

Barbara Cassin

GOOGLÉAME

LA SEGUNDA MISIÓN DE LOS ESTADOS UNIDOS

Introducción

¿Por qué interesarse en Google?

1. Anécdotas-síntomas

¿Por qué tendría que interesarme en Google, y por qué todo el mundo se interesa en Google? Dos anécdotas me sirvieron de punto de partida.

¿“Barbara Cassin”?

“Buen día, yo la conozco, puse su nombre en Google.” Así es como un desconocido conectado me recibió un día en su auto para llevarme a casa de unos amigos comunes.

Al día de hoy, somos tres “Barbara Cassin”, una de las cuales es teniente comandante, portavoz de la Marina neozelandesa, y la otra una oftalmóloga estadounidense. Lacan explica en *L'Étourdit* que: “una lengua, entre otras, no es más que la totalidad de los equívocos que su historia dejó persistir”;¹ hete aquí que una mujer, entre otras, no es más que la suma de los equívocos que su nombre googleó.

Porque, ¿quién sabe, fuera de ella o de sus íntimos, que hay un equívoco? Nada lo prueba, nada lo indica, máxime cuando, para cualquier Barbara Cassin que sea, aparece el enlace pago con el *Who's Who* (6 euros la biografía aislada), la misma en los tres casos. “Barbara Cassin oftalmología USA” sólo tendrá mi vida, ya que el *Who's Who* compró el nombre que “yo” llevo. Y los librereros en línea intercalan el *Vocabulario europeo de filosofías: diccionario de intraducibles*, el *Dictionary of Eye Terminology* y *Ver* (¿dijeron “ver”?) a *Helena en todas las mujeres*. Todo lo que se sabe es que “Barbara Cassin” –yo-, en

¹ *Scilicet*, núm. 4, Le Seuil, 1973, p. 47.

septiembre último, hablaba en la Corte Suprema de Johannesburgo en una conferencia con Albie Sachs sobre las consecuencias de la *Truth and Reconciliation Commission* y el 14 -la neozelandesa-, participaba en el Riverview Hospital, Connecticut, Department of Children and Families, en la conferencia sobre "Investigation and Prosecution of Cases of Child Abuse - Whith Deaf/Hard of Hearing Victims and Witnesses". En suma, bastante coherente; "yo" estaría bastante de acuerdo con todas las mí mismas.

Las dos frases bandera

Durante un coloquio en Tesalónica, en la primavera de 2005, el representante de Google Europa presentaba el proyecto de Biblioteca digital, Google Print, frente a Jean-Marie Borzeix por la Biblioteca nacional de Francia y la Biblioteca digital europea: "*Our mission is to organize all the information in the world*", una frase que uno solo de los dos puede pronunciar, de lo cual me alegro.

Ésta es la frase que hoy abre una parte del sitio Google, con la finalidad del libre reparto como valor agregado: "organizar toda la información del mundo para volverla accesible y útil a todos", cosa que *Le Monde*, en un artículo del 29 de diciembre de 2005, designa como "casi filosófica".

Esta frase misionera me da miedo, y no comprendo que ostentarla y oírla no lo produzca. Y cuando me doy cuenta de que la segunda frase, el segundo lema de la firma, allí donde se reconoce en su cultura de firma ("sé *corporate*", se les dice a los jóvenes CDI*), es "*Dont'be evil*" - "no seas malo", "no hagas maldades"-, el miedo se transforma en asco ante el uso por cierto desenvuelto de la ética reivindicada. Lo que me gustaría seguir en el centro de este libro es precisamente el hilo de esas dos frases, en las implicaciones de sus palabras y las articulaciones de su lengua.

Pero no lo haré como especialista en informática ni como política, sino como filósofa.

2. Actualidad y cuestiones de fondo

Preterismo/presentismo

Turismo informático y emoción ciudadana son dos componentes indigestos de los cuales es difícil escapar. Pero el mayor riesgo es

* CDI es *Contrat à Durée Indéterminée*, vale decir, no un contrato temporal sino uno indefinido o, como se dice habitualmente, fijo. [N. del T.]

“filosófico”: ¿cómo negociar entre el anatema heideggeriano sobre la esencia de la técnica -reaccionario/lúcido- y la beatificación del presentismo mundializado que apuesta al mejoramiento, a través de la técnica, del destino de todos los hombres en el mundo? Sin embargo, la cuestión es irrefutable: nosotros (¿quiénes, nosotros?) ya no viviremos sin la Net y algo así como Google; entonces, ¿cómo vivir realmente mejor o, a lo sumo, con eso?

Aquí estamos, en los antípodas de la *philosophia perennis*, de la filosofía eterna, en contacto con demasiados problemas instantáneos tomados en el flujo del tiempo, con evolución cotidiana y efectos de anuncios: Quaero, Biblioteca digital europea, evolución del derecho de autor y el *copyright* en discusión en el Parlamento, transformaciones del CNRS** por el papel de las agencias nacionales (para la Investigación, para la Innovación) con constitución de *stocks* de laboratorios competidores, en contacto con estructuras europeas ya elefantiásicas y anglosajonizadas hasta en su *globish*-lengua, todo lo cual siempre ya estructurado (*knowledge-based society*, jerga de palabras clave, con *peer to peer* y *quotation index* a manera de evaluación), caducidad y ocasión, corto plazo corriendo tras el largo...

Google/Internet

Además, no hay que confundir -aunque el mismo Google nos incite- Google con Internet.

Google es una sociedad privada de derecho estadounidense, fundada en 1998 y que cotiza en Bolsa desde 2004. Es la marca de un motor de búsqueda de excepcional rendimiento, inventado hacia 1995-1996 por Sergey Brin y Larry Page, dos jóvenes estudiantes de doctorado en la Universidad de Stanford. Ese motor de búsqueda está basado en un algoritmo, llamado PageRank (porque atribuye un rango a las páginas Web, pero quizá también porque Page fue su principal artesano, y el humor forma parte de la cultura de la firma). Ese algoritmo -cosa que no es suficientemente sabida- es propiedad de la Universidad de Stanford, que lo confirió bajo licencia exclusiva a Google, pero simplemente hasta 2011.² Sin duda, esta información es

** CNRS, Centro Nacional de la Investigación Científica. [N. del T.]

² Véase John Battelle, *The Search. How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*, Boston/Londres, Nicholas Brealy Publishing, 2005, sobre el que me apoyo en gran medida. Acaba de ser traducido al francés por Dov Rueff (con Sébastien Blondeel) con el título *La révolution Google. Comment les moteurs de recherche ont réinventé notre économie et notre culture* [La revolución Google. Cómo los motores de búsqueda reinventaron nuestra economía y nuestra cultura], París, Eyrolles, 2006. Véase también David A. Vise y Mark Malseed, *The Google Story*, Londres, Macmillan, 2005 (trad. fr. de Dominique Maniez, con François

una clave de la evolución de Google: desde 2003, es menos un motor de búsqueda que una plataforma de aplicaciones, que incesantemente ofrece nuevos servicios cada vez más asombrosos.

Por lo que a Internet respecta, es la red mundial que permite interconectar el mundo entero.³ Google permite, no acceder, porque no es un portal de acceso, pero sí, una vez que uno está conectado, efectuar búsquedas -que es su vocación primordial-, y utilizarlo.

La focalización sobre Google es inevitable desde la intervención de Jean-Noël Jeanneney, *Quand Google défie l'Europe* [Cuando Google desafía a Europa]:⁴ con Google Print y la voluntad ostentada de digitalizar todos los libros de todas las bibliotecas del mundo, comenzando por cinco anglosajonas de buena voluntad, hete aquí que Google la emprende con “nosotros”, europeos de la cultura. Pero deja abierta la cuestión de saber si Google es una excepción, de un éxito tan afortunado que en adelante es inigualable, o bien la regla, el modelo imitado por sus competidores y que, por otra parte, imita a sus competidores tomándoles ideas y hombres. Después de todo, Google no es más que uno de los *big four*, con Microsoft, Yahoo! y AOL, todos estadounidenses, y como promedio, compra tras compra, acuerdo tras acuerdo, proceso tras proceso, cada vez más proponen todos el mismo programa y los mismos servicios.

El “mejor” motor de búsqueda

Sin embargo, Google se posiciona como el mejor.

Las dos cualidades eminentes que presenta como distintivas corresponden a sus dos frases clave: la organización y la voluntad buena.

Google se caracteriza por un algoritmo secreto, como un secreto de fábrica, que le permite organizar “mejor” los resultados, y por lo tanto responder mejor a la demanda. Las características de este algoritmo son conocidas, exhibidas, aunque el algoritmo en sus variables sea un secreto. Son, dice Google, “democráticas”, y permiten sostener su misión de universalidad. Por supuesto, habrá que preguntarse en qué Google es democrático, y de qué democracia se trata.

Maniez, *Google story*, París, Dunod, 2006), muy informado pero más apologético, y la crítica de estas dos obras por John Lanchester, LRB I, vol. 28, núm. 2, enero de 2006. Remítase también a las indicaciones del sitio <<http://www.google-watch.org>>, que está consagrado a la vigilancia crítica de Google.

³ Véase recuadro A, pp. 25-31.

⁴ Subtítulo: “Plaidoyer pour un sursaut” [Alegato por un sobresalto], Mille et une nuits, mayo de 2005. Una segunda edición revisada, aumentada y actualizada de esta obra fue publicada en septiembre de 2006.

Google es el “mejor” también en que quiere el bien y en que su buena voluntad hace de esta firma un ser moral. Esta voluntad buena está relacionada con su segunda singularidad: la de separar los resultados “puros” de la búsqueda y las publicidades. No permitir, como lo hace por ejemplo Yahoo!, que se tergiverse el rango de un resultado de búsqueda por el dinero de un anunciante, sino deslindar siempre claramente la búsqueda de la publicidad, los enlaces generados por el algoritmo de los enlaces generados por los patrocinadores. En ocasiones, Google llama a esto la “separación de la Iglesia y del Estado”, integridad de Jesús/venalidad del César (a menos que sea a la inversa). Este desinterés también habrá que examinarlo de cerca.

Las estrategias de respuesta

Sea como fuere, por lo menos hay lugar para dos tipos de respuestas o réplicas al “desafío” Google, no excluyentes una de la otra:

a) una respuesta estratégica-reactiva, de tipo Galileo frente a GPS: se necesita un motor para Europa que no dependa de otra parte (y ¡cómo soportar la dependencia de una “Renuncia de garantías” tal como lo estipula Google!),⁵ que sea diferente de Google, *allos*.

b) una respuesta inventiva-activa: hay que hacer las cosas de otra manera, partiendo de lo que Google enfoca pero no tiene/no es (todavía), y de lo que nosotros queremos pero Google no puede darnos, que sea diferente de Google, *heteros*.

Una vez más, varios escenarios son posibles. Nada impide imaginar una independencia a partir de una competencia, que nos haría depender de varios en otras cosas, como se depende de varias fuentes de aprovisionamiento en petróleo, gas o energía (India, Japón, China tienen o tendrán su propio motor de búsqueda competitivo). Nada impide imaginar también compartir los datos, incluso por supuesto con Google, una suerte de *potlatch* mundial de datos *free on line* para todos los hombres de buena voluntad, pero cada vez con valores agregados de otro tipo, según otros “valores” justamente añadibles, locales, hasta parcelarios, múltiples.

La política y la estrategia se “nos” escapan, no sin dar lugar a dos impresiones simultáneas: la de estar en un momento en que todo es posible, incluso influir/influenciar a partir de ninguna parte, justo de ahí donde estamos (a tal punto son cuestionadas las referencias que toda iniciativa parece tener su lugar); y después aquella de que todo se juega sin “nosotros”, que la técnica es performativa de nosotros, ella es

⁵ Galileo es el sistema europeo de navegación por satélites, GPS el sistema estadounidense: véanse pp. 141-143 y recuadro G, pp. 158 y 159. Para la “Renuncia de garantías”, p. 102 y recuadro F, pp. 118 y ss.

la que decide acerca de lo posible, lo actual del futuro, antes de que nos hayamos dado cuenta.

El umbral de incompetencia del fulano evidentemente se ha alcanzado; ése es el motivo, por otra parte, de que la sociedad esté en busca de sentido común.

))((

I. Google, revelador de la net (fragmento)

1. “Not since Gutenberg”

“Not since Gutenberg” parecerían las primeras palabras de una moderna encíclica: “Desde Gutenberg [...], ninguna invención dio tanto poder a los individuos ni transformó el acceso a la información tan profundamente como Google”.⁶ Que digan eso de Internet, vaya y pase, pero ¿de Google? ¿De un motor de búsqueda entre otros, administrado por una sociedad privada del mismo nombre? Hace pensar que no es “entre otros” justamente. Es, dice Vise, nuestro *global favorite*, y para millones de usuarios termina por coincidir con la Net. Pero ante todo es la Net, y no Google, la que produce efectos. La práctica de Google (en el sentido objetivo: practicar Google, y en el sentido subjetivo: lo que Google hace, cómo procede) es simplemente un excelente revelador. Por eso, primero me gustaría explicitar rápidamente lo que representa la Net para alguien de mi generación, una generación intermediaria que no conoció la pantalla y el teclado sino después de los libros, una generación que cuando se habla de “mulot” entiende un ratón de campo, como Chirac en “Les Guignols”. Una generación que también conoció las cartas manuscritas, con grafología instintiva y fórmulas de cortesía sociológicamente normalizadas, antes del correo electrónico y su “Buen día”. Una generación, en suma, que ha o habría frecuentado

⁶ “Not since Gutenberg... has any invention empowered individuals and transformed access to information as profoundly as Google” es la primera frase del libro de David A. Vise y Mark Malseed, *The Google Story*, Londres, Macmillan, 2005 (trad. fr. de Dominique Maniez, con François Maniez, *Google story*, París, Dunod, 2006).

⁷ *Mulot* [ratón de campo] es el término que utilizó una vez Jacques Chirac por error para referirse al “mouse”, habitualmente llamado *souris* [ratón]. “Les Guignols” era un programa televisivo de información cómico, uno de cuyos personajes era Chirac, y que cuando ocurrió esto, en febrero de 1997, lo festejó largo y tendido. [N. del T.]

las bibliotecas y que por lo tanto se maravilló con los CD-Roms y los corpus antes de que llegara la alta velocidad.

Google no es Internet. Tampoco es un navegador, como Safari o Internet Explorer, aunque cada vez más usuarios elijen a su navegador para que se abra en Google por defecto, “*Google became my default right away!*”.⁷ Es un motor de búsqueda, como Yahoo! O MSN, cuya vocación primera es realizar búsquedas en la red. La diferencia reivindicada por Google respecto de los otros motores de búsqueda es precisamente que no tiene una estrategia de portal: no trata de retenerlo a uno el mayor tiempo posible, con un contenido “pegajoso” (*sticky*), incluso publicitario, que te salta a la cara con sus ventanas *pop-up**, sino de despacharlo lo más rápido posible hacia otra parte, hacia las páginas que uno busca sin conocerlas. Si “la estrategia del portal es tratar de ser propietario de toda la información”, dice Page, nosotros, por nuestra parte, “nos sentimos felices de enviarlo a otros sitios. De hecho, ése es el objetivo”.⁸ Por otra parte, éste es uno de los argumentos angelicales de Google en las batallas jurídicas: cuando la Agencia France Presse lo ataca por difusión gratuita del fondo de comercio que constituyen sus fotografías, Google responde que le envía más clientes de los que le desvía y que Reuters, a diferencia de la AFP, tiene el buen gusto de congratularse por ello. Así es como nace la primera impresión de una coincidencia entre Google y la Net.⁹

Por lo tanto, la Net es algo relativamente reciente, más joven que yo, que la vi nacer.

Y es una maravilla, *stricto sensu*. La maravilla de la comunicación realizada. Concretamente, un mundo más bien deleuziano, una estética soporte-superficie sobre un fondo de cerebro-máquina: red, rizoma, centro en todas partes, circunferencia en ninguna, multiplicidades, subsidiaridades, potencias directas de la multitud, sencillez de la conexión, auto-organización... Un mundo hecho por todos, en inmanencia, y no por uno. Donde Deleuze se une a Lautréamont: “la poesía será hecha por todos y no por uno”, y Rimbaud es leído por Char: “su fecha incendiaria es la rapidez”. Contra un mundo tan “resueltamente moderno” jamás habría sino combates de retaguardia. A

⁷ Ésa fue la exclamación de Terry Winograd, uno de los profesores de Larry Page en Stanford, en 1997, cuando Stanford tomó la patente e hizo que Google fuera accesible en <google.stanford.edu> (David A. Vise y Mark Malseed, *op. cit.*, p. 39).

* Ventanas emergentes.

⁸ Cito a Page en la notable entrevista que los *Google Guys* concedieron a *Playboy*, aparecida en septiembre de 2004.

⁹ Véase el recuadro A: “Lo que siempre quise saber y nunca me atreví a preguntar: Internet, la Web, un poco de historia inmediata”, pp. 25 y ss. Quise proponer como recuadro al final de cada capítulo las digresiones que me parecieron personalmente necesarias para comprender mejor qué es lo que pasa con Google.

menos que... A menos que algunos “nuevos” valores no resulten todavía más estereotipados y anticuados que los antiguos, porque se hizo cargo firmemente de sus riendas el más destacado de los nuevos mundos: *don't be evil...*

2. Un filólogo en la red

Subjetivamente, en todo caso, es una perturbación tanto más inmensa cuanto que ya es insensible, ya está integrada. La Net es fatal para el método filológico (“filo-logía”: amor por el lenguaje, las lenguas, las palabras y escritos) que es el método mismo que sirvió para construir “nuestra cultura”: respeto por la letra y placer por la obra. Nos parecemos, decía Nietzsche, al centauro que cojea de una pierna a la otra: crítica de las fuentes, establecimiento del texto, verificación obsesiva de la letra, total respeto por un lado; obra, singularidad, estilo, placer de la lengua, total goce del otro.¹⁰ Y en todo caso, no el uno sin la otra.

Ahora bien, ¡pánico en la red! En cuanto al aspecto obsesivo-riguroso de la fuente literal que condiciona en particular la probidad de la cita, nada es seguro. Y en cuanto al placer del singular, obra y estilo, es aquello que, por esencia por el momento (si me animo a dar este sintagma), no puede ser tomado en cuenta.

Nada es seguro por lo menos en dos sentidos.

• *El flujo y el pajar*

En esta red, que por otra parte uno “crawlea”, la fuente no cesa de fluir, nos encontramos en el mundo heracliteano de las identidades fluctuantes, hasta fluyentes, en el sentido en que Platón trataba a los heracliteanos de resfriados, incapaces de tener un asidero sobre la idea, la esencia, una identidad estable cualquiera. A lo sumo puede señalarse su fuente por el nombre de un sitio (que desaparecerá) y por una fecha, que remite a un estado de situación, o más bien a un estado del tiempo por definición desvanecido. Con la salvedad de que las páginas son mantenidas en supervivencia temporaria bajo la referencia “en caché” de Google, que da los estados inmediatamente anteriores, la historia inmediata de la página consultada y de sus actualizaciones (a condición por supuesto de que el sitio y el enlace con él no hayan

¹⁰ “Él es su órgano y ella es el suyo”, así es como Schleiermacher caracteriza la relación entre un autor y su lengua.

desaparecido); y en supervivencia eterna, casi mormona, en el seno de Internet Archivo abierto a todos.¹¹

- *La ausencia de criterio: el ejemplo de Wikipedia*

En la red, nada garantiza tampoco la fiabilidad, en el sentido de veracidad de la información que allí se encuentra. El hecho de que todo sea “información”, y por lo tanto esté en el mismo nivel, no ayuda a discriminar. El paradigma de esto es Wikipedia, “*the free encyclopedia that anyone can edit*”, la enciclopedia que “cualquiera puede modificar”. Iniciada en 2001 por Jimmy Wales, contiene al momento en que escribo más de tres millones de artículos en 212 lenguas (923.102 artículos se hallan en curso de redacción en inglés, contra 224.925 para Wikipedia Francia), tomados en el flujo -*wiki wiki* significa “rápido” en hawaiano-. Es un esfuerzo por “crear y distribuir libremente una enciclopedia libre¹² de la mejor calidad posible para cualquiera en el planeta en su propia lengua”. La poesía será hecha por todos; por lo tanto, la enciclopedia será hecha por todos. Pero, refunfuña Heidegger a propósito de los coloquios, ¿por qué del cúmulo de las incomprensiones saldría una comprensión?

No hay un estándar, de acuerdo, pero la cosa funciona, aclara el sitio, mientras se permanezca en los “*uncontroversial topics*”; por ejemplo, las críticas de Wikipedia en Wikipedia, una excelente autocrítica: antielitismo como debilidad, sesgo sistémico por lo que respecta al contenido y la perspectiva, dificultad de controlar los hechos, uso de fuentes dudosas, vandalismo, etc. Por otra parte, Jimmy Wales encara una versión estandarizada, estabilizada, hasta “revisada de manera que podamos decir que confiamos en ella”,¹³ que coexistiría en el sitio con una versión “*live*”, que a su vez podría exigir que el internauta se registre en línea para publicar.

Wikipedia, por propia confesión, funciona bien mientras uno esté de acuerdo. La *doxa* contra el *agón*, la opinión recibida contra la confrontación y el proceso del cuestionamiento. Nada de tema controversial, sólo la transparencia, todo el mundo estará de acuerdo como Bouvard con Pécuchet: *doxa* blanda en estilo blando; en cualquier

¹¹ Véase el recuadro B, pp. 31 y ss.: “Alejandría, o capitalismo y esquizofrenia”.

¹² Traduzco dos veces *free*: “libremente”, vale decir, libre de derechos, y de contenido libre, abierto, al que cada uno puede añadir como lo estipula la referencia al *copyleft* que aparece en las características. Sobre el *copyleft*, véanse pp. 130-132.

¹³ Véase el *Financial Times* del 19 de diciembre de 2005, citado por *Le Monde* en la misma fecha, donde Jimmy Wales responde a (o de –pero ¿hay responsabilidad?–) la composición de la biografía de un colaborador del ex ministro de Justicia Robert Kennedy, en la cual es acusado de haber estado mezclado en el asesinato de los dos hermanos Kennedy.

ítem que se abra, es útil cuando no se conoce nada y a menudo para llorar no bien se conoce un poco (consulten “Platón”). Aquí llegamos a uno de los problemas clave, que Google administra de frente con el algoritmo PageRank:¹⁴ ¿la cantidad produce la calidad? El “cada uno”, el todos uno por uno, ¿es una garantía de universalidad, es una garantía de democracia? ¿Qué significa dar a quienes no saben aquello que los que saben no quieren para ellos? Sin duda alguna, uno de los desafíos para toda enseñanza y toda pedagogía en la actualidad es aprender a utilizar la Net, aprender a “criticar”, a problematizar y a construir por lo menos tanto como a buscar, encontrar y copiar-pegar.¹⁵ Eso es lo que sin lugar a dudas es *uncontroversial*, bueno para todos los hombres de buena voluntad, pero uno no se libera tan fácilmente de la confusión entre información y cultura.

En cuanto al goce del filólogo, la singularidad del estilo y la obra, ni pensemos en eso. A todas luces no surgirá de Wikipedia, ni de la forma de la información, para siempre susceptible de un análisis sociológico más que de uno literario. Acaso sea eso lo que los blogs intentan conseguir, donde cada *blogger* se reivindica como autor, comentador de sí y del mundo, abriendo su intimidad a la discusión. Con el riesgo de una inflación infinita de autores sin obra, autoautorizados, como de un total desaliento del lector acabado, y bien acabado, en todos los sentidos del término. Lo que por el momento vehiculiza la Net es un complejo información- opinión que escapa a las exigencias tradicionales de la verdad y de la prueba sin satisfacer las del gusto. Ciertamente es que el gusto se forma y que está en vías de cambio. Pero el contenido de la Net y la organización de ese contenido están perfectamente adaptados uno a otro con Google.

Entonces, ¿qué tiene Google de tan singular?

¹⁴ Sobre la *doxa*, véase recuadro D, pp. 84 y ss.; sobre PageRank, pp. 64 y ss.

¹⁵ O “saquear-pegar”, como dice Pascal Lardellier (“Google saqueado-pegado, el arma fatal de los estudiantes”, en *Libération*, 12 de abril de 2006).