qué es lo que se debe y qué es lo que no se debe hacer en las redes sociales. En las líneas que siguen nos referiremos a Facebook como herramienta de comunicación institucional.

Estar en las redes sociales requiere atención y dedicación. Cada cosa que publicamos en internet va configurando nuestra identidad digital. Y por eso requiere de tanto cuidado como el que ponemos en nuestra identidad física. En internet estamos al alcance de cualquier buscador. Estar presentes en las redes sociales sin una política clara puede llevarnos a cometer errores que se pagan caros en términos de imagen.

Debemos decidir varias cosas, por ejemplo: qué estética vamos a tener; si vamos a permitir comentarios de terceros; si vamos a permitir que nos etiqueten en fotos, etc. Es decir, tenemos que definir cuál va a ser nuestro perfil institucional. Facebook permite configurar todas estas opciones, y es muy importante delimitarlas claramente desde el principio.

La imagen a continuación muestra el panel de “configuración de la privacidad” en Facebook, donde podemos definir cómo se verán nuestras publicaciones, cómo nos conectamos con los demás, qué aplicaciones autorizamos a interactuar con nuestra cuenta, etc. Esto es siempre importante, pero lo es especialmente cuando configuramos una cuenta institucional.



Veamos ahora un ejemplo de lo que sucede cuando no se toman estos recaudos. La siguiente página en Facebook pertenece al ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires:



Como pueden ver, hay una serie de comentarios negativos que no han sido moderados o respondidos. Si se ha decidido aceptar comentarios de cualquier tipo sin moderación, es un error no responderlos para aclarar las dudas de los ciudadanos. Si esto es producto del desconocimiento sobre la configuración las cuentas en Facebook, o de falta de revisión diaria del sitio, se trata de un error de imagen institucional. El sitio debería ser supervisado por un responsable de redes sociales (lo que actualmente se denomina “Community Manager”) entre cuyas tareas está el recorrer diariamente el sitio, responder de manera respetuosa las consultas y comentarios y verificar que la presencia digital no juegue en contra de la institución. Si vamos a tender un canal de comunicación con las personas, debemos tener claridad y experiencia para manejar situaciones que pueden ser incómodas. Muchas veces es preferible implementar un formulario para que se puedan evacuar las consultas de forma personalizada.

MODULO 7

Como ejemplo de imagen institucional cuidada en las redes sociales, veamos la página de la ANSES en Facebook:



The screenshot shows the ANSES Facebook page. The left sidebar includes the ANSES logo, a 'Muro' section, and links to 'Información', 'Actividad de tus amigos (1+)', 'Fotos', 'Twitter', and 'YouTube'. The main feed features a post from ANSES about the 'Agenda de pagos del día 6 de diciembre de 2011', which includes a table of payment schedules. Below this is a post celebrating the 144th anniversary of Olavarría. The right sidebar shows 'Tú y ANSES', 'Personas que quizá conozcas', and 'Anuncios'.

No vemos comentarios de terceros; se trata de una página prolija y bien administrada, y en la sección información vemos que se mencionan las otras redes donde ANSES tiene presencia:

Twitter para actualizaciones breves y rápidas, **Flickr** para publicar fotos (además de la galería de Facebook) y **YouTube** para mostrar los videos institucionales. Esto nos muestra un especial cuidado de la imagen institucional digital.



This screenshot focuses on the 'Información' section of the ANSES Facebook page. The 'Sitio web' field lists four links: <http://www.anses.gob.ar>, <http://www.twitter.com/ANESGOB>, <http://www.youtube.com/ansesgob>, and <http://www.flickr.com/photos/ansesgob/>. The 'Información' section also includes a description of the page's purpose and a link to the official profile.

1.3. Twitter como Formador de Opinión



Twitter es definido como un servicio de **microblogging** porque sólo permite publicar comentarios de hasta 140 caracteres, espacios incluidos. Y se maneja a través de la lógica de seguir a otras personas (“hacer follow”) y de que nos sigan (“following”).

Fue lanzado en 2006 por Jack Dorsey³, y la idea original era pedirle a la gente que contara qué estaba haciendo, en 140 caracteres. La pregunta que regía el sitio era “¿Qué estás haciendo?” (*What are you doing?*) Y en consecuencia, los primeros “**tweets**” publicados por la gente respondían a esa consigna: “Estoy desayunando unas ricas tostadas” o “Mirando el partido de fútbol en la tele”, algo bastante insípido. Pero poco a poco los usuarios fueron cambiando el uso de la herramienta, y empezaron a compartir cosas interesantes que encontraban durante su navegación por internet: “Vean estas hermosas fotos del Museo del Prado (link)” o “Divertido video de un gato trepando una cortina (link)” Tal fue el cambio de sentido que imprimieron los usuarios (acompañado de la posibilidad de los dispositivos de incluir imagen, video y audio además de texto) que en 2009 la pregunta del sitio cambió: ahora es “¿Qué pasa?” (*What’s up?*).

Lo que al principio fue visto como una herramienta banal, fue aprovechada por algunos como el canal ideal para subir información rápidamente. Por ejemplo, cuando uno de los robots exploradores en Marte de la NASA atascó una de sus ruedas, la agencia espacial mantuvo informados minuto a minuto a sus seguidores en Twitter sobre las maniobras que intentaban desde Tierra para liberar al aparato.

Pero la clave de Twitter es la movilidad, ya que fue pensada específicamente para ser usada por teléfonos móviles, de allí lo de los 140 caracteres: era la limitación que tenían los celulares al momento de su creación. Y esta movilidad fue fundamental para demostrar el valor de la herramienta transmitiendo información en sucesos dramáticos como los levantamientos de Medio Oriente, las manifestaciones en Inglaterra o la caza de Osama Bin Laden, tuiteada por “casualidad” por un vecino.

Dadas las limitaciones originales de Twitter (esto ha ido cambiando), surgió una gran variedad de servicios que lo complementan, y a los que podemos acceder usando nuestro nombre de usuario de Twitter: Twitpic y Twitvid permiten subir fotos y videos, TwitLonger permite escribir más de 140 caracteres, Fllwr nos permite ver quien nos sigue, Between (creada por argentinos) nos permite seguir una “conversación” sostenida por dos tuiteros, etc.⁴ También hay herramientas como Hootsuite y Tweetdeck (esta última fue comprada por Twitter en 2011) que permiten usar Twitter con más facilidad: permite ordenar tweets por columnas, ver mensajes que nos envían, etc.

Un aspecto interesante de Twitter es su capacidad para “monitorear” el pulso de internet. Por ejemplo: en 2011 volvió a presentarse un proyecto de ley para imponer el llamado canon digital⁵, esto es un impuesto a los productos que permiten guardar información digital (CD, memorias flash o pendrives, etc.), con la intención de que ese ingreso extra en las arcas del Estado vaya a compensar a los músicos que se ven perjudicados por la copia y distribución de material protegido por derechos de autor. El problema con este canon es que presupone que

³ Ver Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

⁴ Aquí pueden encontrar una lista de servicios que complementan a Twitter:
<http://delicious.com/aletor/twittertools>

⁵ <http://www.vialibre.org.ar/2011/06/28/los-senadores-insisten-canon-digital-se-tratara-hoy-en-comision-en-el-senado/>

MODULO 7

todo comprador de uno de estos dispositivos va a cometer el delito de copiar material protegido, lo cual viola derechos básicos.

Apenas se supo la noticia se desarrolló en Twitter una campaña en su contra con el hashtag #noalcanon, que se difundió con gran rapidez. Sebastián Lorenzo, Director de la Escuela Nacional de Gobierno y hábil tuitero (en Twitter es @smlorenzo) se dio cuenta del efecto negativo hacia el Gobierno que estaba creando la propuesta, y sugirió a los autores del proyecto retirarlo para debatir más el tema. El proyecto fue retirado.



Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

Rodríguez Machío. "Manual de Twitter para novatos"