



La web 2.0 (...y la madre que la parió!) Por Alejandro Suárez Sánchez Ocaña

Con este singular nombre, Alejandro Suárez, ha publicado su primer libro, el cual se adentra en el universo de los blogs, redes sociales, y todo el mundo web. Este libro ha sido lanzado a los mercados de Latinoamérica y España siguiendo una línea editorial de libro de autoayuda de fácil comprensión, con la idea de dar a conocer a todos los interesados en el mundo internauta las herramientas y aplicaciones más comunes.

En opinión de Alejandro Suárez, la web 2.0 aporta valor al usuario al hacerle partícipe, además de haber traído nuevos formatos como el video a Internet, que permiten una mayor interacción. *"Desde ese prisma, todo son ventajas".*

En este contexto, el usuario podrá seguir transformando la red, pero también tendrá más control por parte de las autoridades y propietarios de los websites en foros, blogs, sistemas de video y redes sociales. "Habrá que adaptarse y el usuario deberá aprender a tener una responsabilidad como generador de contenido que es, del mismo modo que la tienen las empresas del sector", asegura Suárez.

Este libro, de cerca de 170 páginas, es una especie de guía sobre el mundo 2.0 escrita por uno de los mejores conocedores de este fenómeno en España. Alejandro Suárez es el CEO de Ocio Networks, la segunda red de blogs en España y la que más está creciendo últimamente.

La obra introduce a los usuarios con perfil offline en el mundo de las Web 2.0 con el fin de darles a conocer las aplicaciones y utilidades más extendidas de esta nueva herramienta. Así, la temática de este libro hace un repaso por algunas de las cuestiones más interesantes y con mayor proyección de futuro en el sector de las nuevas tecnologías, tales como los blogs, los wikis, las redes sociales, los widgets, los podcast, la publicidad 2.0 y la revolución de la Web Semántica o Web 3.0, entre otros.

En cuanto a las redes sociales, el autor afirma que son adictivas y van logrando una mayor penetración social, que se intensificará durante este año y será selectiva. En España no hay sitio para tantas redes sociales, por lo que la gente priorizará y posiblemente sólo queden tres perfectamente segmentadas: Facebook (generalista, personal-profesional), LinkedIn (internacional profesional) y Tuenti (para los más jóvenes).

No está de más añadir que el libro acaba con un esclarecedor capítulo sobre la web semántica o 3.0.