

David & Orkut

Orkut Buykokkten schonk zijn merkwaardige voornaam aan wat nu al dé internet hype van 2004 is: de netwerkdienst Orkut. De werknemer van Google ontwikkelde de dienst gedurende een aantal weken op zijn persoonlijke ontwikkelingsdag; de vrije dag waarop Google-werknemers verplicht aan zichzelf moeten werken. De baas is wel zo slim geweest zich alle rechten toe te eigenen van hetgeen zijn werknemers in zijn tijd maken. Orkut is dus van Google.

Net als bij ander netwerkdiensten als Meetup en Friendster gaat het er bij Orkut om dat je nieuwe mensen ontmoet. De enorme populariteit van Orkut wordt veroorzaakt door de exclusiviteit van het netwerk: je mag alleen op uitnodiging van een bestaand lid toetreden tot het netwerk. Uitnodigingen werden al aan de hoogste bieder op eBay aangeboden.

Zodra je bent aangemeld vraagt Orkut je het hemd van het lijf: over je relatie, seksuele voorkeur, godsdienst, leeftijd, favoriete boeken, films, liefde voor huisdieren en ga zo maar door. Met de antwoorden creëer je een eigen profiel waar je ook nog een foto aan kunt toevoegen. Vervolgens gaat het erom dat je binnen het Orkut-netwerk op zoek gaat naar je vrienden, die ook weer vrienden hebben. Via de vrienden van je vrienden ken je dan binnen luttele seconden een paar duizend mensen.

Het klinkt allemaal tamelijk onschuldig. Maar is het dat ook? Je hoeft geen whizzkid te zijn om te bedenken dat Orkut Google een schat aan persoonlijke informatie oplevert. Het systeem bevat profielen waar menig direct marketeer zijn vingers bij zal aflikken. In de privacy statement belooft Orkut nooit persoonlijke informatie te verhuren of te verkopen voor marketing doeleinden. Dat klinkt geruststellend, maar er zit een flinke adder onder het gras. Er wordt namelijk een uitzondering op deze regel gemaakt voor het geval de dienst wordt verkocht. De waarde van de concurrent Friendster wordt al op 30 miljoen dollar geschat, dus een lucratieve verkoop moet niet worden uitgesloten. De koper is niet aan de privacy statement gebonden, zo blijkt uit de voorwaarden. Of de kopende partij net zo rooms zal zijn als Orkut, valt natuurlijk te bezien. Die kan waarschijnlijk niet wachten met het slachten van de kip met de gouden eieren.

Is dit gezonde paranoia van een advocaat of zijn er ook nog bewijzen? Alleen indirect bewijs. In de terms of use van Orkut, stuitte ik op de naam David Kramer. Hij is de copyright agent van Orkut, waar je klachten over misbruik van auteursrechten kunt melden. Opvallend genoeg heeft deze David Kramer een wel erg summier profiel. Niet alleen deelt hij nauwelijks informatie over zichzelf met de andere gebruikers van de dienst, hij heeft ook maar één vriend(in) en heeft nagelaten een foto van zichzelf toe te voegen. Dit alles wekte mijn nieuwsgierigheid. Gelukkig kan je dankzij Google zo achter iemands achtergrond komen. David Kramer blijkt een advocaat te zijn bij het prestigieuze kantoor Wilson, Sonsini, Goodrich and Rosati. Gespecialiseerd in privacy. Een advocaat die zijn eigen cliënt niet vertrouwt; dat belooft weinig goeds.

