

El libro «Web 2.0» analiza el modelo de las redes sociales en Internet

La Fundación Orange presentó ayer el libro «Web 2.0», que analiza la evolución que supone para Internet la llamada «web participativa» desde dos aproximaciones diferentes: por un lado, presenta un enfoque sociotécnico, que trata de aportar una base conceptual; y por otro, se aproxima al fenómeno desde el punto de vista empresarial y su explotación comercial. Flickr, Wikipedia o Blogger son algunos ejemplos del «boom» de este tipo de páginas en Internet y de un mercado en el que los grupos de capital riesgo invirtieron el año pasado unos 650 millones de euros; un sector cuyo volumen de inversión se dobla casi cada año desde 2002, según los autores de la publicación, que apunta a que en 2006 se realizaron 167 operaciones de este tipo, más del doble que en 2005, según datos del Annual Web Ventures Conference de Ernst & Young. Entre ellas, la adquisición de Youtube por Google por 1.270 millones de euros, que reavivó el debate sobre la rentabilidad económica de la Web 2.0, según los autores de la obra, que apuntan que «algunos expertos afirman que todavía se encuentra en una fase demasiado temprana para predecir su futuro comportamiento en el mercado».