

UNIVERSO MULTIMEDIA

ENRIQUE DANS

Profesor del Instituto de Empresa  
www.enriquedans.com

## Sopitas

La historia reciente de la industria de los contenidos es dura y tempestuosa. Nunca se habían vivido episodios tan virulentos de todo un sector en guerra con sus clientes. Como en toda guerra, los resultados son dramáticos: pérdidas millonarias, miles de personas perseguidas por la justicia, despidos, imágenes de pobres artistas llorosos ante las cámaras... patético balance de más de cinco años de incesantes batallas. El enfrentamiento es tan duro que conozco personas que, simplemente, han dejado de comprar discos por principio, como forma de responder a los insultos de la industria. O que evitan ser vistos con un CD original bajo el brazo, por considerarlo un infamante símbolo de un vergonzoso pasado, de cuando los dinosaurios dominaban la Tierra. Ríos de tinta, toneladas de sentencias judiciales, declaraciones implacables, promesas del más negro de los infiernos, herramientas criminalizadas... Hasta se ha acusado a la industria de las telecomunicaciones, a quien todavía se pretende hacer responsable y que pague los platos rotos... Uno de los más grandes monumentos nunca construidos a la estupidez humana y a la falta de capacidad de gestión de toda una industria.

Ahora, seis años después de que Shawn Fanning pasase sesenta horas sin dormir delante de su pantalla dando a luz las 666 líneas del código de la Bestia, la industria parece empezar a sufrir una gloriosa epifanía, como Saulo de Tarso en el desierto. Algún atisbo de sentido común ha debido decirles que, cuando todos tus clientes te odian y dicen que estás equivocado, existen indicios racionales de que tal vez lo estés. Así, vemos cada día más artistas que secundan tesis quintacolumnistas, y declaran no estar en contra del P2P, porque les parece la manera más



*La industria ha visto que esos a quienes perseguía e insultaba no eran delincuentes*

eficiente de dar a conocer su obra. Las señales han ido pasando de lejanos destellos a atronadora tempestad. En 1991, la Dave Matthews Band lanzó un single en Napster. Directamente, antes de editarlo en CD. Múltiples artistas han ido sumándose al clamor: George Michael, Terence Trent d'Arby (ahora Sananda Maitreya), el rapero Chuck D., la banda de rock Heart... hijos pródigos de la industria, mordiendo la mano de quienes dicen haberles dado el ser. Maria Schneider, que sólo vende música a través de su página en Internet, gana el Grammy en la categoría de jazz... Mientras, artistas como Gilberto Gil, ahora ministro de Cultura de Brasil, y una larga lista de científicos, intelectuales y políticos, en Francia y Estados Unidos, escriben manifiestos en contra de la persecución y se alinean con los usuarios de redes P2P y en contra de una industria que lejos de defender los intereses de los autores y músicos, parece defender tan sólo su propia continuidad.

Después de mucho tiempo, la industria se va dando cuenta de muchas cosas, cosas de las que estaban avisados desde el principio de los tiempos: han visto que nada, absolutamente nada es capaz de detener el P2P. Que los bits son bits, y circulan libres por la red. Que si cierran un sitio, abrirán cien más. Si crean una protección, la romperemos en cuestión de días. Si identifican un protocolo, crearemos otro más difícil de localizar. Si envenenan la red con virus y contenidos falsos, aprenderemos a evitarlos. Si ponen marcas, las borraremos. No existe manera ni fuerza capaz de oponerse al progreso de la tecnología. Pensar que la habrá es dar vivas a la ignorancia.

Cinco años después de Napster, la industria ha visto que esos a quienes perseguía e insultaba no eran delincuentes. Sus clientes, esos de los que quería vivir. Esos que siempre tienen razón. Primer mandamiento: no insultes a tus clientes. Algo hicieron mal, se equivocaron. Cinco años después, la industria empieza a pedir sopitas.