# ANUNCIA-TE

Una propuesta de futuro para Internet, las redes sociales y los contenidos

**Reflexión estratégica y documento de trabajo**

## Introducción

Este documento recoge una reflexión sobre el modelo actual de Internet y una posible alternativa: un entorno donde publicar tenga un coste razonable, la información aporte valor, las reglas sean transparentes y las personas puedan encontrar, contrastar y cuestionar lo que necesitan sin depender de sistemas opacos de distribución.

La intención no es dar por resueltos todos los problemas. Al contrario: se trata de convertir las preguntas, los riesgos y las dificultades en una hoja de trabajo para que Anuncia-te pueda definir soluciones concretas, una por una.

## 1. El problema: la economía de la atención

Internet nació con una promesa extraordinaria: democratizar el acceso a la información, facilitar el conocimiento y permitir que cualquier persona pudiera comunicar, crear y compartir. Sin embargo, buena parte del modelo dominante ha evolucionado hacia otra cosa.

- El usuario aporta su tiempo.
- El creador aporta contenidos.
- Las plataformas capturan la atención.
- Los algoritmos deciden qué tiene visibilidad.
- La publicidad monetiza esa atención.
- El usuario pierde capacidad para decidir qué información merece realmente su tiempo.

Hemos confundido visibilidad con relevancia, popularidad con conocimiento y entretenimiento con información. Y no son lo mismo.

El problema no es que exista publicidad ni que las plataformas tengan que ganar dinero. El problema aparece cuando el interés económico de quien distribuye la información no coincide necesariamente con el interés de quien la crea o la consume.

## 2. Pagar por el valor, no por el ruido

La propuesta no consiste en defender Internet gratuito a cualquier precio. Consiste en plantear un coste razonable, transparente y relacionado con un servicio concreto.

- Pago asumible por publicar.
- Condiciones conocidas de antemano.

- Visibilidad basada en criterios transparentes.
- Información procedente directamente de quien ofrece productos o servicios.
- Posibilidad de comparar alternativas.
- Crítica abierta y derecho de réplica.
- Posibilidad de corregir errores.
- Independencia respecto a algoritmos opacos que deciden arbitrariamente quién aparece y quién desaparece.

Hay una diferencia fundamental entre pagar para que una plataforma te favorezca y pagar por disponer de un espacio donde tu información esté publicada, organizada y accesible. En el primer caso dependes de quien controla la distribución. En el segundo compras un servicio y conoces las condiciones.

**No pagas para comprar la opinión de los demás. Pagas para tener derecho a presentar la tuya en igualdad de condiciones.**

# 3. Recuperar la responsabilidad del creador

**«No te fíes de mí porque sí, ni porque lo digo yo. Fíate de mí porque mira cómo lo he resuelto».**

Esta idea resume una filosofía diferente de comunicación. El creador no pretende que un algoritmo le conceda autoridad ni que una multitud de seguidores le otorgue credibilidad. Presenta lo que hace, explica cómo lo hace, ofrece pruebas, permite que otros lo contrasten y acepta que le cuestionen.

- Identidad: saber quién publica y quién responde.
- Responsabilidad: hacerse cargo de lo que se afirma.
- Contraste: permitir que otros cuestionen, comparen y comprueben.
- Rectificación: reconocer errores y corregirlos públicamente.

No significa que todo lo publicado tenga que ser verdad. Significa que debe existir un espacio donde la verdad pueda buscarse, discutirse y contrastarse.

# 4. Objeciones y riesgos que debemos resolver

## Pagar no garantiza calidad

Hay personas dispuestas a pagar por publicar contenidos sin fundamento. Por tanto, el precio no puede convertirse en un certificado de credibilidad. La calidad debe depender de la información aportada, su utilidad, su verificabilidad y la responsabilidad del anunciante.

## No debemos reservar Internet a quien puede pagar

Si queremos democratizar la comunicación, el precio debe ser verdaderamente asumible. También se pueden estudiar espacios gratuitos o condiciones especiales para iniciativas sociales, asociaciones y proyectos comunitarios.

### La crítica abierta necesita reglas

Libertad de expresión no significa impunidad. Hay que proteger la crítica legítima, pero también impedir el acoso, las amenazas, la suplantación y la difamación.

### Pagar por publicar no puede significar pagar por tener razón

El anunciante debe comprar un espacio, no una posición privilegiada en la conversación. El usuario debe poder distinguir claramente entre información, opinión, publicidad y valoración de terceros. Los criterios de ordenación y visibilidad deben ser públicos y comprensibles.

## 5. Cómo trasladar esta filosofía a Anuncia-te

La oportunidad no está necesariamente en competir con las redes sociales en su propio terreno ni en crear otra máquina de entretenimiento infinito. Está en construir una infraestructura de información útil.

### Directorios y prontuarios

Que cada profesional, empresa, fabricante o proveedor pueda ser localizado por lo que realmente ofrece.

### Espacios propios de publicación

Que cada creador gestione su información, sus anuncios, sus argumentos y sus contenidos.

### Comparación y contraste

Que quien busca una solución pueda encontrar proveedores relacionados y comparar alternativas sin depender de recomendaciones opacas.

### Crítica y derecho de respuesta

Que las opiniones tengan un espacio propio, con posibilidad de contestación, pruebas y rectificación.

### Financiación transparente

Que el usuario sepa cuánto cuesta publicar, qué recibe a cambio y quién financia el servicio.

Aquí encaja la propuesta económica que se viene desarrollando: un servicio de publicación y gestión desde 10 euros por anuncio y año, según las condiciones del servicio. No se deben prometer millones de visualizaciones ni ventas. Se ofrece presencia, organización, información y posibilidades de ser encontrado.

## 6. Un nuevo contrato social para Internet

La filosofía podría resumirse en siete compromisos:

| Principio | Compromiso |
|---|---|
| Libertad | Poder publicar sin depender de algoritmos opacos. |
| Responsabilidad | Responder de lo que se publica. |
| Transparencia | Conocer las reglas y los costes. |

| Principio | Compromiso |
|---|---|
| Igualdad | No comprar privilegios de visibilidad. |
| Contraste | Poder comparar y cuestionar. |
| Rectificación | Corregir públicamente los errores. |
| Utilidad | Dar prioridad a la información que aporta valor. |

No se trata de eliminar el entretenimiento, prohibir las redes sociales ni imponer qué debe consumir cada persona. Se trata de ofrecer otra posibilidad: que quien quiera entretenerse pueda hacerlo, pero que quien necesite encontrar un profesional, un producto, un servicio o una solución no tenga que atravesar un océano de ruido.

## 7. Conclusión: convertir la propuesta en un manifiesto

Anuncia-te no debería presentarse únicamente como una plataforma que quiere hacer publicidad de otra manera. Puede presentarse como una propuesta de organización de la información en Internet, donde el creador recupera capacidad de decisión y el usuario recupera capacidad de elección.

**NO TE FÍES DE MÍ PORQUE SÍ.**
**FÍATE DE MÍ PORQUE MIRA CÓMO LO HE RESUELTO.**

No quiero que un algoritmo decida por ti. Quiero que puedas conocer, comparar, cuestionar y decidir por ti mismo.

**ANUNCIA-TE. TU ESPACIO, TU INFORMACIÓN, TU RESPONSABILIDAD.**

El futuro de Internet no debería consistir en producir cada vez más contenido para captar cada vez más atención. Debería consistir en conseguir que cada vez sea más fácil encontrar aquello que realmente necesitamos.

La dificultad empresarial no será convencer a la gente de que existe demasiado ruido. Eso ya lo perciben muchos usuarios. La dificultad será conseguir que suficientes profesionales y empresas publiquen información útil para que los usuarios encuentren razones para volver. Hay que resolver ese círculo de oferta y demanda.

Anuncia-te no necesita que la gente pase horas dentro de la plataforma. Necesita que entre, encuentre lo que busca y resuelva su necesidad.

**MENOS TIEMPO ATRAPADOS. MÁS TIEMPO VIVIENDO.**

# 8. Cuaderno de trabajo: preguntas que debemos responder

Las siguientes preguntas convierten las objeciones y los principios anteriores en decisiones de diseño, funcionamiento y modelo de negocio. No es necesario resolverlas todas de una vez. La propuesta es abordarlas una por una, documentando la solución, sus límites y cómo se comprobará que funciona.

## A. Calidad y responsabilidad de los contenidos

- ¿Qué requisitos mínimos debe cumplir un anuncio o contenido para publicarse?
- ¿Cómo distinguiremos información, opinión, publicidad y valoraciones de usuarios?
- ¿Qué evidencias o documentación podrá aportar un anunciante para respaldar sus afirmaciones?
- ¿Cómo se identificarán los contenidos patrocinados o las publicaciones comerciales?
- ¿Qué procedimiento seguiremos cuando un contenido sea engañoso, incompleto o potencialmente ilícito?

## B. Crítica, réplica y rectificación

- ¿Quién podrá publicar una crítica y qué identificación mínima será necesaria?
- ¿Cómo garantizaremos que el aludido pueda responder en condiciones razonables?
- ¿Qué plazos y procedimiento se aplicarán para responder, aportar pruebas o rectificar?
- ¿Cómo diferenciaremos una crítica legítima de una amenaza, un insulto, el acoso o la difamación?
- ¿Cómo quedará visible el historial de correcciones sin convertir un error subsanado en una condena permanente?

## C. Visibilidad, igualdad y ordenación

- ¿Qué significa exactamente tener presencia y ser localizable en Anuncia-te?
- ¿Qué criterios ordenarán los resultados: actividad, ubicación, fecha de publicación, relevancia u otros?
- ¿Cómo evitaremos que pagar más otorgue una ventaja encubierta frente a otros anunciantes?
- ¿Cómo explicaremos de forma sencilla por qué aparece un resultado antes que otro?
- ¿Qué mecanismos permitirán comprobar que las reglas se aplican de manera consistente?

## D. Precio, acceso y sostenibilidad

- ¿Qué incluye exactamente el precio anual del anuncio y qué servicios son opcionales?
- ¿Cómo garantizaremos que el coste sea asumible para autónomos, pequeñas empresas y proyectos sociales?
- ¿Tiene sentido reservar modalidades gratuitas o bonificadas y con qué límites?
- ¿Qué costes reales debe cubrir la tarifa para que el servicio sea sostenible?
- ¿Cómo comunicaremos con claridad qué se paga y qué no se garantiza, especialmente en materia de ventas y visitas?

### E. Experiencia del usuario y utilidad

- ¿Qué necesidades concretas debe poder resolver una persona al entrar en Anuncia-te?
- ¿Cómo haremos que encontrar, comparar y contactar sea sencillo y rápido?
- ¿Qué información mínima debe contener cada ficha para que resulte útil y comparable?
- ¿Cómo evitaremos que los directorios se llenen de anuncios duplicados, abandonados o desactualizados?
- ¿Qué indicadores demostrarán que la plataforma está aportando utilidad real?

### F. Gobernanza, confianza y protección

- ¿Quién establece y revisa las normas de publicación y participación?
- ¿Cómo se tramitarán las reclamaciones y quién resolverá los casos dudosos?
- ¿Qué datos personales son imprescindibles y cuáles no necesitamos recoger?
- ¿Cómo protegeremos a usuarios y anunciantes frente a suplantaciones, spam y usos abusivos?
- ¿Cómo publicaremos las reglas, los cambios y las estadísticas de moderación para generar confianza?

### G. Lanzamiento y crecimiento

- ¿Qué oferta inicial de profesionales y actividades hará útil la plataforma desde el primer día?
- ¿Qué sectores o territorios conviene incorporar primero para crear densidad de información?
- ¿Cómo atraeremos a los primeros usuarios que buscan productos y servicios?
- ¿Qué papel tendrán los gestores de contenido y comerciales GTC en la calidad y actualización de la información?
- ¿Qué resultados medibles nos indicarán que ha llegado el momento de ampliar el proyecto?

## 9. Método de trabajo propuesto

Para avanzar sin dispersarnos, cada cuestión puede resolverse con una ficha breve:

- Problema: qué dificultad queremos resolver.
- Propuesta: qué solución planteamos.
- Regla de funcionamiento: cómo se aplicará en la plataforma.
- Riesgos y límites: qué podría salir mal y qué no podemos prometer.
- Comprobación: cómo sabremos si la solución funciona.

Conviene empezar por los asuntos que condicionan el resto: criterios de publicación, crítica y derecho de respuesta, ordenación de resultados, precio y protección de usuarios. Una vez definidos, será más fácil convertir la filosofía en normas operativas y explicar con claridad qué ofrece Anuncia-te.

PROPÓSITO

Construir un espacio digital donde publicar sea accesible, la información pueda contrastarse, las reglas sean transparentes y las personas encuentren soluciones sin quedar atrapadas en el ruido.