



La revolución 3.0

La llegada de la Web 3.0 nos hace replantear el lugar que ocupa Internet y la manera en la que interactuamos con las nuevas tecnologías.



Autor Sebastián
Soffia Hernández
sebastian@soffia.org
@sebasoffia

La Web, desde su nacimiento, ha transitado cambios tan grandes e importantes, que incluso las empresas tuvieron que modificar su forma de comunicarse. Ahora estamos en una época en la que la Web tiene un

rol fundamental en la comunicación, y en la vida social y profesional de las personas. Pero, además, estamos ingresando en un cambio mucho más profundo, en el que la inteligencia artificial, unida a nuestra información dentro de la Web, los contenidos 3D, la conectividad desde dispositivos móviles, y muchos otros elementos, cambiarán la manera en la que nos vinculamos con la Red. Prepárense, porque éste es sólo el comienzo de esta gran revolución que se ha dado a conocer como Web 3.0.

Web 3.0, Web semántica, Web 3D

Para comenzar a entender estos conceptos, plantearemos en primer lugar la definición que podemos rescatar de la opinión de diferentes autores con respecto a cada uno de ellos.

La Web 3.0 ha sido controversial en cuanto a su definición. Tanto el New York Times como el diseñador Jeffrey Zeldman (www.zeldman.com) manifestaron sus posturas sobre el tema y expusieron sus puntos de vista. Básicamente, la definición habla

de una evolución de la Web 2.0, hasta la generación de una Web que se transforma en una especie de base de datos disponible para cualquier programa, recurso, plataforma o aplicación (sin ser necesariamente un browser) desde la cual podemos acceder a ellos. Estos datos se encuentran en formatos que buscan estandarizar el orden de la información y el contenido generado por los usuarios, partiendo del RDF (www.w3.org/RDF), hasta llegar a los microformatos (<http://microformats.org>) planteados por Technorati (<http://technorati.com>).

De manera complementaria, la Web semántica, postulada por Tim Berners Lee hace más de una década, basa su significado en las búsquedas de cola larga (long tail). Esto quiere decir que las búsquedas contienen palabras clave (keywords) que crean conceptos. Éstos se cierran por etiquetas a través de la web social (tags, metatags), y estas etiquetas constituyen los resultados que se generan sobre la base de una búsqueda. Por ejemplo, si quisiéramos buscar "comer sushi en un lugar con sillones", claramente, los resultados arrojarían, primero, el concepto comer+sushi; en tanto que "lugar" junto con "sillones" serían conceptos que se obtendrían en última instancia. Incluso, todas estas palabras podrían no arrojar ningún resultado. La Web semántica busca reunir estos conceptos de cola larga, y para este fin existen diferentes servicios que pueden ayudarnos a ser asertivos en cuanto a la información que queremos entregar. Google Adwords (<http://adwords.google.com>) ofrece servicios de búsqueda de palabras clave que pueden facilitar la localización de las mejores referencias. Al mismo tiempo, el buscador genera, a la izquierda y en tiempo real, conceptos que pueden ser de gran valor para producir un contenido más acorde a lo que la gente está leyendo.

Para el caso de la generación de contenidos, es muy importante conocer las herramientas que nos ayudarán a encontrar los términos de búsqueda más solicitados en la categoría de producto elegida, además de

desarrollar del mismo modo contenidos que estén acordes al contenido de la categoría más solicitado.

Para este fin, los servicios que podemos destacar son:

- Google Insight (estadísticas de búsquedas): www.google.com/insights/search.
- Google Trends (tendencias de búsquedas recientes): www.google.es/trends.
- Zemanta: www.zemanta.com

La Web 3D es aquella que se ha situado sobre la base del uso de la georrefe-



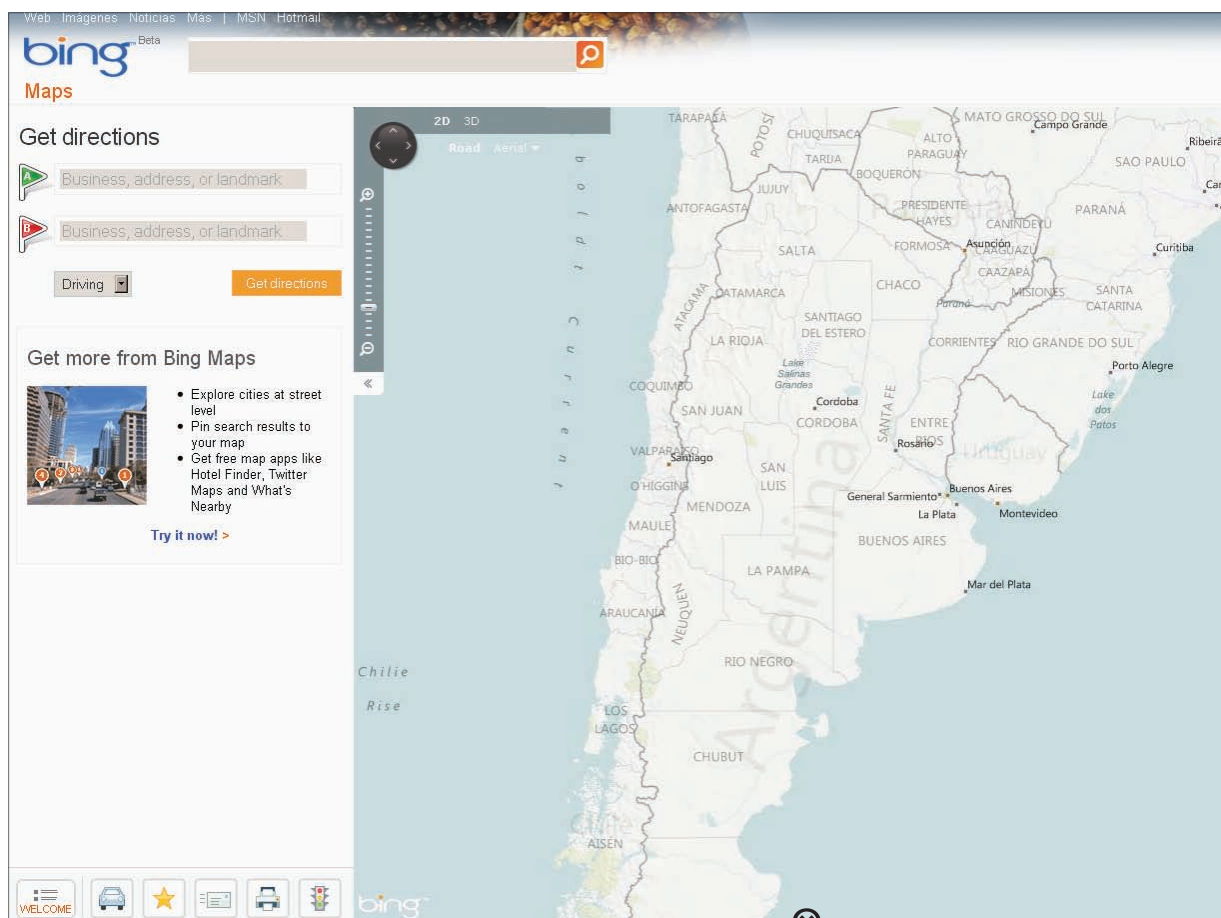
rencia y de la realidad virtual. En este campo, la realidad aumentada cumple un papel muy importante, ya que en tiempo real y presencial podemos experimentar su función. Aplicaciones como Layar (www.layar.com), Junaio (www.junaio.com), Wikitude (www.wikitude.org) y AcrossAir (www.acrossair.com), entre otras, dan a conocer la factibilidad de visualizar contenido, compartirlo, convivir con él en la Red, y ser nosotros mismos generadores de este material.

iMac, iPhone e iPad: los tres dispositivos estrella en los que la Web se integra y se vuelve transversal.





TENDENCIAS WEB 3.0



Diferencias entre la Web 1.0, 2.0 y 3.0

Para comprender mejor las diferencias, en primer lugar debemos conocer las características de cada una de ellas, a nivel tanto de comunicación como de herramientas.

La Web 1.0, también conocida como "el estallido de las .com", fue aquella en la que las empresas hicieron su recorrido inicial. En ella, las compañías hablaban a sus clientes, pero en una comunicación sólo unidireccional. A nivel de marketing, todo seguía como era tradicionalmente, adaptando la comunicación de los medios offline al ambiente digital.

La Web 2.0, o de las redes sociales, es la que actualmente comanda la forma de vida de muchas personas. La manera "tradicional" de comunicarse ha cambiado: ahora el proceso es bidireccional, y hacen su aparición

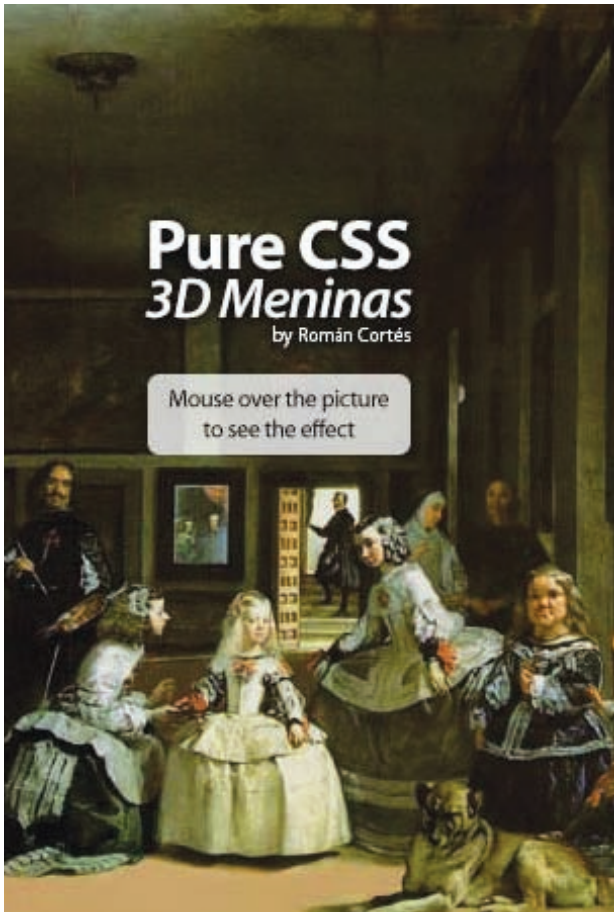
Un servicio que tiene un contexto georreferencial y virtual es el de mapas de Bing (www.bing.com/maps). No tiene todas sus características disponibles en todos los países, pero promete generar, en tiempo real, la visualización de lugares y de lo que está sucediendo en ellos.



El Community Manager, como el experto en SEO, aprovecha esta Web semántica en pos de una mejor posición de las marcas.

diferentes modelos, como usuarios generadores de contenidos, programas de código abierto (Open Source), medios sociales, microblogging, georreferenciación de datos, y otros. La convergencia de las plataformas es lo más importante en este punto. El uso de móviles, de plataformas de consulta y de computadoras, todos interconectados a la Web, hace que la información sea mucho más accesible desde cualquier lugar.

La Web 3.0 propone un nuevo cambio, al utilizar esta comunicación bidireccional para establecer relaciones entre los mismos usuarios. Pasamos de esta manera al punto de la interconectividad, donde es mucho más fuerte el lazo a nivel cultural con las plataformas y la tecnología. En esta etapa, los usuarios pasan a ser generadores de negocios y desarrolladores de herramientas, gracias a



Meninas con Parallax (por Román Cortés). El uso de CSS3 y los efectos que se pueden lograr se muestran en acción en www.roman-cortes.com/blog/css-3d-meninas.

la apertura de los códigos de muchos sistemas de uso social. La API es el código que ha permitido generar nuevas aplicaciones, las cuales, unidas con otras, dan lugar a mashups: la evolución de nuevas aplicaciones a partir de otras ya existentes.

En esta etapa, la ontología de la Web y la estandarización de sus códigos harán cada vez más eficientes las búsquedas y más eficaces las respuestas de lo que una empresa quiera comunicar a sus clientes, y también de los diferentes servicios o lugares que queramos encontrar.

El desafío para los diseñadores

La reinención es la clave: el diseñador tiene que empezar a materializar su función dentro de los desarrollos digitales, tanto interactivos e informativos, como de interconexión. Entre las distintas funciones que puede co-

menzar a cumplir, están la arquitectura de la información, la maquetación o wireframe de las diferentes aplicaciones, el look and feel de las campañas, la producción HTML, el corte CSS... Incluso, puede pensar en el armado de los gráficos y en el uso de APIs para el desarrollo de nuevos diseños.

Estar actualizados y mantenerse al tanto de las nuevas tecnologías será el factor más importante para tener en cuenta, ya que conociendo el producto, podemos tomar las decisiones más adecuadas para el desarrollo de una creatividad que cumpla los objetivos buscados por los clientes.

El aprendizaje de nuevos lenguajes capaces de mostrar la información en diferentes dispositivos, y el uso de estándares que están revolucionando la Web (como HTML5 y CSS3), permiten conseguir resultados muy simples pero, a la vez, impresionantes.

El uso de tecnologías para la Web 3D permite la intervención y la superposición de objetos virtuales, que pueden ser elementos diferenciadores en la comunicación o el diseño.

El conocimiento de diversas herramientas que puedan aportar al diseño es uno de los aspectos más importantes para el profesional. La investigación en el uso de la Web 3.0, Web semántica y/o Web 3D es una etapa fundamental que debe encarar, de manera tal de llevar a cabo un trabajo más completo y desarrollado, en concordancia con las nuevas tecnologías y plataformas que van apareciendo en el mercado. La integración de dispositivos como smartphones, e-books y tablets también abre un nuevo nicho en el que los diseñadores podrán complementar sus funciones junto con su trabajo tradicional.

La Web 3.0 en la sociedad y en los entes gubernamentales

Las herramientas tecnológicas nos ofrecen mayor acceso a las entidades tanto privadas como gubernamentales. En este ámbito podemos revisar el caso de Recovery.org (www.recovery.gov), un sitio donde el gobierno de los Estados Unidos ha promovido una ley para potenciar proyectos que aporten al crecimiento económico del país. Para lograr esto, la aplicación muestra, dentro de un mapa, utilizando el buscador en Realidad Aumentada Layar, los lugares donde se están haciendo las inversiones.

La digitalización de los gobiernos depende, en gran medida, de la penetración que tiene Internet en cada país. Pero, además, el uso de la tecnología para suplir servicios de pago y de trámites, entre otros, es muy importante, ya que contribuye a la eficiencia en el trabajo tanto de las empresas como de los gobiernos.

Estamos frente a un cambio importante; son muchas las herramientas y los dispositivos de acceso a la información que los usuarios pueden obtener. Lo principal es darle un objetivo al uso de cada uno, y tener criterio para utilizar el que mejore los procesos o requerimientos.