

Ismael Nafría

«Web 2.0 erabiltzaileen aroa da, web 3.0 datuena izango da»

Zer esaten eta idazten dugun ulertzen duten makinaren aroa omen dator bi-hiru urteren buruan, topatu nahi ditugun gauzak errazago atzemango ditugun garaia, edukiak erraz berrerabiliko ditugun 3.0 belaunaldia. Ismael Nafría kazetariak argi dauka eta Interneteko etorkizuna begiratzeko leiho txikia zabaldu digu.

ELI POMBO

Argazkia: Nagore Lozano

Gaur egun web 2.0 garaia bizi dugu. Aro honetaz zer nabarmenduko zenuke?

On-line negozioen bigarren belaunaldia da, 90eko hamarkada amaieran eta 2000. urtean bizitako hondamendiaren ondoren. 2003-2004tik aurrera negozio mota berria sortu zen, merkatua berriro berpiztuz. Negozio horiek bi ezaugarri dituzte: ikuspuntu teknologikotik, jendeak gauzak egiteko plataformak dira. Langile gutxirekin sortu ahal dira, ondoren jendeak betetzen baititu edukiz –YouTube, Flickr edo Wikipedia horren adibide dira–. Bigarrena eta nire ustez funtsezkoena erabiltzaileen parte-hartzea da. Jendearen parte-hartzerik gabe webgune horiek ez dute zentzurik. Eta gaur egun webgune horietako askok arrakasta handia daukate. Wikipedia herrialde gehienetako hamar webgune kontsultatuen artean dago, YouTuberen arrakasta guztiok dakigu zenbaterainokoa den... eta badira hain erabiliak izan gabe oso eraginkorrak diren beste webgune batzuk, adibidez del.icio.us –erabiltzen hasten bazara, oso zaila da uztea, Interneten aurkitutako informazioa antolatzen eta besteekin partekatzen laguntzen baitu–.

Gero eta gehiagok iragartzen dute web 3.0 belaunaldiaren etorrera. Noiz ezagutuko dugu errealitate hori?



Aspalditik ari gara hitz egiten Web 3.0 edo web semantikoari buruz –batzuek web 3.0 web semantikoarekin identifikatzen dute eta zuzena iruditzen zait–. 1999-2000tik web semantikoa zer izan daitekeen idatzia dago. Baina 2008 arte ideia hauek praktikara eramateko ez da garapen zehatzik egin. Aurtan jada web semantikoa erabiltzen hasi diren zenbait webgune eta zerbitzu daude –powerset.com edo twine.com–.

Web 2.0 erabiltzaileen aroa izan bada, web 3.0 datuena izango da. Bilaketa inteligenteagoak egin ahal izango dira eta webgune desberdi-

netan argitaratutako edukiak elkarren artean harremanetan jarriko dira. Hortik erabiltzailearentzat askoz ere erabilgarriagoak izango diren zerbitzuak sortuko dira. Horregatik deitzen da semantikoa, datuak ulertu, beste batzuekin harremanetan jarri eta ondorioak ateratzeko gai izango baita [adibidez, bilatzaileek guk sartutako hitz gakoa semantikoki bilatuko dute, nahiz eta hitza bera webgunean ez agertu].

Nire ustez aro horren loraldiari bi-hiru urte geratzen zaizkio. Gakoa web semantikoa oinarritutako aplikazioak egotea da eta horiek publiko orokorrarengana iristea, web 2.0rekin gertatu den bezala. Baina edukia sortzen dutenek ere irizpide semantikoekin sortu behar dute informazioa, bestela jai dago. Horrek lan gehiago egitea eskatzen du eta ez du inork egingo ez badio erabilera praktikorik ikusten. Baina nik uste dut egiten dutenek probetxua aterako diotela.

Informazioa berrerabili eta partekatuko dela kontuan izanik, datuen babesak garrantzi gehiago izango al du web 3.0 garaian?

Orain arte bezala, oso garrantzitsua izango da. Arauak oso garbi egon behar dute, erabiltzaileak ezagutu egin behar ditu eta informazio publikoa eta pribatua mugatzeko aukera izan behar du. Teknikoki informazio hori ongi mugatzeko modua topatu beharko da, datuen erabilera desegokirik egin ez dadin. Horrek ez luke arazorik sortu behar.

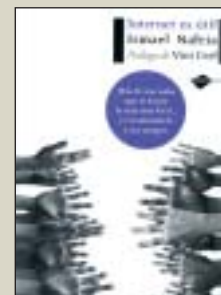
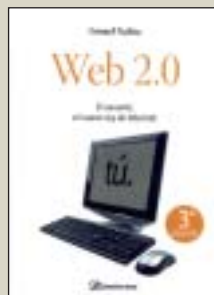
Badirudi web 2.0 garaian sortutako hainbat proiektu sozialki arrakastatsuak izan badira ere, ekonomikoki ez dutela espero bezalako etekinik lortu. Antzerako zerbait gertatuko al da web 3.0 egitasmoekin?

Web 2.0ko proiektu batzuek arrakasta izan dute eta beste batzuek ez. Eredu asko daude ez direnak soilik web 2.0. Amazon adibidez, lehenengo belaunaldiko denda bat da, baina gaur egun web 2.0 bezala defini genitzakeen hamabost aplikazio baino gehiago ditu. Beste galdera bat: hiritarren kazaritza negoziario al da komunikabideen munduan? Gaur egun ez, baina komunikabide gehienak duela lau urte baino askoz irekiagoak daude jendearen parte-hartzera. Komunikabideen sarreren zein kopuruk dauka horrekin zerikusia? Hori kalkulatzeko oso zaila da. Baina komunikabideen arrakastak jendearen parte-hartzerekin du zerikusia, dudarik gabe. Antzerako zerbait gertatuko da web 3.0 garaian ere. Ez dira soilik web 3.0 egitasmoak izango, baizik eta web semantikoaren elementuak jada sortuak dauden egitasmoen gehituko zaizkie.

Zu kazetaria zara, nola egokitu dira komunikabideak egoera berrira?

Internauta eta kazetaria

Ismael Nafria kazetariak 14 urte daramatza Internet gaietan sartuta. Urte horietan guztietan milaka orduz nabigatu du eta ehunka webgune aztertu. Bere esperientziak bi liburu idazteko parada eman dio: *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet* (Web 2.0. Erabiltzailea, Interneteko errege berria) eta *Internet es útil* (Internet erabilgarria da). Bi urtez *La Vanguardia* Digitaleko erredaktore buru izandakoa, gaur egun La Vanguardia taldeko Internet aholkularia da.



Urte hauetan ikasi dugu komunikabide berri bat dagoela, Internet; egunkari, irrati edo telebistatik desberdina, gauzak kontatzeko modu berriak dakartzana, erabiltzaileen aldetik kontsulta molde berriak dituen eta kazetariak lan errutina desberdinak ekarri dizkiena. Eta informazioa Interneten nola eman behar den benetan ulertu duten komunikabideak daude: *New York Times*, *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*... Yahoo News ez da komunikabide bat, baina medioetako edukiak bateratzen eta ongi aurkezten jakin du.

Hala ere, %100ean on-line mentalitatearekin aritzea kosta egiten zaie komunikabideei, gaur egun krisi egoera bizi baitute. Hor oraindik ere geratzen da bidea egiteko. Horregatik uste dut datozen urteetan gauza interesgarriak ikusiko ditugula.

Nola erabil dezakete enpresek Internet berrikuntzarako tresna gisa?

Enpresek egoerari aurre egiteko duten modua da gakoa. Enpresa batek pentsa dezake daukana munduko onena dela eta bere horretan geratu edo ausartagoa izan, zer gertatzen den begiratu eta aurreratzen saiatu. Adibidez, musikaren munduan Apple jakin du egoerari aurre hartzen bere itunes eta ipod-arekin. Behar bat detektatu du eta horri erantzuten jakin du. Bien bitartean, zenbait diskoetxe oso egoera larrian daude, ez baitute egoera berria onartu nahi izan. ■

“Web 3.0 bilaketetan, webgune desberdinetan argitaratutako edukiak elkarren artean harremanetan jarriko dira”