

Web 2.0 - ¿Qué es y como aprovecharla para nuestros proyectos?



Mapa Visual de la Web 2.0
 Este mapa agrupa de forma visual los principales conceptos que habitualmente se relacionan con la Web 2.0, junto con una breve explicación. Además se han seleccionado algunos ejemplos de servicios de la Internet hispana que suelen enmarcarse en la Web 2.0. También se incluyen algunos representantes globales de la Web 2.0 habitualmente utilizados por el público hispano. Un glosario léxico explica con mayor detalle algunas de las tecnologías y acrónimos asociados con este fenómeno. Se puede acceder a una versión en línea de este mapa en www.internality.com/web20

Ing. Diego J. Arcusin
info@diegoarcusin.com

Glosario de Términos Comunes

AJAX (Asynchronous JavaScript And XML, Javascript y XML Asincrónico) - Técnica de desarrollo web que permite modificar la información de una página web sin tener que recargarla completamente, agilizando de esta forma la interacción con el usuario.
API (Application Programming Interface, Interfaz de Programación de Aplicaciones) - Conjunto de especificaciones para comunicarse con una aplicación, normalmente para obtener información y utilizarla en otros servicios. Ejemplo: Amazon Web Services, Flickr Services, Google AJAX API.
Beta - Versión en pruebas. Medio en bruto, medio en serio, los servicios de la Web 2.0 se encuentran siempre en «beta perpetua» evolucionando constantemente, a diferencia de los ciclos cerrados de desarrollo de otros servicios y aplicaciones.
CSS (Cascading Style Sheets, Hojas de Estilo en Cascada) - Lenguaje para definir la presentación de las páginas web, de modo que su aspecto quede separado del contenido en sí.

Mashup (Remezcla) - J...
 diversas fuentes relevantes normalmente empleando...
OPML (Outline Processor Equivalente) - Un formato...
 se suele utilizar para comp...
 pgn (Page-to-Page, Entre...
 «iguales», normalmente a...
 compartir información de...
 Messenger, BitTorrent, Ka...
Permalinks (Enlaces Pe...
 contenido en Internet que...
 fáciles de leer para las per...
REST (Representational S...
 sentación) - Filosofía de...
 intercambio de información mediante XML.

software social
 Herramientas que basan su existencia en las necesidades o fines de comunicación de las personas y que normalmente forman una comunidad con intereses comunes.
redes sociales
 Redes en cuya estructura los nodos individuales son personas que mantienen relaciones, tales como amistad intereses comunes o fines comerciales.

Compartir videos
 YouTube
 Google Video
 Dailymotion
 Dailymotion
Compartir fotos
 Flickr
 Picasa
 Fav Share
Marcadores Sociales y tagging
 Del.icio.us
 Gennio
 WebGenio

- ✓ **Contexto**
- ✓ **¿Qué es la Web 2.0?**
- ✓ **¿Es relevante la Web 2.0?**
- ✓ **Diferencias entre Web 1.0 y Web 2.0**
- ✓ **Usuarios en la Web 2.0**
- ✓ **Contenidos en la Web 2.0**
- ✓ **Organización de la información en la Web 2.0**
- ✓ **The Long Tail**
- ✓ **Comercio en la Web 2.0**
- ✓ **Publicidad en la Web 2.0**
- ✓ **DoubleClick Vs Google**
- ✓ **Industria del Software en la Web 2.0**
- ✓ **Netscape Vs Google**
- ✓ **Tecnologías utilizadas en la Web 2.0**
- ✓ **Conclusiones**

- ✓ **Masificación del acceso a Internet y la banda ancha.**
- ✓ **Luego de la “burbuja” de las punto com, la web lejos de decaer es más importante que nunca.**
- ✓ **Nuevas y apasionantes aplicaciones surgen con una regularidad sorprendente en la web.**
- ✓ **Google compra YouTube.com en 1.650 millones de dólares**

- ✓ La Web 2.0 es la evolución de las aplicaciones Web a aplicaciones centradas en el usuario.

“Web 1.0 was commerce.
Web 2.0 is people.”

“No es mas lo que VOS pensás,
es lo que ELLOS piensan”



Miércoles 13 de diciembre de 2006

- ✓ El concepto de 'Web 2.0' comenzó con una sesión de 'brainstorming' realizada entre O'Reilly y MediaLive International.
- ✓ En esa sesión de Brainstorming nació la conferencia Web 2.0 que actualmente acaba de realizar su cuarta edición con capacidad agotada.

<http://www.web2con.com/>



Tim O'Reilly.
Presidente y CEO
O'Reilly Media, Inc

¿Es relevante el impacto de la Web 2.0?

1	yahoo.com	Top 10 Alexa 24/10/2007
2	google.com	
3	msn.com	
4	youtube.com	
5	live.com	
6	myspace.com	
7	facebook.com	
8	wikipedia.org	
9	orkut.com	
10	Hi5.com	

- ✓ **La diferencia es difícil de comprender ya que el término Web 2.0 está muy bastardeado por su uso indiscriminado en el Marketing, sin una comprensión verdadera de sus principios.**
- ✓ **La Web 2.0 no tiene una frontera clara, son un conjunto de principios y prácticas que se pueden aplicar en mayor o menor medida, por eso se habla de una “Actitud Web 2.0”.**

Usuarios

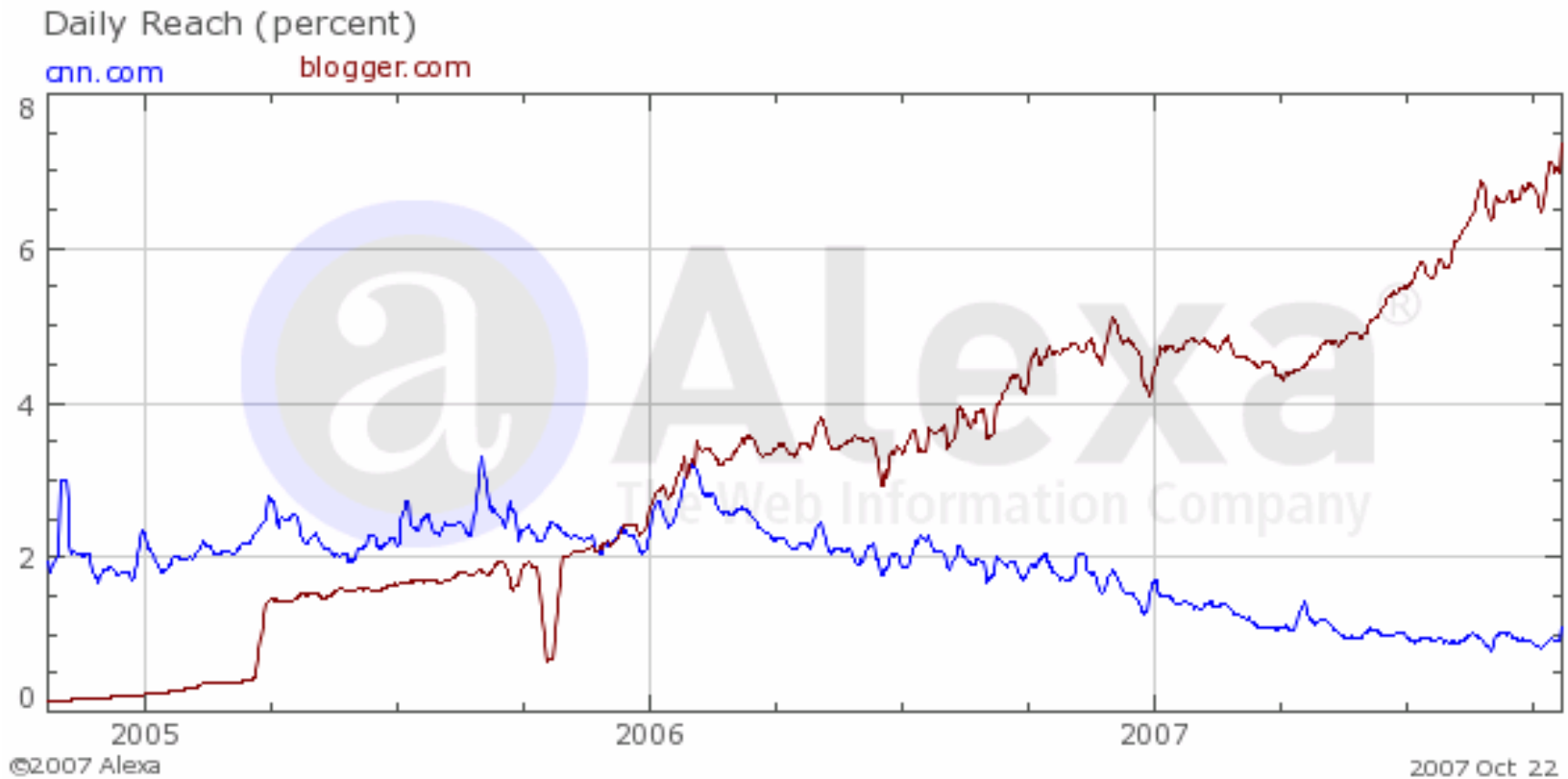
Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumen ✓ Crean ✓ Participan ✓ Comparten



Ejemplos

- ✓ Blogs (Blogger, Wordpress)
- ✓ Redes Sociales (MySpace, Facebook, Hi5)
- ✓ Peer To Peer (Kazaa, Napster, Skype)

Cnn.com versus Blogger.com



Contenidos

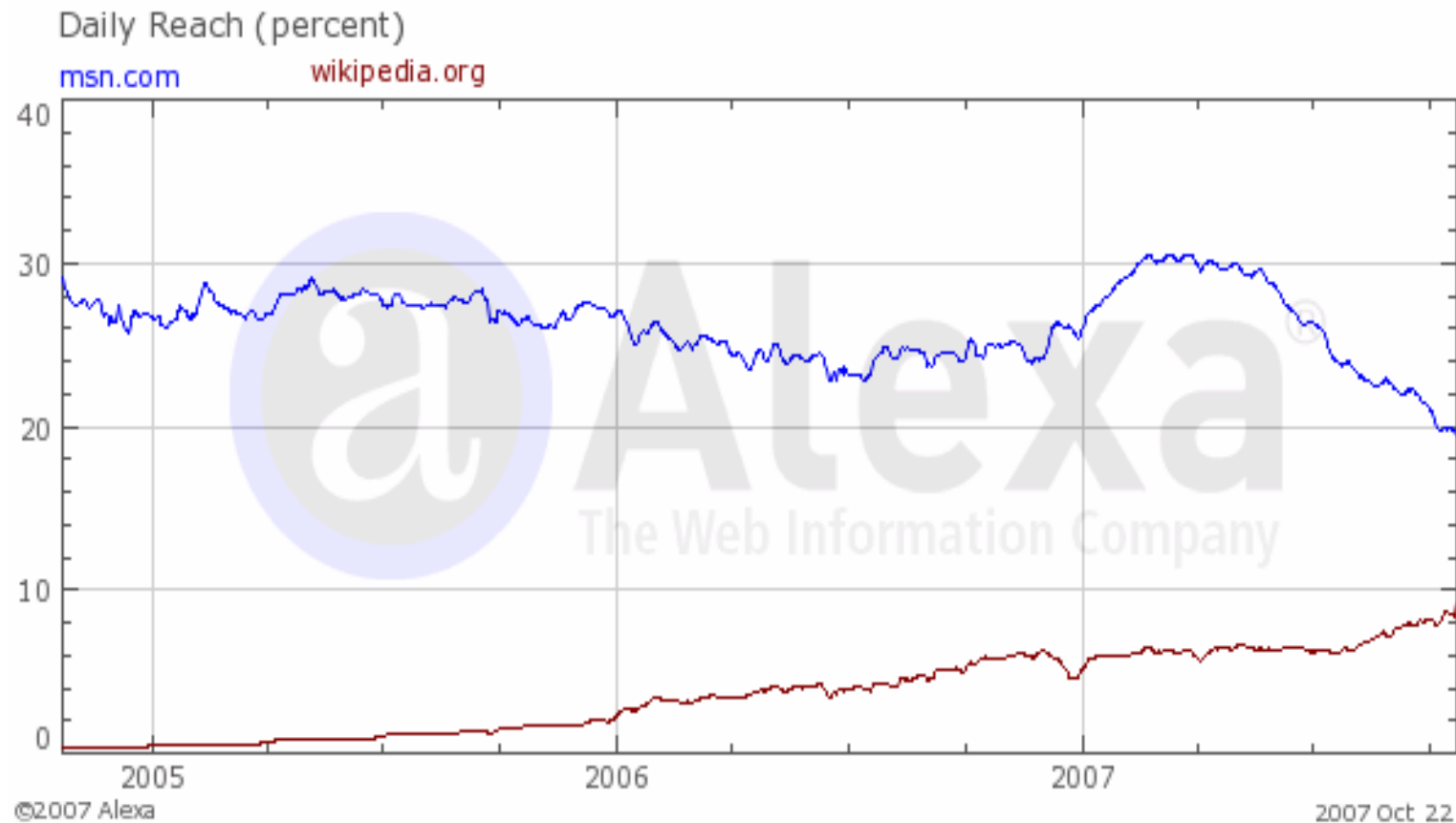
Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Textos y algunas fotos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Textos, Fotos, Audio y Video
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contenidos Proprietarios ✓ Protección y Copyright 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contenidos Compartidos ✓ Apertura y Sindicación



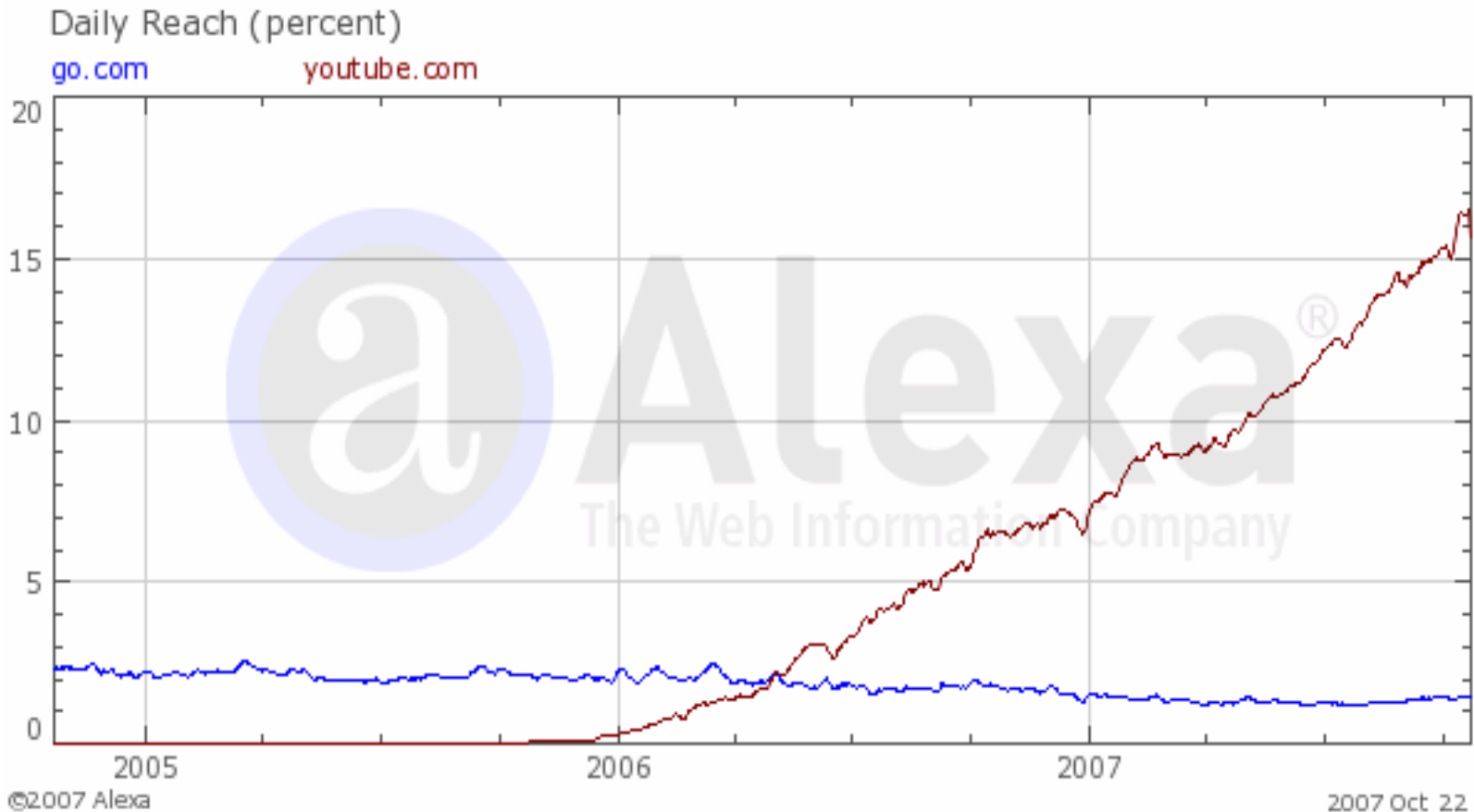
Ejemplos:

- ✓ Wikipedia
- ✓ YouTube
- ✓ Blogger
- ✓ Flickr

Encarta (en msn.com) versus Wikipedia



ABC (go) versus youtube.com



Organización de la Información

Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Taxonomía ✓ Directorios ✓ Criterios Arbitrarios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Folksonomía ✓ Tagging (Etiquetado) ✓ Inteligencia Colectiva

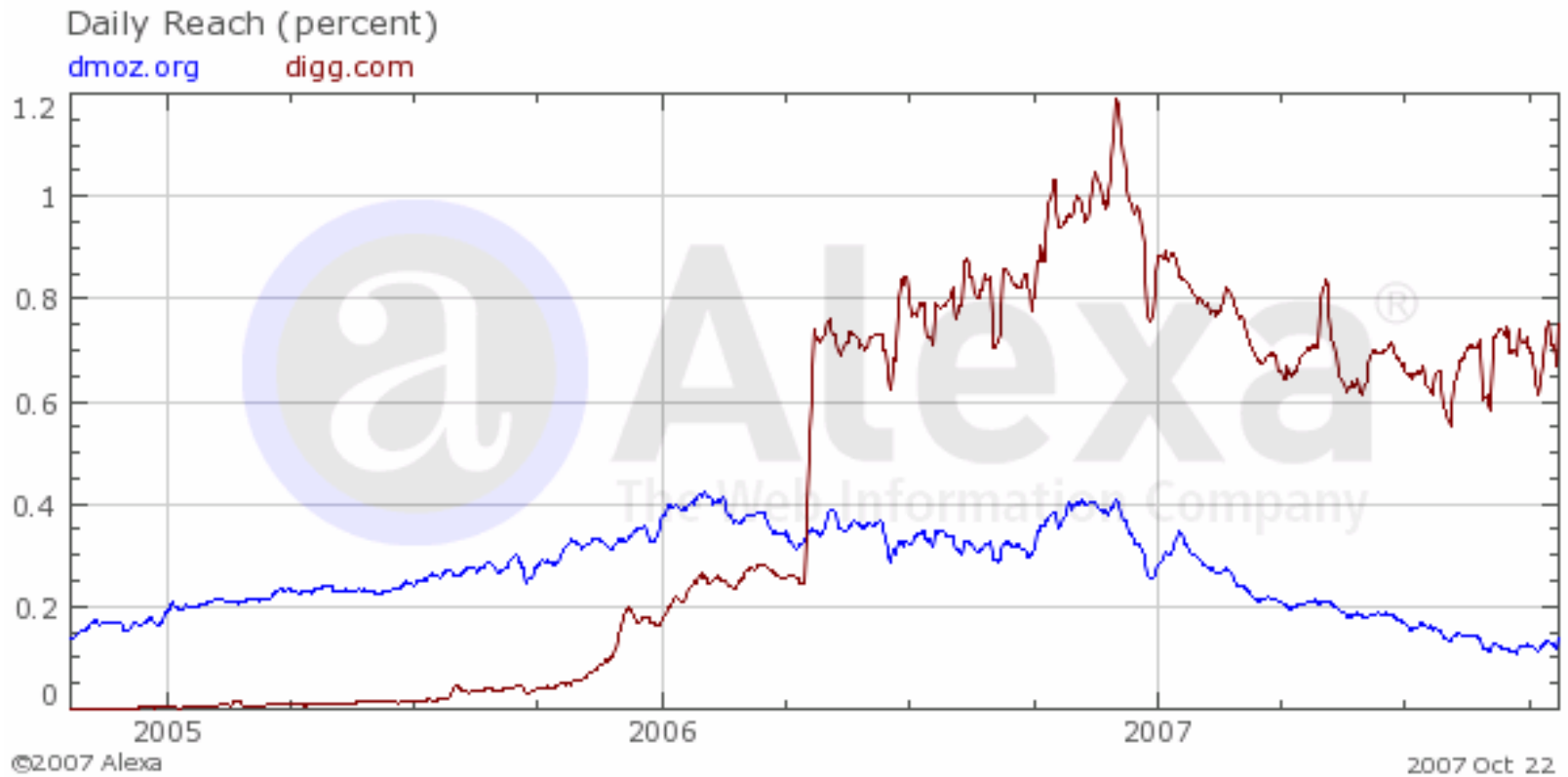


Ejemplos:

- ✓ Digg.com
- ✓ Del.icio.us
- ✓ Technorati.com
- ✓ Google PageRank

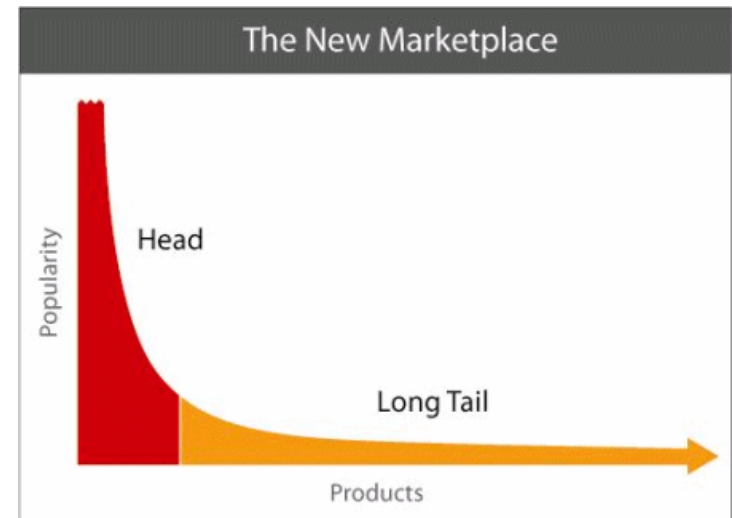
[anuncios](#) [astronomía](#) [cultura](#) [General](#)
[curiosidades](#) [divulgación](#) [ebooks](#) [english](#)
[grupos](#) [heavy](#) [history](#) [humor](#) [inglés](#) [juegos](#)
[karaoke](#) [libros](#) [magazine](#) [magazines](#) [mp3](#)
[música](#) [naturaleza](#) [ocio](#) [películas](#) [prensa](#)
[publicidad](#) [radio](#) [recetas](#) [ROCK](#) [simpsons](#)
[televisión](#) [test](#) [vídeos](#)

Dmoz.org versus Digg.com



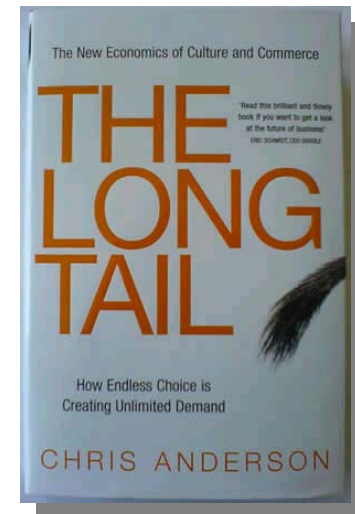
- ✓ En 1954, el 75% de los Estadounidenses veían “I Love Lucy”. Hoy el mejor programa de TV Americano no llega a ser visto por el 15% de la población.
- ✓ En el año 2000 los 5 discos Top de los Estados Unidos sumados vendieron 38 millones de copias. En el 2005 los 5 discos Top vendieron 19.7 millones de copias.
- ✓ La audiencia de los premios grammy del 2006 bajaron 10% en un año.
- ✓ En los EEUU se escuchan semanalmente 23 horas menos de radio que el hace 7 años (promedio por persona).

¿Dónde están Todos?



“How Endless choice is creating unlimited demand”

- ✓ La Web hace que los clientes ahora puedan encontrar “exactamente” lo que buscan y no tengan que conformarse con algo que se sólo se acercaba a lo que buscaban.
- ✓ El futuro del comercio no pasa por venderle más al conjunto de compradores de mayor demanda, sino venderle a la interminable cola de compradores de la larga cola. “
- ✓ Amazon.com vende más productos rankeados entre las posiciones 50 y 5000 que lo que venden los Top 50.
- ✓ La “Long Tail” amenaza a los Gigantes y abre oportunidades a quienes aprovechen los nichos.



Comercio Online

Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio de “Gigantes”. ✓ Poca oportunidad para los nichos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fenómeno de la Larga Cola (Long Tail) ✓ Gran oportunidad para los nichos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los medios tradicionales “imponen y venden”. ✓ Usuarios rehenes de los medios ✓ Ausencia de información “independiente” para decidir. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los usuarios son ahora los medios. Por lo tanto son los mismos usuarios los que “imponen y venden”. ✓ El cliente puede elegir con base en opiniones, comparaciones y calificaciones.

Publicidad

Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Banners ✓ Publicidad Tradicional ✓ PageViews y CPM 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SEO y SEM ✓ Publicidad Contextual ✓ CPC



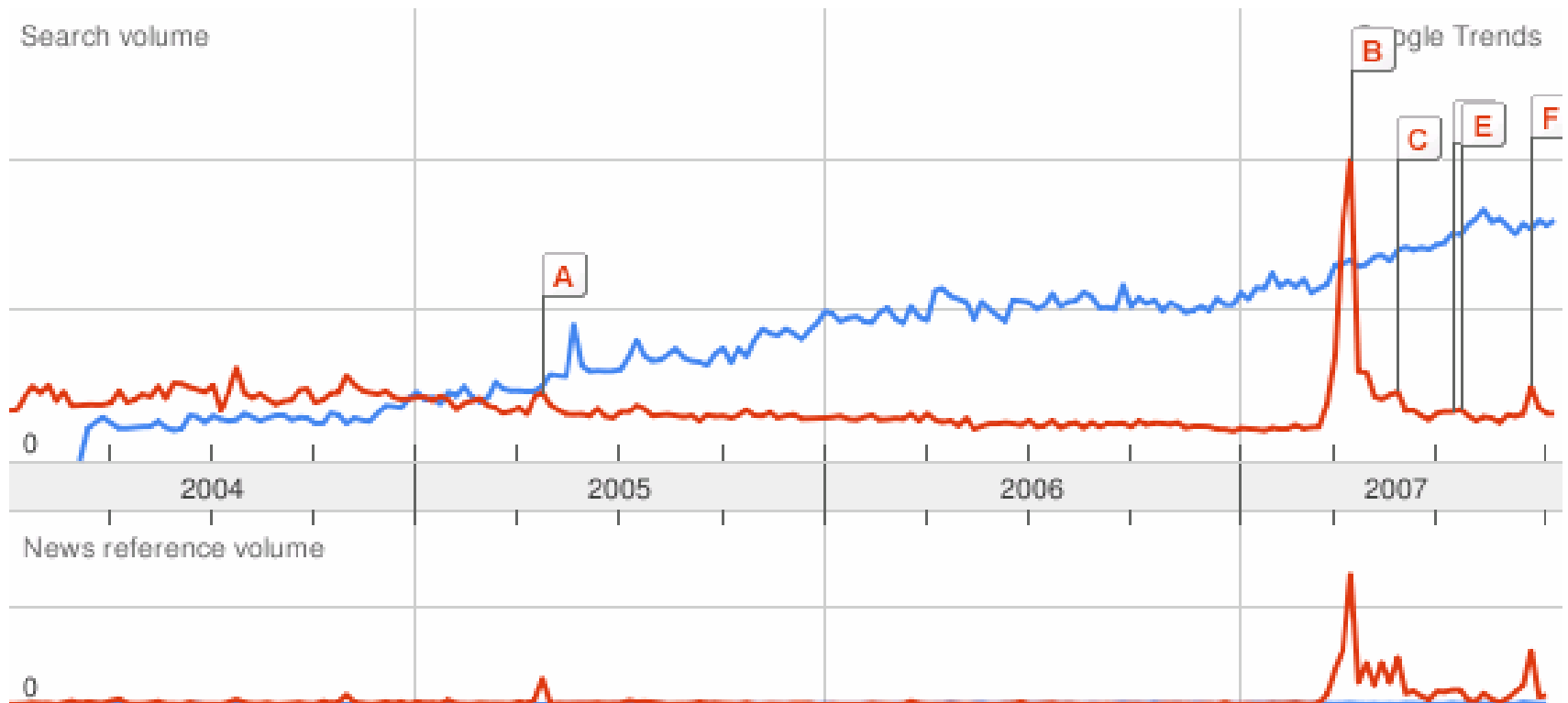
Ejemplos:

- ✓ Google Adsense / Adwords
- ✓ Overture

DoubleClick vs. Google Adsense

- ✓ Doubleclick se vió limitada en su modelo de Negocios. Pensó que la web trataba de publicación, no participación.
- ✓ Como consecuencia, DoubleClick cita orgullosa en su web 'más de 2000 implementaciones exitosas'. Overture y Google Adsense ya dan servicio a cientos de miles de publicistas.
- ✓ El éxito de Overture y de Google fue producto de 'the long tail', el poder colectivo de los sitios web pequeños que conforman la gran mayoría del contenido de la web. DoubleClick requiere un contrato formal de venta, limitando su mercado a unos pocos miles de sitios web grandes. Overture y Google crearon un sistema que permite la colocación del anuncio prácticamente en cualquier página web.
- ✓ También evitaron los formatos de publicidad como banners y popups, en favor de los anuncios de texto, mínimamente intrusivos, sensibles al contexto, amigables para el consumidor y fáciles de diseñar.

DoubleClick vs. Google AdSense



Software

Web 1.0	Web 2.0
✓ La Plataforma es el Sistema Operativo	✓ La Plataforma de desarrollo es la Web.
✓ Los Navegadores son las estrellas.	✓ Las aplicaciones Web son las estrellas
✓ Software instalable	✓ Software no instalable
✓ Versiones y Upgrades	✓ Sin versiones – Beta Permanente
✓ Venta de Productos	✓ Venta de Servicios
✓ Modelo de ingresos basado en descargas e instalaciones.	✓ Modelo de ingresos basado en uso.
✓ Sólo Software	✓ Software + Gestión de los Datos

Netscape vs. Google

- ✓ Netscape ideó el concepto de 'la web como plataforma' en términos del viejo paradigma del software mediante un navegador web, una aplicación de escritorio
- ✓ Su estrategia era utilizar su dominio en el mercado de los navegadores para crear un mercado de productos de servidor de gama alta. El control sobre los estándares para visualizar el contenido y las aplicaciones en el navegador, en teoría, dio a Netscape la clase de poder de mercado del que disfrutó Microsoft en el mercado de los PCs.
- ✓ Netscape promovió un 'webtop' para sustituir al escritorio (el 'desktop'), y planeó poblar ese webtop con las actualizaciones de información y applets insertados en el webtop por los proveedores de información que comprarían los servidores de Netscape.
- ✓ Sin embargo, al final, los navegadores web y los servidores web resultaron ser commodities, y el valor se desplazó hacia los servicios ofrecidos sobre la plataforma web.

Netscape vs. Google

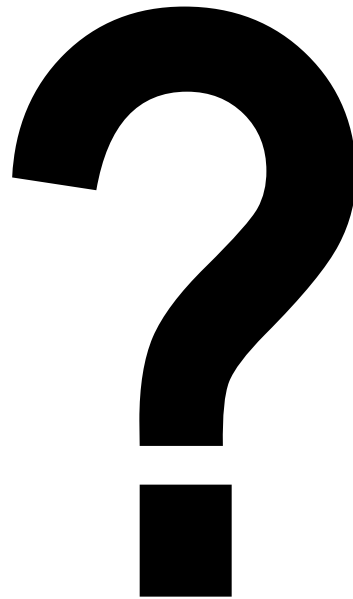
- ✓ Google, por el contrario, comenzó su vida como una aplicación web nativa, nunca vendida o empaquetada, sino siempre entregada como un servicio, con clientes pagando, directamente o indirectamente, por el uso de ese servicio.
- ✓ Ninguna de los resabios de la vieja industria del software están presentes.
 - ✓ No hay actualizaciones de las versiones del software, sencillamente mejora continua.
 - ✓ Ninguna licencia o venta, sencillamente uso. Ningún tipo de portabilidad a diferentes plataformas de forma que los clientes puedan ejecutar el software en su propio equipo, sencillamente, una colección masiva de PCs escalables en los que corren sistemas operativos de software abierto junto con aplicaciones y utilidades de su propia cosecha que nunca nadie de fuera de la compañía consigue ver.
- ✓ Google requiere una capacidad que Netscape nunca necesitó: gestión de la base de datos. Google no es sencillamente una colección de herramientas software, es una base de datos especializada. Sin los datos, las herramientas son inútiles; sin el software, los datos son inmanejables.
- ✓ El licenciamiento del software y el control sobre las APIs (la palanca de poder en la era anterior) es irrelevante porque el software no necesita ser distribuido sino ejecutado, y también porque sin la capacidad de recoger y de gestionar los datos, el software es de poca utilidad. De hecho, el valor del software es proporcional a la escala y al dinamismo de los datos que ayuda a gestionar .

- ✓ El servicio de Google no es un servidor (aunque es ofrecido por una colección masiva de servidores de Internet) ni un navegador (aunque es experimentado por el usuario a través del navegador). Ni siquiera su servicio insignia, el de búsqueda, almacena el contenido que permite encontrar a los usuarios. Como una llamada telefónica, que no tiene lugar en los teléfonos de los extremos de la llamada sino en la red que hay el medio, Google tiene lugar en el espacio que se encuentra entre el navegador y el motor de búsqueda y el servidor de contenido destino, como un habilitador o intermediario entre el usuario y su experiencia online.
- ✓ Aunque Netscape y Google se podrían describir como compañías de software, está claro que Netscape perteneció al mismo mundo del software que Lotus, Microsoft, Oracle, SAP, y otras compañías que surgieron durante la revolución del software de los años 80, mientras que Google se asocia mejor con aplicaciones de Internet como eBay, Amazon, y Napster.

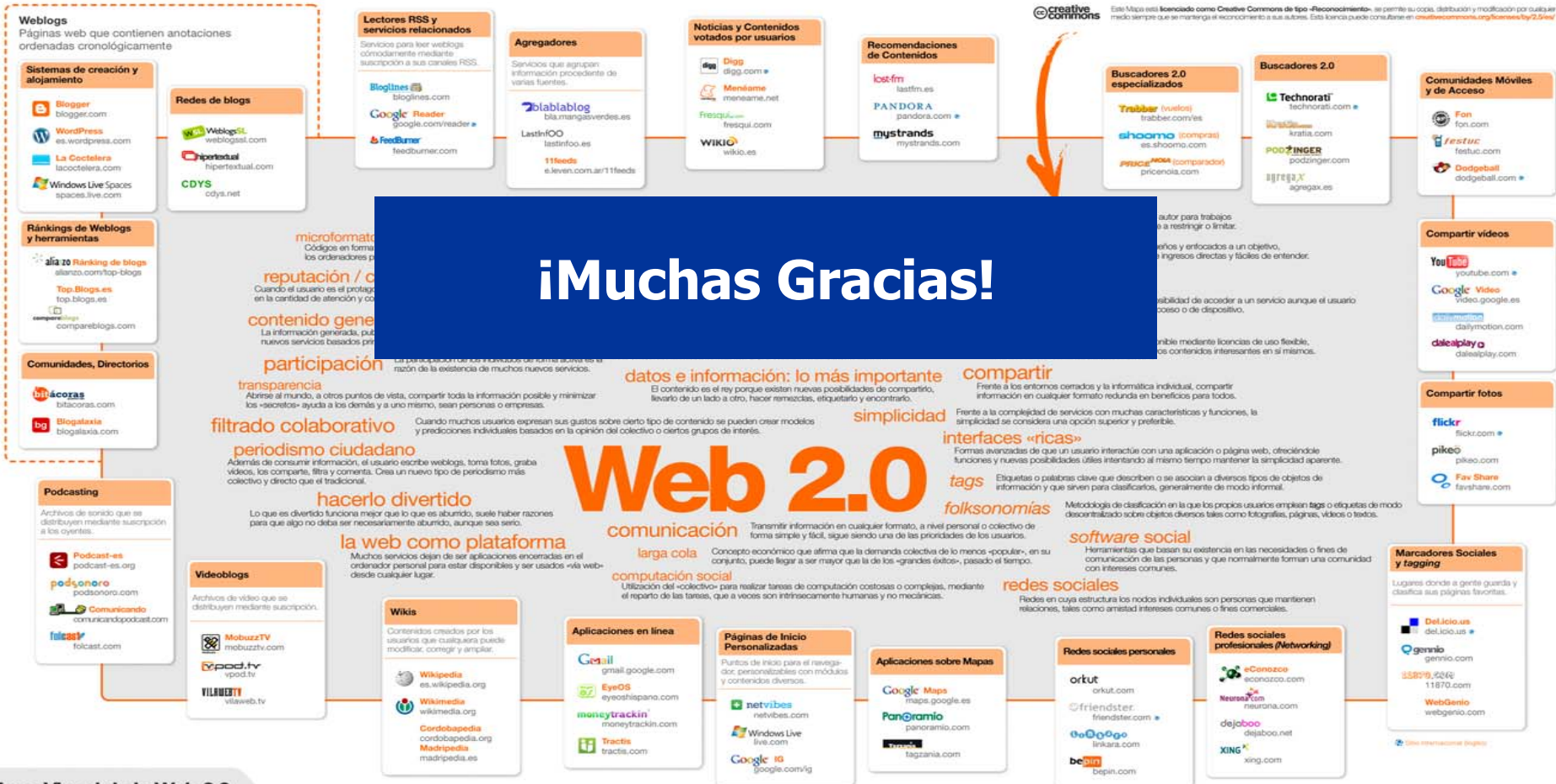
Tecnologías	
Web 1.0	Web 2.0
✓ Conexiones Dial Up	✓ Conexiones de Banda Ancha
✓ HTML	✓ XHTML ✓ Contenidos Dinámicos ✓ XML ✓ AJAX ✓ RSS, SOAP, APIs ✓ FLASH / Laszlo
✓ Conexión a la web desde PCs	✓ Conexiones desde múltiples dispositivos.

- ✓ **Aplicar una “Actitud Web 2.0” al pensar los proyectos.**
- ✓ **Pensar en la Web como plataforma dominante.**
 - ✓ **Venta de Servicios, no software.**
 - ✓ **La Operación debe ser una competencia fundamental.**
 - ✓ **El fin del ciclo de las actualizaciones de software. (El Beta permanente)**
 - ✓ **Pensar en sindicación y no en coordinación.**
 - ✓ **Diseñar para ser ‘Hackeados’ y ‘Remezclados’.**
- ✓ **Aprovechar la Participación y la inteligencia colectiva**
 - ✓ **Arquitectura de la participación**
 - ✓ **Confiar en los usuarios como co-desarrolladores.**
 - ✓ **Los datos y no el software son el siguiente “Intel Inside”. Controlar fuentes de datos únicos y difíciles de replicar que se enriquezcan a medida que más gente las utilice.**
 - ✓ **El “efecto de Red” separa el éxito del fracaso.**

- ✓ **Utilizar Tecnologías Web 2.0**
 - ✓ Modelos de programación e Interfaces livianos
 - ✓ Ofrecer contenidos multimediales ricos que mejoren la experiencia de los usuarios (Flash, Laszlo, Ajax, y otros.)
 - ✓ Pensar en software no limitado a un solo dispositivo.
 - ✓ Respetar los estándares de la W3C
 - ✓ Facilitando la posibilidad de compartir contenidos
 - ✓ Permitiendo el acceso desde múltiples dispositivos
- ✓ **Aprovechar el fenómeno de la larga cola (the long tail)**
 - ✓ Ofrecer aplicaciones para la autogestión de los clientes.



Web 2.0 - ¿Qué es y como aprovecharla para nuestros proyectos?



Mapa Visual de la Web 2.0
 Este mapa agrupa de forma visual los principales conceptos que habitualmente se relacionan con la Web 2.0, junto con una breve explicación. Además se han seleccionado algunos ejemplos de servicios de la Internet hispana que suelen enmarcarse en la Web 2.0. También se incluyen algunos representantes globales de la Web 2.0 habitualmente utilizados por el público hispano. Un glosario léxico explica con mayor detalle algunas de las tecnologías y acrónimos asociados con este fenómeno. Se puede acceder a una versión en línea de este mapa en www.internality.com/web20

Ing. Diego J. Arcusin
info@diegoarcusin.com

microformatos Códigos en formato que permiten a los ordenadores procesar la información de una página web sin tener que recurrir a la interpretación humana.

reputación / credibilidad Cuando el usuario es el protagonista en la cantidad de atención y confianza que recibe de otros usuarios.

contenido generado por el usuario La información generada por los usuarios de una aplicación web, a través de nuevos servicios basados en la participación.

participación La participación de los usuarios en la creación de contenido es la razón de la existencia de muchos nuevos servicios.

transparencia Abriéndose al mundo, a otros puntos de vista, compartir toda la información posible y minimizar los «secretos» ayuda a los demás y a uno mismo, sean personas o empresas.

filtrado colaborativo Cuando muchos usuarios expresan sus gustos sobre cierto tipo de contenido se pueden crear modelos y predicciones individuales basados en la opinión del colectivo o ciertos grupos de interés.

periodismo ciudadano Además de consumir información, el usuario escribe weblogs, toma fotos, graba videos, los comparte, filtra y comenta. Crea un nuevo tipo de periodismo más colectivo y directo que el tradicional.

hacerlo divertido Lo que es divertido funciona mejor que lo que es aburrido, suele haber razones para que algo no deba ser necesariamente aburrido, aunque sea serio.

la web como plataforma Muchos usuarios dejan de ser aplicaciones encerradas en el ordenador personal para estar disponibles y ser usadas «vía web» desde cualquier lugar.

comunicación Transmitir información en cualquier formato, a nivel personal o colectivo de forma simple y fácil, sigue siendo una de las prioridades de los usuarios.

larga cola Concepto económico que afirma que la demanda colectiva de los menos «populares», en su conjunto, puede llegar a ser mayor que la de los «grandes éxitos», pasado el tiempo.

computación social Utilización del «colectivo» para realizar tareas de computación costosas o complejas, mediante el reparto de las tareas, que a veces son intrínsecamente humanas y no mecánicas.

compartir Frente a los entornos cerrados y la informática individual, compartir información en cualquier formato reduce en beneficios para todos.

simplicidad Frente a la complejidad de servicios con muchas características y funciones, la simplicidad se considera una opción superior y preferible.

interfaz «ricas» Formas avanzadas de que un usuario interactúa con una aplicación o página web, ofreciéndole funciones y nuevas posibilidades útiles intentando al mismo tiempo mantener la simplicidad aparente.

tags Etiquetas o palabras clave que describen o se asocian a diversos tipos de objetos de información y que sirven para clasificarlos, generalmente de modo informal.

folksonomías Metodología de clasificación en la que los propios usuarios emplean tags o etiquetas de modo descentralizado sobre objetos diversos tales como fotografías, páginas, videos o textos.

software social Herramientas que basan su existencia en las necesidades o fines de comunicación de las personas y que normalmente forman una comunidad con intereses comunes.

redes sociales Redes en cuya estructura los nodos individuales son personas que mantienen relaciones, tales como amistad intereses comunes o fines comerciales.

Glosario de Términos Comunes

AJAX (Asynchronous JavaScript And XML, Javascript y XML Asincrónico) – Técnica de desarrollo web que permite modificar la información de una página web sin tener que recargarla completamente, agilizando de esta forma la interacción con el usuario.

API (Application Programming Interface, Interfaz de Programación de Aplicaciones) – Conjunto de especificaciones para comunicarse con una aplicación, normalmente para obtener información y utilizarla en otros servicios. Ejemplo: Amazon Web Services, Flickr Services, Google AJAX API.

Beta – Versión en pruebas. Medio en brama, medio en serio, los servicios de la Web 2.0 se encuentran siempre en «beta perpetua» evolucionando constantemente, a diferencia de los ciclos cerrados de desarrollo de otros servicios y aplicaciones.

CSS (Cascading Style Sheets, Hojas de Estilo en Cascada) – Lenguaje para definir la presentación de las páginas web, de modo que su aspecto quede separado del contenido en sí.

Mashup (Remezclaje) – Juntar diversas fuentes relevantes normalmente empleando tecnologías como XML, RSS, OPML (Outline Processor Equivalente) – Un formato que se suele utilizar para compartir información de servicios «iguales», normalmente a través de aplicaciones de mensajería, BitTorrent, Kazaa, etc.

Permalinks (Enlaces Perpetuos) – Enlaces en Internet que facilitan de leer las páginas web.

REST (Representational State Transfer) – Filosofía de intercambio de información mediante XML.