



## Lo geográfico se incorpora a la red

### Análisis

ENRIQUE DANS

El anuncio de Facebook de incorporar la dimensión geográfica a la red social, en un espacio hasta el momento ocupado únicamente por aplicaciones de uso menos extendido como Foursquare o Gowalla, trae de nuevo al candelero el debate de la privacidad, tantas veces asociado a la compañía de Mark Zuckerberg.

Hasta el momento, sus más de 500 millones de usuarios acudían a la red para actualizar su estado, comentar cosas que habían hecho, subir fotos, saber qué hacían sus amigos, etc. Ahora, podrán además dirigirse a la red para contar dónde están. El movimiento se inscribe en la creciente tendencia de uso de redes sociales desde el móvil, y evoca para algunos la idea de vigilancia, de ojo permanente que sabe dónde estamos en cada momento.

En realidad, el usuario actualiza únicamente donde quiere, cuando quiere, y si quiere, sin que nadie le obligue a ello. Más que lazo, es una corbata que escogemos nosotros mismos. En cualquier caso, ya hay voces críticas con la idea: la American Civil Liberties Union (ACLU) ha emitido una serie de precauciones y consejos para su manejo.

La idea es aportar más variables a lo social, a lo que compartimos. Para tener sentido, precisa de una red bien definida: con personas a las que conocemos, clasificadas en grupos según nuestra relación con ellos. No todos los temas están claros: podemos etiquetar a nuestros amigos en un sitio, y aunque se podrán desetiquetar posteriormente, nada impide gamberradas de mejor o peor gusto. Y habrá que ver la evolución del factor competitivo: las redes existentes hasta el momento colaboran con Facebook en el lanzamiento, pero no está clara cual será su evolución, si ganarán usuarios o los perderán a manos del gigante de lo social.

De una manera o de otra, la dimensión geográfica se incorpora a la red, y será objeto de innovación en el marketing empresarial y en muchos otros aspectos. Prepárese para responder a esa pregunta: ¿dónde estás?