

Los reyes de la Web 2.0

YOUTUBE!, FLICKR O MYSPACE HAN CONVERTIDO A LOS INTERNAUTAS EN LOS GRANDES PROTAGONISTAS DE INTERNET. EL FUTURO DE LA RED ESTÁ EN COMPARTIR CONTENIDOS

M. ESTHER GALA

La revolución de la Web 2.0 ha convertido Internet en un espacio social en el que los internautas son los verdaderos proveedores de contenidos. Ni las empresas ni las instituciones. Los usuarios son ahora quienes llevan la voz cantante en la Red gracias al boom de la Web 2.0, cuyo éxito radica en la interactividad de los internautas.

A pesar de que la mayoría de ellos se limita a consumir contenidos interactivos, cada vez más usuarios de la Red se encargan de crearlos o colgarlos en Internet. YouTube! (donde la gente comparte sus vídeos), Del.icio.us (donde se comparten enlaces) o Flickr (fotografías) son un buen ejemplo de ello.

El boom de la Web 2.0, definida por la Fundación Orange como "un espacio social con cabida para todos los agentes sociales y capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento", ha generado una nueva ola de empresas y formas de negocio. A pesar de que la Web 2.0 es un movimiento social más que empresarial, lo cierto es que su aparición ha generado nuevas y diferentes propuestas para generar ingresos. El libro *Web 2.0*, lanzado recientemente por la Fundación Orange, recoge algunos ejemplos. Éste es el caso de Joshua Schachter, quien fundó del.icio.us para su uso personal y posteriormente lo vendió a Yahoo! por un importante montante económico.

Compartir conocimientos

En la práctica, los fundadores de un importante número de blogs y webs nacidos bajo el paraguas de la Web 2.0 son



capaces de captar una audiencia más o menos numerosa. "Tanto YouTube! como Flickr consiguen unas audiencias que hacen posible plantearse un modelo de ingresos basado en la publicidad", apuntan responsables de la Fundación Orange, quienes consideran que una de las aportaciones clave en la creación de nuevos modelos de negocio en la Red ha venido de la mano de Google.

El motor de búsquedas online desarrolló una tecnología capaz de variar la publicidad de su buscador dependiendo de las palabras concretas que estuviera buscando cada usuario.

"Además, gracias a la creación de Adwords, Google simplificó la gestión de todo el modelo publicitario ya que cada anunciante es capaz de administrar por sí solo tanto las palabras a las que quiere vincular sus anuncios como el presupuesto que quiere invertir", puntualizan directivos de la Fundación Orange.

Al igual que sucede en cualquier otro medio de comunicación, la publicidad es la principal fuente de ingresos en sitios como YouTube!, Flickr o Google.

Sólo en nuestro país, la publicidad en Internet factura casi 300 millones de euros anuales, con un aumento cercano al 100% respecto al año anterior.

"El modelo de negocio de Internet presenta cada vez mayores similitudes con el de un canal de comunicación convencional, donde los ingresos por publicidad son la principal fuente de ingresos, complementados con las cuotas por suscripción y las comisiones por transacción", explicó Genis Roca, director general de Infonomía, durante la presentación del libro *Web 2.0*.

Coordina: Antonio Lorenzo.
Escriben: Esther Gala, Anna Cristeto, Ángel Cuaresma, Enrique Pablos, Julio Iglesias y Marta Hernanz.
Diseño gráfico: Víctor Pacho, Gema Ruiz y Julián Sánchez-Ostiz.

Redes sociales

APLICACIONES EN LÍNEA

- Gmail.google.com
- Eyecshspano.com
- Moneytrackin.com
- Tracts.com

PÁGINAS DE INICIO

- Google.com/ig
- Live.com
- Netvibes.com

MARCADORES SOCIALES

- Del.icio.us
- Genio.com
- 11870.com
- Webgenio.com

COMPARTIR FOTOS

- Flickr.com
- Píxeo.com
- Favshare.com

COMPARTIR VÍDEOS

- Youtube.com
- Video.google.es
- Dailymotion.com

WIKIS

- Es.wikipedia.org
- Wikimedia.org
- Madria.com.es

PODCASTING

- Podcast-es.org
- Podsonoro.com
- Comunicadepodcast.com

CREACIÓN Y ALOJAMIENTO

- Blogger.com
- Laocoteletra.com
- Spaces.live.com

APLICACIONES SOBRE MAPAS

- Maps.google.es
- Panoramio.com
- Igaania.com

BUSCADORES 2.0

- Technorati.com
- Kestix.com
- Podzinger.com

BUSCADORES ESPECIALIZADOS

- Traber.com/es
- Es.shoams.com
- Píccenoia.com