

F.4. Web móvil

Por Francisco Tosete

Tosete, Francisco. "Web móvil".

En: *Anuario ThinkEPI*, 2008, pp. 174-176.



Resumen: En el último año y medio se ha consolidado con fuerza lo que se conoce como Web móvil. Paralelamente a su desarrollo están apareciendo un amplio elenco de dispositivos (teléfonos móviles, PDAs, UMPCs, SmartPhones, etc) que permiten interconectarse y acceder a la Red desde cualquier lugar con conexión inalámbrica.

La movilidad, y especialmente el geoposicionamiento, abren nuevos servicios y posibilidades en cuanto al ocio, la cultura, modelos de negocio y trabajo se refiere.

Estamos en los inicios de la Web móvil. Toda una nueva (otra más) revolución para nuestro mundo papel. Si Gutenberg viviera en nuestros tiempos realmente se sorprendería.

Keywords: Movilidad, Web móvil, Teléfono móvil, Geoposicionamiento.

Title: Mobile Web

Abstract: In the past year and a half, we have seen a forceful consolidation of what is called the Mobile Web. Parallel to its development, an ample number of devices (mobile telephones, PDAs, UMPCs, SmartPhones, etc) have appeared that allow users to interconnect and also access the Internet from any place with a wireless connection.

Mobility, and especially geopositioning, opens up new services and possibilities in leisure, culture, business, and work patterns.

We are witnessing the beginnings of the Mobile Web, another whole new revolution for our paper world. If Gutenberg were alive, he would really be surprised.

Keywords: Mobility, Mobile web, Mobile phone, Geopositioning

EXISTE UN NUEVO ESPACIO de comunicación e interacción al que hemos de prestar especial atención: la Web móvil.

Por tal se entiende la Web accesible y disponible desde cualquier punto en el que exista una conexión inalámbrica a la Red, en cualquier momento y con cualquier tipo de dispositivo con capacidad para ello. El W3C está desarrollando un ecosistema de estándares y tecnologías para trasladar la experiencia de la Web desde nuestro ordenador al lugar físico que deseemos.

La Web móvil¹, la multimodalidad², la independencia de dispositivo³ y las tecnologías basadas en, o derivadas de, xml son las bases que posibilitan su creación.

La movilidad implica superar las limitaciones físicas a la hora de trabajar, de disfrutar del ocio, de informarnos y de comunicarnos. Conduciendo⁴, en la sala de la consulta del

médico, en la casa rural de la montaña, en nuestro café habitual o biblioteca preferida, volando en avión o viajando en tren, en Tallín⁵ o en toda el área metropolitana de Nueva York, las redes inalámbricas proliferan y, según la consultora *Pyramid Research*⁶, 2 de cada 3 personas del mundo (unos 2.600 millones de almas) estarán "conectadas" en el año 2012.

Una de las implicaciones más importantes de la movilidad es el geoposicionamiento, aplicación que hasta hace bien poco era de uso exclusivamente militar. Por primera vez cualquier persona puede situar su posición de forma dinámica sobre un mapa gracias a GPS integrados (o no) en los teléfonos móviles, *Smartphones* o *PDAs*.

Si combinamos la localización física de las personas, negocios, industrias, centros educativos, culturales, sanitarios y, en definitiva, de cualquier clase de entidad, persona, ser u

Por Web móvil se entiende aquella accesible y disponible desde cualquier punto en el que exista una conexión inalámbrica a la Red, en cualquier momento y con cualquier tipo de dispositivo con capacidad para ello

objeto susceptible de ser geoposicionado en un lugar como una ciudad (por ejemplo) con la monitorización, estudio, análisis, generación y explotación de perfiles personales elaborados a partir de minería de bases de datos de millones de búsquedas, con los millones de datos personales obtenidos de servicios de la Web 2.0 (como las redes sociales del tipo *MySpace*, o de contactos profesionales como *Neurona*, llamada ahora *Xing*), con los datos de las consultas a buscadores de la Red, o con los datos de los sistemas operativos en línea como *EyeOS*⁷, obtenemos un más que jugoso entorno para las empresas para el desarrollo y explotación de servicios personalizados para los usuarios con todas las implicaciones respecto a la privacidad, realización de estudios de mercado y demás que ello conlleva.

Es ahora cuando se están comenzando a explotar las aplicaciones que ofrecen los sistemas de información geográfica y desafortunadamente, aun a pesar de sus extraordinarias posibilidades, las iniciativas de organismos e instituciones públicas en la Web móvil son todavía prácticamente inexistentes, dada la juventud del medio y de las tecnologías.

La Web móvil está tomando fuerza y los grandes están adaptando a la carrera sus contenidos y aplicaciones a los dispositivos portables. *Yahoo*⁸ y *Google mobile*⁹ son el prelude de los nuevos servicios. *Google maps*¹⁰ para dispositivos móviles es la versión digital de las páginas amarillas de *Telefónica*. La aplicación de *Google* permite a un usuario geoposicionarse dinámicamente en un mapa y realizar búsquedas locales ligadas al lugar en el que se encuentre. Junto a una aplicación como ésta, las guías de papel quedan francamente obsoletas y superadas.

Google se ha convertido en el mayor agente publicitario del planeta con una capacidad

de segmentación inigualable por ningún otro medio de comunicación, gracias a sus herramientas automatizadas de monitorización utilizadas junto con aplicaciones de uso cotidiano como *GMail*, o de su buscador en internet. La monitorización de los documentos y la explotación de la información de los perfiles personalizados y documentos almacenados en remoto en la Web, y por ende accesibles desde cualquier lugar del mundo, son la base del nuevo modelo de negocio de la ofimática y comunicación personal.

Parece que *Google* quiere saltar de la Red para posicionarse en la telefonía y la Web móvil de la mano de su *GPhone*, teléfono que puede ser el competidor directo del *iPhone* de *Apple*¹¹. En buena lógica *Microsoft* debería seguir los pasos si no quiere llegar tarde al nuevo campo; al respecto suenan campanas de adquisiciones de *Blackberry*¹² por parte de la compañía de Redmond como apuesta para competir en el emergente mercado¹³.

Los movimientos en sentido inverso también se están dando. La compañía finlandesa *Nokia* ha lanzado una línea de móviles –la *NSerie*– que permite tener una completa experiencia multimedia móvil. Queda poco para que estos “teléfonos” comiencen a ser económicamente asequibles y se produzca el auténtico *boom* tal y como sucediera con la Web, al calor de su creciente penetración en el mercado.

Las posibilidades de servicios y negocio se multiplican. *Telefónica* ha comenzado las pruebas para mandar mensajes *sms* con publicidad *ad hoc* en función del lugar en el que se encuentre el usuario¹⁴ y el *Ministerio de Industria* ha anunciado su regulación¹⁵.

Asistimos a la convergencia de los medios de comunicación: televisión, radio y prensa, con la telefonía y la Web. A la cabeza, los diarios están mutando sus páginas de papel por las ediciones electrónicas (ya leemos más en pantalla que en papel) poniendo en marcha proyectos piloto de periódicos digitales para dispositivos portátiles. El periódico ya no lo hacen sólo los periodistas, ahora los usuarios aportan sus propios contenidos y pueden geoposicionar noticias e informar puntualmente de eventos locales que estén viendo. Buen ejemplo de ello son *Yahoo Witness*¹⁶, *YoPeriodista* de *El País*¹⁷ o el periódico *20Minutos*¹⁸.

Las iniciativas de organismos e instituciones públicas en la Web móvil son todavía prácticamente inexistentes, dada la juventud del medio y de las tecnologías

En las ciudades proliferan las redes como *Fon*¹⁹ y las iniciativas ciudadanas como *Redes Libres*²⁰ que configuran áreas extensas de acceso gratuito a la Web. Hoy podemos caminar por las principales calles del centro de Madrid o de Barcelona y encontrar puntos de conexión *wifi* cada 500 metros.

La Web móvil se está consolidando rápidamente y con gran fuerza. Ahora es el momento de posicionarse para ofrecer servicios en ella. Disciplinas como la recuperación de la información, y capacidades para parametrizar y medir la experiencia de usuario en aplicaciones móviles son claves para el éxito de cualquier proyecto.

La revolución móvil y la independencia de dispositivo para acceder a la Web ha empezado.

Notas

1. W3C. *Mobile Web Initiative*. Consultado en: 07-09-2007
<http://www.w3.org/Mobile/>

2. W3C. *Guía breve de interacción multimodal*. Consultado en: 07-09-2007
<http://www.w3c.es/Divulgacion/Guiasbreves/Multimodalidad>

3. W3C. *Guía breve de independencia de dispositivo*. Consultado en: 07-09-2007
<http://www.w3c.es/Divulgacion/Guiasbreves/IndependenciaDispositivo>

4. BMW. *BMW ConnectedDrive*. Consultado en: 07-09-2007
http://www.bmw.com/com/_shortcuts/connecteddrive/

Hoyo, Rubén. "Ya se pueden hacer búsquedas en Google desde los vehículos BMW"
<http://www.mx.autocosmos.com/noticias/expand.asp?id=15648>

Penalva, Javier. "Búsquedas locales de Google en los BMW". Consultado en: 07-10-2007.

<http://xataka.com/2007/09/02-busquedas-locales-de-google-en-los-bmw>

5. <http://www.panoramio.com/map/lt=59.433889&ln=24.728056&z=5&k=2&a=1&tab=1>

6. **Abril, Guillermo.** "Un mundo sin hilos". Consultado en: 07-10-2007.
http://www.elpais.com/articulo/paginas/mundo/hilos/elpepusoceps/20070902elpepspag_6/Tes?print=1

7. <http://www.eyeos.com>

8. <http://es.mobile.yahoo.com/>

9. <http://www.google.es/mobile/>

10. <http://maps.google.com>

11. **Jiménez, Marimar.** "Google planea lanzar su GPhone a principios de 2008".
http://www.cincodias.com/articulo/empresas/Google/planea/lanzar/Gphone/principios/2008/cdssec/20070901cdsdiemp_13/Tes/

Spring, Tom. "Reporte: El lanzamiento de Google Mobile Phone es inminente". Consultado en: 07-10-2007.
http://www.pcwla.com/pcwla2.nsf/noticias_de_it/DBC8AD5222ABBB95852573430011C9F9

12. <http://www.blackberry.com>

13. *ElEconomista.es.* "¿Microsoft compra BlackBerry? El rumor provoca subidas en sus acciones". Consultado en: 07-10-2007.
<http://www.eleconomista.es/telecomunicaciones-tecnologia/noticias/268782/01/70/Microsoft-compra-BlackBerry-El-rumor-provoca-subidas-en-sus-acciones.html>

14. **Muñoz, Ramón.** "Las grandes marcas comerciales se lanzan a la publicidad por el móvil". Consultado en: 07-10-2007.
http://www.elpais.com/articulo/economia/grandes/marcas/comerciales/lanzan/publicidad/movil/elpepuecol/20070612elpepieco_2/Tes

15. *Europa Press.* "Industria regulará los mensajes de texto y la publicidad en los móviles. Consultado en: 07-10-2007.
http://www.elpais.com/articulo/economia/Industrial/regular/mensajes/texto/publicidad/moviles/elpepuecol/20070613elpepieco_11/Tes

16. <http://news.yahoo.com/you-witness-news>

17. <http://www.elpais.com/lyoperiodista/>

18. <http://www.20minutos.com>

19. <http://www.fon.com/es/>

20. <http://www.redlibre.net/>