

<https://info.nodo50.org/No-vendas-a-tus-amigos-y-menos.html>



Twitterterrorismo

No vendas a tus amigos, y menos gratis

- Noticias - Noticias Destacadas -



Fecha de publicación en línea: Miércoles 9 de septiembre de 2009

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

Si hemos superado aquellos grandes timos de la historia de la humanidad como son los crecepelo, las pseudosectas de ventas piramidales, la estampita, el agua bendita (salvo en los vampiros, claro) o la famosa peseta que llegaba por correo y te costaría la muerte si no repetías el envío a otros cinco desgraciados, ¿porqué, si ya no caemos en ellos, lo seguimos haciendo con las empresas que actúan en internet bajo el dudoso titular de ‘redes sociales’ regalando nuestra información a cambio de nada?

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH207/what-are-the-unspoken-rules-of-social-networks-ebe4d-2ce52.jpg> **what are the unspoken rules of social networks?**

No quería hablar del tema porque sé que no hay mayor desprecio para alguien que no bloguear sobre él pero necesito mantener la cabeza ocupada en algo. Y qué mejor que en algo que odio para no pensar en las cosas que me dan miedo. Probadlo si alguna vez estáis en una situación atemorizante -por ejemplo, encerrada o encerrado involuntariamente en un cuarto de baño-, busca un objeto de tu odio -por ejemplo, Rupert Murdoch, Esperanza Aguirre, Gallardón, Bob Dylan o Emilio Aragón- y ya verás cómo se diluyen los nervios.

Volviendo al asunto, que se ve que hoy estoy con ganas de bifurcarme: si hemos superado aquellos grandes timos de la historia de la humanidad como son los crecepelo, las pseudosectas de ventas piramidales, la estampita, el agua bendita (salvo en los vampiros, claro) o la famosa peseta que llegaba por correo y te costaría la muerte si no repetías el envío a otros cinco desgraciados, ¿porqué, si ya no caemos en ellos, lo seguimos haciendo con las empresas que actúan en internet bajo el dudoso titular de ‘redes sociales’ regalando nuestra información a cambio de nada?

Últimamente, escucho con frecuencia explicar el método profiláctico de muchas personas para no hundirse en la marea anónima de los amigos que no son tales: “yo no admito a nadie que no conozca de verdad”. Estoy segura de que lo habréis oído muchas veces. De esa manera, aquel que nos habla, convencido del buen uso que le hace a la red social, sólo agrega como amigos a los amigos que ya lo son. ¿Entonces, por que te registras en la base de datos de una empresa con tu nombre real, tu edad, tu foto, tu ciudad, tus aficiones, dónde vas o dónde no vas a cambio de lo que ya tenías antes de regalarles tus datos personales? ¿Qué esperas obtener a cambio?

Si a pesar de ser consciente de ello no te importa que tengan tu ficha completa, tu suculenta ficha de consumidor -pues hablamos de Occidente y hablamos de capitalismo- y sepan qué ofrecerte cada vez que cargas una página, piensa que, cada vez que agregas a alguien, no sólo te vendes a ti sino también a tus amigos. Al agregar, followear, establecer amistad, estás diciendo al empresario, al dueño de la página y a su departamento de marketing: “oigan, que esta persona es como yo, le gusta lo que a mí, somos amigos y juntos hacemos fuerza”. Y de la contabilidad nace la estadística y de la estadística el marketing y del marketing el dinero, las ventas, que es a lo que van, que es, a la postre, lo que les interesa. Porque ellos viven de eso, a tu costa.

A no ser que te llegue dinero por ello. Porque a lo mejor te llega y yo no lo sé. En la columna de la derecha de tu página de Facebook te aparecen anuncios ¿verdad? Y son tan grandes que es difícil no verlos, y al final uno los acaba leyendo. Por lo tanto, tener una cuenta de Facebook no es gratis, te cuesta dinero pero no lo pagas con dinero contante, sino con el equivalente de la publicidad que consumes. ¿Cuánto dinero te paga Facebook cada vez que uno de tus amigos lee tu cambio de estado y, de paso, la publicidad?

Hay que repetirlo mil veces y hasta la saciedad porque siempre hay alguno que no se ha dado cuenta: todo lo que lleva publicidad no es gratuito. Tu presencia como consumidor de publicidad es valiosísima. Probablemente es más

cara la inversión publicitaria por usuario de lo que te costaría pagar por este servicio. No tengo datos que apoyen esta teoría, pero algún día me gustaría poder comprobarlo.

Facebook, MySpace, Twitter... no son redes sociales porque en verdad no son sociales. No están descentralizadas porque son empresas. No dan el poder al usuario porque ellos tienen el poder. Ellos ponen la piscina y allí que nos tiramos todos. Cuantos más nadadores en la piscina, controlados dentro de sus cuatro paredes, más fácil es coger un megáfono y venderles algo a la vez. Una red social, para que sea tal, no puede pertenecer a una persona, a un empresario, ha de ser de todos y de nadie, ha de ser transparente, no controlable o controlable por todos.

¿Te imaginas que existiera un dueño de internet? Por ejemplo, que Rupert Murdoch comprara internet. Las operadoras de comunicaciones ya se creen los dueños de internet porque proveen el acceso. Son como los gorilas de las puertas que se creen los dueños de los garitos porque ellos deciden quien entra o quien no, y sobre todo porque vigilan que nadie entre sin pagar. Pero, al menos, no es un monopolio y no existe un único proveedor mundial.

Mientras no existan redes que funcionen de esa manera, registrarse en ellas supone el mismo tipo de acción que darle nuestros datos de gustos, marcas y sabores a El Corte Inglés para que nos mande información de qué deberíamos comprar o cómo deberíamos ser, qué nos debería gustar, a quiénes, qué otros clientes, deberíamos conocer.

CONVIENE RECORDAR QUE:

- **Rupert Murdoch** (y perdón por la obsesión) es el dueño de *MySpace* desde que compró la empresa para sumarla a su emporio *News Corp* por 580 millones de dólares.
- **Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams** son los dueños y fundadores de *Twitter*. (Cuando se hackeó información privada de la compañía se supo que esperaban unos beneficios de 4 millones de dólares en el cuarto trimestre de 2009). De su próximo modelo de financiación esperan conseguir 1 dólar por usuario y por año. Esperan conseguir registrar a 25 millones de usuarios cuando acabe 2009 y 1000 millones de usuarios en 2013.
- **Mark Zuckerberg**, fundador de *Facebook*, es el dueño del 30% de la empresa. (El multimillonario más joven del mundo según *Forbes*).
- Son personas, son ellos a quienes les estás regalando tus amigos. No te conectas con tus amigos. Eso es una falacia. Tú ya estás conectado. Tú ya te trabajaste esas amistades antes. Tú les regalas a tus amigos. Y te regalas a ti mismo. Gratis. Y gracias a eso ellos ganan sus céntimos con cada dato, foto, contenido o amistad que introduces en sus bases de datos.

Notas:

- A día de hoy, desconocemos cuál es el modelo de negocio que tiene planeado Twitter, quizá los mensajes de texto en los móviles, pero no se sabe. Probaron la publicidad en el site japonés y no les fue bien. Aún así, les he metido en el mismo saco porque algún día, tarde o temprano, usarán su máximo valor: los usuarios y los millones de mensajes que se mueven, para ganar dinero con nosotros.
- Me preocupa cómo se está volcando la información en Facebook de una manera masiva, hasta el punto de usarse como único medio para comunicar cosas. Si después de haber leído este post sigues convencido de que necesitas Facebook para vivir, no lo uses como único medio para comunicarte con el mundo, o les regalarás el monopolio de la información.

::Fuente: [The Last Dance](#)