

El consejo de Andreessen a los viejos medios: "Quemen las naves"

Escrito por Erick Schonfeld



Cuenta la leyenda que cuando Cortés desembarcó en México en el siglo 16, le ordenó a sus hombres quemar las naves en las que habían llegado para eliminar la posibilidad de hacer cualquier cosa que no fuera moverse hacia adelante, a lo desconocido. Marc Andreessen tiene el mismo consejo para las compañías de viejos medios: "Quemen las naves".

Andreessen estuvo ayer en Nueva York y nos reunimos. Platicábamos acerca de las compañías de medios de información y de cómo están manejando el trastorno digital que trajo internet, cuando mencionó la analogía de Cortés. Él hablaba en particular de los medios impresos, tales como los periódicos y las revistas, con su vieja recomendación de que deberían

El consejo de Andreessen a los viejos medios: "Quemen las naves"

Escrito por Erick Schonfeld

de liquidar sus versiones impresas y adoptar la web sin reservas. "Hay que quemar las naves," me dijo, "hay que comprometerse". Su argumento es que si las compañías de medios tradicionales no queman sus propias naves, alguien más lo hará.

Alguna vez, Andreessen puso en capilla de manera muy conspicua al *New York Times* por su obstinación en tratar de salvar y prolongar su legado en el negocio de la impresión. Con toda la emoción que se generó en los cuarteles de los medios recientemente, por el lanzamiento del iPad de Apple y de otras computadoras tipo tablet, y su potencial para crear un mercado de versiones digitales de pago y de suscripciones a periódicos y revistas, me pregunté si Andreessen todavía pensará igual. ¿Creerá que el iPad cambiará algo?

Andreessen me preguntó si TechCrunch está trabajando en alguna aplicación para el iPad o en planes para cobrar por sus contenidos. Le devolví una mirada perdida. El se rió y comentó que ninguna de las más nuevas publicaciones en web lo está haciendo (él es inversionista en *Business Insider*

). "Ninguna de las nuevas compañías está invirtiendo ni un nanosegundo en pensar en el iPad o en maneras de cobrar por el contenido. Las viejas compañías sólo están pensando en eso."

Pero la gente sí paga por las aplicaciones. ¿No pagaría él por una hermosa versión para pantalla táctil de una revista? Tal vez, si fuera algo realmente nuevo que en verdad lo impresionara. Sin embargo, tendría que ser algo más que un artículo con video y gráficas (Estoy de acuerdo. De otra forma, no sería mejor que un CD-ROM).

También hace notar que el iPad tendrá un "fantástico navegador". No importa cuántos iPads venda Apple, el de la web siempre será el mercado más grande. "Hay 2 mil millones de personas navegando en la web," comenta, "el iPad será un gran éxito si logra vender 5 millones de unidades."

A pesar de que lo intentan una y otra vez, Andreessen hace la observación de que las compañías de medios no son aptas para la tecnología ni entienden lo que hacen las compañías de tecnología. Una cosa que hacen muy bien estas últimas es lidiar con trastornos constantes. "Microsoft está pasando por esta fase ahora," indica, "Ballmer no se queja", está tomando al toro por los cuernos. Igual que Intel cuando Andy Grove la destripó para hacer el cambio de los chips de memoria a los microprocesadores. Lo mismo que hacen todos los directores de cualquier compañía de tecnología. Es parte de la esencia de la industria de donde viene Andreessen, así que para él es muy evidente: "Vas navegando tranquilamente y de pronto la tecnología cambia. Tienes que adaptarte." Las compañías de medios necesitan aprender rápido esta lección. Considerando que sus productos ahora se distribuyen y consumen en forma de bits digitales, éstas también están en proceso de convertirse en compañías tecnológicas.

Más allá del iPad, él considera que toda la palabrería de las grandes compañías de medios acerca de erigir barreras de pago y cobrar de alguna forma por el acceso a las noticias, artículos y video en línea, es corto de miras, en el mejor de los casos. Insiste en el simple hecho de que los usuarios se encuentran en la web abierta. Hablar de barreras de pago y aplicaciones es como decir "sabemos dónde está el mercado y no iremos hacia allá." Los periódicos y revistas nunca llegarán allá, nos dice, hasta que no quemen sus naves y cierren sus operaciones de impresión. Sí, todavía hay mucha gente y dinero en esas naves —miles de millones de dólares de utilidad en algunos casos. "El 80 por ciento de las utilidades y del personal están en riesgo," reconoce Andreessen, "pero el cambio sucede." Tendrías que estar loco como para quemar las naves. Tan loco como Cortés.

El consejo de Andreessen a los viejos medios: "Quemen las naves"

Escrito por Erick Schonfeld

by Erick Schonfeld
