

Google, China y música gratis

David Barbosa

Para combatir la piratería en el gigante asiático, el sitio de búsquedas en Internet y la industria discográfica se asociaron para ofrecer canciones sin costo y compartir los ingresos publicitarios.

¿Pueden las empresas discográficas mundiales ganar dinero regalando canciones en China, donde la piratería es una práctica muy extendida?

Eso esperan. Los sellos discográficos más grandes del mundo, incluidos EMI, Warner Music Group y Universal Music, de Vivendi, dijeron que tratarán de obtener ganancias en este mercado trabajando con Google y ofreciendo descargas gratuitas de música a cualquier persona dentro de China.

Por su parte, Google, que no tiene planes de ofrecer el servicio en otros lugares, espera aumentar el tráfico en la red y ganar nuevos anunciantes; y lo hará permitiendo a los chinos buscar música gratuita en su sitio.

Las discográficas dicen que en lugar de ganar dinero por cada descarga, compartirán los ingresos por publicidad con el socio de Google en el negocio, una empresa china llamada Top100.cn.

La asociación, dicen los analistas, podría ayudar a determinar el futuro de cómo se distribuye el contenido valioso en China, que ya ha superado a Estados Unidos al convertirse en el mercado de Internet más grande del mundo.

Hasta ahora, China ha sido un foco de piratería en línea y descargas gratuitas de música, películas e incluso programas de televisión.

Según la Federación Internacional de Industrias Fonográficas, que representa a las discográficas mundiales, el 99 por ciento de la música descargada en China viola los derechos de autor.

Las acciones legales llevadas a cabo por los principales sellos discográficos y las promesas del gobierno chino de tomar medidas duras contra la piratería en Internet no han logrado impedir estas prácticas.

Pero ahora, la industria de la música dice que, al menos en China, puede aceptar el hecho de regalar música.

"El nivel de publicidad en línea en China es bastante maduro, por lo que estamos dispuestos a probar esto", dijo Sandy Monteiro, vicepresidente senior de Universal Music Group.

El acuerdo crea una poderosa asociación (el motor de búsqueda y publicidad en línea más grande del mundo, junto con las potencias de la industria de la música) que comparte el objetivo de enfrentar al principal motor de búsqueda en China, Baidu, cuyo tráfico en la red ha crecido, en parte, debido a sus vínculos a la música gratuita, sin licencia.

Las discográficas mundiales han iniciado acciones legales contra Baidu, con el objetivo de tratar de forzar a la empresa para que deje de proporcionar enlaces a los sitios sin licencia. Sin embargo, la firma Baidu, que se negó a ser entrevistada para este artículo, dijo que es simplemente un motor de búsqueda y que no se dedica a la piratería.

Con sus búsquedas más populares, Baidu ha logrado mantenerse muy por delante de Google en China, con una participación en el mercado de búsqueda que se aproxima al 65 por ciento.

Pero los analistas dicen que Google podría recibir una importante ayuda gracias a la nueva asociación con la industria de la música.

"Es una decisión inteligente para Google", dijo Ma Xiushan, subdirector general de la Sociedad China de Propiedad Intelectual en Beijing. "Google ha entendido cuál es el punto: tienen que abrir el acceso a la descarga para poder competir con sus rivales chinos y atraer a más usuarios."

Los ejecutivos de Google dicen que actuaron porque una función de búsqueda de música era uno de los pocos elementos que no tenían en China.



©2009 Google - [Google 首页](#) - [广告计划](#) - [Google 大全](#) - [帮助](#) - [意见反馈](#)

Una vista del buscador de música que Google puso a disposición para los usuarios de China
Foto: Google

Según cifras del gobierno, alrededor del 84 por ciento de los 300 millones de usuarios de Internet en China descarga música a través de la red y la mayoría de esta música se utiliza como tonos para celulares.

Google espera que mediante la oferta de música gratuita de alta calidad (brindando a los consumidores menos preocupaciones relacionadas con virus o pistas dañadas) pueda captar una parte del mercado de Baidu.

Para la industria de la música, que cree que ha perdido cientos de millones de dólares por la piratería en línea, el acuerdo promete entregar un flujo constante de ingresos y también podría ejercer presión sobre Baidu y otras compañías de Internet chinas para que distribuyan pistas legítimas o correrán el riesgo de ser excluidas de futuros acuerdos.

No todo el mundo cree que funcionará

"La maniobra de Google es simplemente quemar dinero para competir con el dominio de Baidu", dijo Guo Chunlong, fundador de yobo.com, un sitio web de música y entretenimiento.

"Compartir los ingresos que provienen de anuncios con las discográficas? este modelo de

negocio no es sostenible. ¿Cuántas visitas a páginas pueden generar el dinero que esperan tanto Google como las empresas discográficas?"

Los ejecutivos de la música disputan sobre este punto. Pero ellos dicen que el acuerdo con China no es un modelo para el resto del mundo. Afirman que las diferentes regiones necesitan diferentes enfoques (algunos que cobran las descargas, algunos que transmiten música a un único precio de suscripción y otros que son apoyados por la publicidad).

En China, se decidió que un modelo respaldado por la publicidad era lo mejor.

"China era un lugar curioso", dijo Monteiro, de Universal Music. "Era el único mercado al que no podíamos acceder. Y entonces se acercó Google con este modelo."

Erik Zhang, uno de los fundadores de Top100.cn, dijo que las descargas gratuitas respaldadas por la publicidad fue apenas la primera de varias etapas en el negocio propuesto.

Los socios dicen que podrían ampliar la oferta con el fin de incluir membresías VIP pagas, entradas gratis para recitales o pases para las áreas entre bastidores (backstage) y otros beneficios.

Pero una cosa es clara: Google y sus socios quieren limitar esta experiencia a China.

Por ejemplo, el sitio (que finalmente ofrecerá cerca de 1,1 millones de pistas) está en idioma chino, y sólo las direcciones de Internet con sede en China pueden descargar música gratis. ¿Podrán los astutos piratas chinos descargar esta música gratis y, a continuación, intercambiarla o venderla en otras partes del mundo, socavando posiblemente el sistema?

La semana última, por ejemplo, un usuario descargó una pista de música en China y con facilidad la envió a un amigo en Londres.

Los productores de música dijeron que los clientes podrían intentarlo, pero ellos están intentando instalar obstáculos jurídicos y técnicos para estas maniobras.

"Definitivamente tendremos que controlarlo", señaló Monteiro, de Universal Music.

La Nación, 13 abr. 2009, Tecnología, online. Disponible em <www.lanacion.com>. Acceso em: 14 abr. 2009.