

Google y su red social



OPINIÓN

Enrique Dans

La llegada de Google+, la red social de Google, ha agitado un panorama que no suele resultar ya de por sí demasiado tranquilo. Hablamos de la auténtica columna vertebral de la red del futuro: el entorno en el que personas y empresas desarrollarán una porción significativa de sus actividades.

Un terreno en el que Google tenía forzosamente que proponerse como jugador importante.

La magnitud de la apuesta de Google está justificada por la importancia de esa posición estratégica. Un trabajo de centenares de ingenieros duran-

te más de un año, que integra muchos de los productos de la compañía y que el mercado parece estar recibiendo con auténtico entusiasmo: hay analistas que apuestan por que Google+ podría ser el producto que más rápidamente alcanzase los cien millones de usuarios.

Viniendo desde atrás, Google parece haber sabido plantear su jugada incidiendo precisamente en el aspecto que más se criticaba al líder, Facebook: una cierta sensación de falta de control del usuario a la hora de llevar a cabo la principal actividad de una red social: compartir información.

En Facebook, la sensación es que compartes impudicamente, casi siempre en modo "café para todos". En Google+, el control se escenifica, de manera sencilla y amigable, cada vez que compartes algo. Cada cosa

que haces pasa por el filtro de los círculos: esto, para la familia. Esto, para todo el mundo. Esto, sólo para tres amigos con los que compartí fiesta anoche.

Las evidencias, por el momento, parecen claras: una actividad febril. La misma nota que genera veinte comentarios en mi página, cuadruplica ese número en Google+. Muchos usuarios, muy activos.

Las empresas, por el momento, están excluidas, a la espera de que Google aborde un desarrollo específico para ellas.

Pero no se engañe: todo apunta a que una parte de su actividad futura se va a desarrollar en Google+. Cuanto antes lo entienda, mejor.

Profesor de IE
Business School.