



Dile hola a Ello, la red social libre de anuncios que saca provecho de la percepción de que es la red «anti Facebook».

A principios de este mes, el gigante de las redes sociales llegó a los titulares al suspender las cuentas de varios artistas gays y transexuales. ¿Las razones? Las cuentas no estaban registradas con sus verdaderos nombres.

«Cuanto más saben acerca de ti, más dinero hacen», dijo Paul Budnitz, cofundador de Ello, acerca de Facebook. «Siendo bastante honesto, a mí francamente no me importa».

La plataforma, que todavía está en fase beta, se lanzó hace poco más de un mes con aproximadamente 90 personas y todavía se maneja solamente por invitación. Esta semana, el sitio ha visto un aumento increíble en la cantidad de solicitudes de invitación. Él no especificó el número total, pero dijo que las solicitudes y aprobaciones juntas a menudo suman 40.000 por hora.

Budnitz dijo que no esperaban que el sitio creciera tan rápidamente y que todavía están desarrollando sus funciones. (Él reconoció que esto podría significar un poco de tiempo de inactividad).

Según Budnitz, Ello ha «sido realmente aceptada por la comunidad LGBT», así como por artistas e intérpretes.

Ello quiere que sus usuarios se sientan más como personas y menos como puntos de datos. Los usuarios tienen la libertad de ser quienes quieran ser, siempre y cuando cumplan con las reglas básicas, como ninguna bestialidad o suplantación de personalidades, de acuerdo con Budnitz.

Para participar, todo lo que necesitas es una invitación de un amigo y una dirección de correo electrónico.



«No estamos haciendo localización geográfica, estamos usando las direcciones IP, no preguntamos tu nombre, tu género ni tu orientación sexual. Todo lo que importa es que obedezcas las normas de Ello», dijo Budnitz, quien es uno de sus siete fundadores.

Hace un año, ellos empezaron la plataforma como una red social privada para que los amigos de sus amigos compartieran su trabajo artístico y se comunicaran. Eventualmente llegaron a tener 1.000 amigos de amigos que querían ingresar a la red, por lo que decidieron abrir el círculo.

Recibieron una inversión inicial de 435.000 dólares de parte de FreshTracks Capital, una firma de capital riesgo con sede en Vermont. (Budnitz también vive en Vermont, pero otros fundadores están ubicados en Colorado).

Pero, ¿de qué manera sobrevive una plataforma que no está financiada por la publicidad una vez que su financiación se agota?

«¿No es eso tan triste? En lugar de apoyar un nuevo modelo que en realidad haga que las cosas sean mejores, la gente tiene que decir: 'Ustedes no pueden cambiar las cosas!», dijo Budnitz. «Nuestro modelo de negocio es en realidad simple y comprobado. Es como una tienda de aplicaciones».

Con lo anterior, Budnitz quiere decir que van a impulsar las ventas a través de una estrategia en la que le ofrecerán a los usuarios características especiales para personalizar su experiencia Ello - y que confía en que, de esta manera, él será capaz de obtener beneficios económicos de la plataforma.

«Literalmente, tenemos miles de personas que nos escriben con sugerencias de características, diciendo: éstas son las cosas por las que yo pagaría».

¿La solicitud más importante hasta el momento? Las personas que desean controlar un perfil profesional y personal con una sola entrada al sistema. Budnitz dice que es probable que den a conocer eso en el futuro y que cobren una tarifa única de 2 dólares.



Ello es la red social anti Facebook

Fuente: elsol