Enredando en (con) la Red

POR **ANTONIO FUMERO**

La recuperación de la confianza en la Red, tras el desastre financiero al que se le asociara a principios de siglo, se convertía en fenómeno ?dos-punto-cero? hace casi un lustro. En octubre de 2005 se publicaba en TELOS 65 un Cuaderno Central que, bajo el título de *Blogs, Weblogs, Bitácoras*… exploraba la diversidad de lo que emergía como una suerte de (multi)formato de publicación web y exponente más destacado de ese fenómeno internético que inauguraba la nueva ?versión? de nuestra web de cada día, la Web 2.0.

Habiendo transcurrido casi tres años desde aquel primer esfuerzo de análisis, la vertiente ?social? de esa Web de Nueva Generación, en constante evolución, parece haberse desarrollado notablemente. Lo ha hecho hasta el punto de sublimar la capacidad de las tecnologías web para facilitar la conectividad de las personas en la Red.

Los servicios que han surgido (y que siguen surgiendo) al calor de la Web 2.0 se arrogan (casi) todos la naturaleza de red social, de una u otra forma. Entre los dos extremos, representados habitualmente por los sitios de redes sociales (*Online Social Networking*) orientados al contenido ?categoría en la que se incluyen tanto los ya vetustos *blogs* como los sitios creados para compartir contenidos audiovisuales *on line*, p.e. el popular *Youtube* o fotográficos, p.e. el no menos conocido *flickr?* y los sitios orientados a los contactos (servicios para la gestión *on line* de contactos personales y/o profesionales, p.e. *Facebook, tuenti, hi5, Viadeo, Xing, LinkedIn*) se despliega un amplio espectro de servicios que nacen segmentados como única forma de ofrecer algún valor añadido en un mercado que inicia su consolidación.

Este dossier quiere presentar un análisis similar a aquel realizado con los *blogs* en una etapa anterior de la publicación. El proyecto ha seguido en esta ocasión un proceso de elaboración diferente que se refleja en la renovada estructura de la revista. El dossier está construido sobre un núcleo central constituido por un pequeño conjunto de cuatro artículos de fondo dedicados a repasar algunas de las dimensiones más relevantes de las ?redes sociales?, el fenómeno que más agita la superficie sociotécnica de la Red, considerada ésta siempre como una Red (Universal y Digital, RUD (1) por construcción) que trasciende la popular Internet, infraestructura primigenia sobre la que nacía la Web que hoy conocemos.

Fundación Telefónica
Telefónica

Ese conjunto central de artículos está dedicado en esta ocasión a diseccionar el impacto social y económico de la Web 2.0 en general y de las redes sociales en particular, como parte de la misma. Hay tres contribuciones que abordan aspectos más ?horizontales?, como el cambio producido en los hábitos de los usuarios de la Web debido al uso creciente de aquellos sitios de redes sociales, el estado del arte del escenario competitivo de los servicios en Europa y España y, más específicamente, los modelos de negocio. Otros dos artículos desarrollan dos dimensiones más ?verticales?, como son las constituidas por los medios de comunicación afectados por la fragmentación de los contenidos y la comunidad educativa, que asiste aparentemente pasiva al surgimiento de las redes sociales como evolución de las comunidades virtuales a que daba lugar la Internet originaria.

El dossier se completa con una selección diversa de ?puntos de vista? que complementan, con matices variados y más cercanos, la visión más analítica de los artículos de fondo. En esta ocasión hemos contado con puntos de vista provenientes de ámbitos bien distintos, desde la universidad a la empresa, tocando aspectos como el legal o el de las relaciones personales, con aproximaciones tanto académicas desde la teoría de redes, como puramente de negocio desde el *marketing*.

Esta introducción al dossier va acompañada por el personalísimo punto de vista de Fernando Sáez Vacas que, tras participar como autor y coordinador en aquel ya clásico Cuaderno Central de TELOS 65, nos ofrece su particular visión de la Red ?en el país digital de las maravillas?. Una aproximación a la realidad de la WebNG, en primera persona, realizada por un sociotecnólogo de la información que reclama una Educación para la InfoCiudadanía desde la tecnocultura.

Fundación Telefónica
Telefónica