

## Facebook, el nuevo rey de la Red

La expansión de la popular red social es tal que en su interior se desarrolla la mayor parte de la actividad de Internet



Facebook, que comenzó su actividad como una red dentro de la Red, ha acabado por comerse su propia matriz y englobar la mayor parte de las actividades que se llevan a cabo en ella. Las tornas han cambiado y ahora el espacio donde los usuarios buscan información, ven vídeos, chatean con sus amigos o leen blogs se llama Facebook y no Internet. Tal es el fenómeno que la revista tecnológica Wire publicó el pasado verano un polémico artículo titulado "La Web ha muerto. Larga vida a Internet". En él se argumentaba que los usuarios cada vez acuden menos a los buscadores como Google y Yahoo! para recabar informaciones, a Youtube para ver vídeos y a los servicios de correo electrónico. Todo ello se realiza en sitios como Twitter y, sobre todo, Facebook.

Las redes sociales integran tantos servicios y ventanas que se han convertido en la casa permanente de los usuarios en el ciberespacio. Durante los primeros años de la Red, la actividad normal de un internauta consistía en usar su navegador para pasar de una página a otra escribiendo la dirección URL en el campo correspondiente de la barra de direcciones. Después, aparecieron los buscadores, y en especial con Google, se sustituyó la barra de direcciones por la casilla de búsquedas. Entonces se centralizó el punto de partida de la navegación en la propia página de Google.

### Toda la web sin salir de la red.

Sin embargo, las redes sociales han cambiado de nuevo los hábitos y lo han hecho de un modo sutil y progresivo, casi sin que el usuario se dé cuenta. Han aumentado el número de contactos y han incrementado también los contenidos compartidos con el resto de la comunidad. Cuando los internautas participantes en una red alcanzan un número considerable, la cantidad de información compartida es tal que ya no hace falta acudir a los buscadores ni a las páginas de raíz de los contenidos con el fin de tener lo que se podría llamar "una experiencia digital satisfactoria". Todo se encuentra ahí dentro y ya no es necesario salir fuera ni acudir a Google para encontrar lo que se busca.

Este fenómeno de interiorización de los contenidos se ha plasmado sobre todo en Facebook. Tal es su dimensión que su creador, Mark Zuckerberg, ha sido nombrado Hombre del Año 2010 por la revista Time. Cientos de millones de personas tienen página en Facebook, donde sus contactos les muestran vídeos, les invitan a ver sus fotografías, a leer las reflexiones que hacen o a comunicarse con ellos por mensajería instantánea. Y ahora, desde hace poco más de un mes, también por correo electrónico.

¿Para qué salir de Facebook si todo lo necesario está dentro de él? La reflexión que muchos internautas se hacen es para qué acudir a Google para realizar una búsqueda si la información que hay en Facebook se encuentra avalada y recomendada por los propios contactos, mientras que en los resultados del buscador abunda la infobasura. Sin darse cuenta los usuarios han cambiado su hábito de "salir" a buscar los contenidos por otro basado en "recibirlos" en su página personal de Facebook.



**Absorber Internet.** Pero este cambio de hábitos no ha sido casual, si no que ha venido planeado por los desarrolladores de la red social. Por utilizar un símil, el equipo de Zuckerberg diseñó y construyó la casa, pero los muebles y la decoración la pusieron sus moradores. De este modo, ha crecido una red a la medida de sus habitantes.

Ahora que Facebook es la mayor red social, los planes de sus creadores pasan por absorber el resto de la red, de modo que en la práctica Internet comience y acabe entre sus paredes. Con este objetivo se lanzó el pasado año el sistema Open Graph, un buscador de sitios web basado en las opiniones de los usuarios. El lector que haya navegado hace poco se habrá fijado en que muchas páginas tienen un botón azul con la lectura "Me gusta".

Si se hace clic en él, incorpora el contenido juzgado a la página personal del internauta en Facebook (en caso de que la tenga), de modo que lo pueden ver sus contactos. Es así como lo introduce en la red, lo fagocita, ya que estos pueden verlo sin salir de ella.

**Próxima parada, el teléfono.** A Zuckerberg y su equipo les basta con echar una mirada atrás para ver lo efímera que es la gloria en la era de las nuevas tecnologías. Ya nadie se acuerda de que Microsoft fue en su día rey absoluto de la informática o de que hace diez años los teléfonos Nokia

eran el colmo de la sofisticación. Hoy es Facebook el nuevo rey, pero si no se muestra atenta a los cambios, en poco tiempo esta red podría verse relegada a un segundo plano.

Por esta razón, la plataforma prepara su siguiente asalto, en esta ocasión al teléfono móvil. Cada vez más personas utilizan los llamados "smartphones", teléfonos que acceden también a Internet, y los usan cada vez más para navegar y menos para hablar. Por lo tanto, la Red ya diseña su estrategia para convertirse en un futuro en el escritorio del teléfono, de modo que tanto cuando navegue, vea vídeos, lea blogs, envíe correos e incluso cuando llame a sus contactos, el usuario lo haga desde la versión para móvil de Facebook.

Para ello ha dado entrada en su seno a las aplicaciones para llamar por Internet -como Skype, aunque no es la única-, y a un sistema llamado "Facebook Places" que funciona en conjunción con el GPS del móvil y permite recomendar lugares, restaurantes y negocios y ubicarlos en un mapa.