



Rosa García, en una imagen de archivo. G. SANZ

Microsoft critica la idea de Alierta de cobrar a las webs

Su vicepresidenta en Europa, Rosa García, responde al presidente de Telefónica

B. S.
MADRID

— “Hay un mundo más allá de ser un cable por el que pasa la información”. La vicepresidenta de Microsoft para el oeste de Europa, Rosa García, respondió ayer en una conferencia de Esade al presidente de Telefónica, César Alierta, que expresó hace un mes su deseo de que los buscadores pagasen parte de la infraestructura de red que ahora costean las operadoras. La directiva de Microsoft exigió a Telefónica “claridad” para definir “a quién quiere cobrar, si a proveedores o a consumidores”. García aseguró que, si se empezase a aplicar el pago por el uso de las redes a unas empresas, y otras, por su parte, ofreciesen contenidos sin pagar, se correría el riesgo de tener “conexiones que no van a ninguna parte”.

Microsoft, con una cuota de un 3,4% en el mercado de buscadores y una herramienta, Bing, en plena expansión, no es la única compañía que

ha respondido a las declaraciones realizadas por Alierta. El consejero delegado de Google, Eric Schmidt, mostró su lado más conciliador en el congreso de telefonía móvil celebrado en Barcelona en febrero, detallando que operadoras, proveedores de contenidos y buscadores se necesitan entre sí para seguir desarrollando su negocio en Internet.

Google controla más del 70% de la publicidad on-line, el año pasado ingresó más de 16.000 millones de euros por ella y acapara un 85% del mercado de las búsquedas. Con esa posición de dominio, Schmidt aseguró que las operadoras de telecomunicaciones recibirían el dinero invertido “de muchas formas”, aunque no precisó cómo. Vodafone, por su parte, limita el debate a un asunto de competencia, para acabar con los monopolios tanto de redes como de buscadores.

El ministro de Industria, Miguel Sebastián, no descarta impulsar en Europa una ley para que las operadoras cobren una tasa a los grandes buscadores, unos ingresos adicionales que califica de “útiles, beneficiosos y trasladables a los usuarios”. *