

Tocados por la luz de Google

Es posible que ya conozca la decisión de la ciudad de Topeka, en Kansas, de cambiar su nombre por el de Google durante el mes de marzo. Esta pequeña localidad de menos de 125.000 habitantes debe su nombre original a los indios Kansa e Ioway. Topeka, en la lengua nativa, se traduce como "lugar para desenterrar buenas patatas".

Casi puede decirse que han salido ganando con el cambio. Lo primero que me vino a la cabeza cuando leí el artículo es la ingente cantidad de dinero que habría podido pagar Google por esta sorprendente maniobra publicitaria. Si Microsoft puede comprar el pueblo de Sietes para presentar un sistema operativo seguro que a la gran G no le faltaría dinero para crear más Googles que Fairviews –el nombre de ciudad más utilizado en los Estados Unidos-. En este país todo tiene un precio. En Nueva York, U2 puede ponerle nombre a una calle durante un mes así que no es descabellado pensar que en un medio oeste golpeado con fuerza por la crisis, sobran ciudades capaz de vender nombre y honra por unos pocos millones de dólares.

Topeka, sin embargo, decidió cambiar su nombre de forma voluntaria, sin intervención del buscador y en un intento de llamar la atención. Cientos de ciudades de Estados Unidos se encuentran en una situación parecida. El pasado mes de febrero el buscador anunció un nuevo proyecto para llevar fibra óptica a 50.000 hogares del país. En una segunda fase, esta 'Googlenet' podría llegar a medio millón de hogares.

El anuncio ha sacudido los ayuntamientos de muchas comunidades de esas a las que Internet ha llegado siempre tarde y mal, zonas del país que aún tienen que conectarse a través de un módem o con cables que no superan los 3,8 Mbps, una cifra que palidece con el Gbps con el que Google promete bendecir a los agraciados. Businessweek recoge esta semana, en un artículo titulado 'Gaga for Google Broadband', la desesperación de alguna de estas ciudades por conseguir entrar en la lista de Mountain View.

La ciudad de Greensboro, en Carolina del Norte, ha preparado una "Operación Google" durante este mes de marzo. Entre las diversas acciones de publicidad y promoción figura el envío a la sede de Google de varios regalos. Ofrendas al Dios de la Banda Ancha. En total la ciudad tiene previsto gastar más de 50.000 dólares.

Con los presupuestos ajustados y sin dinero público, otros ayuntamientos recurren a movilizaciones populares, grupos en facebook y campañas virales de promoción. Todo vale, sobre todo desde que un responsable de Google anunciara que "el apoyo popular es uno de los factores que van a influir en la decisión". Con el mismo espíritu con el que se agasaja a un comité olímpico, estas poblaciones tratan de mostrar a Mountain View su mejor cara.

Todos ganan. Ganan los habitantes, muchos en el paro, porque la fibra trae la esperanza de nuevos trabajos y el salto del mundo agrario o industrial a eso que llaman la "economía del conocimiento". Ganan los alcaldes en una lotería que puede asegurar una reelección en las próximas votaciones. Ganan los negocios y comercios de la ciudad que por fin pueden entrar en el siglo XXI por la puerta principal. Y por supuesto gana Google, que se alimentará de los datos que circulen por esa fibra. Google siempre gana.

Fonte: El Mundo, Madrid, 4 mar. 2010, Tecnología, online.