

Tirada: 49.455	Difusión: 32.013	Expansión	Superficie: 18 cm²
(O.J.D)		Nacional	Ocupación: 16,71%
Audiencia: 112.045		Economía	Valor: 2.051,04 €
(E.G.M)		2 ª Edición	Página: 15
Ref: 5795931		19/12/2014	1 / 1

Sony y la justicia divina


OPINIÓN
Enrique Dans

El mes pasado, Sony Pictures sufrió un descomunal robo de información, cuyo origen parece relacionarse con Corea del Norte. La razón parece radicar en una película, una comedia aparentemente muy mala titulada "The interview", en la que el líder norcoreano Kim Jong Un representa a un villano de sainete que es ridiculizado y asesinado.

Todo robo de información es condenable: sus autores, ladrones y chantajistas, deberían acabar en la cárcel. Que la víctima sea Sony, que en 2005 infectó los ordenadores de miles de usuarios con un programa espía, no puede consi-

derarse "justicia divina": es execrable, y punto.

Los autores del robo de información amenazan además con acciones terroristas contra los cines que proyecten la película. Aunque la amenaza resulta escasamente creíble, las cinco cadenas más grandes de Estados Unidos han decidido no exhibirla, y Sony ha cancelado su estreno, previsto para el 25 de diciembre.

¿Qué debería hacer Sony? La inversión realizada en la película es elevada, y a ello se une el lucro cesante de la cancelación de su estreno. Además, aceptar el chanta-

je supone un problema evidente de cara a la libertad creativa. ¿Vamos a cancelar toda película que alguien no quiera ver estrenada?

Lo que Sony debería hacer ahora con su malograda película es aprovechar el ruido mediático para ofrecerla directamente en la red. Un pequeño pago que no incentive obtenerla por otras vías, y demostrar a los chantajistas que sus acciones producen precisamente el resultado contrario al que pretendían: más difusión que si no hubieran intentado censurarla. Decididamente, la opción más inteligente.

¿Veremos a Sony, posiblemente la empresa que más ha denostado internet y perseguido a sus usuarios, haciendo un estreno en la red? Eso sí sería justicia divina...

Profesor de IE
Business School.

Sony debería aprovechar el ruido mediático para ofrecer la película directamente en Internet