

## ARTICULO COMUNICACION 2008 Iker Cortés

Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades 2008

Google

Recompensa a diez años de búsqueda exitosa

Google recibe el galardón por haber propiciado, en apenas una década, una gigantesca revolución cultural y un acceso general

Iker Cortés

No puede decirse que la decisión de otorgar al buscador más famoso el Premio Príncipe de Asturias Comunicación y Humanidades fuera una sorpresa, aunque haya quien no lo entienda. Los méritos son obvios y el jurado, presidido por Manuel Olivencia, los apuntaba así: «Ha hecho posible, en apenas una década, una gigantesca revolución cultural y ha propiciado el acceso generalizado al conocimiento».

Lo cierto es que la herramienta que en su día alumbraran Sergey Brin (Moscu, 1973) y Larry Page (Michigan, 1973) ha cambiado por completo la forma de entender internet que, a ojos de los usuarios inexpertos, se presentaba más bien como un océano de información donde el caos era el orden imperante.

Brin y Page, ambos estudiantes de Ciencias de la Computación, tuvieron una idea brillante. Descontentos con los buscadores de la época &ndash;yahoo, lycos, altavista...&ndash;, crearon un motor único que iba más allá del número de usuarios que visitara una web en concreto. La clave de Google reside en dar mayor importancia a aquellas páginas que consideran más relevantes quienes construyen internet diariamente.

El buscador entiende cada vínculo que una página establece hacia otra como un voto positivo y favorable. Si la página que construye el enlace es importante, el voto tendrá una mayor repercusión. Con esta idea se aseguraron de que no sólo las páginas más visitadas llegaban a los primeros puestos, sino también las más enlazadas.

Expresado de un modo más directo y sencillo, fue uno de los aspectos que el jurado elogió: la manera «instantánea y selectiva» en la que el servidor pone al alcance de cientos de millones de personas el inmenso canal de información de internet. «Con ello &ndash;continuaba el fallo&ndash; contribuye de manera decisiva a los progresos de los pueblos, por encima de fronteras ideológicas, económicas, lingüísticas o raciales». Una última sentencia ésta que no es del todo cierta pues la compañía decidió autocensurarse en China para evitar la confrontación con el Gobierno y eliminó, además de servicios, las referencias a temas sensibles, como Taiwán o Tibet, o el estado de los derechos humanos en ese país, condición que ya acataban otros buscadores locales.

Y el orden llegó a la red

Al margen de este desliz, la historia de estos dos informáticos cuenta con el ingrediente que debe tener toda épica moderna: el garaje. Al igual que Steve Jobs y Stephen Wozniak, fundadores de Apple, Sergey Brin y Larry Page dieron forma a su sueño en una cochera de alquiler ubicada en California. Se conocieron dos años antes, en 1996, cuando contaban 23 y 24 años, y pronto llegarían a una idea común: era necesario mejorar la forma en la que se recuperan los datos de un sistema masivo de datos. De ese sencillo planteamiento nació BuckRub, la semilla de lo que luego sería Google.

En 1998, en el dormitorio de Larry, crearon el primer centro de datos y después ambos estudiantes fueron a la búsqueda de inversionistas y se hicieron con un cheque Andy Bechtolsheim les firmó en la Facultad de Stanford, en Palo Alto. Eran cien mil dólares y estaban firmados a nombre de una compañía que ni siquiera existía en aquel momento, Google, un término elegido a modo de juego de palabras con &lsquo;Googol&rsquo;, una expresión matemática que designa un uno seguido por cien ceros y que simboliza precisamente el objetivo de ordenar la información. No tardaron en recaudar fondos entre familiares, amigos y conocidos y se transformó en casi un millón de dólares.

Así fue como arrancó la vida en aquel garaje que disponía de lavadora, secadora y bañera. En aquel entonces, la compañía atendía diez mil solicitudes diarias. En 2000 ya eran cien millones. Lo más sorprendente es que, a pesar de que el número de páginas crece exponencialmente, el buscador se sigue mostrando sorprendentemente eficaz y ningún competidor ha sido capaz de hacerle sombra.

Diez años después, Google sigue creciendo. La compra de plataformas de vídeo como YouTube o la agencia de publicidad online DoubleClick así lo demuestran. Sin olvidar las actividades filantrópicas. Por ejemplo, en colaboración con la UNESCO, ha puesto en marcha el Proyecto de Alfabetización que tiene como objetivo fomentar la lectura y la educación en todo el mundo. Así las cosas, méritos hay de sobra.  
Recompensa a diez años de búsqueda exitosa

Google no se ha quedado sólo en el buscador. Poco a poco ha ido sumando servicios con la filosofía del &lsquo;todo gratis&rsquo;, sin rebajar la calidad del producto final y, en muchos casos, sin ocupar espacio en el disco duro de los internautas. Al buscador, se sumó el primer correo electrónico con capacidad para un gigabyte (Gmail), polémico en su momento porque el servidor era capaz de añadir publicidad en la página que tenía relación con el tema del email.

Google Maps y Google Earth &ndash;este último ya ha inspirado más de un videojuego&ndash; sirven de mapas y de fotos de satélite a los usuarios. Con Google Apps la compañía de California pretende destronar la suit ofimática de Microsoft. Por si fuera poco, acaba de presentar un navegador (Google Chrome) y un sistema operativo para terminales portátiles (Android).