

# La web 2.0

## compartir y construir

Alberto Ortiz de Zarate *Alorza* & Lontzo Sainz

La expresión Web 2.0 ha irrumpido con fuerza en muy poco tiempo, pero muchas personas se preguntan aún qué es y para qué sirve 2.0. Lontzo Sainz, director de Eitb.com, y Alberto Ortiz de Zárate, Jefe de Proyectos en la Oficina para la Modernización de la Administración del Gobierno Vasco y más conocido como *Alorza* en la red, ambos expertos en la materia, nos han acercado a conocer este fenómeno social que permite el establecimiento de lazos y relaciones con personas que tienen los mismos intereses, preocupaciones o necesidades para compartir y construir junt@s.

**Haritu:** ¿Cómo definiríais la web 2.0 a una persona mayor que desconozca completamente este mundo?

**Lontzo Sainz:** una de las bases de 2.0, para explicárselo a una persona que no entienda mucho, podría ser que si esa persona está acostumbrada a leer el periódico, se puede llegar a convertir en la persona que hace el periódico, en la que hace las noticias de deportes, la que opina, la que hace fotos.... Así se lo explicaría brevemente, por ejemplo, a mi madre. A través de 2.0, la gente pasa de tener una actitud pasiva ante lo que recibe a adoptar una actitud más activa.

**Alberto Ortiz de Zarate:** depende de la persona, la edad a veces no tiene nada que ver.

Hay gente mayor que entiende más que algunos jóvenes, pero en todo caso, lo que no hay que decir nunca es 2.0. Se les va a alejar del concepto, porque es una expresión rara, numérica y además ya está muy quemada. ¿Cómo explicarlo? Pues también depende de para qué. La web 2.0 es una forma de compartir cosas con la gente, y la clave está en la gente. Tú puedes hacer lo que sea contando con la gente. Puedes planificar tus vacaciones con gente, puedes debatir, ver las fotos de tu primo de Cuenca sin tener que ir a su casa... Creo que cuando lo ves así, a la gente mayor o a la gente no digitalizada no le cuesta tanto entenderlo. Me hace gracia que se hable de la brecha digital, porque tú vas a cualquier país que sea exportador de ideas, por ejemplo a Bolivia, y en la aldea más re-

mota hay un café o un locutorio con ordenadores y las abuelas están hablando vía Skype con sus nietos. ¿Dónde está la brecha digital? En las necesidades. Si tienes necesidades y te las cubren fácilmente, te enganchas inmediatamente.

**Lontzo Sainz:** y si la brecha es por motivos de edad, casi siempre tienen a alguien, a un hijo o hija, sobrino o sobrina, que les pueda ayudar. Recuerdo una iniciativa participativa en la que una abuela, con ayuda de su nieto, había grabado un video en el que ella planteaba una pregunta política, lo subieron a la red y fue uno de los videos más vistos. Alberto, es verdad lo que comentabas de que compartir es importantísimo.



**Haritu:** la participación del usuario es indispensable.

**Alberto Ortiz de Zarate:** sí, pero creo que como empleéis la palabra participación, dejan de participar. Es una palabra que suena muy solemne. Hay que ser naturales. 2.0 sirve para compartir. Por ejemplo, para planificar un viaje. Tengo amigos ciclistas que se meten conmigo porque ellos no hacen webs ni ese tipo de cosas y yo les suelo decir: vosotros os habéis metido en Goo-

gle maps y utilizando no sé qué aplicación habéis hecho un mapa con toda la ruta que vais a hacer en bici y la habéis subido a otro sitio para que la vean vuestros colegas aficionados al ciclismo, entre todos habéis montado colaborativamente una ruta magnífica, eligiendo los hoteles para dormir y demás. Todo eso lo habéis hecho con 2.0. Además, incluso habéis opinado sobre los hoteles para que otros ciclistas tengan una referencia. Evidentemente, mis amigos también participan. Pero como les digas que es-

tán participando, igual te contestan: ¡no, pero si lo que yo quiero es divertirme!

**Lontzo Sainz:** sí, hay gente que se pregunta: ¿qué hacen todos esos metidos tanto tiempo en internet? Y resulta que cuando alguien tiene una afición por algo en concreto, desde el fútbol a la cocina pasando por la pintura o los viajes, tiene una necesidad y se acerca a un instrumento que le facilita disfrutar de una manera más plena de lo que le gusta. Entonces, al final resul-

«A través de 2.0 la gente pasa de tener una actitud pasiva ante lo que recibe a adoptar una actitud más activa»



ta que crea, por ejemplo, un blog de cocina donde conversar y relacionarse con otras personas que tienen su afición y nunca podría haber pensado que internet le habría servido para eso. Hay varios conceptos que se han manejado bastante con todo lo relacionado con el tema de participación, incluso frases solemnes que al final ves que tienen sentido, como por ejemplo: si creas algo para que se llene, no se llenará. Tú creas una herramienta, elaboras una web o pones en marcha algo y crees que va a funcionar seguro porque es lo que a ti te gusta, lo que te llena, y luego la gente quizá no participa o no entra por lo del concepto del bar lleno y el bar vacío: si un bar está vacío, no entras y si está lleno, sí.

**Haritu: ¿buscáis fórmulas para que la gente se acerque a compartir?**

**Lontzo Sainz:** sí. Nosotros llevamos a cabo la experiencia de Aupatu, que ha sido muy satisfactoria, donde la gente envía sus noticias, vota y crea la portada que le parece más adecuada. Por mucho que estuviese en el propio medio, a la mayoría de los usuarios de [www.eitb.com](http://www.eitb.com) este ejercicio les resultaba extraño, no entendían nada. Con el paso del tiempo, al incluir esos mismos contenidos al pie de las noticias o incluso en la misma portada, la gente empezó a entrar. Algunos lo hacían para ver las noticias de su pueblo, otros para hacer un blog de montaña... Cuando tienes este tipo de herramientas, muchas

veces quizá la manera de acercárselo a la gente es ponérselo al lado de los contenidos de las cosas que está buscando. Cuando lo tiene en ese lugar y le llama la atención uno de los titulares, cabe la posibilidad de que se llegue a interesar.

**Alberto Ortiz de Zarate:** creo que no hay que hacer que la gente se acerque, no tienen que moverse. Lo que hay que detectar son los protocomportamientos 2.0. Tienen que saber, por ejemplo, que lo que hacen en el bar lo pueden ir haciendo en casa cuando lleguen. Esto es algo que ya están descubriendo los jóvenes. Sus padres les hacen llegar para las once a casa y, a partir de esa hora, pueden seguir relacionándose con sus amigos en el Messen-

## «Dónde está la brecha digital? En las necesidades. Si tienes necesidades y te las cubren fácilmente, te enganchas enseguida»

ger o en Tuenty o en otro medio. La gente no tiene por qué cambiar sus costumbres. Se trata de que las cosas que ya hacen o quieren hacer las hagan más fácil con esto. Yo lo que no quiero hacer en ningún caso es evangelizar diciéndolo: oye, pero ¿cómo es que no sabes esto del 2.0? ¡Qué anticuado!

**Lontzo Sainz:** sí, además la gente hace lo que quiere, por mucho que les digas que se muevan aquí o allí.

**Alberto Ortiz de Zarate:** creo que se trata de ir investigando cómo hacer para ofrecerles servicio. Yo ahora estoy participando en una red social con compañeros de trabajo que están en otras localizaciones, apenas podemos vernos, y hago experimentos: voy introduciendo temas de debate para ver si entran al trapo. Te puede pasar que apenas haya respuestas y, de pronto, un día sacas un tema político y ves que entran. Entonces, dices: algo hemos averiguado. Ya tienes un punto de partida. Parece ser que si el tema es político, entran. Pero no tienen que moverse a ninguna parte, te tienes que acercar ellos.

**Lontzo Sainz:** nosotros, en EITB, ahora estamos detectando la necesidad de establecer una relación desde el punto de vista personal, que te conozcan en tu ámbito, que sepan que estás haciendo algo y que, si a alguna persona le interesa, sabe que puede acudir a ti o tú puedes acudir a él por una necesidad o por un interés o porque te ha llamado la atención. Yo no intento atraer a la gente, sino que voy a donde están, y en este momento en el ámbito de las redes sociales ¿dónde está la gente? Fundamentalmente, entre otras cosas, en Facebook. Prácticamente te comunicas a través del mail o a través de Facebook. Al Twitter todavía le queda un ratito.

**Alberto Ortiz de Zarate:** eso de que no venga la gente, que ya vamos nosotros, cuando vas a la práctica tiene otras implicaciones muy interesantes. Los que andamos en la blogosfera pú-

blica ahora estamos debatiendo si el gobierno para dar servicio tiene que acudir a la ciudadanía o la ciudadanía al gobierno. En Inglaterra no tienes por qué ir al palacio de Administración a hacer cola. El palacio de la Administración es un portal que acude a ti, puede dejar las cosas vía RSS, por ejemplo, en tu propia página. Si queremos esto de verdad, empeemos a poner servicios de la Administración, por ejemplo, en Facebook. Y ¿por qué en Facebook y no en una red social que se dedique a la Administración? Porque ahí no hay nadie. ¿Dónde está la gente? En Facebook, en Twitter, en Tuenty. Si vas a hacer algo con los jóvenes, hazlo en Tuenty. Se abrió un blog en la página web del Gobierno Vasco sobre la Ley de Juventud pensando en que la gente entraría a aportar, y no resultó. Está bien probarlo, pero se ha visto que hay que ir donde está la gente. Muchas veces, además, no hay que preguntarles, hay que escucharlos, y ves que están diciendo lo que tú les ibas a preguntar. Hay quien dice que el futuro del eGovernment es el no-Government. Que cada cual tenga su sitio web. Además, también hay intermediarios. Tomemos como ejemplo las becas. La mejor web para tener un módulo donde gestionar tus becas es probablemente la misma página donde tienes tu cuenta bancaria y seguro que tu banco está deseando ponerte un módulo allí donde tú puedas gestionarla, sin tener que ir al banco. Es desmembrar los servicios para acercarlos radicalmente. Esto cuesta mucho, pero empiezan a surgir cosas, algunas curiosas, como en Nueva Zelanda que están acercando Facebook como vía de notificación. «Usted tiene que ir a juicio y se lo hacemos saber vía Facebook». Entonces, dices: ¿no tenía que haber una persona que fuera y firmara fehacientemente tal y cual? Claro, esto va a suponer problemas, sobre todo desde el punto de vista legal, tenemos una moralidad tan estrecha en la Administración.

**Lontzo Sainz:** y luego siempre está el miedo a la posibilidad de que te digan: yo, como ciuda-

dano, no tengo por qué tomar parte en una red social que no me interese. No me puedes obligar como Administración ni a que me compre un ordenador ni a tener conexión a internet. Tengo que disfrutar de la posibilidad de hacer las cosas como yo quiera.

**Haritu:** ¿cómo hacer para que las personas que hasta ahora han participado dentro de un movimiento social en el ámbito presencial confluyan con las personas que se mueven dentro del nuevo espacio que les brinda 2.0? ¿Cómo hacer para que se alimenten mutuamente ambas partes?

**Alberto Ortiz de Zarate:** creo que los británicos son los que mejor están tratando este tema. No sólo desde el Gobierno, sino también desde asociaciones que surgen de abajo arriba. Está la famosa My Sociocity, un espacio en el que los ciudadanos pueden hacer llegar sus quejas a los políticos directamente responsables de su resolución. Además, si por ejemplo, un ciudadano puso una queja porque una farola estaba rota, hacen un seguimiento para garantizar que la arreglan. Es interesante, pero sigue siendo sólo a través de la red. También están los de Involve, que llevan a cabo varios proyectos, junto con otras organizaciones, para fomentar la participación ciudadana en todos los campos, tanto en los servicios públicos como en la toma de decisiones políticas o en aspectos de interés general. Ofertan muchas formas de participación e incluyen actividades presenciales, desde World café hasta lo que quieras. Hay otra organización que ha tomado cartas en el asunto, que es Participle. Viendo la oferta ya existente vía online, esta organización ha optado por crear puentes entre lo online y lo no online. Por ejemplo, graban con cámara a gente que debate y propone sobre algún tema, supongamos a unas señoras que se juntan a tomar el té para debatir sobre la gestión de su municipio, y luego suben ese video, lo convierten en contenido de la web 2.0. Hacen de intermediadores.

### «Lo presencial y el espacio 2.0 parecen dos mundos paralelos, y creo que lo son»

**Lontzo Sainz:** lo presencial y el espacio 2.0 parecen dos mundos paralelos, creo que lo son. Según mi experiencia, suele ser difícil que la gente que está participando de una manera concreta, online, acuda a algo presencial si no tiene un gran interés, y cuando se consigue que vayan, la participación de esa gente es más bien poquita en relación a la masa crítica que tienes. ¿Por qué? Porque ellos han optado por una manera de relacionarse y por el lugar donde ellos se sienten cómodos. Cuando en EITB llegamos a los mil usuarios con la herramienta social Aupatu, propusimos una quedada y nos juntamos unas doce personas, y eso que el llamamiento también lo hicimos a través del correo electrónico. Más tarde, hicimos otra coincidiendo con la puesta en marcha de Izan EITB y la respuesta también fue muy moderada. Además, en ambos casos utilizamos como gancho la presentación de la nueva sede de EITB en Bilbo, dábamos la posibilidad de que los usuarios vinieran a conocerla. No es fácil que ambas vías confluyan y se alimenten mutuamente. Si de mil usuarios generas atención sobre doce o quince, pues imagínate la masa crítica que necesitarías para hacer de eso algo realmente importante. Creo que cuando estás viviendo en una de las partes debes ver algo que realmente te atraiga de la otra y que trascienda un poquito a lo que estás haciendo en tu espacio, porque tú ya estás haciendo lo que te interesa en tu espacio y te sientes cómodo dónde estás.

**Alberto Ortiz de Zarate:** el asunto no es tanto la participación digital o no digital, es previo a todo esto. Para empezar, la cultura en la que vivimos es más bien contraria a la implicación de la ciudadanía en la vida pública. Hay sociedades más pegadas a las instituciones, al Estado, que esperan que el bienestar les provenga individualmente, uno a uno, a través del Estado, como los países nórdicos. Están dispuestos a pagar muchos impuestos y, en compensación, esperan que el Estado les cubra

cualquier necesidad. También está el modelo americano, que lo gira todo al mercado. Consideran al Estado peligroso, cuanto más lejos lo tienen mejor, y lo giran todo al mercado. Hay modelos un poco más intermedios, como en Alemania, y además está el modelo mediterráneo, que no mira ni al Estado ni al mercado, lo circunscribe todo a la familia. En tu entorno familiar y tu círculo cercano estás dispuesto a participar en lo que sea, y eso tiene su parte positiva, pero en contraposición, hay un desapego muy grande hacia las instituciones públicas, parece que no son de nadie, que se pueden manchar, romper y escupir y a nadie le parece mal. Cuando se habla de dinero público, el Estado siempre es enemigo. Cuando un ayuntamiento hace negocio vendiendo un terreno, la gente se queja diciendo: «ya andan engrosando las arcas». Pero si son las arcas de toda la ciudadanía, cuanto más se engrosen mejor, claro, si el dinero no se lo embolsa el alcalde. Pertenece a una sociedad volcada hacia el interior, hacia la familia y nuestro círculo cercano. En consecuencia, el llamamiento a participar para muchos es una marciandada. Si miramos a EEUU, vemos cómo la ciudadanía realiza trabajo voluntario para ayudar a la comunidad. Aquí, partimos de un contexto raro, en el que lo público es enemigo, no lo compartimos. Por otro lado, está la barrera del miedo. Si bien la idea de la participación ciudadana es bien acogida por las clases políticas, tienen claro que el concepto es bueno y que vale la pena desarrollarlo, dando más participación al ciudadano en los asuntos públicos, los políticos tienen miedo de que la participación ciudadana se les vuelva en contra, es decir, que los resultados que se obtengan por la vía de la participación no coincidan con lo que realmente a ellos les gustaría. Sólo nos llaman a participar para introducir el voto en la urna, y luego suelen venir las críticas y las quejas de la ciudadanía. Pero la cadena de las políticas públicas debe empezar mucho más atrás. La gama de participación ciudadana



puede ser muy amplia: acordar cuáles son los asuntos clave, deliberar cuáles son los problemas, las soluciones, buscar alternativas, la propia prestación del servicio público... Si la ciudadanía se implicara desde el principio, no nos encontraríamos con quejas contra otros, sino con una autocrítica de cómo mejorar las cosas que hemos hecho.

«La gente no tiene por qué cambiar sus costrumbres, se trata de que realicen con más facilidad las cosas que ya hacen o quieren hacer»



mucho lo que hicieron en Helsinki. Se fijaron en una iniciativa desarrollada en Londres, que consistía en cobrar un impuesto por entrar a la ciudad en coche. Se propusieron hacer lo mismo y surgieron dos frentes: los que querían y los que no. Fueron más listos y decidieron hacer una metodología experimental. Optaron por poner en marcha la iniciativa durante seis meses, sin votación previa, y transcurrido ese tiempo, desactivar el nuevo sistema y debatir sobre su funcionamiento, extraer datos y, finalmente, hacer una votación. La gente participó, pero claro, es uno de esos temas cercanos, que te afectan mucho, que te duele el callo. Como ésa, hay mil formas. Aquí tenemos la costumbre de lanzar algo, juntarnos en manifestación, hacer una votación popular ilegal y, luego, en contra de lo que se ha votado, se pone en marcha lo primero que se dijo. Todo eso no anima a participar precisamente. Una fórmula muy buena es la de movilizar la participación ciudadana para alcanzar un consenso acerca de cuáles deben ser los criterios a aplicar en la toma de una decisión. Es algo que hizo Quim Brugué en su etapa como director de participación en Cataluña, en relación con la construcción de cárceles. Brugué consiguió llegar a acuerdos para poner cárceles en Cataluña. Creó un sistema para crear un acuerdo entre todos sobre los criterios a aplicar, como cuál debía ser el tamaño adecuado de una población para ubicar en ella una cárcel, cerca de que debería y no debería estar... Se decidió que los pueblos que más se acercaran a esos criterios y, que en consecuencia, albergarían una cárcel, serían compensados de alguna manera, construyéndoles un hospital o una escuela o...

**Lontzo Sainz:** es difícil implicar a la gente y en ese proceso en el que lo que decimos mentalmente es que podemos criticar, denostar al Estado, a eso que es de todos, también está la otra parte del discurso que dice: ¿para eso hemos pagado? ¿A mi me dicen cómo tengo que hacer esto? No. Yo te pago para que lo hagas tú. Luego, evidentemente, cuando el resultado

no nos guste, todos vamos a decir: a mi me tenían que haber dicho desde el principio que yo podía estar aquí. Cuando pones las herramientas y el bar está vacío es cuando puede sentir un poco de desazón.

**Alberto Ortiz de Zarate:** hay fórmulas interesantes para ir empezando. A mi me gustó

**Lontzo Sainz:** luego está la parte del interés. ¿Cómo haces que esa gente que vive su relación con un tema a través de una comunidad que pueda ser online pase a hacerlo de manera presencial? Pues, habrá ocasiones en las que tercie un nuevo interés. Por ejemplo,

## «En la campaña electoral de la CAV prácticamente todos los partidos políticos se han aprovechado de la fuerza oscura de 2.0»

hay gente que nos envía sus fotos de paisajes y las enseñamos en la tele. Cuando haces algo de tipo presencial con esa gente, suele funcionar bastante bien, aunque no se corresponda a toda la masa crítica que tienes. Esa gente se ha sentido motivada, interesada por algo: venir a la sede, conocer a la gente que hace el tiempo en la tele... Han pasado a esta otra parte porque algo que les ha interesado, y no era esencialmente algo que ellos estaban haciendo. Es verdad que cuantas más herramientas les das y más las mejoras, cuanto más les atiendes, les dedicas tiempo, más te lo agradecen, en su ámbito, en el lugar donde está viviendo su afición, a la fotografía en este caso.

**Alberto Ortiz de Zarate:** es interesante, porque antes hablábamos de grandes palabras, participar y tal, y yo estoy convencido de que el motor de una web 2.0 son las emociones básicas humanas más bajas. Es decir, la envidia, la lujuria, la gula, la codicia y todo el afán de protagonismo. ¿Por qué la gente sube fotos? Porque ve su foto firmada en un medio y le llena de orgullo. Es algo que funciona.

**Lontzo Sainz:** esa gente nos reclamó una herramienta de relación entre ellos y se la ofrecimos, fue tan simple como un foro. Antes hablábamos de la dificultad para atraerlos a otro ámbito distinto al que participan, pero en este caso ellos mismos solicitaban una herramienta para disfrutar de su afición. Si les pides un favor también participan y algunos te lo agradecen porque es una manera diferente de relacionarse entre ellos. A ellos lo que les gusta es subir fotos y disfrutar de esa afición a la fotografía con otras personas. Si además de vez en cuando salen en la tele, pues, algunos encantados.

**Alberto Ortiz de Zarate:** yo me paso media vida diciendo que la web 2.0 son los valores, que lo que importa de verdad no son las herra-

mientas, la tecnología... sino los valores, pero tengo un conflicto conmigo mismo: no sé hasta qué punto los valores los crea la gente, que yo creo que en parte sí, o si también la misma herramienta los trae incorporados de serie. Empiezas a poner tu foto por puro egolatrismo, pero el diseño de la herramienta ya la sube directamente y la va a ver todo el mundo y luego otro la va a coger y la va a utilizar para sus fines, le va a recortar en cachito que le interesa... En fin, la misma configuración de internet y de las herramientas que hay encima hacen que incluso sin querer estés compartiendo, dejando en abierto, contribuyendo a que adquieran conocimiento gratis, a que te quiten lo tuyo.

**Lontzo Sainz:** pero normalmente es gente que se siente parte de esa comunidad que está contribuyendo a hacer que la información de meteorología sea mejor, independientemente de que haya quienes suban fotos por ver su nombre.

**Alberto Ortiz de Zarate:** ¿crees eso de verdad?

**Lontzo Sainz:** de hecho, hay muchas personas que se nos han incorporado a Zu kazetari, servicio de periodismo ciudadano, y mucha gente manda comentarios directamente al mail de Egurdia acerca del tiempo, de las previsiones...

**Alberto Ortiz de Zarate:** no pongo en duda que haya una parte de la gente que sea así, pero, por ejemplo, tú entras en Flickr y hay trillones de fotos y entre la gente que sube esas fotos hay algunos que crean comunidades, organizan concursos y tienen movimiento, pero hay mucha gente que no. Hay de todo.

**Lontzo Sainz:** efectivamente.

**Haritu:** en 2.0 ¿una organización, sea una empresa, una administración o un movi-

miento social, debería saber de esos valores para no cometer errores?

**Alberto Ortiz de Zarate:** los valores no se saben, ¿no? Se asumen y se tienen. Hay una serie de valores magníficos, pero por más que intento adquirirlos, luego sí no se demuestra en el comportamiento son palabras, nada más. Existe una discusión relacionada con este tema. En esto, como en todas las tecnologías que se adoptan, existen primero los pioneros, luego los adaptadores tempranos y después van llegando las masas. Los primeros suelen tener claras las premisas que introducen, hacen un esfuerzo en crear material y configuran unos valores. La masa que viene detrás no los tiene, bueno algunos sí, y es entonces cuando empiezan a subvertir esos valores originales. Hay gente que, en ese momento, da mucho miedo. Les oyes decir: «Mira esa gente lo que hace con los blogs!! Qué horror! No lo inventamos para eso». Creo que, hasta ahora, esto ha sido una cosa de la élite, pero ya ha pasado a la vida real y las utopías cuando son adoptadas se ensucian, se emplean otra manera diferente de la que se creó. Pero tiene su parte maravillosa, y es que se adoptan y, aunque cambie algo, se mantiene siempre el espíritu que lo creó.

**Lontzo Sainz:** sí, es un lado oscuro muy atrayente.

**Alberto Ortiz de Zarate:** ni oscuro ni no oscuro, es que la gente es como es.

**Lontzo Sainz:** digo oscuro porque lo que sí he visto, por ejemplo, en la campaña electoral de la CAV es que los partidos que concurrían, prácticamente todos, se han aprovechado de la fuerza oscura de 2.0. Han caído ante la tentación de intentar influir en la gente, haciendo comentarios, iniciativas, pero sin poner el nombre y el apellido, sin identificarse. Esa parte a mí sí me ha producido cierta desazón.

Alberto Ortiz de Zarate

## «En la red cuenta la credibilidad. Hay que ganársela, y cuesta»



**Alberto Ortiz de Zarate:** igual soy más optimista, pero creo que el lado oscuro, al menos su parte más burda, no causa efecto, es automáticamente rechazada por la red, porque ni se contrasta. En la red cuenta la credibilidad. Hay que ganársela, y cuesta. En campaña ha habido un partido político que me ha atascado el Facebook con su continuos mensajes. Ese partido cuenta con grandes bloggers, pero sus dirigentes no son ni bloggers y han hecho un mal uso del 2.0. Me han enviado mensaje ésos que nunca han estado presentes en Facebook. Mejor si no hubieran aparecido en ese período o si lo hubieran hecho tras las elecciones. Las prácticas burdas se detectan.

**Lontzo Sainz:** todos han intentado estar presentes en 2.0, algunos con más o menos humor, más o menos acierto, originalidad, y me parece muy bien, hasta se agradece. Lo que me ha creado cierta desazón ha sido que ha habido quienes no han dejado claro en nombre de quién hablaban.

**Alberto Ortiz de Zarate:** más que atacar a los valores, que ojalá pudiéramos cambiar a la gente, habría que empezar desde la escuela. Se puede trabajar la netiqueta en la red, las normas básicas de comportamiento en el

cibespacio. Se puede educar a la gente en eso, en no decir «cambia tus valores», sino «aprende por dónde te mueves». Por ejemplo: mi netiqueta propia es que todos los comentarios que no se de quién son porque no tienen enlace en ninguna parte los valoro mínimamente, incluso cuando son interesantes. Me interesa disfrutar de la gente que pone su cara. Como ésa, hay mil cosas que se pueden enseñar. Hay que enseñar a los chavales cómo manejar su identidad, porque la imagen va a permanecer siempre. Antes de publicar algo, hay que leerlo... Son muchas las recomendaciones.