

Google: la empresa que Europa ama odiar

Google, the company that Europe loves to hate

Lluís Codina

Codina, Lluís (2015). "Google: la empresa que Europa ama odiar". *Anuario ThinkEPI*, v. 9, pp. 165-167.

<http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2015.39>

Publicado en *IweTel* el 18 de enero de 2015



Resumen: Algunas consideraciones alrededor de un aparente clima de opinión y corriente crítica contra *Google* que, en opinión del autor, no está sustentada en hechos contrastados ni en análisis, sino en percepciones, no necesariamente con una base racional. Parte, siempre según el autor, de un estilo de reacciones que se repite periódicamente contra alguna empresa destacada (antes *Apple*, otrora *IBM* y *Microsoft*, en otro lejano *Xerox*, etc.). Los odios, amores y olvidos en este ámbito no parecen obedecer a reglas lógicas sino a alguna clase de razonamiento que puede estar vinculado con la incapacidad europea para liderar en temas tecnológicos, pero que en todo caso escapa al autor.

Palabras clave: *Google*; Europa; Multinacionales; Servicios gratuitos; Monopolios; Liderazgo tecnológico; Movimientos sociales.

Abstract: Some considerations We offer some thoughts about the apparent current climate of opinion and criticism against *Google*, which in the author's opinion is not based on substantiated facts or analysis, but on perceptions, not necessarily based on any rationale. According to the author, this is a periodically repeated style of reaction against some outstanding company (formerly *Apple*, *IBM*, *Microsoft*, and before that *Xerox*, etc.). Hates, loves and indifference in this area do not seem to obey logical rules but rather some kind of reasoning that perhaps may be linked to Europe's inability to lead in technological issues.

Keywords: *Google*; Europe; Multinationals; Free services; Monopolies; Technological leadership; Technological dependence; Social movements.

Introducción

Ante todo que quede claro que soy fan de *Google*. No de la empresa, con la que no tengo nada ni a favor ni en contra (bueno, más bien a favor porque crean puestos de trabajo), sino que soy fan de sus productos, por la extraña razón de que funcionan muy bien y son gratuitos. ¡Ah!, y por cierto, no sé a ustedes, pero a mí nadie me obliga a usarlos.

Ahora voy al tema. Puede que sea una falsa percepción por mi parte, pero ¿no estamos asistiendo en Europa a una oleada de histeria anti *Google*?

Datos previos a cualquier examen de la cuestión

1. Los servicios de *Google* son gratuitos, al menos los dos más universales: el buscador de internet y el correo electrónico (y sí, muchos más desde *Maps* al traductor, pasando por *Analytics*, pero mejor paramos aquí).

2. A fecha de hoy, no es obligatorio utilizar *Google*.

3. Los servicios de *Google* tienen alternativas y, ¡caramba!, también son gratuitos.

Primera aproximación

Teniendo en cuenta 1 y 2, o 1 y 3 y no digamos 1, 2 y 3, creo que nadie puede alegar a la vez que: a) usa *Google* y b) odia *Google*; y c) pedir que además le consideremos coherente.

Por si acaso: me temo que lo anterior no tiene nada que ver con el hecho de que *Google* cumpla bien o mal sus obligaciones con Hacienda, o con sus políticas de personal, que serían dos factores sociales y económicos muy dignos de merecer repulsa (o apoyo, si lo hicieran bien).

Si *Google* y tantas otras multinacionales se escaquea con Hacienda es simplemente porque las leyes españolas y/o comunitarias se lo permiten. Lo que hace falta es que se cambien las leyes, ya que si no, las demás empresas harán igual, si no



como digo, un tira-y-afloja, sanciones si hace falta y, en fin, pura rutina. Es así y parece que va a ser así cada vez más en el futuro por la razón indicada. Cada vez más transparencia (no necesariamente deseada) en nuestras vidas, nos guste o no, debida a las tecnologías. Pero si tenemos la suerte de tener un buen gobierno, al mismo tiempo cada vez medidas de control y de protección de la privacidad más sofisticadas y, por tanto, debates, litigios y, si hace falta, multa

lo están haciendo ya. Aquí tenemos un problema. Y no es *Google*. Es nuestra legislación.

Por otro lado, parece que, precisamente, trabajar en *Google* es casi un chollo, al menos en esta época y comparado con empresas "normales", o sea que por ahí tampoco puede ir la cosa.

Segunda aproximación

Parece que en Estados Unidos, tal vez porque es la patria de *Google* y tienen menos complejos, pero sobre todo porque usan más otros servicios, no tienen una necesidad especial de odiar a *Google*.

"En Estados Unidos, tal vez porque es la patria de *Google* pero sobre todo porque usan más otros servicios, no tienen una necesidad especial de odiar a *Google*"

De acuerdo, alguien puede decir: "no, no, usted está muy despistado: el problema real es la privacidad". Pues entonces, volvemos al 1-3 anterior y seguimos igual. Además, tener problemas con temas de privacidad es casi una obligación para cualquier empresa que trata con tantos datos. Los tira-y-afloja de las empresas que manejan datos sensibles con las autoridades son cosa corriente y no es mala señal, significa que las empresas innovan y las autoridades controlan lo que, en este caso, deben controlar, el bien común y el interés de los usuarios. No parece una mala distribución de roles.

Las empresas obtienen nuevas formas de hacer minería de datos, como parte de sus procesos de innovación; las Administraciones, cumpliendo su misión, ponen la lupa en esas innovaciones y aprietan las tuercas a las empresas. Total, hay

que te crío. Me parece bien. Estoy de acuerdo con que crujan a multas a las empresas que no respeten la legislación de protección de datos. Pero estos litigios son el signo de los tiempos para mal o para bien, y hoy crujen a una empresa EUA y mañana a una española. Nunca hemos estado en una sociedad perfecta, que yo sepa.

"Europa debería romper el monocultivo *Google* e innovar y liderar en tecnologías"

Así que, a lo mejor, todo consiste en que en Europa rompamos el monocultivo *Google*, para empezar y no digamos si conseguimos innovar y liderar en tecnologías. De momento, añadamos a nuestra cartera de herramientas otros buscadores. Aquí van algunos, para empezar:

- *Bing*
<http://www.bing.com>
- *Yahoo*
<https://es.yahoo.com>
- *Ask*
<http://es.ask.com>
- *DuckDuckGo*
<https://duckduckgo.com>

Total, que creo que quedará como un fenómeno de psicología social digno de estudio para los expertos por qué una empresa que lo hace todo bien, y además lo hace gratis, despierta tanta animadversión.

- "¡Un momento!" Me dirán algunos: -"¿es que usted no sabe que la auténtica mercancía de *Google* somos los usuarios?". Vale, yo también les explico esto a mis estudiantes para que nadie se llame a engaño. Por supuesto, lo que *Google* vende es tiempo de atención y el conocimiento que tiene

de sus usuarios a sus anunciantes. Pero, ¿acaso no ha sido éste el negocio de todos los medios de comunicación clásicos, desde los medios impresos a la televisión, pasando por la radio?

Además, francamente, como en el caso de sus responsabilidades con Hacienda, se me hace extraño que para el gran público éste sea el motivo de la inquina. Lo entendería si fuera el motivo de desconfianza de algunos intelectuales, pero no más.

Oigo otra queja, más bien un lloriqueo: -"pero si usas un *smartphone* con *Android* no tienes más remedio que usar productos de *Google*". ¿En serio? O sea, ¿en serio tienes obligación de comprar un *smartphone Android* si a la vez no quieres usar productos de *Google*? ¿Qué ha sido de la competencia? ¿No hay *smartphones* con *iOS*, con *BlackBerry*, con *Windows*, con *Ubuntu*? Imagino la respuesta (más lloriqueo): -"es que los de la competencia me parecen más caros o menos útiles así que estoy obligado a comprar lo que me parece mejor". ¡Jajaja! Mejor no sigamos por aquí.

En todo caso, posiblemente este sea el *think-pi* menos productivo de la historia, porque sólo acierto a poner en la mesa perplejidades, pero a lo mejor sirve para que, entre todos:

a) o bien nos decidimos de una vez a dejar el monocultivo y así no sólo no necesitemos odiar a *Google* sino que además hasta nos sintamos agradecidos; o

b) dándole vueltas a este aparente misterio encontremos alguna oculta conspiración que justifique tenerle manía a la empresa que mejor hace las cosas en internet desde hace lustros y encima gratis.

Lluís Codina

Grupo *DigiDoc*, *Universitat Pompeu Fabra*, Barcelona
lluis.codina@upf.edu

* * *

Miguel Navas-Fernández



No estoy nada de acuerdo con lo que dice **Lluís Codina**. El hecho de que los servicios de *Google* sean tan buenos (que lo son) y gratuitos (que también lo son), que no sea obligatorio usarlos (no lo es, pero es difícil pasar sin ellos, por ej. si tienes un *smartphone Android*)

y que haya alternativas también gratuitas y de uso no obligatorio (pero con menos penetración en la Red y en general con prestaciones inferiores) no significa que las autoridades competentes en materia de internet, privacidad y protección de datos no tengan que hacer su trabajo, ni que las

personas físicas no podamos criticar a esta compañía sólo porque usemos sus servicios.

Me temo que según tu primera aproximación no soy muy coherente, ya que uso *Google*, no lo odio, me encantan sus servicios y los uso cada día, pero eso no me impide pensar que ejerce monopolio y que tiene demasiada presencia en nuestras vidas.

Tampoco me parece lógico justificar que *Google* incumpla leyes por el hecho de que éstas sean vulnerables, o decir que las demás compañías también lo hacen en la medida de sus posibilidades. Obvio que las leyes y el control de su cumplimiento tienen que mejorar, pero si hay unas compañías que incumplen más que las otras, que perjudican en mayor grado la neutralidad de la Red y que ejercen un mayor monopolio que otras, proporcionalmente merecen una crítica mayor.

"El gobierno de los EUA trabaja estrechamente con *Facebook* y *Google* para la cesión de datos, ya que su legislación se lo permite"

Me gustaría también comentar que *Google* y el resto de buscadores nos afectan aunque no usemos sus servicios, ya que tratan, almacenan y publican los datos personales que encuentran en la Red. Y el hecho de tratarlos, aunque no sean ellos quienes los generen, obliga a cumplir las disposiciones sobre protección de datos personales y privacidad. Estados Unidos no dispone de autoridades gubernamentales independientes de protección de datos (cosa que sí sucede en todos los países de la UE, Canadá y algunos países latinoamericanos). En ese país, además, no se le da tanta importancia a nivel social ni gubernamental a la privacidad como aquí, y su gobierno trabaja estrechamente con *Facebook* y *Google* para la cesión de datos, ya que su legislación se lo permite. En definitiva, no me parece que EUA sea un ejemplo a seguir en este caso.

Sí que estoy de acuerdo en que el monopolio se lo otorgamos los usuarios y que está en nuestras manos la posibilidad de diversificar, pero hoy en día en España es muy difícil no usar *Google* si quieres tener los mejores servicios. Al hacerlo, estamos pagando su precio, pero eso no quita que no se le tenga que controlar. No creo que se trate de histeria, sino de conocer la envergadura del problema. Por otra parte, *Google* se ha convertido en una metonimia de "internet" o "buscador web" (por ej. la mal llamada "tasa *Google*"), lo que añade leña al fuego.

Miguel Navas-Fernández
Universitat de Barcelona
miguel.navas@ub.edu