

EN 2004, TIM O'REILLY ACUNÓ EL TÉRMINO

WEB 2.0

PARA REFERIRSE AL DESARROLLO DE UNA SEGUNDA GENERACIÓN DE TECNOLOGÍA WEB BASADA EN COMUNIDADES QUE FOMENTAN EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN ENTRE USUARIOS. DENTRO DE ESPAÑA, MADRID ES SIN DUDA LA CAPITAL DESDE LA QUE SE EXPANDE LA NUEVA FRONTERA DE RELACIONES EN RED.

TEXTO Y FOTOGRAFÍAS DE ÓSCAR ESPIRITUSANTO

In 2004, Tim O'Reilly coined the term Web 2.0 to describe

The emergence of a new generation of web technology based on user communities exchanging information. In Spain, the centre of the new technologies is undoubtedly Madrid, where a plethora of innovators is rolling back the frontiers of the web.



Ícaro Moyano • tuenti.com
[6.000.000]
MILLONES DE
USUARIOS EN
TRES AÑOS
DE VIDA

[2.000.000]
DE FOTOS
SUBIDAS AL DÍA

Six million users
in three years.
Two million photos
uploaded every day

"Es la primera vez que un fenómeno originado a partir de una mecánica informática se convierte en un fenómeno social." Antonio Fuenten, investigador de la Universidad Politécnica de Madrid y socio fundador de Win Win consultores, no puede exagerar el alcance de la tecnología participativa: "El 2.0 afecta hoy a todos los ámbitos de nuestra vida. Y es que las empresas 2.0 son muchas y los ámbitos en los que actúan son infinitos: mercado inmobiliario, redes de blogs y sociales, música, turismo, cultura, ocio para adultos, medios de comunicación... He aquí algunos de los ejemplos más relevantes del mapa del Madrid 2.0.

Jesús Encinar, desde su sede en la Plaza de las Cortes, en el corazón de la ciudad, se ha erigido en uno de los empresarios con proyectos de éxito en Internet. Comenzó en el año 2000 con Idealista.com, un portal inmobiliario nacido en un momento complicado, cuando nadie obtenía beneficios en la red. Encinar y sus socios se embarcaron en esta aventura sin conocer el sector inmobiliario, Internet ni el mundo de la empresa, pero a los tres años consiguió que fuera rentable y hoy su portal cuenta con más de 300.000 inmuebles en venta o alquiler, más de 100 millones de páginas vistas y unos dos millones y medio de usuarios únicos. Ahora son más de 250 personas trabajando en los diferentes proyectos. Visto esta evolución no es de extrañar que, como el propio Jesús nos cuenta, el nombre del sitio web lo pusiera su madre cuando le conecó el proyecto: "Ya está aquí el idealista".

La red se mueve y empresarios como Encinar también. A partir de Idealista, está inmerso en proyectos como 11870.com, un estil social

"It's the first time that something that started as a technological figure of speech has turned itself into social phenomenon." For Antonio Fuenten, researcher at Madrid's Universidad Politécnica and founder of consultancy Win Win, it is impossible to overrate the scope of the new collaborative technology: "Web 2.0 affects all aspects of our daily life," he estimates and everywhere how the property market, professional blogs, social networks, music, tourism, culture, adult activities, media – just some of the landmarks on the map of Madrid 2.0.

From his base in the Plaza de las Cortes in the heart of the city, Jesús Encinar has established himself as a hugely successful internet entrepreneur. He began in 2000 with Idealista, a real estate portal conceived when nobody was managing to make the internet profitable. Encinar and his associates embarked on this adventure without knowing the sector, the internet, or much in the way of the world of business – but after three years made it profitable. Today the portal has 300,000 featured apartments, 100 million pages viewed, one and a half million users and some 250 employees working on various projects. It was Jesús' own mother who suggested the name. Her response to their project – "now this is the ideal list!" – was both to the point and prophetic.

The internet moved on, and with it innovators such as Encinar. After launching Idealista, he plunged into other



Gumerindo Lafuente • soitu.es
PERIODISMO
CON LAS
HERRAMIENTAS
CLÁSICAS, PERO
ADAPTADO
AL NUEVO
ESCENARIO
TECNOLOGICO

Journalism using the classic tools of the trade, adapted to the new technological realities



Julio Alonso • weblogsl.com
UN EQUIPO
DE UNOS
[200] BLOGGERS
FREELANCE,
PUBLICA
[40] BLOGS
ESPECIALIZADOS

200 freelance bloggers on the editorial team, 40 specialist blogs

projects such as the social network 11870.com. Thanks to this success, Grupo Vocento acquired a third of its value.

Just one floor down, we find Tuenti.com, another Spain-wide social network. With its youthful user profile, Tuenti has 20,000 million hits a month, with two million photos uploaded a day and some six million users of which 60% connect to the site on a daily basis. The name comes from "tu identidad", explains communications director, Ícaro Moyano. The site's greatest asset is surely mobile cameras. As Moyano says: "This is the best converter of atoms to pixels. Just as we project different identities in different countries or places, Tuenti is a tool for constructing your digital identity".

In the neighbourhood of Chamberí we find Julio Alonso, founder of Weblogs1.com. The online Spanish-language media company has a team of 200 freelance bloggers, publishing 40 blogs each specializing in different areas, such as technology, leisure or lifestyle. The project drew its main inspiration from Jason Calacanis of Weblogs Inc. and Gawker Media's Nick Denton. Proof of its success: this year, in spite of the financial crisis, turnover continued growing and the site has somewhere in the region of 13 million users.

Totally new types of media have also emerged here in the capital. Born out of the internet, Soitu is a communications outfit developing technology for reporters "so they can



Vanesa Jiménez • lainformacion.com
MEDIO DE
COMUNICACIÓN
PURO HECHO EN
LA CALLE CON UN
ALTO GRADO DE
INNOVACIÓN
TECNOLOGICA

Pure news gathered on the street, with a good dose of technological innovation

Álvaro Ibañez • microservios.com
BLOGS SOBRE
ECOLOGÍA,
FOTOGRAFÍA,
JUEGOS,
CIENCIA...
Y MUCHO
HUMOR

Blogs on ecology, photography, games, science and a lot of humour



y una empresa que desarrolla tecnología enfocada al uso periodístico, "en el que se intenta hacer periodismo con las herramientas clásicas del oficio pero adaptado a este nuevo escenario tecnológico", comenta Gumerindo Lafuente, director del medio. Tras seis años dirigiendo el portal digital del diario El Mundo, y con la ayuda de un grupo de socios, Lafuente decidió hacer un producto diferente e independiente. De la suma de recursos económicos e inquietudes vitales surgió Soitu.

La empresa Diximedia es una empresa joven que en poco tiempo ha creado una serie de sitios como 233grados.com, un blog sobre periodismo y comunicación, y Practicopedia.com, un lugar que alberga material de videos sencillos y útiles para aprender a hacer todo tipo de cosas. Su proyecto más ambicioso, sin embargo, es Lainformacion.com, un medio de información general que nació en abril y que, como comenta Vanesa Jiménez, su directora, "es un medio de comunicación puro en Internet técnica. Queremos volver al periodismo tradicional, y por ello la última hora está automatizada para poder dedicar la redacción a contar historias".

Microservios.com es un clásico para muchos. Álvaro Ibañez (Aby) y Nacho Palou, se juntaron para crear un blog sobre tecnología, y posteriormente se une Javier Pedreira (Wicho). La inspiración y el nombre lo encontraron en la novela de Douglas Coupland en la que un grupo de empleados de Microsoft, hartos de su trabajo, deciden arriesgarse y montar su propia empresa. El blog ha ido evolucionando y algunos temas han tomado cuerpo y son auténticos blogs independientes.

practise journalism using the classic tools of the trade – but adapted to new technological realities", explains media director Gumerindo Lafuente. After six years on the online edition of El Mundo, Lafuente decided to create a different product with the help of a group of colleagues. Soitu emerged from this pooling of professional and financial resources.

Diximedia is a young venture, but has created a whole range of sites in a short time, notably 233grados, a journalism and communications blog, and Practicopedia, a collection of useful and simple how-to videos that give instruction across a range of different activities. Diximedia's most ambitious project, though, is Lainformacion, a general news news site launched in April. Director Vanesa Jiménez explains: "It's a communication tool in which journalists gather information not from the street, but also offers technical innovation. We want to return to a traditional type of journalism, so we have automated newswriters so we can concentrate editorial resources on putting together stories".

A classic for many is Microservios.com. Álvaro Ibañez and Nacho Palou got together to create a technology blog, Javier Pedreira later joining them from Wicho. The name came from the Douglas Coupland novel Microserfs, in which a group of web-weary Microsoft employees decide to go it



Miguel Ángel Díaz Ferreira • redkaraoke.es
UN FONDO
INVERTE
[2.000.000]
DE EUROS
EN SU
LANZAMIENTO
MUNDIAL

Venture capitalists put in two million euros for its international launch



Ángel María Herrera • bubok.com
SURGE POR
LA DEMANDA
EN UNA PEQUEÑA
EDITORIAL A LA
QUE LLEGABAN
UNOS [300]
MANUSCRITOS
AL MES

The idea came from seeing how a small publisher received some 300 manuscripts each month



Raúl Jiménez • minube.com
CREA TU GUÍA
DE VIAJES
PERSONALIZADA
Y DESPUÉS
COMPARTE
EL VIAJE CON
SU GENTE Y
LOS USUARIOS

Make your customised travel itinerary, share your trip with other users afterwards

ecología, fotografía, juegos, ciencia, Internet, aviones y WTF (What the Fuck) con historias curiosas y mucho humor. El éxito de Microservios les animó a abandonar sus puestos de trabajo y crear su propia empresa: Internality s.l.

En ocio, cultura y viajes, Madrid también se mueve con sus emprendedores 2.0. Miguel Ángel Díaz Ferreira es uno de los fundadores de RedKaraoke.es, una red social para cantantes que te permite mostrar tus aptitudes artísticas. Desde Madrid, este karaoke online está haciendo cantar a los nipones, a los estadounidenses y, en breve, a los chilenos. La idea, como no podía ser de otra forma, nació en una fiesta en casa de Miguel Ángel en 2005. Después de dos años de maduración técnica y legal, el 3 de abril de 2007 vio la luz. Poco tiempo después, un fondo de capital riesgo decidió invertir dos millones de euros para su lanzamiento internacional, comenzando por uno de los mercados más importantes de karaoke del mundo, Japón.

Un nuevo concepto surge desde Minube.com: los viajes sociales donde los usuarios adquieren un gran protagonismo. "Minube es un viaje en sí mismo", afirma Raúl Jiménez, Director General de la compañía. El proyecto comenzó en noviembre de 2007 con la intención de ofrecer una visión diferente de los sitios de viajes. En Minube el viaje empieza antes de comprar el billete. En primer lugar, el usuario busca un destino gracias a las recomendaciones de su entorno cercano. Una vez ha decidido dónde ir, debe buscar qué quiere ver, qué comer y dónde dormir. A partir de aquí comienza un proceso de computación para la compra, la creación

alone. The blog has evolved, spawning independent blogs on ecology, photography, games, science, internet, planes, and WTF (What the Fuck, a collection of quirky stories and humour). Microservios' success encouraged them to leave the day jobs to found their own business, Internality.

Madrid's very own 2.0 entrepreneurs are also stirring up the world of culture, leisure and travel. Miguel Ángel Díaz Ferreira is one of the founders of RedKaraoke, a social networking site for singers to showcase their creative talents. The site is teaching the world to sing, starting with the Japanese, the United States, and shortly the Chileans. The idea came (as these ideas tend to) at a party in 2005. After two years of technical and legal planning the project saw the light of day in April 2007. Soon after, venture capitalists put in two million euros for its international launch.

Minube, meanwhile, has come up with a neat new concept: a social travel site where users play a huge role in tailoring their own trip. "Minube is a journey in itself," says the site's director, Raúl Jiménez. The project began in November 2007 with the idea of offering a different type of travel web site. Firstly you choose your destination with the help of recommendations from the user community. Once decided, you then choose what you are going to see, what to eat and where to sleep. Then begins the whole process

de su propia guía de viajes personalizada, y lo más importante, después de compartir el viaje con su gente y los usuarios de la red.

Otra empresa de contenidos y servicios ocio-culturales es Evolucion3, fundada por Ángel María Herrera. Desde 2005 ha creado Medios y Roles, empresas de blogs, encuentros de emprendedores y ahora está en Bubok.com, una plataforma de autopublicación online.

Bubok surge de la observación de la demanda existente en una pequeña editorial a la que llegaban unos 300 manuscritos. En esta plataforma cualquier persona puede publicar, solo hay que subir el contenido a Bubok. Los libros se imprimen bajo demanda y cada vez que alguien solicita el libro se producen ingresos.

Algo más su género, Javier Jimeno lleva trabajando en el sector de Internet más de diez años, como él mismo dice, "cuando Internet era en blanco y verde", ahora se dedica al "ocio para adultos", realizando proyectos de Guarrilleros.com, una web que utiliza las redes sociales para "difundir su espíritu guarrillero". Su objetivo es organizar fiestas y conciertos bajo el lema "Deja ya de joder y ponte a foliar".

Viendo la cantera de ideas y emprendedores que bulle en Madrid y teniendo en cuenta el avance del cloud computing, es decir, del hecho que todo nuestro software y herramientas estén en la red –o nube– y no instaladas en nuestro ordenador, podríamos avanzar que la famosa expresión "De Madrid al cielo" podría convertirse muy pronto en "De Madrid a la nube".

of price comparison, creating your own customised travel itinerary, and sharing details of your trip afterwards.

Another leisure and cultural services venture is Evolucion3, since 2005, its founder Ángel María Herrera has immersed himself in Bubok.com, an online self-publication concern. Anyone can publish on this service, all they have to do is upload it to Bubok. Books are printed on demand and money is generated every time someone orders one.

Javier Jimeno has spent more than a decade working in the online world, now working principally in adult entertainment, producing erotic videogames both for the web and mobile, which he sells through Iglames. In date he has had some 700 million downloads. One of his other projects is Guarrilleros.com, a site whose members use other social networks to spread, as they put it, "the spirit of fun". Its aim is to organise parties and concerts under the distinctive slogan of "stop screwing around, and let's fuck".

A huge store of ideas and innovators is swirling around in the capital. There is also the emerging notion of "cloud computing" – the phenomenon by which all our software and tools are not installed on our actual computers but out there in a sort of online cloud. That well-known slogan "From Madrid to the skies" will very soon become "From Madrid to the clouds".