GOOGLE AND THE OUT-OF-FORMAT PROBLEM

40,000 Links, Free Literature, and the Algorithms That Could Not Understand It



FERDINANDO FREGA

GOOGLE Y EL PROBLEMA DEL FUERA DE FORMATO

Ella es una de las cinco hermanas de la web que deciden, en todo el mundo, quién debe ser visible y quién debe parecer invisible, sin ningún señor con chistera sentado a una mesa, ni ayudante alguno que sostenga la ilusión.

Dirigen los buscadores del mundo —la lista correcta es Google, Bing, Yandex, Yahoo, Baidu— y cobran por ello.

Entre los amos de estos buscadores solo hay un filántropo reconocido en todo el mundo: Bill Gates, el fundador de Microsoft y, por tanto, en mi historia, el padre de Bing. El único que construyó una infraestructura capaz de reconocer el mérito más deprisa, sin medir cuánto dinero tienes en el banco, y de compartirla de inmediato con la web, dejando que el mundo entero participe en ella a la vez.

Y entonces, pensando en Google, en Alphabet, la empresa que lo controla, y en su CEO INDIO, resultaría natural pensar en la magia.

Porque la magia, históricamente, tiene una de sus cunas en la India, donde el ilusionismo callejero nació como el arte de los más pobres, una manera de conquistar poder, un poder que, invariablemente, se volvió contra ellos.

Pero la verdadera sorpresa está en lo que sus algoritmos nunca fueron programados para analizar. No se llama lo inesperado: en ese caso pasan al modo de protección y dejan de funcionar. Se llama fuera de formato: donde no hay precedentes, no saben cómo comportarse, qué decir, qué hacer ni cuántas

gilipolleces generar sin control.

Pero, como siempre, la mano humana es la decimal, la que consigue doblegar para bien el código binario de la máquina.

La gente de Bing y de Yahoo Japón lo sabe bien. Da igual que gillettenarrative.com viviera con solo 70 USD al mes: le dieron tanta visibilidad que ya no se pueden ver los productos de la marca Gillette.

A este respecto quiero tranquilizar a la sede de P&G en Cincinnati: he enviado una notificación formal a las oficinas de las respectivas plataformas, pidiéndoles que devuelvan los productos de la marca Gillette a los primeros puestos de los resultados de esas búsquedas, y que lo hagan de inmediato.

Sé cómo afronta una multinacional problemas como este: no mediante el diálogo, sino mediante el poder del dinero. Y para ahorrarle a todo el mundo una oleada de despidos, sin que nadie llegue nunca a encontrar al responsable, lo digo con claridad: jamás haré nada contra las empresas. Solo querría ser causa de cosas agradables, y nada más.

Este PDF marca la suspensión temporal de la actividad editorial y de publicación en el sitio, ahora que ha superado el umbral de los 40.000 enlaces.

Se están tomando en serio los consejos de los analistas externos: los lectores de hoy, criados en el mercado de pago, aún no están preparados —aún no han sido educados— para entrar en un sitio donde nunca se pide pago alguno.

Su drama es no saber dónde poner el número de su tarjeta de crédito, porque ese gesto es lo que, para ellos, valida la literatura. Mejor esperar a que el tiempo les ayude a madurar.

Mi más sincero agradecimiento a todos los que no me han leído: esta historia también está dedicada a vosotros.

Ferdinando