

SERVICIOS



Bernardo Hernández, en la sede californiana de Google.

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Un español para Google Earth

El salmantino Bernardo Hernández es el responsable mundial del servicio estrella del primer buscador de Internet: su localizador de espacios, ciudades y calles de cualquier esquina del planeta

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Por fuera dominan el césped, el sol y el cielo azul. Verde, amarillo y azul. Por dentro, a estos colores se le añade un rojo intenso. Es la sede del imperio Google en Mountain View (California), y el español Bernardo Hernández, director mundial de geomerca-dotecnia, señala con una sonrisa el despacho de Larry Page y Sergey Brin, los creadores de todo esto. "Casi nunca están", dice. Es difícil seguirle el paso, vuela más que anda entre los cubículos multicolores, mesas de billar y áreas de relajación para los empleados, todo inundado de una luz natural como de otro planeta. El planeta Google.

Hernández lleva dos años y medio inmerso en él, primero en Madrid y, desde el pasado septiembre, en el cuartel general de la bahía de San Francisco. Al ritmo de su batuta se mueven 23 personas en 21 países. Llama la atención la escasez de personal para dos de los principales productos de la compañía: Google Maps y Google Earth. Pero así es el mundo laboral en el reino virtual. Un obrero con un ordenador puede mover el mundo. El salmantino Hernández derrocha ilusión y energía, tal vez he-

rencia de sus comienzos al frente de Idealista y Flores Frescas, tal vez por la filosofía *googliana* de intentar cambiar el mundo de la información.

Pregunta. ¿Echa de menos la adrenalina e incertidumbre de crear empresas?

Respuesta. Mi trabajo ahora no es tan diferente a mi anterior

De Comillas a Silicon Valley

Bernardo Hernández (Salamanca, 1971) es un amante de los números. "Te dan un falso control de la realidad muy agradable". Empezó con la teoría, estudiando económicas y empresariales en la Universidad Pontificia de Comillas, de donde recuerda a incansables amigos y a los jesuitas, "son valientes y emprendedores". En 1993, con una España ahogada en el paro, pidió un crédito, puso rumbo a EE UU y se empapó un año en el *máster* de finanzas del Boston College.

Luego llegaría la práctica, los primeros puestos como analista financiero en Fidelity, Putnam y, de vuelta en Madrid, BBVA Gestión. "Descubrí que el papel lo aguantaba todo, prefería el riesgo de bajar a la arena". El riesgo se llamó Idealista.com, fundada en plena burbuja puntocom junto a Jesús Encinar, a quien conoció en Boston. Hoy recibe 1,3 millones de visitas únicas mensuales.

El teléfono no tardó en sonar. Nikesh Arora, presidente de Google Europa, llamó primero. Le propuso levantar el departamento de mercadotecnia del buscador en España. Era el verano de 2005. "Te desempolvabas al trabajar con gente de todo el mundo". Dos años después, la llamada sería de San Francisco, para dirigir Google Earth y Google Maps. "Al principio tenía miedo, ¡un españolito con esos productazos! Pero no va mal".

"Los sábados me voy a correr por los alrededores del Golden Gate; tengo abono a la ópera y al ballet. Siempre hay planes de cenas, seguidas de fiestas. Algún domingo voy a misa de los jesuitas". Sólo echa de menos a su familia y amigos en España. "Me encanta mi trabajo, pero al final no haces otra cosa". ¿Habrán vida después de Google? "Probablemente siga creando empresas... en el fondo es lo que me gusta".

etapa, Google fomenta mucho el espíritu emprendedor. La prueba es que si adquirimos empresas, los fundadores se incorporan íntegramente a la estructura de la compañía.

P. Google Maps y Earth son muy complementarios. ¿Pensan integrarlos?

R. La integración tendría sentido; prácticamente son el mismo producto, pero de momento los tratamos de forma separada.

P. Muchos ven en Google Earth un producto fascinante, pero falto de utilidad.

R. Es una aplicación tremendamente útil e impactante y puede parecer que el impacto supera la utilidad. No es así. Se empleó para descubrir un yacimiento arqueológico en Argentina o ayudar en los rescates del Katrina. Ya incluye fotos de Panoramio y vídeos de You Tube. El compromiso es aumentar el número de capas de información.

P. Compañías como Earthmine aprovechan muy bien los huecos que deja Google Earth. ¿Tocan adquisiciones?

R. Si identificamos un producto que tiene sentido integrarlo, como Panoramio, no dudamos. Y todas esas *start-ups*, bienvenidas sean, nos fuerzan a ponernos las pilas. **Pasa a la página 6**



Internet

Microsoft promueve la interconexión de todos los aparatos por Red **Página 3**



Empresas

Sun saca el Blackbox, un centro de datos móvil **Página 5**



Educación

La fijación de menores con Internet desconcierta a padres y educadores **Página 10**

JUEGOS



'Grand Theft Auto' recaudará 400 millones en 7 días

La salida del juego *Grand Theft Auto IV* recaudará en su primera semana a la venta 400 millones, prácticamente lo mismo que recaudó la película más taquillera de la pasada temporada: *Piratas del Caribe 3*.

El estreno de este juego sólo para adultos, que desencadena polémica por su violencia y amoralidad, ha provocado que los estudios de cine y los programadores de televisión aplacen sus mayores estrenos para no dañar la audiencia. **Página 9**

SERVICIOS DE LOCALIZACIÓN



Bernardo Hernández, en la sede de Google.

“La red social será la columna vertebral que toque todos los productos y servicios”

Sólo una cuarta parte de los 1.000 millones de internautas emplea mensualmente un localizador, según Bernardo Hernández, responsable mundial de Google Earth ● “Móvil y ordenador serán complementarios”

Viene de la primera página

P. ¿La estrategia pasa por convertir Maps y Earth en plataformas de localización?

R. Sí, no queremos que sean productos en sí mismos donde la gente vaya a buscar direcciones. Sólo una cuarta parte de los 1.000 millones de internautas en el mundo utiliza al menos una vez al mes servicios de localización en Internet. Es muy poco. El gran desafío es entender cómo utilizar los mapas para agregar información.

P. ¿No desarrollarán servicios propios?

R. Sólo estructurales, como corregir un mapa si ves algo incorrecto. Más que funcionalidades que retengan visitantes,

de acuerdos estratégicos. En Google verá pocos.

P. ¿Satisfecho con las cifras de uso?

R. Son muy positivas. Hay más de 325 millones de Google Earths instalados y activos en el mundo. En mapas, se han realizado más de 50.000 integraciones con el interfaz abierto. Estamos en 16 países y queremos llegar a los máximos.

P. La geolocalización gana fuerza como componente en las redes sociales. ¿Cómo unirán mapas y socialización?

R. My Maps ya permite incluir contenido de forma colaborativa. Los mapas son una plataforma, la red social será la columna vertebral que toque todos los productos y servicios de Internet. De ahí Open Social.

P. ¿Podrá Open Social crear una sola identidad *online* en la red social?

R. El hecho de tener un perfil *online* es una realidad. Y además un perfil real. *Second Life* está bien, pero la gente quiere ser ella misma con una versión *online*. Conseguir estándares ahí es complicado, pero es hacia donde debe encaminarse la industria.

P. ¿No hay riesgo de acabar con múltiples estándares?

R. Sí, hay un riesgo. Pero es lo mismo que ocurrió con el vídeo, con VHS, Beta... al final se acaba imponiendo uno.

P. ¿Qué le queda por mejorar a la localización?

R. La calidad de la información. Es increíble cómo aumentamos nuestros niveles de exi-

gencia. La gente ya pide la puerta de la casa y el lado correcto de la acera. Abrir todas las bases de datos a un entorno *wiki* que permita a los internautas mejorar la información es un reto muy importante.

Hernández saca su iPhone. En unos segundos, My Location nos encuentra con precisión aceptable en Google Maps. Comprobar en visión satélite nuestra situación exacta lleva un par de minutos. “La conexión no es tan rápida como en 3G”, pero el detalle de los mapas y la experiencia en el iPhone son inmejorables. “Esto hace seis meses era ciencia ficción”.

P. ¿Siguen de cerca el uso de Google Maps en el móvil?

R. Lo medimos muchísimo. Es una plataforma complementaria del ordenador. El uso de los mapas en el PC desciende los fines de semana. En el móvil es al contrario, estable durante la semana y muy alto los fines de semana. La gente tiene necesidad de utilizar los mapas independientemente de la plataforma en la que se los sirvas.

P. La localización en el móvil añade grandes posibilidades. ¿Cómo ve esta evolución?

R. El GPS asistido y el iPhone aportan una nueva experiencia. El otro día quería ir a un restaurante para coches. Venía conduciendo, me localicé en el mapa, luego busqué el *In-N-Out* más cercano y le pedí que me llevara hasta allí. La integración de la localización con el móvil creará muchos productos, servicios y negocios.

P. ¿Qué estrategia seguirá Google en esa integración?

R. La de hoy: acceder a la misma aplicación desde cualquier plataforma. Todavía no lo hacen muchas compañías; la mayoría crean productos diferentes. El *cloud computing* es muy importante para nosotros, la información debe ser la misma independientemente desde donde se acceda.

“Tenemos dos grandes productos: mapas, imágenes y datos, y Android, para usar eso en el móvil. El reto es que la industria cree con ello productos y servicios”

P. De ahí Android...

R. Sí, Android es una plataforma abierta de desarrollo. Tenemos dos grandes productos, los mapas con toda la tecnología, imágenes y datos, y Android, para utilizar todo esto dentro del móvil. El reto será conseguir que la industria empiece a crear productos y servicios con ellos.

P. Compañías de Internet, operadoras, fabricantes de móviles... quieren competir ahí. ¿Quién ganará?

R. Todos. Si el crecimiento del mercado en Internet se duplica todos los años, en el móvil es exponencialmente mucho mayor. La gente está pidiendo nuevos servicios en el móvil. Va a ganar la industria entera.

Google Earth estrena la versión 4.3, con más servicios

A. E.

Si hay una aplicación de mapas por excelencia ésta es, sin duda, Google Earth. Ya sea por que fue la primera en aparecer como un servicio gratuito en la Red, o porque, de momento, no tiene rival, su popularidad va en aumento. Acaba de estrenar su versión 4.3, con inclusión de mapas y rutas y los cambios de luz de un lugar desde que sale el sol hasta que se oculta. Pese al éxito de este programa, hay que puntualizar que el 90% de todas las búsquedas de Google son con su buscador principal, un 3% con Google Maps, y el Earth no llega al 2%.

El extraordinario sistema de búsqueda de Google está compuesto por cientos de miles de fotografías hechas desde satélites e imágenes aéreas. En un principio fue concebido como entretenimiento para pilotos virtuales con un simulador de vuelo (hacer clic en Ctrl+Alt+A), algo que aún conserva; pero actualmente es una herramienta válida para seguimiento de proyectos científicos o localización de una fotografía gracias a sus coordenadas GPS.

Espectacular

Es realmente espectacular ver a Google Earth en acción. La primera pantalla es una visión com-



Google Earth.

pleta del globo terráqueo desde un satélite. Basta con escribir la dirección que se desea localizar para observar cómo la Tierra gira y, a través de un potentísimo zoom, la visión del lugar se va aproximando hasta hacerse visibles las calles, las casas, los coches, hasta una visión equivalente a los 100 metros en vertical. Además, las ciudades más importantes de Norteamérica (de momento) han sido fotografiadas a ras de suelo, lo que permite recorrer toda la ciudad y verla como si se el internauta fuera un peatón interactivo.

Eso no es todo. Se puede invertir el punto de vista y comprobar el aspecto del cielo y la visión que de él tienen muchos observatorios internacionales, incluidos la mayoría de telescopios. Todo esto con la versión gratuita, pero hay dos opciones más de pago. La versión *Plus*, que cuesta 20 dólares, añade al programa compatibilidad con dispositivos GPS, es más rápido, disponer de la capacidad de importar hojas de cálculo y realizar impresiones con una mayor resolución. La versión *Pro* está pensada para empresas y cuesta 400 dólares. Tiene las herramientas más avanzadas de investigación, presentación y colaboración para el tratamiento de información específica de ubicaciones.

GOOGLE EARTH: earth.google.es

queremos funcionalidades que permitan mejorar la plataforma.

P. ¿Qué acuerdos buscan para potenciar sus mapas?

R. No tenemos una política muy activa de acuerdos. Preferimos hacer pública toda la información posible para que cualquiera pueda integrar la herramienta. Es un cambio de mentalidad. Microsoft habla

“Hay más de 325 millones de Google Earth instalados y activos en el mundo. En mapas, se han realizado más de 50.000 integraciones con interfaz abierto”