

## Sare sozialen negozio ereduak



DIANA FRANCO

**O**rain dela 15 bat urte sare sozial gehienek plaza publikoa bailiran funtzionatzen zuten. Hodeien, adimen artifizialaren eta telekomunikazio bideen garapenarekin, sare sozialek handitu egin zuten euren erabiltzaileen bizitzen, jokabideen, ohituren eta pentsamenduen gaineko ezagutza. Horrek ahalbidetu zuen sare sozialek publizitatearen bidez pertsonen kontsumo eta jokabide asko bideratzea telekomunikazio korporazioetara. Covidak, gainera, bizipen digitalak areagotzeko beharra ekarri zuen, eta korporazio hauek hazkunde esponenziala izan zuten.

Egun, ordea, Twitter eta Facebooken inguruan dauden berriak (kaleratze masiboak) zerbait aldatzen ari dela adierazten digute. Badirudi gaur egun duten negozio eredu, publizitateari lotua, ez dela etorkizun hurbilean nahikoa izango euren anbizioa asetzeko, besteak beste mundua bizitzen ari den krisia dela-eta, beharbada algoritmiaren erregulazioa egiten ari den bidea negozio eredu horrentzako mehatxua bihurtzen ari delako, edota alternatiba berriak (TikTok) gailentzen ari zaizkielako.

Eta norantz joango dira negozio eredu hauek? Badirudi balio erantsia eskaini nahi dutela euren sareetan. Balio erantsia erabiltzaileak ere diru iturri zuzen bihurtzeko; orain arte zeharkako ziren. Dirua, gaur egun datua den heinean, pertsonen artean digitalki partekatu daiteke, eta pertsonen bizitzan diru transakzioa oinarritzua den dinamika izanik, beraiantzat zentzua du diruari lotzea balio erantsi hori. Diruarekin balioan jarri daitekeen edozein gauzari (lanari, sorkuntzari, salerosketei, maileguei, ekimenei...) bidea eman nahi diete euren sare sozialen bidez. Erabiltzaileek dinamika horretan balioa ikusten badute, ordaintzeko prest egon daitezke, eta sare sozialek euren negozio ereduari loturiko diru-sarrerak dibertsifikatu ditzakete, publizitateaz gain erabiltzaileen kuotak ere lortuz. Erabiltzaileok lehengai, produktu eta diru iturri zuzena izango gara sare sozial hauetan. ●

## “Elon Musken lehentasun bakarra da Twitterren erabiltzaileak monetizatzea”

ASIER ITURRALDE

**U**rriaren amaieran Elon Muskek Twitter erosi zuen 44.000 milioi dolarren truke. Munduko aberatsena da dirutan, baina guztia ez da bere patrikatik atera: zenbait inbertsorek 5.200 milioi jarri dituzte, tartean Qatarko inbertsio-funts subirañoak, eta hainbat bankuk gainerako 13.000 milioi mailegatu dizkiote. Maileguaren ondorioz, Twitterrek 1.000 milioi dolar ordaindu beharko ditu interesetan hurrengo urtean. Hori enpresak iaz izan zuen 630 milioiko kutxa-fluxua baino gehiago da. Hitz lauz esanda: Twitterrek interesetan ordaindu beharko duena baino diru gutxiago du eskura. Muskek berak ere aitortu omen du Twitterrek ez daukala bizirauteko adina diru, azaroaren 9an egindako barne bilera batean. Bankarrota edo porrot ekonomikoaren aukera ere ez duela baztertzen esan zuen.

Erosketa gauzatu ondoren, Musk gastuak murrizten hasi da. Hartutako lehen erabakietako bat enpresaren 7.500 langileen erdiak kalera-tzea izan da, egunean 4 milioi dolar galtzen ari dela argudiatuz. 2022ko bigarren hiruhileko kontuetan 270 milioiko galera garbiak aurkeztu zituen Twitterrek. Azaroaren 3an, langile guztiek posta elektronikoko bat jaso zuten, enpresan jarraitzen zuten ala ez biharamunean jakinaraziko zieten esanez. Jarraitzekotan laneko helbidera bidaliko zieten mezua, bestela pertsonalera. Asteburuan kaleratutako langile batzuei itzultzeko eskatuz idatzi zieten, errore bat izan zela esanez.

Lanpostua galdu dutenen artean dago adimen artifizialeko etika lantalde osoa, komunikazio eta moderazio taldeetakoak, baita ingeniari departamentuaren zati garrantzitsu bat ere.

Langileak kaleratzeaz gain, Muskek 1.000 milioi aurreztu nahi ditu azpiegitura informatikoen gastuetan. Twitterreko ingeniari batek MIT Technology Review-ri esandakoaren arabera, ez daukate plataforma mantentzeko pertsonal tekniko nahikorik eta arazo larriak izango dituzte laster.

Aurretik ere eskasa zen Twitterreko moderazioak okerragora egingo duen beldurra ere badago, erosketaren ondorengo kalera-tzeengatik, eta Elonek bere burua “adierazpen askatasunaren absolutista” bezala definitzen duelako. 2022ko apirilean Twitter erosiko zuela iragarri zuenean giza eskubideen defentsarako erakundeek beren kezka agertu zuten, erosketaren ondoren Twitterren gorroto-diskurtsoak areagotuko direlakoan. AEBetako New Jersey estatuko Montclair Unibertsitateak egindako ikerlan batek beldur hori egiaztatu du: erosketa gauzatu ondoren gorroto-diskurtsoaren igoe-ra oso nabarmena aurkitu zuten.

Arazoekin jarraituz, Twitter erabiltzaile aktiboak galtzen ari da, Reutersek eskuratu duen “Where did the Tweeters Go?” (Nora joan dira txiolariak?) barne-dokumentuaren arabera. Erabiltzaileen %10ak txioen %90a idazten du eta irabazien erdia sortu. Txostenan-