

Facebook, el pegamento de la web 2.0



Hace unos años, cuando paseaba por las aulas informáticas de la Universidad y veía a alguien navegando por *Facebook*, sabía a ciencia cierta que se trataba de un alumno de intercambio. Sin embargo, en la actualidad las cosas han cambiado y esta plataforma social ha llegado a nuestro territorio para conquistarlo (con permiso de *Tuenti*).

Pero como no es del todo recomendable empezar una casa por el tejado, lo mejor será que primeramente expliquemos qué es *Facebook*¹. La wikipedia nos dice que se trata de un sitio web formado por muchas redes sociales o, dicho de otra manera, un pegamento donde los usuarios se crean perfiles en los que van agregando material de otros servicios (imágenes de *flickr*, videos de *youtube* y así hasta

un largo etcétera) y que comparten con sus contactos. Desde *Facebook* se puede jugar, mostrar nuestras películas favoritas, descubrir nueva música, invitar a cervezas (eso sí, virtuales)... Todo ello gracias a que está abierto a desarrolladores, de manera que cualquiera puede hacer mini-aplicaciones que funcionen y se integren en la plataforma. Aquí tenemos la principal razón de su éxito y la que le da mayor valor puesto que ya cuenta con más de 20.000 programas de terceros.

Repasemos ahora un poco su historia y cómo se ha ido fraguando el proyecto. Allá por 2004, un estudiante de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg, junto a dos amigos decidió empezar a construir una comunidad virtual. Origi-

nalmente esta red social fue creada exclusivamente para la comunicación entre estudiantes estadounidenses. De ahí proviene su nombre, ya que es el mismo que recibe el boletín que las universidades entregan a los alumnos que comienzan una nueva carrera para que se conozcan entre ellos (libro de caras). Es por esta razón que hasta 2006 no estaba permitido el registro ni la creación de cuentas a personas que no contasen con una dirección de correo electrónico de una universidad norteamericana.

Sin embargo, tras comprobar el éxito que estaba cosechando, se eliminó la restricción para poder ampliar horizontes publicitarios. Esta decisión levantó una cierta polémica entre los usuarios que ya estaban haciendo uso de la plataforma, dado



Modificación de <http://www.flickr.com/photos/loungerie> (cc by-nc-sa)

que se perdía la esencia estudiantil. Pero como diría Quevedo: *Poderoso caballero es don dinero.*

En la actualidad, ya cuenta con más de 60 millones de usuarios activos, cifra que va creciendo casi de forma exponencial. Y muchas son las novias que le pretenden. Entre ellas se encuentra Microsoft, que está deseoso de hacer una compra sonada en el mundo de la web 2.0 para poder plantar batalla a Google.

El área principal de trabajo en *Facebook* es nuestro perfil, desde el que podremos ir configurando y añadiendo toda la información. También seremos capaces de buscar y agregar amigos, así como de instalar aplicaciones. Esta instalación se hace en el propio portal (no se añade nada a nuestro ordenador). Mediante RSS se puede seguir la actividad de nuestros amigos e incluso cuenta con un *chat* propio. Por tanto, entretenimiento, comunicación e información se unen bajo un mismo paraguas. Además, si bien el proyecto arrancó inicialmente en el lenguaje de Shakespeare, ahora ya cuenta con versiones en francés, alemán y castellano, por lo que el idioma tampoco es una barrera.

Comunidades como *Facebook* son las que nos recuerdan que no hay que subestimar el poder de las redes sociales. Para ilustrar esto, pondré un ejemplo bastante llamativo del uso que se le puede dar como canal de difusión. En febrero de 2008, miles de colombianos se echaron a la calle en una movilización contra la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia

(FARC). Esta movilización se gestó en la plataforma.

Pero no todo son flores en el campo. También encontramos unos cuantos cardos. El primero reside en las condiciones de uso² (esa letra pequeña que nadie lee cuando se registra en un nuevo servicio). Y es que cuenta con algunas cláusulas que le otorgan la propiedad sobre los contenidos que se crean en ella. Concretamente éste es el párrafo de la discordia:

Al publicar el Contenido de Usuario en cualquier parte del Sitio, otorgas automáticamente a la Compañía, y manifiestas y garantizas que tienes derecho a otorgar a la Compañía, una licencia irrevocable, perpetua, no exclusiva, transferible, plenamente desembolsada y mundial (con derecho de sublicencia) para usar, copiar, reproducir públicamente, mostrar públicamente, reformatear, traducir, obtener extractos (totales o parciales) y distribuir dicho Contenido de Usuario para cualquier fin, ya sea comercial, publicitario o de otro tipo, en relación con el Sitio o la promoción del mismo, para preparar trabajos derivados de dicho Contenido de Usuario o incorporarlo a otros trabajos, y para otorgar y autorizar sublicencias de lo anterior. Podrás retirar tu Contenido de Usuario del Sitio en cualquier momento.

Suponemos que un gigante de la Red no se va a interesar en reclamar estos derechos... pero quién sabe qué nos deparará el futuro.

Otra cuestión incongruente es que, si bien *Facebook* se surte de datos de

otros servicios abiertos, ellos no ofrecen información de cara al exterior si no se está registrado. Es decir, si no tienes cuenta, no podrás ver el perfil de las personas. Una concepción un tanto desigual de lo que supone la web colaborativa.

Como conclusión, sólo me falta recalcar algo llamativo (al menos para mí). Nos encontramos en una sociedad en la que la intimidad pasa a ser un bien despreciado. Con el éxito de sitios web como *Facebook* demostramos nuestro placer por el exhibicionismo. Dejamos nuestros gustos, nuestras preferencias de consumo, nuestras fotos y muchos más datos al amparo de unos totales desconocidos. Si nos solicitasen esto mismo en un centro comercial, pondríamos el grito en el cielo. Sin embargo, lo hacemos voluntariamente en una plataforma de la que desconocemos sus intenciones y a la que le cedemos un perfil completo nuestro.

Lorena Fernández
loretahur@gmail.com

[1] <http://www.facebook.com/>

[2] <http://www.facebook.com/terms.php>