

## **A maturidade do Google**

Adam Tanner

É oficial: os rapazes que fundaram o Google amadureceram. Foi esse o pronunciamento do presidente-executivo da empresa, Eric Schmidt, contratado em 2001 a fim de oferecer experiência convencional e madura de negócios à empresa de buscas na internet formada pelos jovens inovadores Larry Page e Sergey Brin.

"Os meninos cresceram", disse Schmidt antes da assembléia anual de acionistas da empresa de imenso sucesso.

Agora bilionários, os dois fundadores da empresa cujo lema é "não seja maligno" costumavam ser vistos como "os brilhantes jovens fundadores".

"Agora, eles funcionam na empresa como executivos de primeiro escalão com a capacidade e a experiência"... "Que nós desejávamos que eles tivessem cinco anos atrás", disse Page.

Page, 35, e Brin, nascido na União Soviética 34 anos atrás, fizeram história antes dos 30 anos, quando criaram o sistema de buscas Google há 10 anos.

"Agora não temos mais o mesmo tipo de discussão", disse Schmidt, 53, que se qualifica como velho, em meio à juventude que domina o campus do Google.

"De fato, eles na verdade estão dirigindo as empresas que fundaram na escala e com as percepções que você esperaria de pessoas que já não são jovens fundadores, e sim líderes maduros de negócios", definiu.

Brin e Page estavam nas posições 32 e 33 lugar na lista de bilionários da revista Forbes em 2008, respectivamente, com mais de US\$ 18 bilhões de patrimônio cada um, mas eles preferem desconsiderar os efeitos dessa riqueza descomunal.

"Não creio que isso importe, em certa escala, mas meu orçamento para brinquedos agora é bem confortável", disse Brin, quando perguntado se a imensa riqueza havia mudado sua vida. "Acabo de comprar um novo monitor".

Page mencionou um benefício ainda mais modesto: "Não preciso mais lavar a roupa".

E Schmidt, que prefere se vestir com um tradicional terno do que com as roupas casuais dos fundadores, ainda brincou: "acho que as roupas não mudaram muito".

O Google espera lançar novos produtos para seu serviço de vídeo YouTube nos próximos meses e acredita em uma cooperação mais estreita com o Yahoo, disse Schmidt.

Schmidt afirmou que transformar o site de vídeo em fonte de lucro é a principal prioridade da empresa de buscas na internet para este ano. Ele não ofereceu detalhes sobre os produtos, no entanto, e disse que eles não estão nem mesmo em estágio de teste inicial.

Na assembléia anual dos acionistas do Google, o co-fundador da empresa, Sergey Brin, disse que o YouTube e a DoubleClick, uma empresa de publicidade online que o Google adquiriu no início este ano por US\$ 3,1 bilhões, ainda são pequenos negócios.

### **Leia Mais:**

#### **Revolução na pesquisa online**

*Fernando Braga*

Responda rápido. Se você está em frente ao computador e quer saber qual é a capital do Azerbaijão o que faz? Certamente a mesma coisa que faria para descobrir quem venceu o

campeonato brasileiro de 1978 ou quantos pontos Michael Jordan fez na história da NBA. Iria ao Google.

A ferramenta, indispensável para quem precisa fazer algum tipo de pesquisa na internet, tornou-se mais do que o nome de uma das empresas mais bem sucedidas de nossa geração: o termo google virou sinônimo de busca.

Desde que nasceu, há 10 anos o site de pesquisas revolucionou o modo como procuramos informações na internet a tal ponto, que muitas pessoas simplesmente não se imaginam mais sem ele.

A popularidade da empresa entre os usuários é enorme e muitas vezes beira à adoração. Mas o que fez o mundialmente conhecido buscador online ser referência para pesquisas na internet? Por que ele é tão bom no que faz e - a pergunta que não quer calar - será que ele vai mesmo dominar o mundo?

Para começar, eles colocaram ordem no espaço caótico de informações que era a rede mundial de computadores. Como? Depois de fazer um download de toda a internet, os dois criaram uma fórmula matemática conhecida como PageRank que permitia estabelecer uma prioridade no resultado de uma busca e mostrar, assim, os sites mais importantes de uma pesquisa.

Enquanto outras ferramentas como Altavista, Excite e Lycos contavam com apenas combinações de palavras para fazer uma pesquisa, o PageRank entregava, quase que instantaneamente, o resultado que mais interessava ao usuário. Esse foi o grande pulo do gato do Google.

A jovem dupla conseguiu então o apoio de investidores, abandonaram o doutorado na prestigiada universidade americana, contrataram pessoal e se mudaram para escritórios cada vez maiores.

Mas, caminhando numa direção oposta de Bill Gates, da Microsoft, que defendia o código proprietário, os jovens sempre levantaram a bandeira do código livre, o que acabou por resultar num problema que deveria ser respondido aos investidores: como o portal iria lucrar com a invenção?

"Eles queriam criar o sistema de busca mais poderoso do mundo. Quando as pessoas lhes perguntavam como eles iam ganhar dinheiro com isso eles respondiam: não sabemos, depois pensamos nisso", conta Mário Queiroz, vice-presidente de produtos do Google para a América Latina. A resposta para a questão foi os chamados links patrocinados. Trata-se de anúncios publicitários que são exibidos juntamente com os resultados de uma pesquisa no Google.

Dessa forma, o mercado de anunciantes se transformou. "Pensamos na democracia também no acesso à publicidade. Se um negócio pequeno e bem específico, são justamente eles que podem fazer a revolução nos anúncios da internet", argumenta o vice-presidente de operações para a América Latina, Daniel Alegre.

PS: Para quem ficou com dúvida sobre as perguntas feitas na abertura desta matéria, as respostas são: Baku, Guarani e 32.292 pontos, respectivamente. Dúvida? Vai lá no Google.

**Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 12 maio 2008. Tecnologia, p. B-10.**