

Archivos musicales sin limitaciones

Tu música sin controles

Las siglas más aborrecidas por los consumidores de música en formato digital son DRM, un invento de la industria para controlar los ficheros musicales.



Eva Martín / Juan F. Marcelo
Colaboradores

Desde el surgimiento de las primeras tiendas legales de música en línea, la industria ha tratado de limitar las posibilidades de reproducción de los ficheros musicales mediante diversas tecnologías agrupadas bajo las siglas **DRM** (*Digital Rights Management* o **Gestión de Derechos Digitales**). Son tecnologías que reducen el uso que los compradores pueden hacer de las canciones, como el número de ordenadores en los que se pueden copiar, en cuántos reproductores digitales es posible descargarlas o cuántas copias se pueden repartir entre los amigos. Por eso, sus detractores afirman que el término «derechos» está mal empleado, puesto que es el derecho del consumidor a la copia privada, entre otros, el que acaba siendo mutilado.

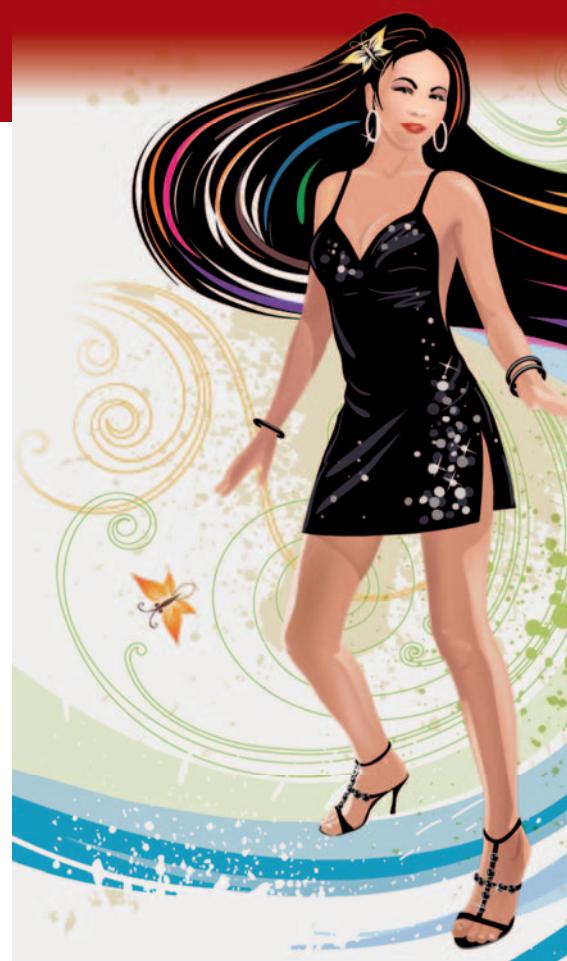
Los defensores de la gestión de derechos digitales afirman que es un método para que los músicos mantengan el control sobre sus creaciones, a la vez que garantiza la calidad del producto para los consumidores. Todos los mecanismos empleados hasta el momento han ido cayendo uno

tras otro, y las grandes multinacionales de la música se han dado cuenta de que las ventas pueden multiplicarse si retiran estas tecnologías de los archivos.

Tiendas on-line

Las multinacionales habrían adelantado mucho terreno si hubieran seguido el ejemplo de **Emusic**, la tienda decana en la venta de música sin DRM. Inició sus actividades hace una década, con un modelo de suscripción que era un bufé libre de magníficas canciones a cambio de una pequeña cuota mensual. Actualmente, ofrece diversos modos de suscripción, que permiten a los consumidores de Estados Unidos, Canadá y Europa comprar música MP3 con calidad de 192 Kbps (kilobits por segundo) desde 43 centavos de dólar. Un cuidado catálogo, con todo tipo de estilos musicales, desde la música clásica o el jazz histórico, hasta melodías indi, rap o punk, ha convertido Emusic en la segunda tienda musical más visitada.

Los primeros en dar un paso adelante, como suele ser habitual, no han sido las grandes discográficas, sino **Apple** y su



tienda **iTunes**. Llevan algo más de un año ofreciendo canciones sin DRM del catálogo de Emi. Éstas tenían al principio un sobreprecio de 30 centavos, mientras que las normales costaban 99 centavos. Con el tiempo ha bajado el coste y ya no hay diferencia entre unas y otras, pero no todo el catálogo está disponible en todos los países del mundo. Las nuevas canciones se ofrecen en formato AAC a 256 kbps. Cuando anunciaron triunfalmente su nueva línea de negocio, poco podían imaginar los de Apple que los ejecutivos de **Amazon** estaban negociando en secreto con los cuatro grandes (Universal, Vivendi, Warner y Sony) para ofrecer sus catálogos sin restricciones de derechos en MP3, con calidad de 256 kbps y a un precio por disco de entre 6 y 9,99 euros. En definitiva, una competencia demoledora para la tienda de la manzana con casi tres millones de canciones que, por un tema de derechos, están fuera del alcance de los consumidores españoles, que tienen vedada la entrada en la planta MP3 de Amazon.

EL desplome del control

La caída en desgracia de DRM parece un hecho consumado. Hasta los chicos malos presumen sin pudor de vender música sin limitaciones de copia. Es el caso de **LimeWire**, uno de los servicios P2P más utilizados que ahora ofrece, además de la bajada gratuita desde BitTorrent, la posibilidad de comprar en la tienda en línea. En su catálogo, hay más de 500.000 títulos de bandas indie y los precios empiezan en 27 centavos, según el modelo de suscripción elegido. Los consumidores españoles pueden bajar música sin pa-



• A través de iTunes, Apple lleva más de un año ofreciendo canciones del catálogo Emi sin que estén sujetas a DRM. Mientras, Napster anuncia su inminente incursión en el comercio musical sin gestión de derechos.





gar desde otros usuarios, pero no pueden comprar en la tienda MP3. Otro pionero del intercambio de ficheros que hace tiempo se pasó al bando de las multinacionales, el patriarca **Napster**, ha anunciado su inminente entrada en el comercio sin DRM. Cuenta con seis millo-



• Por desgracia, los españoles tenemos vedada la entrada a la planta MP3 de Amazon.

Venta de títulos en la Red

- **Alltunes:** www.alltunes.com
- **Amazon:** www.amazon.com
- **DG Web Shop:** www2.deutsche-grammophon.com
- **Eclassical:** www.eclassical.com
- **Emusic:** www.emusic.com
- **iTunes:** www.apple.com/es/itunes
- **LimeWire:** www.limewire.com
- **MP3fiesta:** www.mp3fiesta.com
- **MP3sparks:** www.mp3sparks.com
- **Napster:** www.napster.com
- **Rhapsody:** www.real.com/rhapsody

nes de canciones en cartera a 99 centavos cada una. Los álbumes costarán 9,95 dólares. Lo justo para competir con Amazon y con iTunes.

El mercado de la música en línea es tan jugoso que no resulta extraño que algunas multinacionales jueguen varias bazas. Todo apunta a que **Sony**, que vende parte de su catálogo a través de Amazon, esté además preparando su propia tienda de música en Internet. Se saben pocos detalles, pero se rumorea que funcionará bajo suscripción mensual con un precio de entre 6 y 8 euros al mes.

Por su parte, **Real Networks** espera comercializar música de todas las grandes discográficas a través de su tienda **Rhapsody** pero sólo en Estados Unidos. El precio va a seguir el esquema de iTunes y el formato y calidad de Amazon.

Géneros específicos

Los expertos afirman que el éxito está en la especialización. Por eso no es de extrañar que un sello como **Deutsche Grammophon** haya abierto un puesto en Internet, llamado **DG Web Shop**, con 24.000 discos con lo más florido de la música culta. Su calidad alcanza los 320 Kbps en MP3. Suena igual que el CD. Los precios no son homogéneos, porque no se puede vender al mismo precio una obra de cuatro minutos que una obertura de dieciocho. De hecho, los amantes de la música clásica tienen ahora mismo sus necesidades cubiertas.

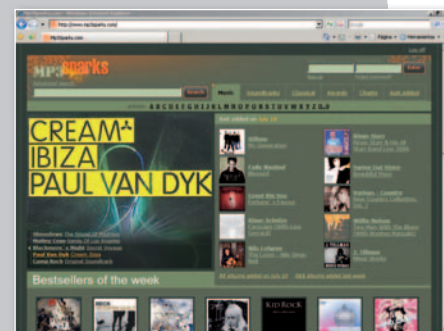
Con músicos algo menos prestigiosos, pero igualmente sólidos, lleva ya algunos años funcionando **Eclassical**, que ofrece música sin limitaciones de reproducción

Propuestas de influencia soviética

El sitio más odiado por la industria del disco durante los últimos meses no es una página de intercambio de archivos, sino una tienda perfectamente legal. Fundada por el emprendedor ruso, Denis Kvasov, **allofMP3.com** ha sido polémica desde el principio, entre otras cuestiones, por no usar DRM. Molestaban sus precios, un centavo por canción y un dólar por álbum, aunque también llegó a vender la música por gigabytes. También resultaba irritante una parroquia internacional de **cinco millones de fieles usuarios**, pero sobre todo se les acusaba de no pagar derechos a los artistas internacionales. Denunciada ante los tribunales soviéticos, resultó absuelta por falta de evidencias.

En realidad, el juez estimó que su manera de actuar estaba de acuerdo con la legislación soviética de derechos de autor. A pesar de todo, el sitio fue cerrado provisionalmente por el gobierno ruso para facilitar la entrada del país en la Organización Mundial del Comercio.

No ha pasado demasiado tiempo antes de que le salgan sucesores. Con precios inferiores a los de las tiendas occidentales, se puede visitar la ucraniana **MP3fiesta**, la rusa **alltunes** o **mp3sparks**, que se rumorea es el nuevo proyecto de Kvasov.



a precios realmente populares. Su producto estrella son las recopilaciones de obras del mismo autor por 99 centavos. Ambas tiendas, por cierto, están al alcance de los melómanos españoles.

Tampoco hay que olvidar que Internet es un semillero perfecto para la música *copyleft* y similares. Está disponible en sitios como **Musicleft** (www.musicleft.net), **Magnatuneasy** (www.magnatuneasy.com), **La Mundial** (www.lamundial.net), **Música Libre** (www.musicalibre.es) y muchos más. Es música gratis para descargar e incluso para compartir. ■