

TOCINO Y VELOCIDAD

◀ Viene de la página 3

Y no estoy pensando en desarrolladores altruistas que sacrifican su vida picando código para el kernel. Al fin de cuentas todo el mundo necesita software. Tiene que existir más de una manera de hacer negocio con él.

Para descubrir cuales son esas maneras, los empresarios y creadores del ramo han de modificar su perspectiva, el *paradigma* de sus negocios, por utilizar un concepto de moda. Para empezar, no tengo muy claro dónde se originó la noción de que una empresa dedicada a la producción de software tenga que dedicarse forzosamente a vender las aplicaciones cuales mercaderías digitales, y que éste, el de mercaderío, es el único modelo de negocio posible. Que yo sepa, un ingeniero de caminos no vende carreteras a los conductores. Es correcto postular que algunas ingenierías dan pie a que se produzcan dis-

cretos productos de mercado que pueden venderse directamente al consumidor (como el del automóvil), pero resulta que la informática, por una razón u otra, no es una de ellas. Eso lo van a aprender las empresas dedicadas al TI que tengan mezcladas su churras con sus merinas de la manera más dura posible: extinguiéndose.

El software, tal y como yo lo veo, es una máquina de movimiento perpetuo que impulsa una cinta de infinita capacidad donde cada aplicación/engranaje trocea, mezcla y recompone de una manera nueva el conocimiento que le es entregado antes de pasárselo a la siguiente aplicación, los límites con la cual están cada vez más desdibujados. Es decir, el software no es el producto final, sino que es el medio, un medio cada vez más continuo, que dota a otro mercado (que sí trafica con productos finales) de sentido, de la misma manera que las carreteras dotan de sentido al mercado del automóvil.

Por motivos diferentes a los del software, el río del mercado de la información, el producto final del que hablábamos en el párrafo anterior, también baja revuelto. Pero dedicaremos nuestro tiempo al análisis de ese otro debate en alguna otra ocasión.

De momento, para superar la crisis que nuestro amigo el profesor correctamente percibía (pero que no entendía), en vez de lanzar invectivas sin fundamentos, hay que estudiar los hechos, evitar confundir las cosas, ya que, por más que se quiera, el tocino y la velocidad raramente hacen buenas migas. ■



Paul C. Brown
Director

Ya tienes a quien escribir...

La revista que te escucha:
LINUX MAGAZINE



info@linux-magazine.es
subs@linux-magazine.es
anuncios@linux-magazine.es
atrasados@linux-magazine.es
preguntas@linux-magazine.es
correo@linux-magazine.es
eventos@linux-magazine.es
dvd@linux-magazine.es
director@linux-magazine.es
boletin-subst@linux-magazine.es
encuesta@linux-magazine.es
boletin@linux-magazine.es

www.linux-magazine.es