

LOS SISTEMAS DE DESCARGA GRATUITA EN INTERNET SE PERFILAN COMO EL FUTURO DE LA MÚSICA

La Red 'pesca' a un millón de músicos

Un estudio de la Asociación de Música en Internet (AMI) contabiliza la cantidad de artistas que distribuyen sus canciones en formato digital y de manera gratuita. La industria musical se reinventa y deja de lado a las discográficas.

A.BLANCO/M.LLAMAS. Madrid

Regalar música es más rentable que perseguir a los piratas de Internet. Y también menos cansino. En un sector que se desploma por momentos —508 millones de archivos ilegales cada año— la industria musical está buscando fórmulas para salir del bache y ya hay quien piensa que su futuro está en los sistemas digitales de descarga gratuita.

La Asociación de Música en Internet (AMI) acaba de publicar un estudio que confirma la existencia de más de un millón de artistas que regalan su música en la web.

Ni las marquesinas de las paradas de autobús ni el bombardeo constante de las radios pueden competir con la inmensa difusión que tiene la Red de redes. Y si no que se lo digan a los chicos pastel de *Amo a Laura* o al pintoresco *Koala*. Sus canciones se distribuyeron gratuitamente en páginas como *YouTube* y *iopá!*: el boca a boca se ocupó de convertirlas en un éxito.

Muchos artistas se han dado cuenta de este poder publicitario de Internet y, en la ac-

'El Koala' es uno de los artistas que se han beneficiado con la distribución gratuita de sus canciones

tualidad, algunos hasta prescindieron del método tradicional de venta para dar a conocer sus trabajos.

La cantante Maria Schneider, por ejemplo, no ha vendido ni un sólo soporte físico —CD, vinilo o cassette— de sus álbumes. Pero eso no le ha impedido alzarse con un *Grammy* gracias a su trabajo



Maria Schneider consiguió un Grammy por su álbum 'Concert in the Garden' sin haber vendido ni una sola copia en las tiendas.

Concert in the Garden. Lo más curioso de este caso es que los fans de Schneider han llegado a pagar la grabación de este disco. En total, 87.000 dólares que sus seguidores abonaron con aportaciones voluntarias en la página web de la artista.

La experiencia ha demostrado que se trata de un sistema cien por cien rentable ya que, como Schneider afirma: "Yo ya he recuperado mi dinero: no estoy repartiendo los beneficios con el distribuidor,

Cambio de negocio

■ En 2005, el mercado español de entretenimiento ocupó el quinto lugar europeo copando un 8,5% del mercado comunitario y un 2,2% del mundial.

■ En España, la venta de discos cayó un 30% desde 2001. El año pasado se recuperó un 3,9%, pero el modelo de negocio está cambiando.

la tienda de discos y la compañía discográfica".

En realidad, Internet podría ser el sueño de cualquier discográfica: un mundo virtual, cómodo, en el que no hay que pagar gastos de distribución, ni tampoco la fabricación de un soporte determinado. Sin embargo, los artistas que se han decantado por este modelo están prescindiendo de los servicios de cualquier intermediario. Les basta con la Red para publicitarse a sí

mismos y lo hacen de maneras muy diferentes. La táctica es sencilla. Básicamente se trata de captar fans mediante la audición previa de las canciones. El objetivo es llegar al mayor público posible, ya que la difusión incide particularmente en la venta de entradas a los conciertos y estos ingresos son los que financian los costes de producción musical.

Cuando se popularizan, cualquiera está dispuesto a comprar un disco tradicional o a pagar por la descarga de una canción a la memoria del ordenador. Existen dos formas de difusión de música por Internet: la audición en línea o la descarga directa. Aunque dentro de las web legales que se dedican a la música hay que distinguir entre las de pago y las gratuitas. La gran ventaja de la distribución *online* es que permite al comprador escuchar unos 30 segundos de cada tema y seleccionar las canciones que más le gustan, sin necesidad de comprar el álbum entero.

Las web gratuitas más destacadas ya tienen un catálogo musical bastante completo. *Soundclick.com* ofrece casi

Muchos grupos regalan sus canciones porque el boca a boca es más eficiente que la publicidad

dos millones de canciones y 300.000 grupos. Y las cifras van en aumento, por lo que parece que a las discográficas tradicionales sólo les quedan dos opciones: aplicar sus estrategias comerciales a Internet o resignarse a que sus ventas caigan en picado.

El 'copyleft': las licencias del futuro

Cada vez son más los websites que ofrecen su espacio y tecnología a los músicos que quieren colgar sus trabajos en Internet para que los internautas los descarguen gratuitamente. Gran parte de ellos se acogen a las licencias 'copyleft' o 'creative commons', que les permiten gestionar directamente los derechos de su creación intelectual. El presidente de la Asociación de Música en Internet (AMI), Santiago Ureta, cree que el tradicional sistema de licencias —'copyright'— es un "engorroso procedimiento burocrático" que, en la práctica, puede llegar a "eternizarse" puesto que "la decisión de conceder la licencia es unilateral y corresponde exclusivamente a las Entidades de Gestión". Es un modelo impropio de la era digital. Las compañías discográficas fijan exclusivamente los precios, mientras que dichas entidades se

encargan de recaudar y administrar los derechos de los artistas. En Internet, los autores "quieren tener el control de su música", ofreciendo "diferentes opciones al internauta" en función de la modalidad de licencia que ellos mismos eligen. El 'copyleft' permite a los músicos la autoedición y autogestión de su propia obra. De este modo, "no hay condiciones ni precios impuestos por un tercero que no ha participado en el trabajo". Cada artista puede fijar un precio según su propia valoración o expectativa. Actualmente, hay más de 10 plataformas 'online' importantes que permiten a los artistas colgar su música y video clips de forma gratuita. Además, el descenso de los precios para contratar un espacio web ha propiciado que muchos opten por crear su propia página, en la que publican sus fotos, anuncian sus conciertos y permiten la

descarga de su trabajo. Es el caso de 'Manikiatrico', un grupo madrileño de rock que, ante la falta de apoyo de las discográficas, se decidió por dar a conocer su música gratuitamente a través del propio sitio y el uso de licencias 'creative commons'. "Para sacar un disco es necesario acudir a la SGAE, que se queda con todos los derechos". Según Kiko, el guitarrista del grupo, la única posibilidad de grabar un CD es "hacerlo tú mismo o tener algún amigo influyente dentro de la compañía, ya que casi nadie apuesta por un talento nuevo". Tal y como está el panorama musical en España, "nos decidimos por el 'copyleft': De este modo, hacemos lo que queremos con nuestra música". Actualmente, este grupo permite la descarga y copia gratuita de sus canciones, siempre y cuando no se utilicen con fines lucrativos. Buscan la

mayor difusión posible en la Red, para luego financiarse a través de conciertos. Kiko asegura que su último álbum "cuenta en el 'Emule' con un número de fuentes —gente que comparte archivos— similar al del grupo 'Marea'", apoyado por una discográfica. A pesar de que no se dedican profesionalmente a ello, asegura que están llenando las salas de Madrid. "A los conciertos acude gente que nos ha contactado a través de la Red y, últimamente, nos han llamado de Barcelona, Santander y Galicia para actuar. El mundo musical está bastante acotado y carecemos de apoyo para acudir a los festivales. Nos ven como una amenaza". Internet abre la puerta a un nuevo modelo de negocio en el que "la música la manejan los músicos". Para muchos de estos artistas el 'copyleft' es el futuro de la música frente a las licencias de 'copyright'.

TERAPIA LOCAL

Microesferas radiactivas contra los tumores de hígado

EXPANSIÓN. Madrid

La cirugía es el tratamiento más eficaz para eliminar los tumores de hígado, aunque no siempre es posible llevarla a cabo. En estos casos existe la posibilidad de recurrir a la radioembolización, una técnica que consiste en inyectar en esferas radiactivas en la arteria hepática, desde donde se van a depositar en la zona tumoral. Los resultados son muy positivos: "En el 90% se consigue el control, no la erradicación, de la enfermedad", asegura el doctor Bruno Sangro, de la Unidad de Hepatología de la Clínica Universitaria de Navarra, que a lo largo de tres años ha tratado mediante radioembolización a 78 pacientes, una de las experiencias más amplias de Europa.

Sangro destaca que este tratamiento se puede administrar junto a otros que se emplean para frenar la progresión de la enfermedad. La técnica está especialmente indicada para tratar tumores primarios de hígado o metástasis hepáticas de tumores gastrointestinales, de mama, riñón y pulmón.

Planificar la estrategia

La radioembolización se utiliza desde hace unos años en Estados Unidos, Canadá, Australia y en una veintena de hospitales de Europa. Es un tratamiento complejo que precisa la colaboración de los departamentos de Medicina Nuclear, Radiología (convencional e intervencionista), Hepatología y Oncología. Cada caso se evalúa minuciosamente, y se diseña una estrategia terapéutica individualizada, ya que, "las esferas radiactivas se deben dirigir exclusivamente al lugar indicado", subraya José Richter, director del Servicio de Medicina Nuclear de la Clínica Universitaria. Uno de los riesgos es que existan problemas circulatorios o conexión entre los vasos sanguíneos, lo que puede llevar a que las esferas de Yttrio se alojen en el pulmón, el estómago o el intestino, provocando daños secundarios importantes.