



Darwinismo digital



OPINIÓN

Enrique Dans

En las que son prácticamente sus primeras declaraciones desde que su partido ganó las elecciones, Esteban González Pons ha rizado el rizo de la inoportunidad y el absurdo al dorar la píldora a los editores de diarios españoles prometiéndoles "ayudas para encontrar su evolución hacia un nuevo modelo de negocio".

¿Ayudas? ¿Para qué? ¿Qué justifica que un Gobierno otorgue prebendas, subvenciones o privilegios a empresarios incapaces de adaptarse a su entorno? ¿Realmente alguien cree que ese dinero público puede salvar de alguna manera a quienes lo reciben?

Axioma absoluto de la economía: subvencionar a los participantes en una industria hace que reduzcan automáticamente su incentivo para cambiar, para adaptarse. ¿Para qué adaptarse, si les subvencionan el no hacerlo? En el caso de la prensa, además, la intervención estatal es todavía más peligrosa, porque apoya la aparición del clientelismo.

Dice González Pons que "tendemos a creer que lo que está en Internet, sólo por el hecho de estar, puede ser gratis" y que "tenemos que colaborar para que Internet de pago sea una realidad en España". Me da pánico la patente revelación de ignorancia digital de estas declaraciones. Primero, en Internet hay numerosos modelos de pago que funcionan perfectamente: solo hay que saber adaptarse a la demanda de los clientes, ofrecerles algo

por lo que estén dispuestos a pagar. Segundo, ¿y qué si hay modelos de negocio en torno a lo gratis? ¿No es y ha sido gratis durante muchísimos años la inmensa mayoría de la televisión? ¿Se imaginan al señor González Pons despotricando contra "la televisión gratis" y exigiendo que "la televisión de pago sea una realidad en España"? ¿Qué no se puede vivir de la publicidad? Pues aprendan a hacer publicidad.

Los periódicos, como todos los negocios, nacen y mueren. Nacen los que ven oportunidades, mueren los que no saben adaptarse. Puro darwinismo: natural y saludable.

Dejémonos de tonterías e intervencionismo estatal, y aprendamos de la Red.

Profesor de IE
Business School.