

# Amazon y Google, una curiosa convergencia

Por Jose Antonio Millán

LA COSA EMPEZÓ (como otras muchas) por la observación de mi amigo ágrafo Javier Candeira: "¿te has dado cuenta de que *Google* y *Amazon* se acercan cada vez más?". Lo que al principio tomé como una *boutade* fue cobrando cada vez más sentido a medida que iba pensando en ello, y según nuevos acontecimientos se sucedían. Tan razonable me iba pareciendo la idea, que le invité a escribir una nota sobre el tema: "Hazla tú", fue su bastante previsible respuesta.

<http://www.hiperactivo.com>

Podríamos plantearlo como un acertijo: ¿en qué se parecen *Amazon* y *Google*? En que los dos son, junto con *eBay*, los mayores negocios de la Red y no sólo negocios, sino sitios web que han cambiado la forma en que la gente navega e interactúa, dentro y fuera de la pantalla. Hasta aquí los parecidos. Pero ¿y las diferencias? Todo lo demás (podría contestarse) empezando por la abismal divisoria de que *Amazon* trafica con "átomos" (los de los libros que vende) y *Google* con "bits" (las direcciones web que suministra). Otra más: que *Amazon* se dedica a los libros y *Google* se dedica a todo, incluidos los libros.

Y sin embargo, a través de sus enlaces patrocinados (las direcciones que salen recuadradas a la derecha de la página de búsqueda) *Google* sirve perfectamente de canal para el comercio de átomos: no hay más que hacer una búsqueda, por ejemplo de la palabra "libros" para ver cómo desde él se puede llegar a las librerías. Como si esto no bastara, ha creado recientemente el motor de comparación de precios *Froogle*. Respecto a sus respectivos ámbitos, la librería virtual más famosa hace ya tiempo que se

Aún en versión beta, pero miren qué bien localiza el motor de comparación de precios *Froogle* productos relacionados con Manolito Gafotas:

<http://froogle.google.com/froogle?q=Manolito+Gafotas>

extendió del libro a cds, dvds, vídeos, electrónica de consumo, muebles, juguetes y servicios como tarjetas de crédito y subastas (sí: intentando ahí ocupar el espacio de *eBay*).

<http://froogle.google.com/>  
<http://s1.amazon.com/exec/varzea/subst/home/home.html/104-7097378-8644763>

Y un inciso a propósito de amenazas. Si uno entra directamente por la categoría "Libros" de *Amazon* y despliega la ventanita de *Search books*, ¿qué es lo que se encuentra en la quinta categoría?: *Spanish books*. Y no mal surtidos: un poco de *ego-surf* me demostró que tenían ocho libros míos. La pregunta es: ¿acabará vendiendo libros editados en España al resto del mundo? O a lo mejor ya lo está haciendo.

Bien: *Amazon* tiene un buscador muy eficiente (que, por cierto, desde abril del 2003 usa tecnología *Google*) y gracias a él se puede encontrar casi cualquier cosa que aparezca en el título de un libro, de una película o en el de una canción, pero también en el menú de un restaurante o en la etiqueta de un alimento. ¿No se lo cree? busque *serendipity* y la verá presente en millares de libros, 22 vídeos y 14 álbumes de música, pero también en tres prendas deportivas, trece implementos de cocina, un suministro de utillaje científico y tres menús de restaurante.

Pero en el mes de septiembre *Amazon* ha creado su propia uni-

dad de búsqueda para *e-commerce*, indicando así su intención de independizarse de *Google*. La gran sorpresa inmediata ha sido la introducción de la búsqueda en el *texto completo* de 120.000 libros de su fondo, casi 3 millones de páginas. [http://zdnet.com.com/2100-1104\\_2-5082848.html](http://zdnet.com.com/2100-1104_2-5082848.html)

Es posible ver la presentación que hizo el jefe **Bezos** de la nueva capacidad, así como un ejemplo de cómo funciona esta búsqueda en las urls indicadas a continuación. Con semejante refuerzo, la consulta sobre *serendipity*, que da como resultado 3.700 libros, no tiene sólo aquellos con la palabra en el título, sino también otros como (¿quién iba a decirlo!) *The low-carb comfort food cookbook* (que, por cierto, tiene versión en tapa dura y también en libro electrónico) en donde sólo está presente la palabra en su interior: "Then, as is so often the case, Serendipity, that shy muse of fortuitous coincidence, intervened in the...". *Serendipia*, la tímida musa de la coincidencia fortuita, puede proporcionarnos muchos de estos hallazgos en el futuro.

<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/feature/-/507108/104-7097378-8644763>

<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/10197021/>

Si ahora hiciéramos la misma consulta en *Google*, veríamos 627.000 sitios en los que aparece la palabra. La diferencia de magnitud (170 veces más hallazgos en este caso) habla de la potencia del buscador, pero también de los límites de la búsqueda en la Red. No quiero decir que las respuestas de *Amazon* sean "mejores" que las de *Google*, pero sí que son menos y, al fin y al cabo, uno no necesita tantas. Por otro lado, los libros son receptáculos estándares del conoci-

miento y el hallazgo en un libro puede dar (aunque no necesariamente, claro) un mejor servicio que en una página web; por supuesto, antes hay que comprarlo, o pedirlo prestado.

Dar razón de todas las páginas de un libro donde aparece una determinada palabra equivale a proporcionar unas concordancias completas del mismo. Antes de la llegada de los textos electrónicos sólo las grandes obras disponían de concordancias (repertorios donde figuraban por orden alfabético todas las palabras incluidas, con indicación de dónde aparecía cada una) compiladas penosamente a mano: existían en la Biblia o en las obras de Cervantes. Hoy en día cualquier documento electrónico es buscable mediante la correspondiente función de su programa, y de cualquier cosa que esté en la web hay concordancias inmediatas con *Google*. Pero ¿qué pasa con los libros-libros, con los impresos? Yo, como cualquier usuario habitual de los medios digitales, me desespero cuando quiero buscar un dato que sé que está en un libro que tengo en casa, y paso páginas arriba y abajo, sin encontrarlo. Los que tienen buena memoria visual, incluso pueden recordar la localización aproximada: estaba en la página de la derecha, debajo de un gráfico; y cosas así. A veces llego a buscar inútilmente el menú en la parte superior de la página impresa. Pues bien, quienes tengan la suerte de que *Amazon* haya digitalizado un libro que está en su poder ya pueden usar la búsqueda de la librería para encontrar algo en su

interior. El invento realmente reúne lo mejor de ambos mundos: las ventajas de la edición tradicional (leer en un buen libro, bien impreso y encuadernado) y de la edición electrónica (las capacidades de búsqueda).

Las reacciones de los usuarios de esta nueva aplicación no se han hecho esperar y a ellas dedica un artículo **Lisa Guernsey** en el *New York Times* del 6 de noviembre. Entre las declaraciones de los amantes de los libros extasiados por las nuevas posibilidades se incluye (casi podía esperarse) la de uno de ellos: "¡es mucho mejor que *Google!*".

*Amazon*, claro está, o sus subcontratados, han tenido que pasar por ocr (o teclear) todos los libros de los que ofrecen búsquedas (o bien pedir el texto electrónico al editor) y esto es un trabajo duro, que pretenden hacer rentable aumentando el número de ventas. Sus usuarios registrados pueden ver la página entera del libro y no sólo la cita con el número de página, y esto ya ha creado problemas. La asociación de escritores *The Author's Guild* afirmó al día siguiente del anuncio de *Amazon* que los editores no tienen el derecho de ceder a la librería los libros para búsqueda sin permiso de los autores, y opinó también que su uso perjudica a las obras de consulta (aunque no a las de ficción). Aunque *Amazon* dice que no, el sistema, afirma la asociación, permite copiar hasta 100 páginas de un libro.

Y henos ahora ante la respuesta de *Google*: días después del

Por otra parte, *Amazon* también vende bits, en forma de libros electrónicos (de los que, por cierto, el más vendido es *How to use Google*) y de descargas musicales en MP3.

[http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/detail/-/B0000AUH95/ref=eb\\_hp\\_rs\\_2\\_13//104-7097378-8644763?v=glance&s=ebooks&n=551440](http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/detail/-/B0000AUH95/ref=eb_hp_rs_2_13//104-7097378-8644763?v=glance&s=ebooks&n=551440)

anuncio de *Amazon* se difunde la noticia de que el buscador se ha puesto al habla con editores para compilarles bases de datos con el contenido de miles de volúmenes. El gran buscador ya no se contentará con llegar a las palabras que están en el título de los libros citados en cualquier página web, o a las que están en el interior de los muchos libros cuyo contenido está íntegro en la Red, sino que quiere incorporar también las que yacen encerradas entre las tapas de muchas estanterías.

Mientras *Google* respondía con esta irrupción en el mundo real, *Amazon* había seguido profundizando en él. Cualquiera que acceda a un libro en la librería virtual ya sabe que va a encontrar un conjunto de otros recomendados, sobre la base de "la gente que compró este libro compró también...". En marzo del 2001 **Javier Candeira** contaba la experiencia:

[http://www.jamillan.com/para\\_can.htm](http://www.jamillan.com/para_can.htm)

Hoy el procedimiento se ha extendido tanto que, junto con los movimientos que uno haya hecho por el sitio, constituye toda una página web, titulada, pomposa pero realísticamente, "the page you made". A estas listas creadas, por así decir, involuntariamente, se unen las de deseos (que uno acumula para que la miren los amigos cuando se acerca nuestro cumpleaños) o las de libros o discos que cualquiera considera interesantes por la razón que sea, y que se producen por el procedimiento llamado *Listma*

¡Últimamente *Amazon* incluso ha empezado a vender comida: no sólo las *delicatessen* del neoyorquino *Dean & DeLuca*, sino también los productos de la cadena sureña *Sticky Fingers*, (¡dedos pringosos!). Las ansias de expansión se comprueban viendo que en el desplegable de búsquedas aparece una categoría amenazadora: *Everything else* (todo lo demás).

[http://www.foodingredientsfirst.com/newsmaker\\_article.asp?idNewsMaker=4529&fSite=AO545](http://www.foodingredientsfirst.com/newsmaker_article.asp?idNewsMaker=4529&fSite=AO545)



Líder en libros electrónicos

*Como principal proveedor de libros electrónicos, netLibrary ayuda a Universidades, bibliotecas públicas y centros especializados a crear un entorno de aprendizaje mejor y más eficiente.*

## Descubrir



## Explorar



## Investigar



El catálogo de netLibrary contiene más de 60,000 títulos de los editores más importantes de todo el mundo.

- **Acceso a miles de eBooks a través de una única y fácil Interfaz, en español**
- **Desde cualquier lugar, a cualquier hora**
- **Potente herramienta de búsqueda** facilita la búsqueda a través de todos los títulos de que dispone
- **Préstamo automático.** No hay pérdidas, ni robos o libros sin devolver o que se deterioran
- **Métodos de formación actuales** – incluyendo educación a distancia
- **Contenido fiable** reconocido por su calidad

Visítenos en: [www.netlibrary.com](http://www.netlibrary.com)

Catálogo online: [www.netlibrary.com/titleselect](http://www.netlibrary.com/titleselect)

Para más información contacte con:

[mail@doc6.es](mailto:mail@doc6.es)

<http://www.doc6.es>

**doc 6**  
consultores en recursos de información



*netLibrary es una sección de OCLC Online Computer Library Center. Una organización sin ánimo de lucro que ofrece servicios de referencia, catalogación, preservación y que permite compartir recursos de bibliotecas en todo el mundo.*

OCLC | PICA

Google sale a bolsa, y mientras tanto le ha aparecido una novia grande y poderosa: *Microsoft*. Habrá mucho jaleo, nuevos inventos y sorpresas por parte de los dos monstruos de la Red, pero mientras tanto los dos nos dan motivos para pensar y disfrutar: *Amazon* vende calculadoras y *Google* calcula:

<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/172518/ref%253Dop%255Fhp%255Fln%255Fcal2/>

<http://www.google.com/help/calculator>

nia. ¡Ah!, estas listas pueden comprender cualquier producto a la venta en *Amazon*, aunque no hayan sido compradas en la tienda. ¿Van entendiendo?

<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/214873/104-7097378-8644763>

Para terminar con otra muestra de esta ansia omnímoda de *Amazon*, recordemos que también se puede ver la lista de lo que ha comprado más una determinada ciudad, institución o empresa; por ejemplo: ¿qué compra la *Universidad de Nueva York*?

<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/214873/002-9302349-2033613>

Tres recientes hitos significativos han ocurrido recientemente en esta batalla por acceder a toda la información de ambos mundos.

—Noviembre de 2003: *Amazon* se ha aliado con la *British Library*. La biblioteca aporta dos millones y medio de registros bibliográficos, de los que 1,7 son de antes de la introducción del ISBN. Estos descriptores de obras se integrarán con el sistema *Marketplace* de *Amazon.co.uk* para permitir la compra y la venta incluso entre particulares de libros antiguos, tal y como lo cuenta la *British Library*. El negocio del libro antiguo/viejo/usado en *Amazon* empezó con la compra de *Bibliofind* en 1999 y tiene muy buenas perspectivas a pesar de la competencia de otros como *Abebooks*. El aspecto curioso de este nuevo movimiento

es cómo la posesión de entradas bibliográficas estandarizadas se puede convertir en una herramienta comercial.

<http://www.amazon.co.uk/exec/obidos/tg/stores/static-/marketplace/welcome/>

<http://www.bl.uk/cgi-bin/press.cgi?story=1391>

<http://www.bibliofind.com>

<http://www.abebooks.com>

—Diciembre de 2003: *Google* ha comenzado como beta (en pruebas) su servicio de búsqueda en el interior de ciertos libros.

<http://google.dirson.com/noticias.new/0280/>

—1 de febrero de 2004: según el *New York Times*: "Google se ha embarcado en un ambicioso esfuerzo secreto conocido como Proyecto Océano (...). La compañía planea ahora digitalizar toda la colección de la inmensa *Biblioteca de Stanford* publicada antes de 1923, que ya no tiene restricciones de copyright. El proyecto sumaría millones de libros digitalizados que serían accesibles exclusivamente vía Google" (**John Markoff**, "The coming search wars").

<http://www.nytimes.com/2004/02/01/business/yourmoney/01goog.html>

Y esta es la historia, que sin duda continuará.

**José Antonio Millán** mantiene un sitio web y un boletín especializado en edición electrónica o digital: *Libros y bitios*.

<http://jamillan.com>

<http://librosybitios.com>

[jam@jamillan.com](mailto:jam@jamillan.com)