

Buzz, la penúltima apuesta de Google para publicar tu vida en la Red

Sergio Rodríguez

La compañía dota de características sociales a su popular correo electrónico. Esta herramienta dejará mostrar la actividad 'on line' y ver la de otros. Permitirá publicar mensajes propios o importarlos desde otros sitios web. También contará con una potente versión móvil para dotarla de geolocalización.

Google quiere recuperar el terreno perdido con el despegue de Twitter y la consolidación de Facebook. Buzz -que se activará de forma escalonada en los próximos días- es el nombre de su apuesta para hacerlo y permitir a sus usuarios que compartan su vida 'on line' con sus contactos y amigos.

Integrado como si fuese una carpeta más en Gmail, Buzz permitirá escribir mensajes cortos, compartir vídeos, fotos o actividad en otras redes sociales sin tener que salir de uno de los servicios más utilizados de Internet, el correo electrónico. Una utilidad similar al que ofrecen sitios como FrienFeed, recientemente adquirido por Facebook, pero integrado con otras herramientas de la compañía.

La compañía de Mountain View quiere aprovechar así la masa de usuarios de Gmail y hacerla crecer con características de red social. Así, por defecto, los usuarios con los que se mantenga una relación más activa en el servicio de correo electrónico se convertirán en contactos de Buzz, de modo que podrán ver las fotos compartidas en sitios como Flickr o Picasa, los vídeos de YouTube, los mensajes de Twitter... o los creados directamente con esta herramienta.

De este modo, que cada vez que haya una respuesta a algún elemento publicado en Buzz, aparecerá directamente en el buzón de correo, aunque eso pueda suponer llenarlo de conversaciones en tiempo real. Y al igual que en Google Reader, el servicio sugerirá mensajes y contactos que puedan resultar interesantes según lo compartido por el usuario y lo seleccionado como interesante o carente de interés.

Aunque por el momento la lista de servicios disponibles es limitada -Picasa, Flickr, Blogger, YouTube, Google Reader y Twitter-, Google promete que crecerá en breve. También asegura que se podrá escoger si se comparte de forma pública o privada y que habrá una potente versión móvil que tenga en cuenta donde se encuentra el usuario en cada momento, siempre que éste lo permita.

Abierto pero demasiado lleno

Buzz es una herramienta abierta, según explica Todd Jackson, director de producto, en el blog oficial de la compañía. "Nuestro objetivo es hacer de Buzz una plataforma completamente abierta y distribuida para conversaciones", explica. Además, asegurará que su equipo trabaja en una serie de protocolos abiertos que permitan a cualquier desarrollador elaborar aplicaciones sobre Buzz e invita a quien quiera a colaborar.

Este lanzamiento es el enésimo asalto de Google a las redes sociales, un terreno que resulta resbaladizo para una compañía que no pudo hacer de Orkut un servicio popular y que desde entonces lo intenta con utilidades aisladas para cada uno de sus servicios -como los compartidos de Google Reader o los perfiles de Blogger-, una estrategia donde se enmarca Buzz.

En un principio, Google sacará partido de la gran masa de usuarios de Gmail -más de 170 millones de usuarios únicos mensuales, según comScore-, pero a la larga este servicio podría resultar una incomodidad para muchos usuarios que acuden a Gmail porque buscan un buen

correo electrónico y no una red social, al igual que acuden a Twitter porque resulta sencillo o a Facebook porque es posible encontrar casi a cualquiera.

Pero la peor noticia para Google es que, en esta ocasión, no ha logrado sorprender a casi nadie. Yahoo! ya integra servicios similares desde hace tiempo, en Twitter es posible hacerlo a través de aplicaciones, lo mismo ocurre en Facebook y Buzz se parece demasiado a Google Wave. Salvo que consiga hacerlo mucho mejor o mucho más fácil, la compañía liderada por Eric Schmidt seguirá a remolque de otras enfocadas directamente en la comunicación en tiempo real.

Fonte: El Mundo, Madrid, 11 feb. 2010, Tecnología, online.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais