

Portada	Hartos del coche	Vida urbana	Cine	Tendencias	Salud	Fotografía	Videos	El Descodificador
El Selector	Medio ambiente	Vida digital	Música	Sexo	I love publi	Gastronomía	Diseño + Arquitectura	El blog de Gervasio

[Iniciar sesión](#) | [Registrarse](#) | [¿Por qué registrarse?](#)

De red en red

UNO DE LOS NUESTROS

Archivado en: [comunicación](#), [internet](#), [sociedad](#), [tecnología](#)Por [JDSANCHEZ](#)

Actualizado 09-03-2008 16:55 CET

Las redes sociales horizontales - aquellas que están dirigidas a todos - empiezan a estar en desuso. Se están produciendo menos visitas a [Myspace](#), [Bebo](#), [Facebook](#) o [Friendster](#). En estos últimos tres meses, Myspace ha generado un porcentaje que, aunque no es demasiado alto, pone de manifiesto que a esta gran red social se le están cayendo los usuarios. No se le queda muy bajo [Windows Live Spaces](#), ya que en su caso la pérdida de visitas está siendo algo mayor.



Facebook pierde liderazgo

El gigante de la red, [google](#), no se encuentra muy "contento" por la falta de visitas a estos espacios virtuales, pues desde 2007 estas redes sociales no están suponiendo ingresos para él. Su máximo representante, George Reyes, ha comentado que las redes no están generando ingresos por publicidad tan bien como esperaban. De hecho, sus acciones han caído un 25%.

¿Supone esto que a la web 2.0 le queda poca vida? No, tan sólo se está especializando y esto quiere decir que de una web horizontal -social y para todos- se está pasando a una vertical, es decir, social pero especializada. Ahora es preferible acudir a pequeñas webs de contenido especializado que pasar por aquellas que están repletas de aplicaciones, publicidad personalizada y de masiva socialización de grandes comunidades.

Son muchos los ejemplos de pequeñas redes sociales a las que la gente acude para enterarse de lo último que ha sucedido sobre un asunto en cuestión y ellas facilitan el no tener que actualizar cada dos por tres listas de amistades, invitaciones y aplicaciones. ¿Cuál sería entonces el objetivo de redes sociales como estas? Ayudar a obtener lo que se busca. Nada más y

nada menos que eso.

No obstante, estas redes verticales, mencionadas anteriormente, han surgido en el peor momento para aquellas que contaban con gran prestigio. La publicidad ha restado fiabilidad de los usuarios con respecto a estos espacios y, mientras tanto, Myspace o Facebook intentan inútilmente que sus formas de publicidad personalizada hagan mella en la red. Esto se explica por el hecho de que los consumidores de Internet no piensan en pinchar la publicidad que se le ofrece en las páginas a las que acuden para obtener, tan sólo, una cierta información. Sucede lo que comenta Raúl Jiménez, creador de [Minube](#), que con este tipo de redes es más fácil fidelizar a la gente y conseguir mayores posibilidades de retorno.

Imprimir Rectificar Guardar Compartir

BUSCAR ▶

Por palabras

Por tema

Por fecha

Pon aquí tu búsqueda

BUSCAR

I ♥ PUBLI

▼ NUESTRA SELECCIÓN

cine



Sleepers, los diamantes en bruto del cine

Son esas películas que consiguen, contra todo pronóstico, grandes éxitos.

vidadigital



Un homenaje a los nacidos en los 80

Interesante adaptación a la consola de la peli 'Cazafantasmas'.

actualidad



"¿Es normal esto en España?"

"¿Es normal esto en España?", preguntaba una inglesa mientras volaban tiendas de campaña.

fotografía



El verano que fuimos a la Luna

La Nasa guarda en sus archivos centenares de fotos de la misión, que estos días cumple 40 años.

▼ VUESTRAS NOTICIAS

Rossi gana a Lorenzo por los pelos »

por [geronimo](#)

¿Un verano sin canción? »

por [schinonero](#)

Propuestas para una arquitectura 2.0 »

UNO DE LOS NUESTROS

por **jtoledo**

[Ver todas vuestras noticias »](#)

[Regístrate y escribe »](#)



© Micromedios Digitales S.L.



[RSS](#)

[Qué es soitu.es](#)

[Quiénes somos](#)

[Contacto](#)

[I ♥ PUBLI](#)

[Condiciones de Uso](#)

[Protección de Datos](#)

[Aviso Legal](#)

[Creative Commons](#)