

El futuro del pago por servicios y contenidos



Ramón Jesús Millán Tejedor

Ingeniero de Telecomunicación y Master
en Tecnologías de la Información en la Empresa

El gran desarrollo de Internet ha estado ligado a la gratuidad de los contenidos, apostando por un modelo de negocio donde los beneficios eran conseguidos por una promoción de carácter universal y la publicidad de otras empresas. El éxito del pago por contenidos alcanzado en otros sectores, como el de la telefonía móvil, ha llevado a los proveedores de acceso a Internet y de contenidos a plantearse la necesidad de transformar la Red siguiendo este modelo, con el fin de conseguir sobrevivir en este entorno cada vez más competitivo. De hecho, muchos operadores de telecomunicaciones han planteado incluso la necesidad de establecer un canon por la utilización que realizan de su red los proveedores de servicios y contenidos sin tener que invertir para ello en una costosa y compleja infraestructura de red.

Este cambio de rumbo seguido por los proveedores de contenidos hacia modelos de pago parece ir en contra del nuevo giro seguido por los proveedores de servicios. Entre los cuales, destacan Google y Microsoft que se han dado cuenta del enorme potencial de la publicidad *online*. El mercado mundial de pu-

blicidad es muy superior al del *software* y la publicidad en Internet no para de crecer. En breve, muchas aplicaciones serán servicios gratuitos *online* gracias a la financiación de los anunciantes. Además, las aplicaciones "estrella" estarán disponibles para ser utilizadas *online* bajo modelos de pago por uso, lo cual aporta una gran escalabilidad, pues hay muchos sectores con actividades poco estables y pagar sólo por lo que se consume supone una gran eficiencia en costes. Sin ser no menos importante, estos modelos ayudan a reducir la piratería, que supone alrededor de un 35% del *software* instalado a nivel mundial.

.....
"El mercado mundial de publicidad es muy superior al del *software*"
.....

El cambio de rumbo de los proveedores de contenidos se debe bastante al giro que ha habido mundialmente en los dos últimos años en torno a la "copia privada" y el "ánimo de lucro" en los intercambios gratuitos de material protegido por derechos de autor, principalmente a partir de las famosas

y polémicas redes P2P (*Peer-To-Peer*). Las redes P2P han sido la auténtica "killer application" de la banda ancha y el primer caso de éxito de las comunidades virtuales conocidas por Web 2.0. Hoy en día, en muchos países, no sólo es considerado algo ilícito, sino un auténtico delito. Esto ha derivado en el cierre de muchas redes P2P, que sobrevivían hasta ahora de ingresos publicitarios, o en su transformación en redes P2P legales y de pago, que implementan técnicas DRM para la protección de derechos de autor. El potencial del P2P como sistema de distribución de contenidos barato, rápido, fiable y robusto, lo convierten en una tecnología imprescindible en la nueva Internet con contenidos multimedia, cada vez más exigentes en cuanto a ancho de banda.

La integración de los P2P con los DRM permite un novedoso modelo de distribución conocido por "superdistribución", que pue-

de ser integrado tanto en los sistemas de pago de una cuantía fija por contenido como en el de suscripción. La "superdistribución" es un caso específico de marketing *one-to-one* que permite que sean los propios consumidores los que se encarguen de la publicidad, distribución y venta. Para ello,

además de sus esfuerzos de promoción, ofrecen sus recursos computacionales de capacidad de almacenamiento y ancho de banda. Aunque los consumidores pueden compartir activos protegidos con DRM, cada receptor debe disponer de una licencia independiente para poder reproducirlos; así pues, en este modelo, el canon por copia privada dejará de tener sentido. Junto a estos contenidos protegidos por derechos de autor, también se distribuirán contenidos de libre difusión (por la caducidad del derecho de autor) o *copyleft*, que seguirán siendo totalmente gratuitos para la mayoría de los usuarios, aunque en muchas ocasiones su presencia en la comunidad P2P será financiada con publicidad. La descarga de contenidos en este tipo de redes tendrá además otras ventajas: ausencia de códigos maliciosos, ficheros de alta calidad, información adicional al propio fichero descargado, etc. Un ejemplo de este novedoso sistema de distribución es *PeerImpact*. ♦