



aprenderaprogramar.com

Oportunidades de negocio en la web 2.0. Freeconomía y redes sociales (DV00302A)

Sección: Divulgación

Categoría: Empresas y emprendedores

Fecha revisión: 2029

Autor: Mario Rodríguez Rancel

Resumen: Internet y la web 2.0 no son ideas nuevas, sino un replanteamiento de ideas antiguas que combinado con nuevas tecnologías puede resultar innovador. Este artículo resume y comenta algunas de las ideas expuestas en conferencia pública del profesor Joaquín Borrego Díaz en la Escuela de Ingeniería Informática de la Universidad de Sevilla en el marco del Evento Imaginática.

¿ES INTERNET UNA IDEA NUEVA?

Mucha gente piensa que internet, la gran red de ordenadores que permite la comunicación entre puntos muy lejanos de forma instantánea, ha sido una idea nueva que ha supuesto una revolución en nuestra forma de vivir. ¿Realmente fue un invento tan novedoso?



La respuesta es que posiblemente no; el desarrollo tan fuerte que ha tenido el bagaje de conocimiento humano en los últimos siglos hace que podamos decir que prácticamente “todo está inventado”. Es el replanteamiento de ideas antiguas con las nuevas tecnologías lo que da lugar a las pequeñas o grandes revoluciones sociales que hemos vivido en torno a internet, la telefonía móvil, etc.

¿Existen antecedentes históricos de internet previos a la era de los ordenadores? La respuesta es que sí: un ejemplo claro sería la red de telegrafía del imperio británico. Como es sabido, Inglaterra fue una potencia colonial y mantuvo bajo su dominio diferentes territorios, entre ellos la India. La red telegráfica permitía transmitir información de forma prácticamente instantánea desde Londres hasta Nueva Delhi.

¿Sigue teniendo influencia el marketing en internet? Obviamente la respuesta es sí. Tanto el marketing tradicional como nuevas variantes como pueden ser las “campañas virales”. Al final, internet no deja de ser reflejo de la forma de comportarse de los seres humanos, estando sujeto a modas, tendencias y manipulaciones.

¿ESTÁ INTERNET EVOLUCIONANDO?

Internet evoluciona a medida que su uso se populariza y la tecnología avanza. Los estudiosos hablan de las siguientes etapas dentro del desarrollo de internet:

- a) Web 1.0: es una web caracterizada por servir información.
- b) Web 2.0: sería la web actual. Añade la interacción y socialización de la red: participación y comunidades de usuarios.
- c) Web 3.0 (semántica): sería la web que se está desarrollando, en la cual la información se va a transformar en conocimiento (información inteligente).
- d) Web 4.0 (metaweb): sería el siguiente paso en el desarrollo web, donde existiría participación más conocimiento con la intermediación de inteligencia artificial.

La web 2.0 es un nuevo paso en los desarrollos web basado en ser una web social. Es más una filosofía que un avance tecnológico, aunque claro está que el avance tecnológico (implantación de internet, servidores de mayor capacidad, etc.) le ha servido de apoyo. La web 2.0 se caracteriza por ser interactiva, personalizada y basada en comunidades de usuarios.

El internet actual se caracteriza por un caos informacional. Hay muchos items de información desorganizada y de fiabilidad desconocida. La Wikipedia actual sería un ejemplo de Web 2.0, donde la información que se inserta es abundante y no se puede concretar su fiabilidad. Hay proyectos que están tratando de controlar la información que se inserta mediante inteligencia artificial, en línea con la metaweb (por ejemplo www.freebase.com).

Algunos estudiosos describen internet como algo que tiende a transformarse en una gran red neuronal aumentada donde los nodos son los seres humanos. En esta línea estaría www.innocentive.com, una página a modo de red profesional que recibe "problemas" que quiere solucionar una empresa. Es decir, una empresa tiene un problema, lo envía a innocentive y dice que está dispuesta a pagar tanto dinero porque se lo resuelvan. Por ejemplo, una empresa puede plantear estar dispuesta a pagarle 50.000 euros a quien le resuelva el diseño de una sartén donde se pueda freír un huevo sin necesidad de aceite. Otra empresa puede ofertar 1.000.000 € a quien diseñe un dispositivo que permita luchar contra la malaria basándose en la energía solar. A partir de estos problemas, más o menos realistas y más o menos futuristas, habría una red de empresas o colaboradores que empiecen a trabajar en el problema tratando de resolverlo.

FaceBook sería un ejemplo de web 2.0. Hay proyectos tratando de organizar la información para que se transforme en conocimiento (por ejemplo www.twine.com).

Una de las tendencias que se aprecia en internet, y que ha sido motivo de éxito para numerosas páginas, es a geolocalizar todo. ¿Qué es la geolocalización? Dicho de forma muy sencilla, la geolocalización consistiría en introducir información sobre un mapa, de forma que podamos ubicar elementos físicos o datos a un lugar del mapa. Por ejemplo, si tienes un restaurante e introduces sus coordenadas ó lo situas sobre GoogleMaps, puedes asociar información como nombre del restaurante, teléfono, tipos de comida, horarios, etc. de forma que cuando un usuario visualice el mapa, vea que en ese punto existe un restaurante y pueda consultar información sobre él.

¿Qué se puede geolocalizar? Pues diremos que prácticamente todo: por ejemplo, hay ciudades para los que existen webs que geolocalizan los delitos que se han cometido clasificados por tipos. Así por ejemplo, si estás buscando vivienda en esa ciudad, teóricamente podrías ver los barrios donde hay mayor número de delitos para tratar de evitarlos...

Otra tendencia en internet está relacionada con la telefonía móvil: en los países desarrollados ya se ha superado la tasa de un móvil por habitante y en torno a este sector se mueven grandes cantidades de dinero. Muchas empresas están tratando de que haya permeabilidad entre internet y el móvil. Por ejemplo que nos llegue un mensaje diciendo que a 100 metros de donde estamos hay un amigo nuestro de FaceBook, o simplemente que se nos envíe publicidad interactiva relacionado con el sitio por donde transitamos a través del móvil. Esto nos puede parecer más o menos simpático y recordarnos más o menos la novela de George Orwell "1984" donde los ciudadanos son sometidos a un control absoluto, pero es un nicho sobre el que está trabajando mucha gente.

¿ES LÍCITO COPIAR UNA IDEA EN INTERNET?

Hay diversas creaciones de la mente humana que legalmente no se pueden copiar: por ejemplo una nueva tecnología (a través de las patentes) o una creación artística como música o un texto literario (protegidos por los derechos de autor). La tecnología está protegida porque su desarrollo puede requerir muchos años de esfuerzo e inversiones, y es justo que quien ha logrado su obtención adquiera unos derechos de explotación para resarcir el esfuerzo. Sin embargo, las ideas no se pueden patentar. Por ejemplo, si alguien tiene la idea de vender neumáticos por correo, nadie puede impedir que otra persona o empresa venda neumáticos por correo. En internet esto sucede con frecuencia: el hecho de que alguien monte un buscador no impide que otra empresa monte un buscador; el hecho de que alguien venda música a través de una página no impide que otra persona pueda hacerlo.

Por tanto las ideas de negocio en internet es frecuente que ni sean nuevas ni sean novedosas: muchas veces son meras copias o clones de otros proyectos, y esto es lícito mientras que lo que se tome sea únicamente la idea. Hay empresas o personas que han hecho clones de Ebay o FaceBook y han tenido éxito. La clave está en que exista demanda y se logre dar respuesta satisfactoria a ella. Muchas veces los clones o proyectos de éxito acaban siendo comprados por las multinacionales a altos precios. Esto tiene varias lecturas: a los emprendedores que ven comprado su proyecto, les supone obtener unos elevados ingresos, y a las multinacionales, engullir (y eliminar) a la competencia.

LA FREEECONOMÍA O GENERAR INGRESOS OFRECIENDO SERVICIOS GRATUITOS

Hay numerosas páginas que aparentemente sólo ofertan servicios gratuitos a los usuarios, sin cobrar nada a cambio. ¿Cómo sobreviven? Esta pregunta tiene distintas respuestas porque no existe un único modelo de negocio. Para englobar este fenómeno de oferta de servicios gratuitos se ha empezado a utilizar el término "Freeeconomía", o economía basada en la oferta de servicios gratuitos. Obviamente la mayoría de estas páginas buscan rentabilidad económica y no se mueven por altruismo. Los ingresos los generan de distintas maneras: a través de la publicidad (las empresas pagan a cambio de que el usuario vea publicidad, aunque no haya ningún movimiento económico directo), a través de servicios premium (ofrecer el servicio en mejores condiciones a cambio de una pequeña cantidad de dinero), etc. Lo que parece claro es que se cumple el binomio: "Crecimiento de usuarios = Crecimiento de ingresos".

La Freeeconomía puede gustar más o menos, pero desde luego hay una evidencia: es lo que hay. Si ofrecemos un muy buen servicio tratando de cobrar mientras que otro lo oferta de forma gratuita, lo tenemos difícil para progresar. Por otro lado, la freeeconomía no sólo "beneficia" a los usuarios: también supone servicios gratuitos entre empresas. Por ejemplo, en la web de nuestra empresa podemos ofrecer el servicio googlemaps porque es un servicio que Google pone (de momento) de forma gratuita a nuestra disposición.

Ciertas páginas como FaceBook están teniendo un crecimiento muy rápido. FaceBook impone ciertas condiciones a sus usuarios, tiene políticas de privacidad, etc. que no pueden ser del agrado de todos. El conflicto entre usuarios a los que no le gusten las políticas de FaceBook y la empresa puede ser un nicho para que otros emprendedores puedan montar portales parecidos pero con otras políticas. El éxito de otras iniciativas puede radicar en cosas aparentemente sencillas: por ejemplo generar una plataforma que permita migrar al usuario llevándose todo lo que haya escrito para pasar de una red

social, p.ej. FaceBook, a otra, p.ej. Twitter. Es algo comúnmente aceptado que en las grandes comunidades es imposible que las empresas tomen decisiones sin que molesten a grupos de usuarios que ejercen presión. Un caso con cierta similitud es el de ebay: ebay es un gran portal de ventas por internet, pero a su vez ha generado grandes comunidades de usuarios descontentos que buscan alternativas a ebay porque sus políticas no son del agrado de todos.

FaceBook es un ejemplo de "red social" en que el control del portal lo lleva la empresa que hay detrás. Pero hay otros conceptos de redes sociales, por ejemplo el de "Red con apropiación social": se trataría de una red en la que la empresa pone un marco, pero el control de la red lo llevan los usuarios. Un ejemplo de esto sería www.meneame.net, web en la que los usuarios envían historias o noticias que son revisadas por otros usuarios que le dan o no su favor para ser destacada. Meneame puede calificarse como un sitio de gestión autónoma de noticias, basado en software libre, que potencia el sentimiento de comunidad y como cosa novedosa llega a compartir beneficios con los usuarios.

La apropiación social puede verse como una buena oportunidad de negocio, porque se pueden montar webs con gran número de visitas, pero que por otro lado requiere de muy poco personal de administración. Al final son los propios usuarios quienes generan contenidos.

Una cuestión no muy bien resuelta en las redes sociales en general es cómo enfrentarse a los usuarios "maliciosos" o "hackeadores". Una posible vía es la autoregulación: que sea la propia comunidad quien expulse a los usuarios molestos. Esto se trata de promover en numerosas páginas, pero no es una cuestión sencilla. Un ejemplo sería páginas de fotografías donde no se admite como válida la descripción asociada a una fotografía hasta que varios usuarios coinciden en hacer la misma descripción. La regulación por parte de los administradores también es harto complicado cuando se habla de millones de usuarios: no hay más que darse una vuelta por los foros de ebay... Encontraremos multitud de noticias sobre robos de cuentas, artículos falsificados, etc.

REFERENCIAS Y MÁS INFORMACIÓN

Este artículo resume y comenta la conferencia impartida por Joaquín Borrego Díaz, profesor del Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Sevilla, que tuvo lugar en el marco de las "Jornadas Imaginática: La informática del futuro", celebradas en la Escuela Técnica Superior de Informática de la Universidad de Sevilla (España) y a las que tuvimos la oportunidad de asistir.