

Una base de datos de intenciones

Buscar. Cómo Google y sus rivales han revolucionado los mercados y transformado nuestra cultura

John Battelle

Tendencias

ISBN 84-934642-3-6

P. F. DE L.

La nueva base de datos de las intenciones. Así define John Battelle ese "producto vivo, de inmenso poder" que conforman las búsquedas que cientos de millones de internautas realizan cada hora, a cada minuto, en páginas como MSN, Google, Yahoo, Ask o AOL. Con esos datos, se pregunta el autor, ¿no se podría crear una campaña de investigación para informar a las empresas de qué cosas compra, o evita comprar, la gente? ¿O fundar una compañía que supiera de antemano lo que necesitan los clientes? ¿Y qué tal crear una agencia de viajes conociendo cuáles son los lugares que quieren visitar los usuarios?

John Battelle es uno de los periodistas más conocidos y reconocidos del mundo de la tecnología. Cofundador de la influyente *Wired*, puso más tarde en marcha *The Industry Standard*, una de las mejores revistas sobre el fenómeno de las *puntocom* que se publicó durante la *burbuja*. Lamentablemente, sucumbió a ella, como muchas otras empresas. Ahora, Battelle escribe para otra de las mejores revistas de este sector, *Business 2.0*.

El autor confiesa que podría haber escrito un libro sobre muchos temas: su experiencia en las grandes publicaciones tecnológicas, la historia de Internet, o incluso la vida y milagros de los

fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin, dado su privilegiado acceso a ellos y al resto de los *gurús* e iconos del sector de Internet. ¿Por qué, entonces, escribir sobre las búsquedas? "Enlace por enlace, clic por clic, la búsqueda posiblemente está creando el aparato cultural más duradero, sólido y significativo de la historia de la humanidad", resume el autor. "Tomada en su conjunto", insiste, "esta información representa una historia real de la cultura post Red, una base masiva de datos de deseos, necesidades y preferencias en un clic que se puede descubrir, citar, archivar, rastrear y explotar para todo tipo de fines".

Battelle utiliza todo su conocimiento, y las fuentes que tiene su alcance, para escribir una obra indispensable para todo aquél que quiera saber más sobre este nuevo fenómeno de incalculables repercusiones sobre los negocios, la cultura, la política y los derechos civiles (particularmente, la defensa de la intimidad).

El autor desgrana, capítulo tras capítulo, todos los secretos de los motores de búsqueda, después de 350 conversaciones con ejecutivos y técnicos del sector. Explica cómo funcionan estos buscadores, quién está detrás

de ellos y quién delante (es decir, qué tipo de usuarios realiza búsquedas en Internet con más frecuencia, y por qué). El autor incide especialmente en la historia del buscador *número uno* del mercado, Google, y de su modelo de negocio y salida a Bolsa. También aventura algunas de las posibles aplicaciones futuras de los buscadores, y sus efectos sobre la política y la sociedad.

Battelle ha escrito algo más que un libro sobre las búsquedas. Al ser éste uno de los servicios más populares de la Red, el autor aprovecha para repasar la historia de Internet, sus aplicaciones comerciales, los éxitos y fracasos del negocio publicitario, las dudas aún no resueltas sobre la protección de la intimidad y los derechos de autor, el futuro de industrias como la de los medios de comunicación... Describe interesantes entresijos de este negocio como, por ejemplo, la teoría de Amazon sobre la *búsqueda descubrimiento*, es decir, descubrir algo que uno no espera pero le interesa, cuando buscaba cualquier otra cosa. Amazon ha hecho de este fenómeno una verdadera veta de negocio, gracias a las recomendaciones de su web. Battelle ha escrito, en fin, un interesantísimo libro sobre la Red y sus consecuencias, aunque se le puede reprochar que, a menudo, sufre ese síndrome tan común entre los muy expertos, que realizan afirmaciones categóricas pero indemostrables o equivocadas —como cuando atribuye a los Gobiernos de Alemania y Francia un interés por "prohibir los motores de búsqueda" que no tienen—.

