



# La música se prepara para sonar sin sistemas anticopia

## Jobs, a favor de la eliminación del DRM por la presión europea

M. JIMENEZ / S. MILLAN Madrid

Steve Jobs podría haber iniciado esta semana una revolución en el sector de la música. El fundador de Apple ha pedido la eliminación del software antipiratería, conocido en su acrónimo anglosajón como DRM. "Estos sistemas no han funcionado y no han podido evitar la piratería", aseguró el directivo. Sus palabras se sumaban a las medidas adoptadas en enero por Virgin y la Fnac en Francia de retirar los sistemas anticopia de sus catálogos digitales para intentar aumentar sus ventas.

El controvertido DRM, una tecnología capaz de controlar el número de veces que se puede copiar o reproducir una creación intelectual, y que está incorporada al propio fichero o soporte, puede estar viviendo sus últimos momentos. Prueba de ello es que sólo entre el 5% el 10% de las canciones que se descargan en los iPod, el más popular de los reproductores de música digital, proceden de fuentes con DRM. Y cada vez están surgiendo más sitios en los que hay una oferta de contenidos libres de estos sistemas de protección.

En el sector muchos se preguntan por qué Jobs ha intervenido en ese sentido, precisamente ahora. Paul Brindley, responsable de la consultora británica MusicAlly, especializada en el segmento musical, señala que Apple ha empezado a sentir la presión de los Gobiernos de países europeos como Francia, Noruega, Dinamarca y Alemania para que elimine estas barreras que perjudican a los consumidores. Este experto no descarta que algún país haya amenazado a Apple con impedir la venta de sus productos.

"Jobs hizo uso de su DRM con el fin de poder presentar una opción razonable a las empresas discográficas", opina Enrique Dans, profesor de tecnologías de la información del Instituto de Empresa. Santiago Ureta, de la Asociación de Música por Internet (AMI), es más duro: "Apple usa los sistemas de protección contra la copia por imposición de las discográficas, no por su propia voluntad. De hecho, la compañía es consciente de que está perdiendo un porcentaje importante de facturación en su plataforma iTunes por este motivo [ya que las canciones tienen restricciones] y que los beneficios no le llegan desde esta plataforma sino en la venta de iPod [que no tiene limitaciones]".

Según este experto, los DRM producen un efecto boomerang para las compañías que los utilizan. "Un consumidor online que descargue una canción con estos sistemas se va a encontrar con tales impedimentos para su correcta audición y la problemática al exportarlo a un soporte o reproductor externo que migrará a los servicios gratuitos y a plataformas de descarga de música *copyleft*". En esta línea, Dans apunta que el DRM pudo ser interesante para Apple para posicionar el matrimonio iTunes-iPod, pero que ahora ya da lo mismo realmente. "Por mucho que Jobs haya explotado el DRM para potenciar ese vínculo, lo realmente importante es que ha posibilitado el desarrollo de un enorme ecosistema de re-



El negocio de los reproductores iPod podrían enfrentarse a un escenario sin los DRM. BLOOMBERG

### LAS CIFRAS

90%

de la música grabada en iPods de todo el mundo procede de fuentes sin DRM: CD propios o de amigos y plataformas P2P. Hay quien extiende la cifra hasta el 95%.

350

mil títulos repartidos entre la Fnac y Virgin quedaron sin DRM el pasado mes de enero en Francia. La decisión de ambas compañías busca aumentar sus ventas online.

1.000

millones de intercambios de archivos no permitidos tienen lugar cada mes sólo en EE UU, según la consultora Big Champagne.

productores llenos de música completamente libre de restricciones; ha dinamitado el sistema desde dentro". El profesor del IE añade refiriéndose a Apple: "Es un uso brutalmente hipócrita del concepto de DRM —con una mano doy, con la otra quito— que nos lleva al punto en que estamos hoy y que Jobs enfatiza en sus declaraciones cuando dice que el DRM no funciona".

Las grandes discográficas tampoco han tardado en responder a Jobs. Antonio Guisasaola, presidente de la patronal española del sector Promusicae, asegura que Apple está intentando trasladar un problema que tiene a las discográficas. "Impuso un DRM que no es compatible con los dispositivos de reproducción de música de otras empresas", dice este directivo. Desde la industria musical se recuerda que hay DRM interoperables que no suponen ninguna restricción para los consumidores.

Ureta cree que los DRM no benefician a nadie, ni a productores, ni a los distribuidores y mucho menos a los con-



**Las discográficas creen que Jobs busca traspasar al sector un problema suyo, mientras otros creen que sus palabras son la proclamación de la muerte del DRM**

sumidores. En la actualidad, estos sistemas están presentes en los archivos musicales de la mayoría de servicios de venta legal online, como el Marketplace de Microsoft o el Connect de Sony. "Esto provoca aún mayor desconcierto en los usuarios, que tienen que llenar su ordenador de diferentes reproductores, cada uno capaz de leer su archivo propietario, y que en la mayoría de las ocasiones provocan conflictos unos con otros, llegando a colapsar su PC", dice Ureta.

Igual opina Dans al hablar de la extensión de los DRM a los contenidos en alta definición, el HD DVD y el Blu-ray, o el sistema de gestión de derechos embebido en Windows Vista. "El DRM es absurdo en cualquier de sus usos. Estos sistemas estaban diseñados para beneficiar a quienes intentaban sostener un modelo de negocio basado en erigir barreras a la libre circulación de los bits, un modelo", en opinión de este experto, "claramente caduco e insostenible".

Desde AMI apuestan por el sistema de distribución *copyleft* que permite la libre circulación de las creaciones musicales. "Este encaja a la perfección con los nuevos modelos de distribución online, se promocionan bajo un sistema de participación de diferentes actores y cada uno de ellos obtiene su rentabilidad sin cargarla al consumidor final, que sólo tendrá que pagar cuando acude a ver una actuación de su artista favorito", dice Ureta, quien añade que en los conciertos de los grupos *copyleft* normalmente se regalan los CD, "por su puesto sin DRM". Youtube y MySpace, por ejemplo, llenan sus páginas con contenidos *copyleft*. "Pero mientras esta última tiene más de 75 millones de usuarios, iTunes lucha por conseguir algún millón de ellos. Son los líderes de las nuevas redes sociales donde quieren estar las nuevas generaciones de músicos", subraya.

## EL SECTOR Y LOS MODELOS ABIERTOS

Fronte a la posición de Apple, otras empresas están trabajando en sistemas de comercialización de canciones con formato abierto como es el caso de EMI o de MySpace. Otras tecnológicas están desarrollando DRM, aunque compatibles para todos los reproductores.

- EMI está experimentando con formatos abiertos desde el pasado mes de diciembre y, según señalaron esta semana sus portavoces, los resultados han sido positivos hasta ahora. EMI vendió las canciones de Nora Jones y Relient K en un formato abierto a través de la web musical de Yahoo, y puso a disposición del público las canciones de Lily Allen mediante un sistema de preórdenes realizadas por mensajes de texto.

- Dimensional Associates ha desarrollado eMusic, un servicio online que vende música bajo formato de MP3, que está libre de todo tipo de restricciones antipiratería. La oferta de esta empresa neoyorquina comprende un catálogo de más de dos millones de canciones de artistas independientes que pueden ser descargadas a través de un plan de suscripciones.

- MySpace está preparando con SnoCap el lanzamiento de un servicio de descarga de música que permitirá a los músicos vender su música directamente a sus fans. Aunque, los archivos sólo se ven-



drán en formato MP3. La estrategia tiene como objetivo facilitar a los artistas la publicación de sus títulos para que puedan darse a conocer a las discográficas.

- Linewire, una de las principales empresas de intercambio de archivos (P2P) estudia cobrar un dólar por descarga a sus 40 millones de usuarios. La firma, que está tratando de llegar a un acuerdo con las discográficas, pretende que los títulos esté libre de DRM.

- Nokia está impulsando un grupo europeo junto a discográficas y tecnológicas para el desarrollo de un DRM abierto. El sistema, según fuentes del sector, tendría un sistema de licencias para otros fabricantes de dispositivos.

- Yahoo Music ha convencido a discográficas como EMI y Sony BMG para que prueben sistemas libres de DRM. Del éxito de estos test dependerá si se acelera o se frena la eliminación de estas barreras.