

<http://www.educared.net/softwarelibre/inicio.html>
<http://digg.com/register/>
<http://www.google.com/bookmarks/mark?op=add&bkmk=http://www.educared.net/softwarelibre/inicio.html&title=Software%20Libre%20-%20educared>
<http://www.reddit.com/login?dest=%2Fsubmit%3Furl%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.educared.net%252Fsoftwarelibre%252Finicio.html%26title%3DSoftware%2BLibre%2B-%2Beducared>
http://www.mister-wong.es/index.php?action=addurl&bm_url=http://www.educared.net/softwarelibre/inicio.html&bm_description=Software%20Libre%20-%20educared

Ocho peligros de la economía de la gratuidad

Freeconomics ya está aquí. Es Funky Business a la enésima potencia. Consumo, consumo, consumo. ¿Que me lo das gratis? Pues cual jubilado en busca de su regalo, todos caemos. Es la fatal atracción de saber que no vas a ser timado. Total, no he pagado nada por ello. La felicidad del consumidor: es gratis. Deme más, deme más, por favor.

Sin embargo, las transacciones económicas son necesarias. No vivimos de trueques. Eso quedó atrás. La cacharrería cuesta dinero, las Nike cuestan dinero, el todo terreno negro para reforzar la hombría también. Los alimentos, sean básicos o de morro fino, más de lo mismo: dame dinero. Ahora bien, que la gratuidad se extienda no hace sino ampliar el número de transacciones. Sólo hay que ver las colas ante lo gratis: las sardinas en la fiesta del pueblo, el plato de fabada, las cacerolas del banco, los folletos turísticos en cualquier feria. Las hordas consumidoras del siglo XXI succionan todo lo que sea gratis.

Así pues, a los argumentos que maneja Chris Anderson se me ocurre colocar esta pequeña lista de prevendas que bien pueden representar peligros serios:

1. Gratis requiere costes de producción mínimos. Solución: salarios ínfimos en países de bajo coste, aunque volvamos a la explotación más vil de seres humanos. Si no, los números no salen.
2. Gratis impulsa el consumo "porque sí". Difícil de hacer compatible con un desarrollo sostenible de este planeta. Las motivaciones de compra ante lo gratis sacan la parte más irracional del ser humano: el comportamiento compulsivo, sin control.
3. Gratis hace tender a cero el grado de exigencia respecto a los servicios y productos que se reciben. Si algo falla y hay consecuencias negativas: ¿podemos reclamar ante algo por lo que no hemos pagado? Gratis bordea peligrosamente el producto o servicio de baja calidad. Evidentemente, no siempre y con increíbles excepciones que son las que, de hecho, nos confunden.
4. Gratis es igual a "capturar el interés de mucha gente". Cuando millones de personas estamos utilizando productos y servicios gratuitos, entonces, hasta cierto punto, estamos en manos de esos proveedores. Es el caso evidente de Google. Se genera excesiva dependencia debido a la gratuidad.
5. Gratis provoca un desplazamiento sutil de ingresos económicos en el modelo de negocio. No hay que engañarse, ya que las empresas van a seguir ingresando dinero, pero lo van a hacer de otra forma. Así que nadie piense que de repente las empresas se han vuelto ONGs. Lo gratis puede disfrazar sus fechorías. Las empresas pueden envolver de gratuidad su oferta: la más arrasadora campaña de marketing jamás concebida.
6. Gratis se asocia peligrosamente al acceso universal "sólo" a contenidos digitales. Gratis es un tsunami que se instala sobre lo que uno ¿adquiere? en Internet en tanto que contenido digital. Los productos físicos sólo adquieren el don de la gratuidad cuando actúan de cebo para compras posteriores, pero los contenidos digitales pueden parecer gratuitos "per se".
7. Gratis puede convertirse en un estándar de explotación de quienes detentan poder y quieren maximizar su beneficio. ¿Por qué pagar cuando lo puedo conseguir gratis? He llegado a escuchar eso de que "cogemos un becario pero si es gratis".
8. Gratis es sólo una etapa de la compra. Es la cancela que hacía falta abrir para "comprar" la confianza del consumidor. El mejor ejemplo lo dan los ladrones de las telecomunicaciones: las operadoras que utilizan el término "gratis" con cinco o seis líneas de letra en tamaño 5 puntos a pie de página de un anuncio-trampa.

Ya sé que no conviene contemplar la botella tan vacía. Seguramente que puede haber sanas intenciones en la gratuidad, derivadas en buena parte de la idea de procomún. Si Mozilla quiere que dispongamos de un Internet libre y nos entrega su navegador de forma gratuita, es posible que debamos admitir que hay razones de peso que justifican y alientan la economía de la gratuidad. Pero conviene estar alerta porque más de uno se va a querer colar con malsanas intenciones en la economía de la gratuidad.