



## Sexo, amor ... y web 2.0

---

27-03-2009

Por Raquel C. Pico

Un nuevo nicho de mercado emerge en el ciberespacio: la vida privada tiene un nuevo escenario en la red.

Además de la *red social sexual*, el mercado español acaba de acoger el lanzamiento de Mobifriends, en el que lo que se busca es hacer nuevos amigos. De forma gratuita y a través de móvil o la red (y en catalán, castellano o inglés), los usuarios pueden entablar relaciones.

"Mobifriends.com es **la primera red gratuita de contactos que ofrece todas las prestaciones y opciones del servicio tanto vía Web como a través del móvil**", explicaban desde la compañía en su lanzamiento.

Desde la empresa añadían: "en la mayoría de portales de contacto online sólo es posible encontrar pareja, mientras que en mobifriends, además de buscar pareja, también se puede hacer nuevos amigos o encontrar personas para compartir intereses o aficiones comunes".

Todas las relaciones sociales, por tanto, llegan al usuario pasadas por el tamiz de lo cibernético.

### Éxito de público

Las redes sociales ocupan la mayor parte del tiempo de navegación de los internautas ya por delante de las cuentas de correo electrónico. Cada vez tienen más adeptos y cada vez son más las diferentes ofertas, lo que según algunos expertos está causando una saturación del mercado que acabará por dejar el reparto en manos de un par únicamente de redes.

"Lo que decían los expertos es que no había espacio para más redes sociales generalistas como Facebook o Tuenti", puntualiza San Miguel. "Sin embargo, **las redes sociales especializadas pueden convertirse en nichos de mercado muy rentables**" El fundador de Dembu apunta: "Si se crea una buena marca y hay suficiente masa crítica, aparecerá un nuevo aglomerador".

Y si Sigmund Freud pudo crear parte de toda una teoría revolucionaria partiendo del amor y del sexo y si el amor y el sexo han podido arrastrar a los pueblos a la guerra durante siglos, nada tendría que impedir que se crease todo un ciberimperio de los negocios sobre ello.

Las redes sociales hace meses que arrebataron el éxito a la pornografía, que ha dejado de ser el principal contenido de Internet a favor de estas páginas. Así pues, las empresas no deberían dudar a la hora de mover los contenidos más subidos de tono a un nuevo mercado.

De hecho, Dembu no es la única red sexual que se ha creado en Internet. Bedpost.com es lo último que se comenta en el lado anglosajón de la red. ¿Bienvenidos a la nueva cibermoda de los negocios?

página 3 de 3  
[anterior](#)

