TECNOLOGÍA | BUSCADORES

**El buscador de Google   
podría cambiar con la   
inteligencia artificial y TikTok**

*La empresa prepara un importante lavado de cara para su plataforma más importante, empleada para el 90% de las consultas que se hacen en Internet.*

**Por Julián Marcelo Zappia.  
Diplomatic Week.**

Google se prepara para transformar su buscador y ofrecer una experiencia de navegación más “visual, apetecible, personal y human” dejando atrás su actual formato, compuesto básicamente por una hilera de páginas web en color azul.

De acuerdo con documentos internos de la tecnológica, el motor incorporará funciones para que los usuarios puedan mantener conversaciones con inteligencia artificial y mostrará más vídeos cortos y publicaciones de redes sociales.

Con la llegada de estas nuevas funcionalidades, la empresa -perteneciente a Alphabet- quiere conseguir que su motor de búsqueda siga siendo el predilecto de los usuarios.

Especialmente ahora, que Microsoft está aprovechando la tecnología de inteligencia artificial (IA) de ChatGPT para aumentar el uso de su buscador Bing, que a inicios de año incorporó una inteligencia artificial conversacional.

Solo gracias a la publicidad online, Google consiguió facturar alrededor de 160.000 millones de dólares durante el pasado 2022.

Su plataforma es empleada para la realización del 90% de búsquedas que se hace en la Red.

Se espera que serán durante el evento para desarrolladores Google I/O, la compañía comparta funciones para que el usuario mantenga conversaciones con la IA.

El proyecto recibe el nombre en código 'Magi'. Según informó hace unas semanas The New York Times, en un primer momento las novedades relacionadas con la IA estarán disponibles para un exclusivo grupo conformado, aproximadamente, por un millón de usuarios ubicados en Estados Unidos. Para finales de año, podrían alcanzar a 30 millones de internautas.

Por otro lado, Samsung estaría estudiando apostar por Bing de Microsoft como el motor de búsqueda predefinido en sus dispositivos, algo que podría dañar el negocio publicitario de Google.

Gracias a la incorporación de la IA en el buscador, el usuario sería capaz de buscar información concreta sin necesidad de ir consultando uno a uno los enlaces que ofrece el buscador como resultado hasta que encuentra los datos que necesita.

Algo que permitirá que la experiencia de uso resulte más cómoda y algo más humana. Simplemente, se debería hacer una pregunta concreta y el buscador la respondería. Exactamente igual a lo que ocurre con ChatGPT.

**Más vídeos.**

El nuevo Google también apostará por darle un mayor protagonismo a la voz humana en las búsquedas y destacar el trabajo que realizan creadores de contenido en redes sociales.

La compañía también quiere darle un mayor protagonismo a los vídeos verticales cortos que tanta popularidad tienen en aplicaciones como TikTok o Instagram.

El movimiento tiene sentido, especialmente si el buscador quiere resultar especialmente atractivo para los usuarios jóvenes, que, cada vez más, recurren a aplicaciones para consultar información rápida en formato vídeo.

Actualmente, el 40% de los internautas de entre 18 y 24 años prefiere buscar en Tiktok e Instagram antes que en Google, según reconocía hace unos meses Prabhakar Raghavan, vicepresidente senior del buscador.