

La evolución de la interfaz de *Facebook*

Luis-Mario Cambizaca

Desde su creación en el 2004, *Facebook* ha sido una de las redes sociales más estables y con mayor número de usuarios alrededor del mundo (Carballar, 2013). Su ambiente generalista y cotidiano, ha permitido que: empresas, personas, políticos, etcétera, tengan la oportunidad de mostrar su información públicamente y estar en contacto con amigos, familia y compañeros.

Para brindar una mejor experiencia y generar mayor accesibilidad a sus usuarios y prosumers, Facebook ha evolucionado constantemente su interfaz, con el afán de que las personas la tengan como su red social principal. Todas las tecnologías de comunicación -no sólo las digitales- tienen una interfaz, Kammersgaard (citado por Scolari, 2004) afirma que según la metáfora conversacional:

“los seres humanos y las computadoras son considerados como socios de un diálogo. El proceso de Interacción es visto como un proceso de comunicación donde el usuario y el aplicativo de la computadora actúan ambos como emisores y receptores, y el aplicativo es visto como capaz de demostrar conductas comunicativas similares a las del partner humano” (p. 48).

La interfaz es un conjunto de procesos, reglas y convenciones que permiten la comunicación entre el hombre y las máquinas digitales según Scolari (2004), además añade que, la interfaz puede ser de dos tipos: transparente y opaca. La interfaz transparente es una interfaz no visible, es decir, que no es visible para las personas. Por otro lado, la opacidad es todo lo que se interpone entre el sujeto y la interfaz, haciendo más difícil la relación entre hombre y artefacto (p. 62-63).

Manovich (2001) reconoce que la hipótesis de Whorf y Sapir sobre la no transparencia del código es acertada, puesto que la interfaz impone su propia lógica y moldea la manera en la que el usuario concibe su ordenador. Es decir, “la interfaz, lejos de ser una ventana transparente a los datos que alberga el ordenador, nos llega con sus propios y potentes mensajes” (p.113-114).

Por otro lado, se puede decir, que las redes sociales en general y los artefactos electrónicos (celular, computador, tableta, etc.) han hecho que personas de edad avanzada se vean excluidas de las nuevas tecnologías, por su cierta complejidad, así, se evidencia la opacidad de las nuevas interfaces, que pese a ser gráficas y brindar facilidad al usuario, en algunos casos, su transparencia es contextual.

Estamos en una sociedad en dónde la interfaz juega un papel crucial en todas las actividades habituales que el ser humano desempeña, ya que, como lo manifiesta Lev Manovich (2001) el sujeto de la sociedad de la información realiza múltiples actividades y en un día típico puede: entrar y analizar datos, ejecutar simulaciones, buscar en internet, escuchar música, ver redes sociales, etc. (p.114). La interfaz de Facebook y la de otras redes sociales, se han convertido en un código semiótico clave de la sociedad de la información.

Las redes sociales, vistas como empresas, centran su trabajo y se enfocan en su producto, y lo hacen, mediante la potenciación de la interfaz y el contenido. Las redes sociales no tienen poder sobre su contenido, puesto que el usuario lo crea, dice Carlos Lazarez (1996). Sin embargo, Manovich (2001), señala que “el contenido y la interfaz se funden en una sola identidad, y ya no pueden ser separadas”, además acota que el programador establece algunas condiciones, reglas o procedimientos de la interfaz y el contenido (p. 116).

En este sentido, este ensayo, propone un acercamiento a la evolución de la interfaz de Facebook, y cómo su progreso ha permitido la integración de millones de usuarios a esta red social.

Como ya lo habíamos mencionado anteriormente, TheFacebook.com, fue creado el 4 de febrero de 2004, por Mark Zuckerberg en la Universidad de Harvard. Un mes más tarde, la idea de esta red social se expandió hasta Stanford, Columbia y Yale y llegó a un millón de usuarios.

Los principios de su interfaz mostraban un diseño llano y funcionalidad reducida a solo estudiantes, su alcance, era cerrado y limitado, en comparación con lo que es hoy. La información de la persona era lo más importante, no se podía

enviar mensajes en el muro y quien deseaba conocer información sobre el contacto, debía dirigirse hasta el perfil del usuario (Torres, 2008).

Facebook habilita la posibilidad de poner una foto de perfil, además, eliminó el 'The', después de comprar www.facebook.com por unos 200.000 dólares. Según Zuckerberg (citado por Daniel Torres, 2008) "este momento de la empresa fue crucial ya que implementaron la mayor parte de las aplicaciones y utilidades que aún hoy se siguen empleando" (p. 682).

Luego, comienza a introducir un espacio de "*new feeds*", en donde las personas comparten contenidos. Esta área de noticias, causó mucha controversia entre los usuarios, ya que vieron afectada su privacidad. (Torres, 2008). Pero cuando los individuos se acostumbraron, iniciaron a compartir mensajes y temas varios con la gente. En ese mismo año, aparece los eventos y los grupos, así como una versión móvil y los álbumes de fotos de perfil, una de las funciones más usadas.

El siguiente avance consistió en permitir la entrada a todo el mundo en Facebook, para dejar de ser una red que privilegiaba a estudiantes. De la misma forma, se realiza la apertura de su código para facilitar la interacción con otras aplicaciones (Torres, 2008).

La mencionada apertura de código, permitió colocar aplicaciones en los perfiles de los usuarios, logrando personalizar el sitio de acuerdo a los gustos de cada persona. También apareció el "*mini-feed*", un listado que mostraba la actividad más importante del círculo de amigos, este listado, concedió al usuario, tener a información de sus amigos en el perfil (Torres, 2008).

Con el propósito de adquirir un ámbito profesional, Facebook abre la oportunidad para que empresas puedan tener un espacio en esta red, a la vez que lanza los primeros social ads, es decir, anuncios o avisos, como una herramienta de publicidad (Santos, 2013).

Posteriormente, *Facebook*, incluye una barra de menú más limpia y lanza dos funcionalidades fundamentales para la red, la primera, el *Facebook Chat*, y la segunda el muro. Estas dos, buscaban que las personas se comunicaran más entre sí, de forma privada y pública (Santos, 2013). Además, en su afán de ampliarse y llegar a más países, es traducido al español (Facebook, 2017).

Aparecen las primeras pestañas que organizaban la información (fotos, apps, notas y videos) y aumentan las funciones de la red.

Para Zuckerberg (citado por Daniel Torres, 2008) el muro ayudó “a la gente a compartir experiencias inmediatamente con sus amigos: un pensamiento, un status, una foto, una nota o un sentimiento” (p.684).

Continuando con su evolución, dicha red tiene un cambio de imagen, dejando atrás las pestañas y añadiendo un listado en la parte izquierda de la página para darle consistencia al sitio. Facebook quería que todas sus páginas tuvieran un diseño similar. La forma de presentar noticias sobre los usuarios también cambiaron, pues, se actualizaban en tiempo real -es decir, sin la necesidad de actualizar la página- lo que le dio gran dinamismo a la información (Santos, 2013).

Facebook vive en una constante evolución y cambio, pues siempre incita al usuario a dejar sus comentarios, de esta forma, ayudan a rediseñar productos, mejorar políticas y solucionar problemas técnicos (Facebook, 2017).

En la mensajería, las personas tienen la oportunidad de interactuar de forma instantánea con las personas que les interesen. Pueden enviar fotos, archivos adjuntos, stickers y GIF. Si el usuario recibe mensajes que parecen spam o lo hacen sentir incomodo, puede bloquear los mensajes de esa persona o reportar el mensaje (Facebook, 2017).

Por otro lado, el usuario recibe notificaciones de las actualizaciones e interacciones de las personas en Facebook. En la página de *Facebook* (2017) podemos observar que significa el perfil del usuario actualmente:

“Tu perfil cuenta tu historia. Tú eliges qué compartir, por ejemplo, tus intereses, fotos e información personal como tu ciudad de origen, y con quién compartirlo. Tu perfil también incluye tu biografía, donde puedes ver tus propias publicaciones y las publicaciones en que te etiquetaron”.

El muro actual de *Facebook* ha combinado características de otras redes sociales como las historias (que duran 24 horas). En el tablón de noticias, proporciona al prosumer una serie de opciones que puede publicar: estados, fotos y video, sentimiento y actividad, estoy aquí, etc.

La plataforma de *Facebook* tiene una interfaz transparente, sencilla de utilizar, inmediata en las operaciones, inadvertida y accesible. La mayoría de sus elementos transparentes tienen que ver con la cotidianidad e individualidad del individuo, como: foto de perfil, información personal, tablero de ¿Qué estás pensando?, pronóstico de tiempo, muro personal, entre otras múltiples opciones, que permiten al usuario proyectar su vida, sus gustos, sus preferencias y sus formas de vida.

Bibliografía:

Carballar, A. (2013). *Social Media marketing personal y profesional*. México: Alfaomega.

Lazares, M. (1996). La teoría de las redes sociales. *Revista de Sociología*, 48, 103-126.

Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Santos, T. (2013). Enter. Co. Recuperado de <https://goo.gl/JnRHec>.

Scolari, C. (2004). *Hacer Click*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Torres, D. (2008). Mark Zuckerberg, Fundador de Facebook. *El profesional de la información*, 17(6), 681-684.