

In google we trust (en google confiamos)

ANDRÉS ROEMER

El día de hoy, gran parte de la gente que se levante lo primero que hará, será revisar su signo zodiacal para saber cómo le irá en el día, después saldrá a la calle y platicará del libro *El Secreto* y sobre lo que su pensamiento les traerá. Es probable que más tarde vayan con su "vidente" de confianza para que les diga qué les depara el destino y el amor. Muchos otros entrarán a Google para buscar más respuestas. Padece ansiedad por soluciones mágicas e inmediatas, por tener respuestas.

De acuerdo con el Departamento del Tesoro de Estados Unidos, el fervor religioso durante la Guerra Civil propició que en 1864 circularan monedas con el lema *In God we trust* (en Dios confiamos). Una muestra de un "Estado laico" que vive el oxímoron de sentirse bendecido.

Más de un siglo después, en 1996, dos estudiantes de doctorado de Stanford, Sergey Brin y Larry Page, desarrollaron el motor de búsqueda BackRub. Su éxito fue tal que pronto requirieron de mayor infraestructura y un nuevo nombre.

Después de intercambiar algunas ideas, se decidieron por Google. Un juego de la palabra "googol", un término matemático para el número 1 seguido por 100 ceros. El uso de éste término pretende reflejar su misión: organizar una cantidad aparentemente infinita de información en la web para su fácil localización.

Así nació Google. Se dice que es el mejor lugar para trabajar, Forbes calcula la fortuna de sus fundadores en 30.6 mil millones de dólares y los ubica en el quinto lugar de la lista de las personas más poderosas del mundo. ¿Por qué? No es sólo su fortuna, sino su capacidad de influir, de ofrecer respuestas y hacer "el mundo más fácil".

Imagine que usted es dueño de un hotel y que siempre que alguien busca en Google las palabras descanso, diversión, hotel, etc. la primera coincidencia es la página de su negocio. ¿Imagina esa ventaja frente a sus competidores?

Millones de estudiantes basan sus trabajos escolares en la información que encuentran gracias a este buscador; permite a millones de profesionistas hacer *benchmarking* (ver qué hacen sus competidores y tomar las mejores prácticas), cuando la gente nota algún cambio en su cuerpo suele "googlear" su problema antes de acudir a un médico y muchos "creativos" lo usan para "tomar ideas e inspirarse".

En suma, nos hemos acostumbrado a confiar en los buscadores —prioritariamente Google— para facilitar el trabajo, el entretenimiento, la

educación, la comunicación, incluso las relaciones de pareja y todas las áreas de la vida. Tal parece que en occidente *In Google we trust*.

A muchas personas les resulta casi imposible vivir sin estar "conectado". Hace pocos años privar a un niño de televisión era el castigo favorito de los padres, ahora no sirve de mucho si el niño usa internet para hacer su tarea pues allí encontrará música, video, juegos, lecturas y más.

Internet está generando nuevos hábitos y formas de pensar con profundas implicaciones para la humanidad. Estamos tan asombrados ante tanta información disponible con un "clic" que a veces navegar se convierte en el propósito en sí. Mientras estemos en esa súper carretera ¿a quién importa a dónde vamos? Parece que para saber algo basta "googlear" la palabra correcta.

Hacer *benchmarking* o copiar y pegar lo que encontramos en la red no sólo es poco ético, es

mediocre, es renunciar a inventar desde cero: no existiría la Hummer o el Mini Cooper si se hubieran basado en algo ya existente con el sólo propósito de mejorarlo (*benchmarking*); es dejar de preguntarnos para admitir principios de vida que quizás ni comprendamos, es renunciar a nuevas y más sorprendentes verdades, es dejar de innovar y de reinventarnos.

Al convertir a los buscadores en nuestra forma de resolver dudas dejamos de descubrir verdades y nos enfocamos en hallarlas en la red. Pero internet no tiene la verdad, sólo mucha información y Google no es un ser omnisciente capaz de satisfacer nuestra curiosidad para llevarnos a la verdad. Es sólo un medio para conectar mentes inquisitivas.

Necesitamos reconocer que la humanidad no sabe todo y —lo que es más importante— que cada uno de nosotros no necesita saberlo todo. El conocimiento cambia, lo que hoy reconocemos como verdad, hace unos años era ciencia ficción, y en unos años será idea errónea, una anécdota o conocimientos obsoletos. Si bien el futuro es un blanco escurridizo, nuestra mayor oportunidad para acertar es no dejar de preguntarnos.

"Afortunados los aventurados en el mundo de internet". Sin duda googlear es una herramienta que nos ahorra costos de transacción; sin embargo, de igual forma es un instrumento que puede atrofiar nuestra mente inquisitiva, curiosa, cuestionadora. Habitamos el mundo de las respuestas, no de las preguntas. ¿Es hora de cambiar el mundo? No lo sé, sólo es una pregunta.

Doctor en Políticas Públicas,
presidente de Poder Cívico AC

