

El entorno 2.0: nueva perspectiva



para las organizaciones cubanas

Por MSc. Marisela Font Rodríguez, Directora General, y MSc. Ivett M. Aportela Rodríguez, Consultora en Organización de la Información, DELFOS, Consultoría del Ministerio de la Informática y las Comunicaciones (MIC).
marisela@delfos.co.cu, ivett@delfos.co.cu

I Introducción

En los últimos años la Web ha manifestado un crecimiento incontenible, aunque paulatinamente ha ido modificando su esencia: de ser un grupo de herramientas de trabajo se ha convertido en un espacio global de información. “Ha vuelto a sus raíces como herramienta de lectura y/o escritura al mismo tiempo que ha entrado en una fase más social y participativa, tendencias que han generado la sensación de que la Web está entrando en una “segunda fase”, una versión nueva y “mejorada”: la Web 2.0” [1].

Esta transformación está respaldada por el hecho de que millones de usuarios a nivel mundial publican contenidos construidos de forma colectiva, comparten recursos y ponen a disposición de otros aplicaciones gratuitas que van desde espacios virtuales para publicar información y compartir motores de búsqueda, hasta intercambiar archivos por medio de portales, etc.

Hoy, a través de la Web, se potencian nuevas posibilidades para relacionarse, trabajar, participar, aprender y compartir. Así, Internet se perfila como el potente medio de comunicación que es, haciéndose cada vez más imprescindible y con mayores posibilidades de personalización, lo que ha ido cambiando la manera de acceder a la información.

Estos nuevos modos de hacer y de comunicarse han impactado la sociedad civil en su conjunto, de ahí que su repercusión en la organización y gestión de las instituciones sea indiscutible; una realidad de la que Cuba no está exenta. La irrupción de las tecnologías sociales ha generado un alto grado de interconectividad entre los usuarios tanto en el exterior como en el interior de las entidades. Esta situación les permite intercambiar todo tipo de opiniones y experiencias. En este contexto, los servicios Web 2.0 ofrecen a las organizaciones nuevos canales para gestionar su información, su comunicación y sus conocimientos.

Por todo lo anterior, este trabajo tiene como objetivo realizar un acercamiento a las aplicaciones de la Web 2.0, el modo en que estas pueden ser utilizadas y, así, exponer los beneficios que reportarían a las entidades cubanas, con la finalidad de fomentar el diálogo, la integración y un rendimiento organizacional más efectivo.

Como técnicas para la recopilación de datos, se utilizó el análisis documental, como vía para la obtención de información procedente de fuentes documentales que permitan un acercamiento al tema que se analiza. Al mismo tiempo que se aplicó la observación participante, a fin de determinar la conveniencia y posible

efectividad de la aplicación de algunas herramientas de la Web 2.0 en una organización cubana.

2 Resultados y discusión

2.1 Algunas reflexiones sobre la Web 2.0

La Web 2.0, también denominada Web Social por tratarse de una Web construida para la gran masa de usuarios, [2] podría definirse, según Fumero, como la promesa de una visión realizada: la Red —la Internet que se confunde popularmente con la propia Web— convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento; nacida de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo [3].

Es una Web con una fuerte interconexión social, en la que las personas realizan contribuciones en la misma medida en la que consumen información y utilizan servicios. Está integrada por aplicaciones que promueven la colaboración y la implementación de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

Sin embargo, el trasfondo en los cambios de la Web 2.0 se considera más social que tecnológico. Si bien es cierto que las transformaciones han sido posibles gracias a los avances tecnológicos, las mismas son el reflejo de una necesidad social que se ha ido conformando a la par de la tecnología. En este sentido, Hinchcliffe, uno de los *bloggers* más prolíficos dedicados a analizar la transformación empresarial asociada a la Web 2.0, señala que “la aparición y éxito de los *blogs*, las redes sociales, el software libre, las comunidades digitales o las redes P2P —*Peer-to-Peer /Red de Pares*— suelen identificarse como cambios tecnológicos pero podrían verse también como indicadores claros de los cambios sociales y culturales y no sólo, ni principalmente, nuevas tecnologías que permiten hacer lo mismo de forma más eficiente [4].

La Web Social busca ir más allá de los estándares técnicos y promover una verdadera capacidad de compartir datos, información y conocimientos a través de la Web; por ejemplo, los programas de código abierto y los sitios basados en *wiki*, donde cualquier usuario puede agregar o modificar información, así como complementar lo que otros han hecho anteriormente. Se trata de desarrollar la capacidad de compartir los archivos y no sólo de pasarlo de una plataforma a

otra. A la par, se pretende sindicar la información para no coordinarla obligatoriamente, sino impulsar una producción libre.

La Web Social se asocia, por lo tanto, a una actitud, una filosofía basada en principios como:

- ♦ **web de lectura y escritura**, permite un flujo de información dinámico y multidireccional.

- ♦ **web como plataforma**, pone fin a las versiones periódicas de software y lo mantiene en estado de beta permanente, donde la utilización de los usuarios y su propia colaboración garantizan la mejora continua de la aplicación.

- ♦ **la larga cola**, ofrece la posibilidad de suministrar servicios a pequeños nichos de usuarios y la conexión de quienes tengan los mismos intereses.

- ♦ **aprovechar la inteligencia colectiva**, entre todos se organiza y enriquece la Web espontáneamente.

- ♦ **los datos son una competencia básica** de las organizaciones, estos son enriquecidos con los que se obtienen a través de los propios usuarios sobre sus comportamientos y acciones, para obtener la inteligencia colectiva que esconden.

- ♦ **modelos de programación ligeros** para compartir y procesar datos con aplicaciones del tipo XML —*Extensible Markup Language*— y API —*Application Programming Interface*—, que permiten a terceros crear nuevas formas de utilización de los datos.

- ♦ **algunos derechos reservados** que van en la línea de las licencias *Creative Commons* (CC) [5].

La Web Social es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevos recursos y tecnologías informáticas, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella. Esto proporciona no sólo un acceso mucho más sencillo y centralizado a los contenidos; sino también, su propia participación, tanto en su clasificación como en su construcción, mediante aplicaciones cada vez más fáciles e intuitivas [6].

A través de las herramientas que ofrece la Web 2.0, se facilitan la interacción y la creación de redes sociales, con un alto grado de interactividad entre los participantes, al mismo tiempo se reduce, drásticamente, la distancia entre los que acceden a la Web y los que publican información en ella. Ya no son necesarios amplios conocimientos informáticos ni tampoco el dominio de estrategias de marketing para que un grupo de personas lean lo que alguien, ya sea individual o colectivamente, escribe. Incluso, estas herramientas

pueden generar debates sobre sus reflexiones o informaciones.

La cooperación, la colaboración, la construcción de significados o el conocimiento compartido se constituyen como un estado de participación social que puede ser activo relativamente y contar con más o menos recursos. De este modo, se conforma una especie de conocimiento global, denominado inteligencia colectiva, del que todos se benefician y en el que cada uno aporta su granito de arena [7].

Una de las fortalezas de la Web 2.0 está dada por la utilización de esa inteligencia colectiva como motor de crecimiento e intercambio de contenidos. Este trabajo colaborativo se traduce en el empleo de herramientas sociales, las cuales permiten a los usuarios algunas de las siguientes funcionalidades:

- ♦ **Mantener conversaciones bidireccionales** —correo electrónico, mensajería instantánea, etc. — o **grupales** —*blogs*, *wikis*, foros de discusión, etc. —.
- ♦ **Valorar contenidos**: es el caso de sitios de noticias que son evaluadas permanentemente.
- ♦ **Organizar contenidos**: los usuarios asignan libremente etiquetas que describen y organizan los contenidos.
- ♦ **Compartir contenidos**: los usuarios comparten objetos digitales —fotografías, videos, etcétera—.
- ♦ **Representar relaciones sociales**: crean perfiles individuales y a continuación establecen relaciones entre ellos [8].

Una verdadera visión colectiva y un ímpetu por la colaboración es lo que propone la Web 2.0. Para ello, Internet constituye una plataforma ideal. Algunos de los elementos que pone a disposición de sus usuarios para compartir información y conocimiento —buscando siempre aumentar la base de inteligencia general— son la ausencia de limitaciones geográficas; en consecuencia, el acceso desde cualquier parte; el hecho de no ser necesaria la instalación y mantenimiento de un programa en la computadora; y la capacidad de trabajar en colectivo de manera asincrónica.

Tomando en cuenta los presupuestos aludidos, merece la pena intentar transpoliar dichos beneficios a nuestras organizaciones, a fin de mejorar el flujo de información y comunicación, y la generación de nuevos conocimientos, todo lo cual favorecerá nuestro desempeño organizacional.

2.2 La Web 2.0 en las organizaciones

Hasta hace poco tiempo no se pensaba que las herramientas de la Web 2.0 se emplearan en las organizaciones; pero esa idea ha cambiado. La utilización de *blogs*, videos en línea y descargas de archivos audiovisuales se impone cada vez más en las entidades. No obstante, aún queda mucho camino por recorrer, puesto que si bien muchas instituciones las consideran como estratégicas, suelen tener cuidado en su explotación.

Actualmente ya se habla de una empresa 2.0, permeada por la fórmula de la Web 2.0 y que, al adaptarse al contexto organizacional, permite llegar a un modelo basado en la fidelización, donde la entidad puede poner en práctica lo aprendido. Sin lugar a dudas, el hecho que posibilita esta transición en el marco institucional es la convergencia de tres tendencias principales:

- ♦ **La aparición de plataformas simples y libres** para la expresión de ideas y conocimiento —*blogs*, *wikis*, listas, *groupwares*, etc. —.
- ♦ **El surgimiento de estructuras que se construyen en colaboración** en lugar de ser asumidas —la *Wikipedia* como ejemplo clásico—.
- ♦ **La posibilidad de crear orden desde el caos** —gracias a los *tags*, *folksonomías*, sindicación de contenidos, los agregadores automatizados [9].

El empleo de las tecnologías de la Web 2.0 en el contexto organizacional permite establecer los lazos que unan y articulen el funcionamiento de la organización, al mismo tiempo que facilita la Gestión del Conocimiento. De igual forma, posibilita la elaboración de herramientas que aprendan de sus usuarios, con el empleo de una arquitectura de participación que genere ventajas derivadas no sólo de la interfaz de la aplicación, sino de la riqueza de los datos compartidos.

Por otra parte, se potencia una nueva forma de comunicar, donde los usuarios externos ganan participación. Las instituciones ya no están limitadas a transmitir información sobre sus productos y servicios sino que sus usuarios pueden opinar e interactuar con ellas, y formar parte del proceso informacional. Se mejora, además, la comunicación interna, al mismo tiempo que se fomenta la colaboración y el intercambio de información y conocimiento entre los trabajadores de la propia organización.

Estos recursos también son útiles para la organización como colectivo, porque permiten la coordinación de equipos de trabajo, a través del empleo de *blogs*, foros o *wikis*; facilitan la creación de comunidades de investigación, comunicación y conocimiento por medio de bitácoras colectivas, *wikis* especializadas o sindicación de contenidos; ofrecen la posibilidad de intercambiar información común mediante los sitios para compartir marcadores; y garantizan la gestión de contactos desde las redes sociales. Si bien muchas de estas labores parten de un trabajo individual, su repercusión a nivel organizacional es directa.

Sin embargo, la implantación de estas tecnologías en las organizaciones requiere, a criterio de McAfee, de un conjunto de elementos importantes:

- ♦ **una cultura receptiva** para abrir el camino a las nuevas prácticas que permiten esas tecnologías.
- ♦ **una plataforma común** que funcione como infraestructura colaborativa.
- ♦ **lanzamiento informal** de las herramientas, mucho mejor que procedimientos formales de cambio.
- ♦ **apoyo de la dirección** y el liderazgo [10].

La aplicación de estos recursos posibilita que la intranet corporativa sea una obra colectiva, constantemente actualizada, fruto del trabajo de todos en la organización y con numerosas interconexiones. Llevando el entorno de la Web 2.0 a la intranet corporativa, se generan espacios para la creación de contenidos individuales y colectivos, que propician una adecuada gestión de la información y el conocimiento en correspondencia con las necesidades informacionales de todos.

2.3 Las herramientas de la Web 2.0 aplicadas al entorno organizacional

Las herramientas de la Web 2.0, empleadas en los contextos institucionales, son variadas y responden a múltiples propósitos aunque prima un objetivo común: potenciar la interacción y el intercambio entre las personas, impulsar cada vez más la socialización y la participación. Su utilización conduce a compartir recursos propios a la vez que se reciben beneficios de los ajenos; puesto que, en la medida en que un portal tiende más hacia la integración de contenidos externos, aumenta la difusión y redistribución de sus propios contenidos recogidos, de manera espontánea o provocada, en *blogs*, agregadores de noticias, distribuidores de artículos, fuentes de sindicación de contenidos RSS, etc.

Para su aplicación, se requiere de un análisis exhaustivo que permita identificar, verdaderamente, cuáles pue-

den aportar mejores y más significativos beneficios al funcionamiento institucional, en dependencia de las condiciones particulares de cada entidad y sin que represente un problema para la misma.

A continuación se describen algunas de las herramientas analizadas por las autoras y cuya utilidad y posible implementación están siendo estudiadas.

2.3.1 Blogs

Un *blog* o bitácora es un sitio Web con una estructura determinada, a modo de diario, en el que las personas o entidades responsables ponen en línea, periódicamente, artículos, noticias o textos sobre temas de su interés [2]. Facilita la publicación instantánea de contenidos que quedan organizados cronológicamente a partir de lo más reciente, permite a sus lectores retroalimentar al autor en forma de comentarios y son muy fáciles de elaborar y mantener.

En el contexto organizacional, los *blogs* son de gran utilidad como herramienta de colaboración y Gestión del Conocimiento, debido a que mejoran la comunicación interna, permiten el intercambio de información y una mejor organización de contenidos. Por un lado, posibilitan la publicación de informes, boletines y trabajos, y el establecimiento de conexiones entre los diferentes actores dentro de la entidad. Por el otro, son ideales para crear un repositorio institucional que almacene y organice el conocimiento tácito y explícito, ordenado tanto de manera cronológica como temática [11] que tenga una visibilidad amplia y permanente.

No menos importante es su aprovechamiento como recurso de difusión de información y comunicación, debido a que da a conocer información sobre la organización con sencillez y eficacia, y permite establecer un diálogo directo con los usuarios, lo que constituye un eficiente medio para la retroalimentación.

2.3.2 Wiki

Una *wiki* es un sitio Web de construcción colectiva, con un tema específico, en el cual los usuarios tienen libertad para añadir, eliminar o editar los contenidos [1]. Puede tener diferentes objetivos, aunque su utilidad siempre sea la misma: disponer de un espacio colaborativo común, ya sea en un equipo de trabajo o a un nivel más amplio [2]. Su principal ventaja es la flexibilidad y la facilidad de elaboración.

Al ser aplicada en una organización, permite coordinar el flujo de ideas que circulan en su interior y el trabajo conjunto continuamente, lo que contribuye a aumentar

la productividad organizacional. Al unísono, este sitio puede utilizarse como un repositorio que almacene el conocimiento colectivo sobre un tema.

En el marco de la comunicación interna, puede emplearse para la elaboración de una intranet, la difusión de políticas y manuales a la institución, y en el desarrollo de proyectos grupales. En este sentido, resulta un recurso muy adecuado para que los grupos de investigación intercambien ideas, donde se establece un ambiente creativo, fuente de nuevos desarrollos e innovaciones.

Si bien esta herramienta tiene el riesgo de la falta de control sobre el contenido porque cualquier persona puede editar los artículos con información errónea, es posible asignar a alguien en la organización la responsabilidad de monitorear la calidad de los contenidos; al mismo tiempo que puede ser depurada en colaboración.

2.3.3 Marcadores Sociales

Los Marcadores Sociales o *Social Bookmarking* constituyen un modo en el que los usuarios de Internet almacenan, organizan, comparten y buscan páginas Web de interés para ellos. Los sistemas de este tipo comparten una serie de características comunes:

- ♦ Permiten a los usuarios **crear listas de marcadores o favoritos que pueden almacenarse centralmente en un servicio remoto**, en lugar de hacerlo en su navegador, con lo cual se garantiza el acceso a ellos desde cualquier parte. Los enlaces guardados por lo general pueden visualizarse cronológicamente, por categoría o etiqueta, mediante un buscador o, incluso, al azar.
- ♦ Dan la posibilidad de **compartirlos con otros usuarios del sistema**, de ahí su connotación social. En dependencia de las características del servicio, se guardan en forma privada, se comparten únicamente con personas o grupos específicos, o dentro de ciertas redes o en combinación de público y privado.
- ♦ Se les pueden **añadir etiquetas mediante palabras clave** y, así, pertenecer a más de una categoría [1].

El marcador social más utilizado en la actualidad es delicious social bookmarking —<http://delicious.com/>— mediante el cual es posible guardar como favorito cualquier sitio visitado. La centralización de la información en este sistema permite ver cuántas personas han marcado una misma página y, a la vez, acceder a todas las páginas marcadas por esos usuarios —aún cuando no sean de la misma categoría—; se obtiene como resultado la ampliación de horizontes en búsquedas en Internet [12].

Un instrumento como del.icio.us implantado en una entidad, brinda la posibilidad de poner a disposición de sus miembros los enlaces favoritos identificados y los comentarios sobre ellos; esto enriquece el acervo informativo del colectivo, optimiza el trabajo y, por ende, ofrece resultados de mayor calidad.

Los sistemas de este tipo gestionan la información de enlaces, desde cualquier lugar, al mismo tiempo que tejen redes de comunicación entre los usuarios que los comparten, al promover la colaboración y el intercambio entre ellos. Admiten que las pautas y los procesos de trabajo del conocimiento estén más visibles, debido a que pueden utilizarse para rastrear las páginas útiles de Internet y de la intranet, asignarles etiquetas a modo de recordatorio de su contenido y ver qué otros miembros están usando esas mismas etiquetas y los sitios que han visitado [10].

Los marcadores sociales pueden sustituir a los listados de enlaces de interés, a través de lo cual aportan una mayor facilidad de mantenimiento y la posibilidad de ser modificados por varias personas, la actualización instantánea y el compartir enlaces, así como la consulta a marcadores de temáticas similares y la creación de redes. También sirven como una magnífica fuente de información paralela a los buscadores y permiten que, cuando alguien busque información sobre un tema determinado, sólo aparezcan sitios útiles.

2.3.4 Etiquetado social

Estrechamente relacionado con los marcadores sociales, existe el tema del etiquetado social o *folksonomía* que no es más que una **clasificación gestionada por la comunidad**. A cada elemento almacenado, el usuario le asigna una o varias palabras clave (etiquetas) que pueden ser compartidas con otros usuarios [13]. Su ventaja principal es que reflejan las estructuras y las relaciones de información utilizadas por las personas en la práctica, en lugar de unas estructuras y unas relaciones que han sido planificadas de antemano para los usuarios.

Este etiquetado permite clasificar los contenidos individualmente, sin jerarquías, mediante etiquetas simples. Su presentación suele hacerse en forma de nube de etiquetas, una representación aleatoria de términos en la que los más empleados aparecen en una tipografía destacada [2], surgida a partir de grupos de etiquetas provenientes de diferentes usuarios del servicio de etiquetado que coteja información sobre la frecuencia con la que se utilizan ciertas etiquetas.

2.3.5 Sindicación de Contenidos

La Sindicación de Contenidos es un modo de distribuir, compartir y actualizar la información que se incluye en un sitio Web de manera que otros sitios puedan incorporar esos contenidos y los usuarios accedan a ellos rápida y fácilmente [2]. Es una tecnología que permite:

- ♦ Recibir las últimas novedades, noticias, información, artículos, etc. de un determinado sitio de forma automatizada.
- ♦ Mantenerse informado, sin necesidad de navegar, siempre desde un mismo sitio.
- ♦ Organizar las fuentes de información en carpetas para agruparlas según las temáticas.

Emplea estándares entre los que destacan el RSS —*Really Simple Syndication*— y Atom —*Atom Syndication Format*— como los formatos técnicos más populares. En el caso del RSS, es un formato XML indicado especialmente para sitios de noticias que cambien con relativa frecuencia, cuyos documentos están estructurados en canales que, a su vez, se componen de artículos [14]. Su valor consiste en evitar que los usuarios tengan que visitar permanentemente sus páginas favoritas para verificar si estas han publicado algo nuevo. El programa lector de RSS se conecta directa y automáticamente con las páginas Web suscritas y descarga los titulares de los nuevos contenidos, sin peligro de contaminarse de virus o llenarse de *spam*.

El uso de la Sindicación de Contenidos en el entorno organizativo aporta grandes ventajas. Por un lado, proporciona nuevas y más eficientes vías para la gestión de información del entorno, a partir del monitoreo constante y automatizado de los temas de interés para la organización; esto permite la generación de alertas tempranas y apoya, así, la toma de decisiones oportuna. Por otro lado, modifica el paradigma de gestión de la comunicación interna, al menos en lo que respecta a la información que no resulta crítica para el trabajo diario. Se pasa del envío masivo a grandes grupos de usuarios, a la extracción selectiva donde los propios usuarios deciden voluntariamente a qué tipo de información desean suscribirse [15].

Igualmente, las herramientas de apoyo a la Gestión de la Información y el Conocimiento implementadas en la institución, como los entornos colaborativos, los blogs, las *wikis*, las páginas amarillas de expertos, los repositorios de conocimiento y las bases de datos documentales, pueden ofrecer las novedades en formato

RSS para que los usuarios que lo deseen se suscriban voluntariamente, impidiendo así las alertas en formato correo electrónico.

Si la Intranet soporta el estándar RSS, se puede evitar el envío de mensajes masivos y boletines electrónicos; a la par que se establecen canales temáticos a través de los cuales los miembros de la organización puedan suscribirse a las secciones de la Intranet que les resulten más interesantes o que la suscripción responda a unos criterios de búsqueda específicos.

3 Conclusiones

Con la Web 2.0, se ha entrado en una fase más social y participativa de la Web, fruto del trabajo y la colaboración de todos, cuyo trasfondo es más social que tecnológico; reflejo de una necesidad social que se ha ido conformando a la par de la tecnología.

A través de ella se potencian nuevas posibilidades para relacionarse, trabajar, participar, aprender, compartir y colaborar. De ahí que la aplicación de sus servicios en las organizaciones tiene un gran impacto, al provocar notables mejoras en el funcionamiento institucional. Este entorno ofrece nuevos canales para gestionar la información que circula en una institución, la comunicación entre sus trabajadores y con sus propios usuarios; así como el conocimiento organizacional existente.

La adopción de la filosofía de la Web 2.0 y la implementación de algunas de las herramientas descritas, pueden ser de gran utilidad en las organizaciones cubanas y, además, aportar numerosas ventajas a nuestro desarrollo organizacional, en función de las metas y objetivos trazados. Sin embargo, cada institución tendrá que analizar su realidad tanto tecnológica como humana, antes de decidir si implementar algunos de estos recursos, puesto que pueden llegar a causar más perjuicios que beneficios a la entidad si no son utilizados de forma apropiada. La sugerencia es una planificación oportuna y personalizada de la implementación de las herramientas de la Web 2.0 en los entornos organizacionales. ■

4 Referencias bibliográficas

[1] "Entienda la Web 2.0 y sus principales servicios". (1º diciembre/2007). <http://www.eduteka.org/Web20Intro.php>. (acceso junio 14, 2008).

[2] Arroyo Vázquez, Natalia. "¿Web 2.0? ¿Web social? ¿qué es eso?" *Educación y Biblioteca*, no. 161 (2007): 69-74. <http://>

eprints.rclis.org/archive/00011752/01/EYB_NA07.pdf. (acceso junio 14, 2008).

[3] Fumero, A. "Contexto sociotécnico". En Fumero, A., Roca, G. and Sáez Vacas, F. *Web 2.0*. España: Ed. Fundación Orange, 2007, pp. 8-65.

[4] Freire, Juan. "Empresa 2.0: moda, oportunidad, necesidad (II)". (22 septiembre/2008). http://www.soitu.es/soitu/2008/09/18/pieldigital/1221746822_254187.html. (acceso septiembre 26, 2008).

[5] González Fernández-Villavicencio, Nieves. "Bibliotecarios 2.0". Comunicación presentada en las 10^{mas} Jornadas Españolas de Documentación, FESABID 2007, Santiago de Compostela, España, 2007. <http://eprints.rclis.org/archive/00009938/01/Bibliotecarios2-0.pdf>. (acceso septiembre 26, 2008).

[6] De la Torre, Aníbal. "Definición de Web 2.0". *Bitácora de Aníbal de la Torre*. (12 abril/2006). http://www.adelat.org/index.php?title=conceptos_dave_en_la_web_2_0_y_ii&more=1&c=1&tb=1&pb=1. (acceso septiembre 26, 2008).

[7] Arroyo Vázquez, Natalia y Merlo Vega, José A. (2007). "La Biblioteca como usuaria de la Web 2.0". Presentada en las 10^{mas} Jornadas Españolas de Documentación, FESABID 2007, Santiago de Compostela, España, 9-11 mayo, 2007. http://www.cedus.cl/files/Arroyo&Merlo_FESABID07.pdf. (acceso junio 14, 2008).

[8] Gómez Dueñas, Laureano Felipe. "Web 2.0, software social y alfabetización informacional". (2008). http://eprints.rclis.org/archive/00012741/01/informe_final.pdf. (acceso junio 14, 2008).

[9] Astigarraga, Eneko. "Tendencias: Empresa 2.0". (13 abril/2006); <http://eibar.org/blogak/prospektiba/es/archive/2006/04/13/457>. (acceso junio 14, 2008).

[10] McAfee, Andrew P. "Empresa 2.0: el nacimiento de la colaboración emergente". *Harvard Deusto Business Review*, no. 151 (nov./2006): 16-28.

[11] Dobrecky, L.P. "Hacia la Library 2.0: blogs, rss y wikis". *El profesional de la información*, vol. 16, no. 2 (mar.-abr./2007): 138-142.

[12] Hernández, Pedro. "Tendencias de la Web 2.0 aplicadas a la educación en línea". *No Solo Usabilidad*, no 6 (2007). <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>. (acceso septiembre 26, 2008).

[13] De la Torre, Aníbal. "Web Educativa 2.0". *Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, no. 20 (enero/2006). <http://edutec.rediriris.es/Revelec2/revelec20/anibal20.pdf>. (acceso septiembre 26, 2008).

[14] Villa, Luis. "RSS y Sindication". (29 julio/2005). <http://www.desarrolloweb.com/articulos/2101.php>. (acceso junio 14, 2008).

[15] Ruiz Jiménez, V. "Suscripción a contenidos en el contexto organizativo mediante RSS: ¿un cambio de paradigma?". http://www.microsoft.com/spain/empresas/tecnologia/suscripcion_rss.mspx. (acceso septiembre 26, 2008).

