**L e c t u r a 8**

**Sobre el efecto *groundswell***

**Inés Skotnicka**

El efecto **groundswell** se refiere a la tendencia de las personas a usar las tecnologías web 2.0 y 3.0 para comunicarse, experimentar nuevos servicios y productos, requerir información, intercambiar opiniones… es decir, lo que se hace habitualmente en los blogs, en Facebook, YouTube, Twitter y otras redes sociales pero con un propósito específico.

Al respecto, se dice en TechWeek: *"Con un poco de iniciativa y creatividad, una nueva empresa puede sacarle mucho partido a las redes sociales como medio de comunicación y marketing para dar a conocer sus productos y llegar al mercado. La ventaja de este tipo de marketing es su bajo coste comparado con los medios tradicionales tri-media (radio, televisión, impreso) y su gran alcance demográfico."*

En el artículo siguiente, la consultora **Inés Skotnicka**, encargada de Investigación y Desarrollo de *eMOTools SL*, presenta una reseña del libro *"Groundswell. Winning in a world transformed by social technologies"* escrito por Charlene Li y Josh Bernoff.

Según la compañía Forrester, **groundswell** es un concepto que abarca el cambio social que han hecho posible las nuevas tecnologías y el uso de las mismas por la sociedad para comunicarse entre sí y con las empresas de una forma fácil y barata, nunca conocida hasta el momento.

**Groundswell** significa literalmente “remolino” y metafóricamente representa la ola de democratización social que ha permitido internet, y que amenaza con llevarse por delante a muchas empresas que no sean conscientes de este cambio en la manera de relacionarse con sus clientes.

En el libro los autores describen qué es el **groundswell** desde el punto de vista de las estrategias empresariales; qué deben saber las empresas ante este cambio social y sobre todo cómo usarlo en beneficio de ellas mismas. El libro enumera muchos casos prácticos de empresas que han cambiado su mentalidad para adaptarse e introducir en sus empresas estrategias de SMM (social media marketing) como los *reviews* de usuarios, la apertura de blogs corporativos, de comunidades sociales, etc.

Los autores, analistas de Forrester, se hacen eco del clamor popular que supone que de manera espontánea se produzca un movimiento de gente conectada, usando herramientas online, que en base a su propia experiencia, obtienen lo que necesitan, ya sea información, soporte, ideas, productos o poder de negociación, de las conversaciones y conexiones que entablan entre cada uno de ellos.

Ese clamor popular abarca a todos los sectores y empresas, donde son los propios empleados o usuarios dentro de las empresas los que están rediseñando la forma de trabajar y gestionar su forma de vida, en un movimiento que no para de crecer.

Los ejemplos, en su mayoría de empresas norteamericanas, hacen hincapié en la importancia de las redes sociales para las actividades de I&D, ventas, marketing o producción, donde se introducirán los conceptos como los de “escucha activa”, “conversaciones en red” en los enfoques empresariales “de toda la vida”.

Internet se convierte en el verdadero departamento de marketing de la empresa, bien desde fuera o desde dentro de la misma.

Para entender mejor las tendencias emergentes que afectan o afectaran en el futuro próximo a todas las empresas, el libro centra su enfoque metodológico a dos herramientas: *Social Technographies* y el método POST.

El método *Social Technograpics*, llamado también la escalera, da cabida a diferentes niveles de participación que existen entre las personas, tanto en su manera de acercarse a la web, como en la actividad que realizan en ella; desde los creadores hasta los que están inactivos. El conocimiento del comportamiento de los internautas, puede ser de un gran valor para las marcas, a la hora de valorar hacia dónde dirigir sus campañas o como enfocarlas.

El método POST, (siglas provenientes de *People, Objectives, Strategy y Technology*), define distintos pasos a realizar para establecer una estrategia social, no sólo el plantearse hacer un blog, abrir un perfil en una red social o crear una comunidad, sino como iniciarlo con una estrategia planificada y coherente.

Es decir, definir claramente y conocer las habilidades sociales de nuestros lectores, clientes y seguidores y lo que les interesa realmente; no lo que pensamos que les interesa.

La lectura del libro es bastante amena, aunque el lector europeo echará en falta salirse del círculo de empresas y mercado estadounidenses. Sin embargo, es interesante aplicar (a ser posible) las técnicas de POST y de *Social Technograpics* a nuestras Webs, blogs, wikis corporativas para tomar plena conciencia de a quien nos dirigimos.

*Recuperado el 8 de noviembre de* [*http://manuelgross.bligoo.com/content/view/528551/Efecto-Groundswell-Marketing-usando-las-redes-sociales.html*](http://manuelgross.bligoo.com/content/view/528551/Efecto-Groundswell-Marketing-usando-las-redes-sociales.html)

**L e c t u r a 9**

**LA WEB 3.0, AÑADE SIGNIFICADO**

**Hebe Bravo**

*En general, se asocia la Web 3.0 a una nueva etapa destinada a añadir significado a la web, y por tal motivo se acuerda con Tim Berners-Lee, el creador de la World Wide Web, en llamarla Web Semántica.*

Todavía no se ha incorporado el cambio de actitud, que como señala Christian Van Der Henst S. implica la Web 2.0, cuando ya se habla de Web 3.0, como de una realidad inminente que promete transformar no sólo nuestra experiencia web, sino toda nuestra cotidianidad.

**¿Qué es la Web 3.0?**

Si bien, en general, se asocia el término al de **Web Semántica**, acuñado por Tim Berners-Lee, cabe acotar, valga la paradoja, que no existe total consenso acerca de lo que significa la Web 3.0. Aunque se coincide en que esta etapa añadirá significado a la web, no hay acuerdo sobre cuales son los caminos más apropiados para su desarrollo.

José Antonio del Moral, director general de la consultora Alianzo, en su artículo sobre Web 3.0 ¿futura realidad o ficción?, califica al término Web 3.0 de ‘*abstracto’*. Por su parte, Salvador Pérez Crespo de Telefónica de España, considera que la Web 3.0 será una revolución si se logra una combinación efectiva entre la inclusión de contenido semántico en las páginas web y el uso de inteligencia artificial que saque partido de ella.

No obstante, dado que los avances de esta disciplina son demasiado lentos y dificultosos, cree que la solución podría estar en la combinación de las técnicas de inteligencia artificial con el acceso a la capacidad humana de realizar tareas extremadamente complejas para un ordenador. Como lo está haciendo: *Mechanical Turk* de Amazon y *Google Image Labeler*.

En cualquier caso, el aumento de la interactividad y de la movilidad son dos factores que muchos señalan como decisivos en esta nueva etapa de la web.

**¿Es la web semántica sinónimo de Web 3.0?**

De lo dicho anteriormente se desprende que no, aunque muchas veces estos términos sean empleados como tales. Quizás la principal diferencia sea que la Web 3.0 se concibe como un estadío a ser alcanzado en mayor o menor plazo, mientras que la Web Semántica es un proceso evolutivo en construcción permanente.

En tal sentido, como señala Berners-Lee, ya estamos inmersos en ella. Es de suponer que, tal como es concebida, trascenderá tanto el concepto de Web 3.0, como el de sus sucesoras.

**Ideas en torno a la definición de la Web 3.0**

Básicamente, tienen que ver con los avances y proyectos en curso que tienden a una cada vez mayor y más eficiente incorporación de la web a la cotidianidad. Se habla así, de conceptos tales como: Web 3D, Web centrada en multimedia y Web permanente.

Por otra parte, íntimamente relacionados con la Web Semántica surgen los microformatos, que como dice Pérez Crespo, son un enfoque más pragmático de ésta, e intentan tener utilidad a más corto plazo.

**¿Qué es la web semántica?**

Nadie mejor que Tim Berners-Lee, el creador de la World Wide Web, para dar respuesta a este interrogante. La denominación de Web Semántica se remonta al año 2001, cuando presentó en *Scientific American* el ya famoso caso de Lucy.

Sin embargo, en una entrevista publicada por BusinessWeek, en abril de este año, señala que quizás debería haberla llamado Web de los datos, dado que la palabra semántica es utilizada para significar diferentes cosas.

¿En qué consiste la Web de los datos y para qué puede ser utilizada? Básicamente, la idea se refiere a una web capaz de interpretar e interconectar un número mayor de datos, lo que permitiría un avance importante en el campo del conocimiento.

En tal sentido, Berners-Lee destaca lo que esta transformación traería aparejada en el campo de la investigación genética y el tratamiento farmacológico de enfermedades hasta ahora incurables. Diseñada correctamente, la Web Semántica puede asistir a la evolución del conocimiento humano en su totalidad.

**El futuro de la web actual**

En una entrevista realizada por Andrew Updegrove y publicada en el *Consortium Standards Bulletin* el padre del web considera que la Web Semántica es más una **evolución** que una **revolución** de la Web actual.

En dicha oportunidad, se mostró satisfecho con la recepción que la misma había tenido en el área de las ciencias de la vida y el cuidado de la salud y agregó que, a diferencia de la Web de los documentos (Web 1.0), que tuvo un crecimiento exponencial muy rígido, esta nueva etapa depende, en gran medida, de las pequeñas comunidades que han comprendido el paradigma y de la atención que le ha merecido a la prensa.

¿Cuándo y cómo este modelo podrá ser implementado?

En un artículo publicado en la edición online de ERCIM, en octubre de 2002, Tim Berners-Berners-Lee y Eric Molinero anticipaban que la Web alcanzaría su capacidad máxima cuando se convirtiese en un ambiente donde los datos pudiesen ser compartidos y procesados por las herramientas automatizadas, así como por la gente.

Esto se lograría a partir de la definición de estándares: los identificadores uniformes de recurso (URIs), base de la web semántica, el Extensible Markup Language (XML) fundamento sintáctico de la misma y el marco de la descripción del recurso (RDF).

En febrero de 2004, el **World Wide Web Consortium** (W3C) publicó las recomendaciones para el RDF y el *Ontology Web Language* (OWL), Este último describe la función y relación de cada uno de los componentes de la Web Semántica.

Puede especificar clases, propiedades y estados de algo. Estos estándares que constituyen la base sintáctica de la web semántica, ya están siendo adoptados por algunas empresas en sus últimos proyectos.

**¿Cuáles son las dificultades para su generalización?**

En cuanto a las críticas y resistencias que el modelo semántico ofrece, Berners-Lee conviene en que la sintaxis RDF/XML, empleada por éste, no es muy fácil de leer. Sin embargo, acota, esto no debería ser una complicación ya que al tratarse de sistemas de escritura de datos, la codificación semántica podrá ser totalmente automatizada. Cabe señalar que al igual que con la adopción de la Web 2.0, el desarrollo e implementación de la Web 3.0, será en gran parte una cuestión de actitud.

**Los desafíos que deberá afrontar el nuevo modelo**

Establecidos los estándares, que constituyen la base sintáctica de la nueva web, Berners-Lee cree que los nuevos desafíos en la evolución de la misma deberán ser tratados en términos de utilidad y accesibilidad.

Aunque el punto clave de la Web Semántica está, según expresa, en su potencial para las nuevas aplicaciones de datos sobre el web. En otras palabras, en la capacidad de generar búsquedas más precisas e “inteligentes”.

**¿Cuál será el futuro de los buscadores?**

Algunos creen que la implementación de la nueva web, será el fin de los grandes buscadores. Según Nicholas Carr, la Web 3.0 “convertirá en obsoletos a los buscadores de hoy”. Sin embargo, Berners-Lee señala que esto no será así.

El hecho de que se agregue algo, aclara, no quiere decir que se esté sustituyendo; la existencia de datos no amenaza los documentos. Del mismo modo, los motores de búsqueda podrán evolucionar y hacerse Web semántico compatibles, en la medida en que los usuarios exijan dicha compatibilidad.

**¿Acaso no existen datos semánticos en la *metadata* de los documentos actuales?**

Ya en mayo de 2001, Tim Berners-Berners-Lee, James Hendler y Ora Lassila observaban en un informe publicado en Scientific American , que la Web Semántica no era una Web separada sino una extensión de la existente y que los primeros pasos en tejer la Web Semántica en la estructura de la Web, ya estaban en curso. Por otra parte, explicaban que el desafío de la Web Semántica era proporcionar una lengua, que expresase los datos y las reglas para razonar sobre esos datos, y que permitiese que las reglas de cualquier sistema existente de conocimiento, sean exportadas sobre el Web.

**La web social**

En la 5ta. Conferencia Internacional de la Web Semántica, realizada en noviembre de 2006, Tom Gruber señaló en su presentación que hay una falsa idea popular que tiende a considerar la Web Semántica y la Web Social como dos mundos con ideologías alternativas y en oposición sobre cómo debe ser la web.

Consideró que esto era absurdo, y que era hora de abrazar una idea unificada, suscribiendo a la visión del Web semántico como substrato para la inteligencia colectiva.

Al respecto, José Antonio del Moral sostiene que en la Web 3.0 se produciría una unificación de las comunidades sociales, para lograr que el usuario tuviera una sola identidad en internet.

¿Cuáles son los impedimentos para que el uso del modelo semántico, a corto plazo, se haga extensivo?, ¿existen alternativas a dicho modelo?

Más allá del optimismo expresado por Berners-Lee; la web semántica -como explica en su tesis doctoral, María Jesús Lamarca,- sin duda mejorará la accesibilidad de la información, pero el problema es que exige una completa reanotación de la web.

Por tal motivo, agrega, otros investigadores han tomado un camino diferente para implementar la Web Semántica. En lugar de utilizar estándares y reformateos webs, están construyendo nuevos agentes para que puedan entender mejor la web tal como está hoy en día.

Las páginas web ya tienen información semántica, así que lo que hacen es que los agentes las entiendan tal como los humanos. No están haciendo las páginas más fáciles de leer, sino los agentes más inteligentes.

**¿Qué son y cómo surgen estos agentes inteligentes?**

Pérez Crespo señala que estos *agentes inteligentes*, llamados microformatos, surgen frente a la web semántica tradicional, producto del trabajo de la comunidad de desarrolladores de Technorati.

Su objetivo es estandarizar un conjunto de formatos en los que almacenar conocimiento básico. Considera que, a corto plazo, los microformatos serán los triunfadores.

**¿Qué es la *Web 3D*?**

Se llama así, a lo que muchos ven como una extensión de los mundos virtuales, similar a la famosa *Second Life* o *There.com*. Se cree que en el futuro la web será una gran alternativa al mundo real, donde se podrá recorrer el planeta a través de ella, sin abandonar el escritorio.

La experiencia sería semejante al actual **Google Earth**. Compañías como Google y Microsoft trabajan en este tipo de proyectos.

**La web centrada en multimedia**

Se refiere a una web que ofrezca, no solamente búsquedas basadas en metadatos, sino por similitudes en la multimedia.

La web “mediocéntrica” es una web enfocada en los multimedios, donde se podrán hacer búsquedas por similitud, de imágenes, música y videos, con sólo mostrar al buscador el medio de referencia. Entre las Compañías que están trabajando en estos proyectos se encuentran Ojos y Polar Rose.

**¿Qué es la web permanente?**

También llamada Web *omnipresente* o *Pervasive Web* es una web que está en todas partes, no sólo en la PC o celular, sino en la ropa, joyas, automóviles, etc.

Es un concepto, que se ha extendido a partir del pasaje de los PC a los teléfonos celulares y PDA. Según un artículo publicado en el wiki **Wadooa**, el laboratorio de multimedios del MIT, ya está trabajando en estas ideas a partir de la creación de espejos de baños y ventanas de casas conectados a internet.

**Las resistencias y cuestionamientos a esta evolución de la web**

Según Pérez Crespo, los pesimistas aducen que el grado de complejidad que esta exige no será alcanzado, porque existirá una fuerte reacción de quienes ahora disponen de la información, que no querrán compartirla o porque fenómenos como el “spam semántico” la harán poco utilizable.

Por su parte, Ricardo Baeza-Yates, director de Yahoo Research Barcelona, en el artículo sobre Web 3.0: la inteligencia hecha web, cree que la Web Semántica puede no existir nunca, ya que sólo podría ocurrir cuando las personas e instituciones usen los mismos estándares semánticos y sean confiables. Algo que considera prácticamente imposible.

Sin duda, existirá fuerte oposición entre los defensores de la privacidad y puede que ésta en determinado momento sea más vulnerable, sin embargo, cabe suponer que, paralelamente, se desarrollaran los mecanismos necesarios para protegerla.

**Proyectos en curso que anticipan el modelo de la Web 3.0**

Dentro de la corriente oficial, centrada en la creación de estándares y reformateo de páginas, algunas Compañías como HP y Yahoo! ya vienen implementando los nuevos lenguajes. Los ejemplos más citados son el de la empresa **RadarNetworks**, que busca explotar el contenido suministrado por los usuarios en las redes sociales y el proyecto **KnowItAll**, desarrollado en la Universidad de Washington y financiado por Google, que busca obtener y agregar información de usuarios de productos.

Se pueden encontrar estructuras web semánticas en la herramienta espacial de la base de datos Oracle. Empresas como **Powerset** y **TextDigger** han trabajado en buscadores web *semánticos* basados en el proyecto académico *open source* **WordNet**.

Por otra parte, dentro de la corriente alternativa, ocupada en la construcción de agentes más inteligentes, el proyecto más temprano ha sido el de **BlueOrganizer** de **AdaptativeBlue**.

Actualmente en desarrollo, **Parakey** es un proyecto de código abierto, comandado por Blake Ross, uno de los desarrolladores de Firefox. La idea es unificar el escritorio y la web, a partir de la creación de una especie de sistema operativo web.

**¿Cómo se caracteriza y diferencia la Web 3.0 de la Web 1.0 y de la Web 2.0?**

El desarrollador uruguayo Andrés Richero, presenta el siguiente esquema:

* Web 1.0 – Personas conectándose a la Web
* Web 2.0 – Personas conectándose a personas – redes sociales, wikis, colaboración, posibilidad de compartir.
* Web 3.0 – Aplicaciones web conectándose a aplicaciones web, a fin de enriquecer la experiencia de las personas, a esto agrega: estado de conciencia del contexto en la Web Geoespacial, autonomía respecto del navegador y construcción de la Web Semántica.

Sobre este último punto, cabe acotar que si bien diferentes factores se conjugan en la Web 3.0 a favor de la semantización de la web, en tanto esto es un proceso, no es privativo de ella. Por tal motivo, quizás sea más apropiado concebir la construcción de la Web Semántica, por fuera y por encima de estos estadíos o instancias.

**L e c t u r a 10**

**¿Qué es la web 3.0? O qué dicen que es…**

**Carolina Velasco**

Web 3.0. Ciertamente cuando allá, al comienzo del año 2000 nos comunicábamos socialmente a través del **Messenger** y utilizábamos Internet para informarnos sobre temas de interés, nunca imaginamos que, en un periodo de tiempo tan breve, estaríamos transitando camino a la **Web 3.0** sin entender aun intrínsecamente, el significado de la Web 2.0. ¿Web social? ¿Web Semántica? Hagamos un poco de historia.

La llegada de las redes sociales, específicamente **Facebook** y **Twitter**, supuso un cambio radical en la forma de comunicarnos los seres humanos. El chat se cambió por las bondades de Facebook y paulatinamente se fue introduciendo la cultura de las relaciones sociales basadas en los valores intrínsecos y únicos de los seres humanos.

Una nueva etapa que, según Tim Berners-Lee, considerado el creador de la Web, ha venido denominándose **Web Semántica** o **Web de Datos**. La razón por la que se asocia el concepto a esta nomenclatura, es que parte de la base de añadir información adicional que complementan un contenido y obviamente, incrementan el significado de los datos.

El principal objetivo de esta Web radica en ampliar lo que se conoce como **interoperatividad**, utilizando operadores inteligentes como las aplicaciones que realizan acciones simples sin la intervención del ser humano.

La Web Semántica o Web 3.0 se considera la siguiente etapa a la Web 2.0 o Web social y si bien el cambio necesario para afrontar una realidad como inminente e incorporar la experiencia Web 3.0 a nuestra cotidianidad aún no se ha consolidado, la culminación de dicho proceso augura transformaciones completas en nuestro orden social.

Una de las fortalezas asociadas al término Web semántica, radica en la riqueza que supone que aún no se haya alcanzado el consenso que defina exactamente el término que aún hoy resulta abstracto y que hace referencia a una combinación entre el contenido que integra los portales Web y el conjunto de **inteligencias artificiales** que optimiza dicho contenido.

Estamos por lo tanto ante la consolidación de un nuevo ciclo en el que la inteligencia artificial se combina con la capacidad de las personas a fin de lograr el establecimiento de un nuevo orden social a través de la red. La interactividad, la conectividad fermente y el movimiento constante, son los pilares fundamentales sobre los que se asienta este nuevo ciclo por el que transitamos.

Tras la reflexión anterior, cabe señalar que si bien la Web 3.0 se ha consolidado como Web semántica, más que hacer referencia al contenido como tal, nos sitúa ante un nuevo proceso en permanente cambio, crecimiento y evolución.

**Pero… ¿qué es la Web 3.0?**

En términos generales el concepto tiene que ver con los avances que permiten la incorporación de Internet a nuestras vidas de forma cada vez más eficiente, adicionalmente y según las corrientes que definen esta etapa como el paso previo a **la integración total de las personas y las máquinas**.

El término más exacto para definirla sería **Web de datos**, por su naturaleza en capas de interrelacionar e interpretar el mayor número posible de datos en pos de la ampliación del conocimiento.

**La Web de datos y sus aplicaciones menos masificadas**

Dentro de los principales estudios realizados, una de las fortalezas mayores con las que cuenta esta nueva etapa, podría estar relacionada con la salud, el estudio y aplicación de tratamientos que complementarían a la ciencia genética logrando la implementación de tratamientos que permitieran dar un paso de gigante en la curación de enfermedades hasta ahora sin solución, aplicada de forma correcta, la Web 3.0, Web semántica o Web de datos, se centra en la evolución en el campo del conocimiento humano hasta niveles hasta ahora inéditos.

Dentro de las principales diferencias entre la Web informativa o Web 1.0 con crecimiento exponencial, lineal y poco flexible, transitamos ahora por una nueva Web en la que los seres humanos se asocian en comunidades que comprenden los nuevos paradigmas y se aúnan en pos del fortalecimiento de las relaciones humanas y el aumento de la efectividad inherente a la asociación de las personas.

Si bien es cierto que, como en todos los ámbitos, el deslumbramiento lleva a perder la conciencia del significado real de lo que tenemos delante, la Web 3.0, cuya eclosión se produce por la llegada de los dispositivos de última generación dotados de aplicaciones que son capaces de eliminar las barreras entre el mundo real y el virtual, busca inicialmente la exaltación de la actitud a través de la optimización de la accesibilidad y la construcción permanente de una Web más eficiente a través de búsquedas más inteligentes.

Son muchas las corrientes de opinión que consideran que la Web 3.0 será el final de los buscadores, sin embargo, resulta complejo creer que esto suceda, ya que la existencia de nuevas fuentes de información y datos, no afecta a los documentos y sin ninguna duda, cabe esperar que los buscadores sigan su evolución hasta alcanzar el grado óptimo de compatibilidad.

Existe adicionalmente una creencia errónea que se empeña en considerar a la Web 2.0 y la Web 3.0 a la semántica y lo social, como dos mundos diferentes, esta es una idea completamente errónea ya que **la Web 2.0 sentó las bases de la creación de comunidades sociales que en su desarrollo y evolución lograran unificar la identidad de la red.**

Ahora bien, ¿existe algún obstáculo que impida la expansión de la Web semántica? En el momento actual, la información contenida en los portales Web suponen una exigencia para los denominados agentes inteligentes, dando como resultado un mundo inmerso en la Web a través de la cual surgen conceptos como Web 3D que permite vivir en tiempo real y sin perder la conectividad, experiencias únicas como viajar por todo el mundo o recorrer el cuerpo humano, una Web en definitiva en la que los datos pierden relevancia y la evolución y optimización de las búsquedas se basa en las bondades del multimedia.

Adicionalmente, la Web 3.0 o Web semántica se componen de imagen, música, vídeo, que buscan esencialmente, lograr búsquedas más eficientes y complejas.

Lo que parece cierto es que la Web 3.0 posee la naturaleza de ser **omnipresente**, incorporada a todos los hábitos cotidianos y estableciendo grandes diferencias entre las distintas etapas por las que ha atravesado la red.

Partiendo de la Web 1.0 donde las personas se conectaban a Internet a fin de informarse, transitamos por la Web 2.0 donde las personas se conectan a otras personas con el objetivo de compartir y la evolución derivó en las Web 3.0 donde las personas se conectan a aplicaciones que les permite enriquecer las experiencias adquirir autonomía y acceder a la construcción de la nueva Web.

Podemos concluir entonces, que, debido a la eclosión de las redes sociales en nuestras vidas y su aplicación inmediata a los modelos productivos habida cuenta la paralela desintegración de los modelos tradicionales inmersos en la crisis, la Web 3.0 que ya prepara su tránsito hacia la **Web 4.0** denominada **Web ubicua** por su capacidad para estar en varios lugares a la vez, logra a través de la interconexión de las personas y las máquinas, una nueva civilización en la que se optimizan las bondades del ser humano a través de los valores inherentes y únicos, con la eficiencia y de la inteligencia artificial.

Parece ciencia ficción pero, conviene reflexionar sobre si nos encontramos en tránsito hacia una nueva civilización, más sana, más inteligente, más fuerte, más comprometida, en un futuro no muy lejano la conectividad permanente será incorporada definitivamente al ser humano y eso… casi sin darnos cuenta y mientras transitamos por las redes sociales y las aplicaciones móviles.