



Experimento: Tendencias en Internet 2007

Por Gemma Ferreres

Septiembre 2007

www.gemmaferreres.com



¿Qué está pasando en Internet? ¿hacia dónde se mueve? ¿cuáles son las principales tendencias? ¿cuáles son los agentes que están liderando los avances? En ocasiones, ante la avalancha de noticias, es difícil formarse una idea clara del estadio en el que se encuentra el desarrollo de Internet. ¿Se podría averiguar a partir del análisis de las palabras más repetidas en blogs representativos durante un periodo de tiempo dado? Me propuse descubrirlo y este es el resultado de mi experimento. No se trata tanto de descubrir algo nuevo como de constatar lo que flota en el ambiente.

Para el análisis, seleccioné tres blogs que cumplieran los siguientes requisitos:

- Frecuencia diaria de publicación
- Análisis de Internet desde un punto de vista tecnológico y de negocio
- Generalistas (no especialistas en un tema concreto)
- Yo debía estar familiarizada con ellos para poder interpretar mejor los datos

Los seleccionados fueron [Denken Über](#), [El blog de Enrique Dans](#) y [Error500](#). Para el análisis, se rastrearon mediante [Google Blog Search](#) los posts publicados entre enero y septiembre de 2007. La metodología se expone más en detalle al final del post. Ningún blog fue dañado durante el experimento :-)) por lo que espero que a sus autores no les importe que los haya utilizado.

El experimento podría haber sido un fracaso y no arrojar resultados significativos pero afortunadamente no fue así. Lo primero que analicé fue qué palabras habían sido las cinco más usadas y en dos de los blogs nada menos que cuatro palabras coincidían. En el blog restante aparecían también dos de esas palabras. ¿Cuáles eran?

Los líderes

Google era la palabra más citada en los tres blogs y **Microsoft** la segunda en dos de ellos y la quinta en el tercero. Está claro que ambos son los dos protagonistas de la historia que nos ocupa o, mejor dicho, el protagonista y el antagonista.



En una segunda liga de empresas que están impulsando Internet jugarían **Yahoo!** y **Apple**, siempre según los resultados del análisis. Recientemente, el veterano [Yahoo! ha superado a Google en satisfacción al usuario](#) según una encuesta. Sobre Apple volveremos enseguida.

En una tercera liga podemos encontrar a **Nokia**, **Amazon** o **eBay**. Nokia, que es el [fabricante de teléfonos móviles líder en Europa](#) con un 51% de cuota de mercado, ha presentado recientemente [Ovi](#), su estrategia en Internet, que incluye tienda de música, juegos y mapas. Ver la [nota de prensa en inglés](#). Mariano Amartino hizo un interesante análisis en su post [La cuarta pantalla](#).

Amazon es posible que no acapare tantos titulares como Google pero cuando mueve ficha, lo hace a conciencia. Con [Create Space](#), que permite a cualquier autor vender libros, CDs y DVDs bajo demanda, ha desintermediado de un plumazo varias industrias.

Una estrategia de marca

Si volvemos a mirar la zona superior de la lista de palabras más repetidas observaremos que los dos líderes tiene posicionada otra marca en el top 5: Google tiene **YouTube** y Microsoft, **Windows**. Si, en un ejercicio literario, quisiéramos construir una frase con los términos más citados llegaríamos a algo así: *Google va a desbanicar a Windows, el sistema operativo de Microsoft y lo va a retransmitir por YouTube*. Perdonadme la broma ;-)

Me voy a apartar un poco de la línea de análisis seguida hasta ahora y voy a echar un vistazo al número de marcas que tienen posicionadas los principales actores:

Google posee YouTube, que [adquirió en 2006](#) y **Gmail**. Microsoft cuenta con **Windows**, **Vista** y **Live**. ¿Y Apple? Nada menos que con **iPhone**, **iPod** e **iTunes**. Con iPhone consigue que uno de sus productos esté incluso mejor situado que la matriz en el ranking que hemos elaborado. No soy una experta en branding pero identificar a todos sus productos con una i latina inicial dota de gran coherencia y fuerza a su estrategia de marca: los hace identificables como servicios pensados para Internet y los asocia a una misma empresa. Google, con su doble estrategia de anteponer una G como en Gmail o su nombre completo como en Google Gears, no parece tener



una estrategia tan definida; la veteranía es un grado y parece favorecer a Apple en este caso.

Sin abandonar a Apple, otro rasgo que la caracteriza es su condición de fabricante, al mismo tiempo, de **hardware** (iPhone, iPod) y **software** (iTunes). Es el mismo camino que está tomando Nokia, como hemos visto y en el que también tiene posiciones Microsoft, con Zune o [Microsoft Surface](#). [Nokia y Apple desafían a los operadores](#), titulaba CincoDías. ¿Se atreverá Google a dar también el paso con [el rumoreado GPhone](#)? Por el momento, ya es sabido que aspira a pujar por una [licencia de uso de espectro radioeléctrico](#).

Visto lo visto, la tan traída convergencia entre la industria de las comunicaciones y la de los sistemas de información se queda corta.

La revolución será televisada

Que YouTube, "vídeo", "vídeos" y Joost (the new way of watching free, full-screen, high-quality TV on the internet) se cuelen entre las palabras más usadas es significativo. Las industrias de la música y la prensa escrita ya sufrieron su revolución y ahora está viviendo la suya la televisión. El periodo de tiempo que abarca el análisis no ha dado tiempo a incluir las últimas noticias al respecto: si el espectro no [permite que España tenga más de 20 canales de televisión digital por móvil](#) , la ofreceremos [con tecnología 3G](#).

¿He dicho ya que la tan traída convergencia entre la industria de las comunicaciones y la de los sistemas de información se queda corta?

Si pero, ¿cómo hacemos dinero?

En los tiempos del boom de Internet que un negocio no tuviera ingresos y mucho menos beneficios no importaba demasiado y todo sabemos cómo acabó todo. Pero en la web 2.0 al menos la preocupación está latente.

Después de los términos ya analizados, el que más destaca en los tres blogs estudiados es "**publicidad**". Los anuncios parecen estar consolidándose como la fuente de ingresos por excelencia de los sitios web, y es curioso ver cómo es un elemento que aún está definiéndose. Ahí está sino la reciente solución de Google para [monetizar los vídeos de Youtube mediante anuncios superpuestos](#). Otro ejemplo de esta tendencia es, por ejemplo, la noticia,



sin confirmar, de que [el New York Times podría abrir su sección de pago](#). El veterano diario es un referente en la Red y sus pasos son imitados por diarios de todo el mundo.

La mejor prueba, sin embargo, de que el reparto de la tarta publicitaria es el tablero en el que se está decidiendo quién sobrevivirá, son las múltiples adquisiciones que han realizado los principales actores:

- [Microsoft compra la empresa de publicidad on-line aQuantive](#) por 4.500 millones de euros [y ScreenTonic](#), publicidad en móviles.
- [Google compra la compañía de publicidad online DoubleClick](#) por más de 2.300 millones de euros [y AdScape](#), de publicidad en videojuegos.
- [Yahoo! compra BlueLithium](#) por 300 millones de dólares, [Right Media](#) y [la compañía de anuncios en el móvil Actionality](#).

Son los servicios, estúpido

“**Servicios**” es otra de las palabras bien situadas. Necesitaría cierta desambiguación para ver en qué contextos se usa pero, a simple vista, me sugiere un escenario en el que los productos y artículos físicos han sido sustituidos por servicios. Estaría muy relacionado con “**plataforma**”, otra palabra muy repetida. Es la migración del escritorio a la Red y la conexión de unas aplicaciones con otras, un tema que sigo de cerca y en el que el gran maestro, por ahora, es Google, con sus famosas API.

People have the power

Los usuarios, lo “social”, la gente, el crowdsourcing también aparecen con fuerza en el listado de conceptos más utilizados. Como reza el mantra de la web 2.0, los usuarios toman el mando y dejan atrás su papel de meros espectadores para ser creadores, partícipes, votantes... Las redes sociales son un tema candente que no sabemos en qué desembocará pero, por el momento, **Twitter** y **Facebook** gozan de gran popularidad.

Y para terminar

Un grupo de palabras que resume bien el estado de efervescencia que vive Internet es el formado por términos como **lanzamiento, iniciativa, cambio, proyecto, beta, idea, futuro**... Todas son fáciles de encontrar en los blogs analizados.



Mundo, una palabra bien situada en los tres blogs, nos hace pensar en el alcance global de Internet y de las empresas online.

Quedan algunos términos por mencionar, como aquellos correspondientes a empresas o tecnologías que alcanzaron su máxima popularidad hace algún tiempo y, si bien siguen siendo citadas, no logran tantas menciones. Entre ellas estarían wi-fi, myspace o wikipedia.

Metodología

Para realizar el experimento se seleccionaron los tres blogs analizados siguiendo los criterios anteriormente expuestos. Seguramente una muestra más amplia hubiera sido deseable pero se trata de un experimento realizado por una sola persona en sus ratos libres con el único objetivo de averiguar si es posible reflejar la situación de Internet a partir del análisis de las palabras más usadas. La credibilidad que se le quiera dar depende de cada uno.

Técnicamente, el experimento presentaba algunas dificultades. Los archivos temporales de los blogs no eran fácilmente accesibles en al menos dos de los casos y el scroll infinito de Google Reader se colgaba al llegar a 150 posts. La solución final consistió en buscar en [Google Blog Search](#) todos los posts escritos en cada blog entre el 1 de enero y el 1 de septiembre de 2007 indicando como palabra clave el nombre del autor, la única forma de que aparecieran todos los posts publicados. El resultado que arroja el buscador, sin embargo, no son los posts completos, por tanto, estrictamente, no se han analizado los posts en toda su extensión, sino sólo los titulares y el primer párrafo. Aunque esta no es la situación óptima, fue la única viable si no se deseaba recurrir a los autores de los blogs, personas bastante ocupadas todos ellos, para solicitar acceso a los archivos.

La herramienta utilizada para contar la frecuencia con la que aparecían las palabras ha sido [Textalyser](#).

En el ranking se incluyeron aquellas palabras que podían proporcionar información, desestimándose artículos, preposiciones o términos poco significativos.



No sé si el resultado de todo esto es científico o no, lo que sí sé es que me he divertido mucho con el juego.



Denken Uber: 10.950 pal.		Enrique Dans: 15.055 pal.		Error500: 18.736 pal.	
google	585%	google	604%	google	1307%
microsoft	414%	dell	302%	microsoft	603%
yahoo	353%	empresa	272%	windows	442%
windows	293%	apple	272%	youtube	402%
youtube	272%	microsoft	242%	vídeos	382%
mercado	232%	iphone	201%	servicio	342%
publicidad	192%	vista	181%	publicidad	312%
compra	182%	windows	171%	móvil	312%
apple	182%	mercado	171%	red	302%
usuarios	172%	usuarios	171%	iphone	292%
videos	161%	empresas	161%	vídeo	292%
servicio	151%	red	161%	facebook	271%
video	151%	publicidad	151%	nokia	271%
versión	151%	música	151%	live	261%
problemas	151%	twitter	151%	compra	261%
plataforma	141%	contenidos	151%	yahoo	261%
social	141%	desarrollo	151%	plataforma	251%
sistema	141%	yahoo	141%	usuarios	241%
gente	131%	compañía	141%	versión	231%
mundo	121%	industria	131%	música	231%
ebay	121%	linux	131%	servicios	221%
itunes	121%	youtube	131%	drm	221%
medios	121%	marketing	131%	aplicaciones	221%
vista	121%	business	131%	joost	211%
amazon	111%	iniciativa	111%	adobe	211%
servicios	111%	ideas	111%	idea	201%
live	111%	blackberry	111%	compañía	201%
seguridad	111%	cambio	111%	sistema	201%
empresa	111%	gmail	111%	mundo	201%
lanzamiento	111%	atención	111%	anuncios	191%
intel	101%	mundo	111%	proyecto	191%
ganancias	101%	amigo	111%	beta	181%
cambios	101%	joost	101%	televisión	171%
gmail	101%	ordenadores	101%	futuro	171%
feeds	101%	copyright	101%	mercado	171%
futuro	91%	fotos	101%	apple	171%
marketing	91%	open	91%	linux	171%
nokia	91%	dólares	91%	sony	161%
empresas	91%	clientes	91%	silverlight	161%
diseño	91%	vídeo	91%	firefox	161%
interfaz	81%	drm	91%	vodafone	151%
sociales	81%	personas	91%	software	151%
twitter	81%	servicio	91%	películas	151%



rss	81%	crowdsourcing	81%	interfaz	151%
iphone	81%	proyecto	81%	movimiento	151%
facebook	81%	sistemas	81%	gsm	151%
comunidad	71%	ibm	81%	contenidos	141%
contenido	71%	compra	81%	negocio	141%
wikipedia	71%	lanzamiento	7 0%	redes	131%
macbook	71%	ipod	7 0%	openid	131%
producto	71%	flickr	7 0%	social	131%
software	71%	wifi	7 0%	dólares	131%
estrategia	71%			dell	121%
marca	71%			escritorio	121%
cambio	61%			empresa	121%
adsense	61%			itunes	121%
desarrolladores	61%			teléfono	121%
clientes	61%			telefonía	111%
linux	61%			sociales	111%
redes	61%			myspace	111%
flickr	61%			amazon	101%
myspace	61%			widgets	101%
				blackberry	9 0%
				twitter	9 0%
				ipod	8 0%