



NAPSTER

Vicente Trigo Aranda

Durante el año 2000 y la primera mitad del 2001, el caso Napster copó la atención de los medios de comunicación, debido, principalmente, a sus líos en los juzgados USA. Expresiones como piratería por Internet o protección de los derechos de autor surgían una y otra vez al hablar de Napster y, como puede imaginar, esos temas nos afectan en lo más profundo como autores de libros científico-técnicos y académicos.

¿Alguno de nosotros está en contra de perseguir el pirateo? ¿Alguien se opone a proteger los derechos de autor? Yo, desde luego, no. Uno no ha publicado más de treinta libros exclusivamente por el placer de escribirlos, ni mucho menos. Como escritor profesional, es evidente que soy el primer interesado en apoyar todas las iniciativas que favorezcan la protección de nuestros derechos y, por ese motivo, soy socio de CEDRO y ACTA, ya que considero que nuestra unión y colaboración nos permite proteger con mayor eficacia nuestros derechos como autores y las legítimas retribuciones que derivan de nuestro trabajo.

Sin embargo, el mundo discográfico no es exactamente igual que el literario. Así, en nuestro caso, cuando escribimos un libro para una editorial, lo habitual es cobrar un determinado porcentaje en función de las ventas, de modo que nuestra retribución está íntimamente ligada a las ganancias de la editorial. En cambio, en el mundo musical la principal fuente de ingresos de

los intérpretes, con excepción de las superfiguras, son sus conciertos y giras y, en general, sus ganancias por la venta de discos son muy reducidas... cuando existen.

En otras palabras, en el ámbito musical la convergencia entre los intereses de las empresas (discográficas) y de los creadores (cantantes) no es tan clara y nítida como en el terreno editorial. De hecho, en ocasiones, incluso puede haber algún conflicto de intereses entre empresas y creadores.

¿Y qué pasa con el caso Napster? Pues, en mi opinión, no todo es blanco o negro y hay unas amplias zonas de claroscuro que no siempre se tienen en cuenta y que deberían dar lugar a serias reflexiones. Intentar iluminar algo de esas zonas en penumbra es, precisamente, la finalidad de este artículo.

¿QUÉ ES ESO DE LA MÚSICA DIGITAL?

Antes de pasar a comentar Napster, sus peleas con las discográficas y demás, es aconsejable tener claro de qué va eso de la música digital que pulula por Internet. Sólo así se verá con nitidez el reto al que se enfrentan las empresas discográficas.

Toda música es, en realidad, una onda sonora que el ser humano reconoce debido a la diferencia que pre-

sión que se detecta en el tímpano y que es traducida por el cerebro. Como todavía los ordenadores no tienen orejas y, por el momento, sólo trabajan con información digital (ceros y unos, exclusivamente), para que el ordenador pueda gestionar sonidos es preciso digitalizar la onda sonora, descomponiéndola en pequeños fragmentos. Recuerde que, en inglés, onda es *wave*, y, por ello, la extensión más común para los archivos de sonido digitalizados es Wav. Le suena, ¿verdad?

Es innegable que en todo proceso que transforma algo continuo en discreto se pierde algo de calidad y, desde luego, eso también sucede en la digitalización del sonido. No obstante, la pérdida de calidad es tan pequeña que el oído no la aprecia (al menos el mío) y, en la práctica, el sonido digitalizado suena igual que el original¹.

¿Y qué pasa con el sonido de un disco compacto de musical? El sonido de un cedé musical viene a ser análogo al Wav (de calidad de 44,1 Khz, 16 bits y estéreo), con la única diferencia de que está almacenado en pistas, no en archivos.

Eso sí, hay múltiples programas (*rippers*) que leen las pistas de los cedés y las pasan a archivos Wav, con lo cual cualquiera puede tener una copia de su cedé preferido en su disco duro; sin embargo, el formato Wav no es muy operativo para ser manejado en un ordenador, ni desde luego, para ser transmitido por Internet. Por ejemplo, supongamos que una canción dura cinco minutos y la digitalizamos en Wav con la misma calidad de sonido del cedé, para que suene prácticamente igual. Basta hacer una sencilla operación ($44.100 \times 16 \times 2 \times 60 \times 5$ bits) para comprobar que el archivo resultante ocuparía más de cincuenta megas. ¡Un tamaño excesivo!

Si sólo existiera el formato Wav, Napster no habría surgido y las discográficas seguirían con su negocio de siempre. Sin embargo, nació el popular formato Mp3, que comprime los archivos Wav sin apenas pérdida de calidad, y ahí comenzaron los problemas.

Para un oído normal, un archivo Mp3 es prácticamente igual a su equivalente Wav y, en cam-

bio, su tamaño se reduce doce o trece veces (manteniendo la calidad). Es decir, la canción anterior que en Wav ocupaba cincuenta megas apenas llegaría a cuatro megas en Mp3... Y ese tamaño sí es operativo para Internet.

Es decir, cualquier persona que tenga una grabadora de cedés, cuyo precio ha bajado muchísimo, puede grabarse su propio cedé musical a partir de archivos Mp3 que se haya bajado de Internet y, por otra parte, todo el mundo puede crear sus propios Mp3, a partir de sus propios discos², que también puede subir a Internet.

Como puede imaginar, con la aparición de los Mp3³, el aumento de velocidad en Internet y la bajada de precios de grabadoras y cedés vírgenes, las discográficas tuvieron muchos motivos para preocuparse y vieron peligrar su sustancioso negocio tradicional... Y en esas surgió Napster y se armó el follón.

UNA BREVE HISTORIA DE NAPSTER

Todo comenzó en mayo de 1999. Shawn Fanning un estudiante de 19 años de la universidad de Northeastern diseñó un programa para facilitar el intercambio de canciones Mp3 con sus amigos. Hasta entonces, los intercambios se hacían vía correo electrónico o IRC



Shawn Fanning, creator of Napster

Napster.com

¹ Los parámetros que fijan la calidad de una digitalización Wav son la velocidad del muestreo (número de muestras que se toman por segundo; un kilohercio son mil muestras por segundo), la amplitud del muestreo (intervalo de sonido digitalizado; con 8 bits se abarca un intervalo de 48 decibelios, con 16 bits uno de 96 decibelios, etc.) y el número de canales (uno, sonido mono, o dos, sonido estéreo).

² Cualquier buen *ripper*, de los muchísimos existentes, puede leer las pistas de audio de un disco compacto musical y transformar, a continuación, el resultado en un archivo Mp3.

³ Microsoft ha lanzado su formato de audio Wma (Windows Media Audio) que es un competidor serio para el formato Mp3. Sus características son similares pero el formato Wma tiene la ventaja de que no precisa software adicional para ser gestionado, ya que el propio Reproductor de Windows Media extrae las pistas de audio del disco musical y las convierte directamente en Wma.

que, si bien permiten la transferencia de archivos, no ofrecen la posibilidad de búsqueda y exigen un contacto previo entre las personas.

El programa que diseñó no era ninguna maravilla, técnicamente hablando, ni siquiera en sus versiones posteriores, en las que incluía un reproductor multimedia, mensajes instantáneos, chats y lista de favoritos. En realidad, lo importante no era el software, sencillo y muy mejorado por clones posteriores, sino la idea subyacente: permitir el intercambio de música con otras personas.

Debe quedar claro que un servidor Napster no almacena música para que la gente la descargue, sino que únicamente pone en contacto a diversas personas y se limita a facilitar la búsqueda de canciones, de modo que el intercambio se realiza directamente entre los ordenadores de las personas. De hecho, ésta era una línea de defensa de Napster en sus líos legales, pues según las leyes USA, cuando algún cliente de un ISP (proveedor de acceso a Internet) realiza alguna actividad ilegal, es el cliente quien debe responder por ello, no el servidor.

Y aquí quiero hacer un pequeño alto para plantear las primeras reflexiones. ¿Considera ilegal o inmoral prestar un disco o un libro a un amigo? ¿Y prestárselo a dos? ¿Y a tres? ¿Cuál es el límite? ¿Debería tener permiso de la discográfica para poder prestar a otra persona el disco por el que ha pagado tres mil pesetas?

Volviendo a Napster, un año después de su puesta en marcha ya era utilizado por veinte millones de personas y al año siguiente sobrepasaba los sesenta millones de usuarios. ¡El mayor crecimiento de la historia de Internet!

¿No habíamos quedado en que Napster no era tan bueno? ¿Acaso era el único programa de esas características⁴? La respuesta no hay que buscarla en cuestiones técnicas sino, paradójicamente, en la actuación de la RIAA (Recording Industry Association of America) que en diciembre de 1999 presentaron la primera batalla legal contra Napster alegando que el intercambio de

canciones es ilegal, al no respetar los derechos de autor⁵. Por extraño que pueda parecer, fue la extraordinaria publicidad que recibió Napster en todos los medios de comunicación, a causa de la demanda presentada por la RIAA, el principal causante de su desmedido crecimiento⁶.

¿Y qué es exactamente la RIAA? Pues una asociación de diversas compañías discográficas⁷, donde el peso gordo lo llevan las cinco grandes: BMG, EMI, Sony⁸, Universal y Warner. Se calcula que ganan más del 90% de los 40.000 millones de dólares que genera la venta de discos en el mundo.

Y no estoy hablando de pequeñas compañías, ni mucho menos, sino de grandes corporaciones multimedia. Por poner un ejemplo, AOL Time Warner consta de empresas que abarcan múltiples campos: acceso a Internet (America Online, CompuServe), navegadores (Netscape), televisión por cable (HBO, WB, CNN, TNT Cartoon), música (Warner Music), cine (Warner Bros., Looney Tunes) y publicaciones (Time, People, Sports Illustrated, Fortune). Y los beneficios de AOL y Time Warner, antes de su fusión, se medían en miles de millones de dólares.

Pues bien, a pesar de tener enfrente a la todopoderosa RIAA, hubo gente que decidió invertir en Napster. Así, en mayo Hummer Wimblad aportó 15 millones de dólares para darle el impulso definitivo a Napster. De hecho, la figura de Shawn Fanning pasó a ser meramente decorativa y sólo se quedó con un pequeño paquete de acciones de la empresa... Y es que, cuando hay tanto dinero en juego, los aficionados tienen que sentarse en el banquillo.

¿Y por qué motivo alguien decide invertir tantos millones en poner a punto una empresa como Napster? ¿Acaso generaba grandes beneficios? Pues lo cierto es que ni un triste dólar. Debe reconocerse que en ningún momento Napster ha insertado publicidad en su programa (icono lo fácil que lo tenía!) y, además, era completamente gratuito. Entonces, ¿por qué invertir en Napster?... Y no sólo eso, en octubre del 2000, Napster se alió con la compañía Bertelsmann, cuya filial BMG

⁴ Los programas que permiten intercambiar archivos se designan genéricamente por las siglas P2P (*peer to peer*, entre colegas) y existen decenas de ellos, muchos de los cuales superan técnicamente a Napster: Gnutella, CuteMX, Audiogalaxy, etc. Por ejemplo, en la siguiente dirección puede encontrar unos cuantos de ellos.

<http://www.ultimateresourcesite.com/>

⁵ En abril de 2000 el grupo Metallica presentó una demanda contra Napster por violar los derechos de autor. Al mes siguiente presentaron una lista de más de trescientos mil usuarios que habían intercambiado canciones suyas.

⁶ Varias universidades vetaron Napster, a principios de 2001, porque sus redes se saturaban. Enseguida, los estudiantes protestaron y surgió espontáneamente el movimiento "Save our Napster", con el que consiguieron gran parte de sus reivindicaciones.

⁷ En su Web, <http://www.riaa.com/>, puede encontrar el listado de discográficas asociadas a la RIAA.

⁸ Curiosamente, a principios de los 80 fue Sony la que se vio asediada judicialmente, esta vez por las compañías cinematográficas, ya que su sistema de vídeo Betamax posibilitaba la copia de películas. Tuvo que ser la Corte suprema USA la que dictaminara que el vídeo era legal. Hoy en día, gran parte de los beneficios de las compañías cinematográficas se deben a la venta y alquiler de vídeos.

era una de las demandantes de Napster. Lógicamente, retiró su acusación... y, a continuación, invirtió unos diez mil millones de pesetas en su desarrollo.

Ahora, en confianza, ¿entiende algo de todo este galimatías empresarial? Se pagan millonadas por algo gratuito y una de las compañías demandantes se alía con la empresa demandada. ¿Y todo esto por qué? Lo cierto es que el mundo empresarial me es tan extraño o más que Júpiter o Urano, así que desde ese punto de vista no puedo aportar ninguna pista. Sin embargo, sí tengo una cierta idea de lo que se guisa por Internet y, ahí, sí que pueden encontrarse algunas explicaciones para estas luchas empresariales.

El principal activo empresarial de Napster no era su programa ni sus servidores sino sus usuarios. Más de cincuenta millones de personas conectadas a Napster y dejando rastro de sus gustos musicales se cotizan mucho más que cincuenta millones de dólares, palabra. ¿Cuánto se cobraría por la publicidad personalizada? ¿Imagina los posibles beneficios por las ventas directas, que tarde o temprano acabarían surgiendo? La compra de millones de futuros clientes sí vale el dineral que se está moviendo.

Y no sólo eso. Por si lo anterior no fuera suficiente, Napster lleva idea de convertirse en un sitio de pago, cobrando 5 dólares mensualmente por permitir el libre intercambio de música... Ahí, la verdad sea dicha, no le veo mucho futuro a Napster. ¿Quién va a comprarse un disco, pasar las canciones a Mp3 y ofertarlas en Internet y, encima, pagar cinco dólares al mes para poder compartir su disco con otra persona?

En su punto álgido, era posible conectarse a uno de los servidores de Napster y encontrar un par de millones de canciones (y había unos cuantos servidores diferentes) pero, con las restricciones que le puso la justicia USA ante la demanda de la RIAA, el número de posibles descargas se redujo sobremanera y los millones de usuarios sólo quedaron para el recuerdo. De hecho, en el momento de escribir estas líneas Napster está cerrado, a la espera de aclararse en los juzgados y ver la evolución del mercado.

Entonces, ¿han triunfado las discográficas? ¿Se trata de una rotunda victoria de los derechos de autor? Siga leyendo y fórmese su propia opinión.

¿QUÉ TENÍA DE BUENO NAPSTER?

Como ya he dicho antes, técnicamente Napster no era del otro mundo; sin embargo, debido a su gran número de usuarios tenía una serie de ventajas de sumo interés para la gente aficionada a la música.

En primer lugar, gracias a Napster era posible encontrar grabaciones no editadas y que sólo con mucha suerte y gran desembolso económico era posible localizar en ferias de coleccionistas. Por ejemplo, y por hablar sólo de los Beatles, ¿sabía que años después de separarse se juntaron John Lennon y Paul McCartney para una sesión nocturna que ninguna discográfica ha editado? ¿Ha escuchado alguna vez los conciertos de los Beatles en París? ¿Y la grabación que hizo en un magnetófono casero el hermano de Paul de las canciones de los Quarrymen, donde sólo faltaba Ringo? Podría darle mil y un ejemplo, y eso sin hablar de artistas como Dylan, Clapton, Morrison, etc., pero como muestra ya vale un botón... Aunque recuerdo un cedé que compré carísimo de George Harrison con Eric Clapton grabado en la gira japonesa. Lo había grabado con un casete un japonés, del que se oyen sus comentarios, y lo pasó a cedé. La calidad paupérrima hizo que sólo lo aguantase una vez... hasta que volví a encontrármelo en Napster, donde la calidad era mucho mejor.

Otra cuestión, de sumo interés para los melómanos, es la posibilidad que ofrecía Napster de encontrar grabaciones descatalogada que ya nadie edita. Así, hay gente que pasa sus viejos discos de vinilo, e incluso los de piedra, a Mp3 y los oferta para intercambiar. ¿Dónde si no en Napster o sus clones es posible encontrar a Lorne Greene cantando "As time goes by" o los primeros discos de Seals & Crofts o Badfinger? Recuerdo una canción, "Indian girl" de Hollies, que deseaba regalar y me pateé decenas de tiendas buscándola en cedé, al precio que fuera; mi búsqueda fue infructuosa, pero no así en Napster. ¿Y conoce al grupo argentino Sui Generis? Compré en vinilo su primer disco y, como mi tocadiscos está de capa caída, me he pegado unos cuantos años sin volver a escucharlo, ya que nunca lo he encontrado (y doy fe de mis múltiples búsquedas); ahora, gracias a Napster he podido disfrutar de aquella deliciosa música.

Seamos realistas. El objetivo primordial de las discográficas es ganar dinero, cuanto más mejor, y la música, entendida como cultura, es sólo un asunto colateral⁹. Sólo se edita aquello que se cree muy vendi-

⁹ Y es que el mundo discográfico mueve muchísimo más dinero que el editorial. ¿Se ha fijado últimamente en los productos que patrocinan programas televisivos? Cada dos por tres sale un nuevo disco, de alguien semidesconocido, que patrocina un programa y que, con tanta promoción (además de la radiofónica), acaba vendiéndose como churros. Ya me gustaría a mí que cualquiera de mis libros patrocinaran "Corazón, corazón" o "Pasapalabra" o "Ally McBeal" pero me temo que si se lo propusiese a cualquiera de mis editores mis tímpanos acabarían destrozados... de la carcajada con que recibirían mi propuesta.

ble y el resto se deja de lado. Por ejemplo, ¿ha escuchado alguna vez a Ben Harper? ¿Y a Aimee Mann? ¿Y a Natalie Merchant? ¿Y a Roy Buchanan? Si espera oír su música en la radio o en la televisión de nuestro país lo tiene crudo, palabra. Sólo con mucha suerte podrá encontrar uno de sus discos en alguna tienda (lo digo por experiencia) y eso que tienen varios editados en EEUU. Con Napster, sí era posible descubrir a grandes artistas que quedan al margen de las discográficas.

Y siguiendo esta misma línea, no debemos olvidar que muchos cantantes e intérpretes apoyaban a Napster, ya que les ofrecía una posibilidad de darse a conocer. Como es lógico, las superestrellas que gozan de multimillonarias campañas publicitarias no necesitan de esas vías pero, incluso así, algunos grupos como Offspring o Smashing Pumpkins se pusieron del lado de Napster, al considerar que el intercambio de Mp3 es la mejor forma de atraer a más fans. De hecho, si pierdes algo de tiempo buscando por Internet, encontrará muchas páginas de cantantes y grupos que apoyaban a Napster, ya que era la única forma de publicar su maqueta e intentar rentabilizar su trabajo y esfuerzo.

¿Le sorprende? Vuelvo a repetirle que la relación músico-discográfica es muy distinta de la escritor-editorial, donde los intereses son muy parejos. Para un músico lo fundamental es que su música se popularice para, de esta forma, poder sacar algo de dinero gracias a los recitales. Salvo raras excepciones, los beneficios por venta de discos son, casi en exclusiva, para las discográficas... y por eso se enfrentaron a Napster. La pelea fue entre las discográficas y Napster, no entre los artistas y Napster.

¿Cree que exagero? Pues le dejo con parte de la declaración de Alanis Morissette, una de las grandes damas de la canción norteamericana, durante una audiencia del Senado de los EEUU sobre el futuro del entretenimiento online (3 de Abril, 2001).

“Pero lo que he llegado a comprender es que para la mayoría de los artistas, esta supuesta “piratería” puede haber actuado en su favor. La mayor parte de los artistas que graban discos nunca reciben royalties después del pago inicial, debido a la estructura financiera de la mayoría de los contratos de las casas discográficas. Desde el punto de vista de estos artistas, su música es gratis, puesto que en último término no reciben dinero

alguno por las ventas. Esa distribución “libre” permite al artista aumentar su audiencia y crear una relación directa con ella, a la vez que establecer una comunidad de gente a la que le gusta su música. Esto a su vez permite que el artista obtenga compensación por otros medios como pueden ser giras o merchandising. Para la mayoría de los artistas, esto implica ganar suficiente dinero para poder vivir de la música.”¹⁰

¿REALMENTE NAPSTER PERJUDICABA A LAS DISCOGRÁFICAS?

Es innegable que Napster permitía el pirateo incontrolado de música, pero, ¿realmente la existencia de Napster hacía peligrar los beneficios de las discográficas? La respuesta de éstas era rotunda: Sí. No obstante, yo no lo tengo tan claro.

Supongamos, por ejemplo, que yo decidiese piratear uno de los discos superventas. Desde luego, sería estúpido si acudiese a Napster o a uno de sus clones para ello. Lo más cómodo y rápido sería pedirselo a cualquier conocido y copiarlo directamente. ¡Cómo! ¡Que nadie lo tiene! ¿Tampoco en los puestos callejeros que ofrecen copias a bajo precio? Pues hay miles de sitios Web donde se ofrecen para su descarga álbumes completos y no creo que me llevase más de cinco o diez minutos localizarlo. ¿Para qué acudir a Napster si tengo que buscar las canciones una a una y luego comprobar que su descarga es completa?

Por otra parte, la descarga de un disco completo puede llevar alrededor de una hora, siempre que se disponga de una conexión rápida; encima, luego hay que grabar los Mp3 en un cedé virgen. Es decir, el proceso puede llevar un par de horas como poco y es muy probable que la duración sea mucho mayor. ¿En serio considera que una persona va a piratear centenares de discos? Como no tenga otra cosa que hacer quizá, aunque lo dudo. Además, ¿cree que los discos que descargue de Napster se los habría ido a comprar en la tienda en caso de no haberlos descargado?

En mi modesta opinión, Napster venía a cubrir la misma función que las bibliotecas. En ellas la gente puede consultar y leer libros gratuitamente y la experien-

¹⁰ “But what I have since come to realise is that for the majority of artists, this so-called ‘piracy’ may have actually been working in their favour. Most recording artists never receive royalties past their initial advance, due to the financial structure of most record company contracts. From these artists’ viewpoint, their music is free, since they do not, in the end, receive money from any of the sales. That ‘free’ Internet distribution allows the artist to aggregate an audience and create a direct relationship with that audience, as well as develop a community among the people who love their music. This in turn allows that artist to generate compensation through other outlets, such as touring and merchandise. For the majority of artists, this amounts to making enough money to be in survival mode.”

cia demuestra, que cuando un autor nos gusta, posteriormente compramos sus libros, para poder disfrutar de ellos cuando nos apetezca. A mí me ha pasado algo similar con Napster y le aseguro que muchos discos que he comprado antes los había escuchado en Mp3.

¿Cree que soy un caso raro? Pues en este aspecto no creo, la verdad. Hay muchos informes que coinciden conmigo y, si no quiere perder tiempo cotilleando por Internet, se los comento brevemente y le ahorro algo de trabajo.

Según la consultora Soundscan, las ventas de CDs subieron un 8 por ciento en el primer trimestre del 2000 (Napster ya llevaba un año) con respecto al mismo periodo de 1999. En cambio, las ventas de cedés musicales en las tiendas bajaron casi un 6 por ciento en el primer semestre del 2001 (justo cuando Napster dejó de funcionar bien). ¿Considera que puede existir relación causa efecto o sólo se trata de una curiosa coincidencia?

Yankelovich Partners efectuó un estudio encuestando a más de quince mil personas de Estados Unidos, entre los 13 y los 39 años, que escuchaban más de 10 horas de música a la semana y se gastaban más de 50 dólares en música al año. El 60 por ciento afirmó que, a consecuencia de las descargas de Internet, había ido a comprar discos a las tiendas. Apenas el cinco por ciento respondió que dejaría de acudir a las tiendas por la música disponible en Internet.

Otro informe, esta vez de Pew Internet Project, contrastaba la tendencia de utilizar Napster para descubrir canciones nuevas y, si gustan, ir a comprar la música descargada de Internet¹¹. Para colmo, la consultora Gartner afirma que los usuarios de Mp3 compran el triple de discos musicales que los clientes tradicionales.

Tras todo lo anterior, ¿puede afirmarse que Napster era un peligro desahogado para las discográficas? ... ¿Es posible que tuviera algo de razón Napster cuando acusaba a la RIAA de oponerse a su tecnología porque su único objetivo era quedarse ella con el mercado de música online¹²?

¿UNA VICTORIA PÍRRICA?

Está fuera de toda discusión que en la batalla legal entre RIAA y Napster, ésta última ha sido la gran derro-

tada. Ahora, las discográficas ya pueden sacar sus propios Napster de pago e intentar rentabilizar su victoria.... aunque, según la mayoría de los estudios y encuestas, tienen un panorama bastante negro porque los internautas no están por la labor de pagar a la hora de descargar música... y, menos, después de que las propias discográficas les mostraran que hay múltiples formas de obtener la música sin pagar un duro.

Y es que todo este asunto de la batalla legal con Napster deja mucho que desear desde el punto de vista táctico; sólo BMG tuvo algo de visión de futuro pero reaccionó tarde y no parece que haya podido evitar la muerte de Napster. Las discográficas reaccionaron a la manera tradicional sin percatarse de que Internet está cambiando el mundo de la música y el entretenimiento. Me recuerdan a ese exfutbolista que hace muchos años invirtió todos ahorros en una fábrica de hielo y, meses después, surgieron los frigoríficos.

Aunque parezca paradójico, es evidente que, estratégicamente hablando, a la RIAA le interesaba mantener con vida a Napster. Dejando de lado que Napster disminuyese o aumentase la venta de discos en las tiendas, es de sentido común que manteniendo a Napster vivo y coleando sólo tenían que luchar contra un único fuego que, como la experiencia ha demostrado, podía haber sido controlado con una cierta dosis de diálogo. En su lugar se enfrentan a decenas de incendios... y a los que surgirán en el futuro.

Además, Napster era un fuego controlable desde el punto de vista técnico. Disponía de varios servidores fácilmente localizables, cuyo control podía resultar muy sencillo, informáticamente hablando. Pero, ¿y ahora? En la actualidad hay muchos programas (varios superan el millón de usuarios) que omiten el servidor y posibilitan el intercambio usuario a usuario, sin necesidad de servidor. Si la gente utiliza estos programas, ¿qué va a hacer la RIAA? ¿Acaso va a perseguir judicialmente y uno por uno a todos los millones de internautas, que son posibles clientes?

Y, sobre todo, lo más perjudicial para las discográficas ha sido toda la publicidad que conllevó el proceso a Napster. Ahora cualquier persona sabe que, dedicando algo de tiempo a buscar, puede encontrar los últimos éxitos del momento en múltiples sitios. Hasta los follones legales con Napster, el intercambio de Mp3 se circunscribía a un ámbito relativamente reducido pero, desde aquel momento, ¿hay algún internauta que des-

¹¹ Según diversas fuentes, las tres cuartas partes de los estudiantes norteamericanos utilizaban Napster a modo de radio personalizada. Descargaban las canciones para escucharlas mientras trabajaban y, después, las borraban.

¹² De hecho, las cinco grandes discográficas están teniendo también sus problemas legales en EEUU. El departamento de Justicia USA investiga a MusicNet (BMG, EMI y Warner) y PressPlay (Sony y Universal) por presuntas prácticas monopolísticas en la distribución de música online, al impedir a pequeñas compañías que realicen acuerdos con ellas para distribuir su material.

conozca los Mp3 y no sepa que en Internet hay música de todo tipo?

En mi opinión, al destruir a Napster las discográficas han destruido su propio futuro y, sin ánimo de profetizar, considero que su victoria legal acabará estudiándose en los libros de texto como un modelo clásico de victoria pírrica. ¿Cree que exagero? Pues para terminar, y para que vea que no soy el único que piensa esto, le presento dos opiniones mucho más autorizadas que la mía:

“Los componentes de la industria habrán creado una situación que sólo podrán controlar entrando en guerra con sus propios clientes. Intentaron acabar con Napster, pero el tiro les salió por la culata. Auto-asesinato o suicidio, están muertos de cualquier modo – luchar contra los propios clientes es una estrategia

*insostenible en los negocios a la larga. Pero cerrar Napster les dejará con nadie más a quien demandar (salvo los oyentes). Este es uno de esas raras, pero sin embargo importantes, situaciones en que una victoria en los juzgados se convierte en una derrota en el mundo.”*¹³ Eben Moglen, profesor de derecho de la Columbia Law.

*“En lugar de tomar el camino fácil ofreciendo a esos más de 40 millones de personas la posibilidad de comprar a precios razonables música libre de virus, de calidad garantizada y en varias clases de formatos, probablemente cometerán el que pasará a la historia como la decisión de negocios más estúpida jamás tomada, y cerrarán las puertas a la mayor congregación de compradores de música en la historia del mundo.”*¹⁴ Mark Cuban, fundador de Broadcast.com.

¹³ Industry members will have created a situation that they can only control by going to war with their own customers. They've attempted to murder Napster, and they've actually shot themselves in the head. Self-murder or suicide, they're dead either way — it's an untenable business strategy in the long run to be at war with your own customers. But shutting down Napster will give them no one to sue but the listeners. This is one of those rare, but nonetheless important, situations in which victory in a lawsuit is defeat in the world.

¹⁴ Rather than taking the easy road by offering those 40 million plus people the option of buying virus free, guaranteed quality and multi-format choices of hassle free downloaded music at realistic prices, they take probably what will go down in history as the stupidest business move every made, and shut the doors on the largest congregation of music buyers in the history of the world.