

# Google+

## ¿Un plus en las redes sociales?



Imagen de Missha (CC by-nc-sa)

El mundo de las redes sociales era, hasta ahora, ese hilo que Google no terminaba de enhebrar. Y no será porque no lo haya intentado con malogradas apuestas como *Buzz* o *Wave*. De hecho, también ha sido muy proclive a aplicar el lema de «si no puedes con tu enemigo, únete a él» (cambiando el «únete» por «cómpralo»). Así se hizo con una de las primeras redes sociales que se conocen (*Dodgeball*, 2000), convirtiéndola en la actual *Google Latitude*. Y esos fueron también los casos de *Orkut*, una de las webs más populares en Brasil, o de *Jaiku*, una plataforma de *microblogging* engullida por el éxito de *Twitter*.

Pero como no hay dos sin tres, el gigante de Internet quema un nuevo cartucho para intentar plantar cara a enemigos que le roban minutos de los usuarios, como son *Facebook*, *Twitter* o incluso *LinkedIn*, con su nueva red social: **Google+**<sup>1</sup>. Se atreve a lanzar este proyecto cuando algunos gurús de Internet vaticinan ya la caída de las redes sociales en general y de grandes como *Facebook* en particular, que justo a las puertas de su salida a Bolsa, cuando ha llegado a la cuota de 750 millones de usuarios, pierde por vez primera usuarios en Estados Unidos.

Google cree haber dado con la gallina social de los huevos de oro. Precisamente ahí radica su éxito: tenerlos todos en la misma cesta. O dicho de otra manera, la clave está en la **interrelación**. Todas las plataformas de Google son vasos comunicantes. Si estamos en el buscador y vemos un resultado de interés, podemos pulsar su botón **+1**, pasando esta información automáticamente a nuestra red social. Si subimos fotos a la web antiguamente conocida como *Picasa* (ahora *Google Fotos*), también se suman a nuestro perfil. Y así veremos como sucede lo mismo con los más de treinta servicios

del gigante, que tienen un denominador común: una barra superior de administración que nos acompaña durante toda la navegación y donde se nos muestran las notificaciones de G+.

Cuatro son los pilares de esta nueva red social: círculos, intereses, quedadas y móvil.

G+ cambia el enfoque de otras redes sociales en la gestión de privacidad. Si en Facebook defines relaciones simétricas (una conexión entre dos usuarios solo se establece si ambas partes aceptan), con G+ podremos definir relaciones asimétricas metiendo a nuestros contactos en **círculos**. Esos círculos los definimos nosotros para segmentar luego nuestra comunicación de manera que primero digas a quién quieres contar determinada cosa y luego ya pongas el qué (al revés que sucede en Facebook). Arrastraremos los contactos a sus círculos correspondientes, pudiendo crear tantos como queramos (Google nos muestra ya por defecto los círculos Amigos, Familia, Conocidos y Siguiente) y pudiendo meter a una persona en varios a la vez.

Con los **intereses**, podremos usar todo el potencial del motor de búsqueda de los de Mountain View para estar al día de los asuntos que más nos interesen.

Introduciendo uno o varios términos, G+ nos mostrará a modo de agregador de *feeds* los contenidos de *blogs*, medios de comunicación digitales, páginas web, etc. que estén hablando de ello en ese momento.

Las **quedadas** giran en torno a un elemento que ya ofrecía Google: Gtalk. Nos permitirá, por tanto, hacer videochats de grupo con nuestros contactos, pudiendo hablar con hasta 10 personas a la vez.

Y, por supuesto, no se olvidan del emergente mundo **móvil**, ofreciendo una aplicación específica para Android que nos facilita estar conectados a nuestra red social desde casi cualquier dispositivo y en cualquier momento.

Como muchas otras de sus plataformas, esta red social ha arrancado con acceso restringido supeditado a invitaciones, para conseguir que la sensación de exclusividad desate el deseo viral de pertenencia. Esto puede adulterar la percepción de éxito inicial, porque limita a que los primeros habitantes de la red sean los conocidos como *early adopters*, aquellos que se apuntan a todas las tendencias desde el inicio. Pero el éxito les llegará realmente cuando consigan vencer las resistencias del público ge-

neralista. Cuando estén en G+ mi vecina del sexto, mi primo del pueblo, etc. Y como suele comentar mi compañero de sección, Pablo Garaizar, les tocará luchar contra el efecto del «bar vacío»: ese espacio al que entras buscando a tus amigos y, al no encontrarlos, abandonas.

En el lanzamiento publicaron en su *blog* «Queremos incluir Google en la vida de las personas, en sus relaciones y sus intereses». Y tanto que quieren. De hecho, cuanto más sepan de nuestras vidas, de nuestras relaciones y de nuestros intereses, mejor gestionarán su materia prima: nosotros y la publicidad.

Muchas serán las reacciones ante G+: «¿Una red social más? ¡Otra, no! Por favor...» gritarán algunos. «Gracias a los dioses, alguien nos rescatará de Facebook» exclamarán otros. Pero lo que está claro es que aún tendremos que esperar para ver si G+ es capaz de vaciar algún bar de manera definitiva (Facebook, Twitter...) o pasará por ser un garito de moda de un par de semanas.

[1] <http://plus.google.com>

**Lorena Fernández**  
loretahur@gmail.com