

# El inevitable monopolio innovador de Microsoft

Carlos Molina Guerrero  
Periodista  
carlos.molina@intv.es

**E**l mundo de la informática tiene nombre propio desde hace años, y no es IBM. El usuario doméstico de ordenadores personales, el programador, el técnico de redes... todos saben o intuyen que el que tiene la sartén por el mango, para bien o para mal, es Microsoft. Bien es cierto que, en la nueva era de la información, quien hoy es la innovación, mañana puede quedar desfasado ante el empuje de una tecnología que no ha sido capaz de controlar. Por eso debería extrañar que Microsoft, el gigante de Seattle cuyas riendas maneja el inefable William H. Gates III -Bill Gates para amigos y enemigos- siempre esté, más o menos tarde, en el lugar preciso. ¿A qué debe este don de la ubicuidad que manifiesta Microsoft? ¿Constituye un monopolio o su posición de predominio evidente en todas las áreas de la informática es producto del éxito? Hay quien ha señalado que la hegemonía de Microsoft se debe a un "fenómeno mediante el cual los propios consumidores levantan un monopolio cuando el producto se les proporciona gratis" <sup>1</sup>, refiriéndose a la inclusión de Explorer en el sistema operativo Windows 95. Es una afirmación peligrosa, porque no distingue entre libertad de elección y ausencia de opciones.

### ERASE UNA VEZ UN SISTEMA OPERATIVO...

Si a un producto en concreto debe Microsoft su posición en el mundo de la informática, sin duda ése es el sistema operativo MS-DOS. El sistema operativo viene a ser el interlocutor entre el hardware del ordenador y las aplicaciones que se desarrollan en él. Es el entorno en el que el usuario va a trabajar con su computadora. Gates comprendió pronto el poder que podía obtenerse precisamente a través del control de esta pieza clave.

Microsoft nació en 1975 de la mano de Bill Gates y Paul Allen, viejos amigos del colegio y aficionados a los lenguajes de programación. De hecho, el origen de la empresa fue la elaboración de una versión de BASIC para un microchip revolucionario en aquel momento, el Intel 8080, que iba incorporado a la pequeña computadora Altair 8800. Gates narra, en su libro *Camino al futuro*, cómo fue el proceso que siguieron Allen y él desde que descubrieron las posibilidades del chip hasta que la empresa comenzó a dar sus frutos <sup>2</sup>. Lo que olvida contar, por supuesto, es que ese descubrimiento no fue exclusivamente suyo, sino que otras dos personas, Steve Jobs y Steve Wozniak, se fijaron en la misma máquina para el diseño del Apple I y el Apple II <sup>3</sup>. ¿Casualidad?

Pero no será hasta 1981 cuando Microsoft dé el salto que le hacía falta. Por esas fechas, el "gigante azul", IBM, líder en el sector de los grandes ordenadores, se dio cuenta de que los avances en los microchips terminarían acercando al usuario doméstico un área antes reservada a las grandes empresas. Si no daba el salto a las computadoras diseñadas para el hogar, otros lo harían por él. Decide, entonces, sacar a la venta el PC-1 ("Personal Computer"), considerado el primer ordenador personal, tal y como hoy lo conocemos, de la historia.

Sin embargo, IBM tenía demasiada prisa, de tal forma que, en vez de diseñar la arquitectura del aparato de raíz y crear él mismo el software que operaría sobre el microchip Intel que empleaba, decidió aprovechar componentes que ya existían en el mercado y encargar que el sistema operativo lo desarrollara otra empresa a la que, increíblemente, le cedería la licencia de dicho software. Esto último fue lo que privó a IBM de controlar, en la actualidad, todo el mercado de la informática.

Aún hoy, pocos se explican cómo Microsoft pudo obtener el encargo de IBM de realizar el sistema operativo del primer PC. Al parecer, hay motivos para pensar que lo que buscaba IBM era incorporar el exitoso lenguaje BASIC de la empresa de Seattle a su producto, pero lo cierto es que la jugada le salió mal. IBM, sin embargo, ofrecía con su PC no sólo el MS-DOS, sino otros dos sistemas operativos entre los que elegir: el CP/M-86 y el UCDSpascal P-System. ¿Por qué triunfó el MS-DOS sobre las otras dos opciones?

Para empezar, el software de Microsoft era sospechosamente más barato que el de sus rivales. Además, como disponía de licencia para vender el sistema operativo, Microsoft comenzó a extender su uso, animando a los fabricantes de aplicaciones a que escribieran software para el MS-DOS. Pero hay más. Microsoft no creó el MS-DOS, sino que se lo compró a otra empresa, Seattle Computer, acusada por Digital Research (la creadora del entonces exitoso CP/M-86 y adquirida por Novell años después) de robarle el código fuente de su sistema operativo<sup>4</sup>. Gates, por tanto, partía con una injusta ventaja.

A partir de aquí, la empresa presidida por Gates se lanza a una carrera destinada a la conservación del mercado. Microsoft disponía de un arma importante, el sistema operativo, pero necesitaba extender su posición de dominio y conservarla después ante posibles ataques. Lo primero, por tanto, era destruir a la competencia. Al ser el MS-DOS el sistema operativo que se impuso en los PCs de IBM (líderes, en un primer momento, del mercado), se convirtió en el entorno más extendido en el nuevo campo de los ordenadores caseros. Como Microsoft poseía la licencia del software, se la vendió a otros fabricantes de ordenadores para que pudieran fabricar "compatibles", es decir: ordenadores iguales a los de IBM en los que podía operar el mismo software porque utilizaban idéntico sistema operativo. El llamado "gigante azul", así, perdió el control del mercado, mientras que Microsoft e Intel, empresa a la que ha convertido en número uno del sector de los microchips, potenciaban la construcción de clónicos y hacían ricos a nombres como Compaq o Hewlett Packard.

## ELIMINANDO A LA COMPETENCIA

En el mundo de la informática, a grandes rasgos, podemos distinguir varios niveles de mercado:

1. Hardware.
2. Sistemas operativos.
3. Interfaces gráficas.
4. Herramientas de diseño.
5. Aplicaciones <sup>5</sup>.

Gates sabía que, dominando por completo uno de esos niveles, podía influir en los demás y proteger aquel en el que era fuerte. Si él controlaba los sistemas operativos e Intel imponía su ley en el mundo de los microchips, había que cubrirse las espaldas dando el salto al resto de las áreas antes de que alguien hiciera lo mismo que él para imponerle sus condiciones. A grandes rasgos, cuatro han sido los mecanismos usados por Microsoft para eliminar a sus adversarios y, al mismo tiempo, potenciar la comercialización de su software:

### Los anuncios anticipados "preannouncement":

El MS-DOS tuvo un gran éxito, pero no era el mejor sistema operativo. Tras su descalabro, Digital Research aprovechó la pasividad de Microsoft en sacar al mercado una versión mejorada del MS-DOS para contraatacar con DR-DOS, notablemente mejor. La respuesta de la empresa de Seattle fue anunciar el lanzamiento de una nueva edición del MS-DOS... que no existía en ese momento. Los usuarios de PCs, como era lógico, esperaron a que Microsoft sacara a la venta el nuevo producto pensando que siempre es mejor optar por lo conocido que por lo novedoso, pero se retrasó tanto su aparición que hundió las posibilidades de éxito del DR-DOS. Esta táctica la ha empleado Microsoft sistemáticamente con buena parte de sus productos. Por ejemplo, su interfaz gráfica Windows, que ya va por la versión 98 y supone la integración de este tipo de aplicación con el sistema operativo (con lo que se controlan dos niveles del mercado) ya ha empezado a anunciar que, en el 2000, alcanzará la versión Windows 2000 <sup>6</sup>, justo en un momento en que el sistema operativo Linux (pensado para redes), que puede obtenerse gratis a través de Internet, está consiguiendo una expansión importante.

¿Puede interpretarse esto como una forma de torpedear el mercado? Windows 95, que dio y sigue dando muchos problemas a sus usuarios, contenía importantes fallos debido a las prisas en comercializarlo. Windows 98 no supone un avance especialmente notable, pero es una forma eficaz de convencer al usuario de que sólo Microsoft evoluciona y se renueva frente a una competencia que no reacciona, aunque no sea así. Scott McNealy, presidente de Sun Microsystems, se burlaba amargamente, hace tres años, de la estrategia de la empresa de Gates para desplazar a la competencia: "Cíteme un solo producto de Microsoft que haya salido al mercado en un plazo inferior a dos años desde que se empezó a hablar de él" <sup>7</sup>.

## Los falsos mensajes de error

Microsoft optó, desde el principio, por no compartir su sabiduría con los demás. Aunque animó a numerosas empresas a diseñar software para su MS-DOS y, posteriormente, para Windows, cuando se decidió a embarcarse en el mundo de las aplicaciones, optó por jugar con ventaja. Una aplicación, para funcionar bien y ofrecer un buen repertorio de cualidades, necesita conocer todas las posibilidades del sistema operativo sobre el que trabaja para sacar el mayor rendimiento. Microsoft se guardó muchos de esos datos para favorecer a sus propios productos <sup>8</sup>, hasta el punto de introducir en ellos falsos mensajes de error que se activaban al detectar un producto de la competencia. Así, Windows no funcionaba bien sobre DR-DOS, aunque no había motivo aparente para ello <sup>9</sup>. Y al revés. Microsoft conocía ventajas y características de MS-DOS que sus rivales ignoraban, con lo que podía aprovecharlas para demostrar al usuario que sus productos se movían mejor en entornos Microsoft que los que pudiera desarrollar la competencia.

Recientemente, en el último macrojuicio contra Microsoft, el primer vicepresidente de Apple, Avadis Tavanian, acusó a Microsoft de intentar sabotear con este sistema su programa de reproducción de voz y vídeo QuickTime introduciendo en el sistema operativo falsos mensajes de error para que los usuarios creyeran que la aplicación de la empresa de la manzana no funcionaba correctamente <sup>10</sup>.

## Aplicaciones en "suite"

El concepto de trabajo en "suite" no era algo nuevo cuando lo empezó a explotar Microsoft, pero ya se sabe que, en el caso del gigante de Seattle, se bromea diciendo que si se dedicara a fabricar coches, "la gente se emocionaría con los nuevos elementos incorporados a sus vehículos olvidando por completo que, durante años, estuvieron disponibles en otros coches" <sup>11</sup>. Igual sucedió en este caso, como sucedió con el concepto de la interfaz gráfica Windows, desarrollada a partir de la base del sistema operativo que funcionaba en los Macintosh de Apple, que a su vez había tomado como ejemplo la interfaz gráfica desarrollada por Xerox en su laboratorio de Palo Alto.

Microsoft sabía que, tanto en el campo de las herramientas de diseño como en el de las aplicaciones, tenía una gran desventaja. En este último caso, productos como Lotus 1-2-3, dBase o WordPerfect eran los reyes de las hojas de cálculo, las bases de datos y los procesadores de textos, respectivamente. Microsoft contraatacó aprovechando la importante base de usuarios de que disponía en el nivel de los sistemas operativos y comenzó a desarrollar aplicaciones. Microsoft Word y Microsoft Excel fueron sus lanzamientos estrella, pero seguían siendo de calidad inferior a los que existían en el mercado. Afortunadamente, los ingresos que producían los negocios de Gates permitían cubrir los gastos que supuso para Microsoft bajar los precios de sus aplicaciones a un nivel mucho menor que el de la competencia. Eso, en lenguaje comercial, se llama "dumping", y aunque puede ser muy eficaz, no es demasiado ético.

El siguiente paso era el de vincular unas aplicaciones a otras. Microsoft empezó a vender sus productos bajo el nombre Microsoft Office, de forma que el usuario podía disponer, a un precio económico, de varias aplicaciones que, de forma separada, le costarían demasiado caras. Aún más: el usuario podía verse atraído hacia la posibilidad de contar con varias aplicaciones aunque no necesitara más que una, evitando que, en un futuro, tuviera que adquirir la que le faltara si era necesario. El invento funcionó.

Para rematar esta estrategia, Microsoft le dio un vuelco al concepto de la compatibilidad y potenció el protocolo OLE frente al Open Doc. Éste último era un protocolo que permitía la transferencia de archivos entre aplicaciones aunque estuvieran diseñadas por fabricantes distintos. Es decir, el usuario podía trabajar en "suite" con un procesador WordPerfect y una hoja de cálculo Lotus y abrir, en WordPerfect, un archivo Lotus. Eso era complicado con las aplicaciones de Microsoft, que utilizaban OLE para intercambiarse archivos entre sí, pero no entre los productos de la competencia. El resultado es que los que, a principios de los 80, dominaban el mercado, hoy día o han desaparecido o han sido absorbidos por grandes empresas que sólo pueden competir con Microsoft a través de "suites", como la de Corel, que incluye WordPerfect y la base de datos Paradox de Borland. En 1995, Microsoft controlaba un tercio del mercado de procesadores de textos. Dos años después, dominaba el 80% del mismo <sup>12</sup>.

Esta táctica fue trasladada con notable éxito por Gates al resto de áreas y servicios. Tanto en el campo de la informática del hogar como en el de la informática destinada a empresas, Microsoft ha procurado que sus productos fueran cogidos de la mano a través de "suites", sabedor de que la mayoría de la gente no se va a molestar en comprar una aplicación si tiene otra similar vinculada a una de las que ya usa. En el nivel de las herramientas de diseño, popularizó la "suite" Visual Studio, dentro de la que se hallan programas tan populares como VisualBasic (recordemos que el BASIC fue el verdadero punto fuerte de Microsoft) y C++. En el caso del diseño gráfico, la "suite" Digital Studio incorpora, además, tecnología adquirida a empresas del sector a las que ha absorbido, como Softimage, compañía que se hizo famosa por los efectos especiales que diseñó para la película "Parque Jurásico".

### **Vincular y desvincular elementos**

Este aspecto es uno de los que se ha convertido en clave en la última demanda anti-monopolio planteada por el Departamento de Justicia norteamericano contra Microsoft. La primera vez que Bill Gates empleó esta técnica fue con su interfaz Windows. Lo que debía ser un simple interlocutor gráfico entre el sistema operativo y las aplicaciones llevaba incorporadas, a su vez, herramientas de trabajo como el procesador de textos Write, muy básico pero suficiente para las necesidades del usuario común, y Paintbrush, un sencillo programa de dibujo y manipulación de archivos gráficos. Surgía entonces la duda. ¿Es lícito que se vincule a un sistema operativo una aplicación, que no tiene por qué formar parte de él? ¿Se está atacando a la competencia al orientar al usuario hacia el empleo de lo que ya tiene preinstalado en perjuicio de otras aplicaciones similares que tendría que comprar?

Gates siempre ha defendido que lo que estaba haciendo era fomentar el progreso y mejorar sus productos al gusto del consumidor. Nunca se ha planteado si lo que hacía era lícito o si al consumidor le gustaría tener dónde escoger. Esta táctica la ha empleado con la difusión de su servicio en línea, The Microsoft Network, y con la de su navegador, Internet Explorer, cuyos iconos de acceso venían preinstalados en Windows 95. Al respecto de esto último, Kevin Unangst, encargado de la promoción de Explorer, señalaba, en 1996, que "si los usuarios no lo estuvieran pidiendo, entonces estaría de acuerdo con ello (desvincular Explorer de Windows 95). Pero los usuarios nos están diciendo lo que quieren" <sup>13</sup>.

Esta estrategia tiene su lado opuesto: desvincular características de un producto para sabotear la eficacia de los productos de la competencia. Un ejemplo evidente fue el caso del "debug kernel". En el mundo de la informática se llama "bug" o "agujero" a un error en un programa que debe ser corregido en versiones posteriores para evitar problemas a los usuarios. Las ediciones "beta" (de pruebas) de una aplicación se reparten gratis primero entre profesionales para que, entre otras cosas, ayuden a descubrir "bugs" y permitan que la versión definitiva que se comercialice no tenga fallos de importancia. El "debug kernel" era un programa que ayudaba a corregir un "agujero" detectado en MS-DOS y que iba integrado en este sistema operativo. Tanto Microsoft como la competencia desarrollaron aplicaciones que utilizaban el "debug kernel".

Sin embargo, cuando Microsoft sacó a la venta Windows 3.1 en 1992, eliminó del sistema operativo el "debug kernel" y lo integró en su lenguaje de programación. Las aplicaciones de la competencia ya no podían operar sobre MS-DOS porque éste carecía de ese pequeño programa que necesitaba antes para funcionar correctamente. Ese problema no lo tenían, por supuesto las aplicaciones Microsoft, que lo llevaban incorporado. Si una empresa quería que su producto funcionara correctamente en Windows o en MS-DOS, debía adquirir la licencia del "debug kernel" por separado, lo que encarecía el precio del producto, estorbaba al usuario y convertía al rival en poco competitivo <sup>14</sup>.

### **Presionar a los fabricantes**

En esta estrategia se basa, realmente, la última demanda abierta por el Departamento de Justicia norteamericano contra Microsoft. La empresa que dirige Gates ha sido acusada, en numerosas ocasiones, de aprovechar su tremendo poder en el campo de la informática para forzar a los fabricantes a seguir sus dictados. En concreto, Microsoft ha aprovechado su control sobre la concesión de licencias de sus sistemas operativos para eliminar a la competencia. Así, otro de los caminos de que se valió para hundir el barco del DR-DOS fue el de cobrar a los fabricantes un canon por ordenador vendido, llevara o no instalado el MS-DOS. De no acceder a esta pretensión, el fabricante se quedaría sin la licencia del sistema operativo más popular y demandado por los usuarios, y perdería mercado <sup>15</sup>. Es fácil entender que muchas empresas terminarían por no obtener licencias de otros sistemas operativos si ello les suponía pagar dos veces: una a las primeras y otra, en concepto de aduana, a Microsoft.

Con el navegador Explorer ha sucedido lo mismo. Empresas como Compaq (número uno mundial en el mercado de PCs compatibles con el estándar inicial creado por IBM), Gateway y Micron Electronics aseguraron, en octubre de 1997, que Microsoft les amenazó con no distribuirles Windows 95 si seguían incluyendo el navegador Navigator de Netscape como regalo para sus clientes <sup>16</sup>.

## BALANCE DE UNA ESTRATEGIA GLOBAL

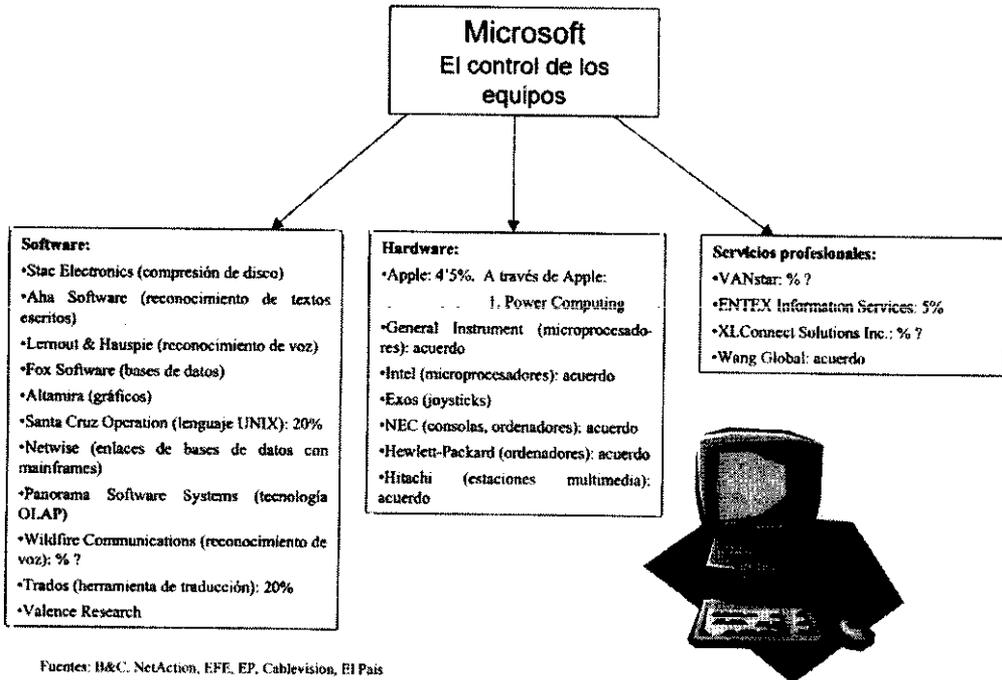
Todos estos métodos anteriores han permitido a Microsoft hacerse con una base de usuarios ("installed base") tan importante que le garantiza una cuota de mercado sin precedentes allí donde decide internarse. La empresa de Seattle controla el mercado de los microchips a través de su alianza con Intel, fabricante al que ha impulsado a un lugar hegemónico a pesar de que sus microprocesadores nunca fueron tan potentes y tan rápidos, por ejemplo, como los Motorola, instalados en los Macintosh de Apple. Además, ha desbancado a cualquier rival en el sector de los sistemas operativos e interfaces gráficas para PC, domina cada vez más las herramientas de diseño, cuyo uso potencia tanto vinculándolas a otros programas (VisualBasic viene unido a Windows 95 y 98) como formando a los programadores y técnicos de las empresas con las que llega a acuerdos, siendo, junto a Novell la única firma del sector que extiende un certificado especial para acreditar el dominio de sus productos.

El imperio de Gates, además, ha logrado vincular sectores del mercado de la informática que se movían en distintos niveles y planos. A través del control del escritorio ("desktop"), ha dado el salto al control de las redes, campo dominado por otras empresas tales como IBM, Oracle, Sun o Sybase. El método de entrada en las grandes redes ha sido el mismo que el utilizado para dominar los ordenadores personales: controlar el sistema operativo. En las redes, el principal sistema es UNIX, una creación de los laboratorios Bell que se ramificó en distintas versiones según qué fabricante lo desarrollara. Microsoft quiso entrar en el sector por medio de Windows NT, una versión de su popular sistema operativo, aunque antes se hizo con un 20% de Santa Cruz Operation, una de las empresas líder en UNIX, para participar en el mercado. Microsoft volvió a utilizar una agresiva política de contratos, así como potenció su estándar de transferencia de archivos entre distintos sistemas operativos, DCOM, frente al estándar abierto CORBA. El código DCOM permite el intercambio de ficheros, pero sólo funciona correctamente sobre ordenadores que empleen Windows <sup>17</sup>. En el mundo de las redes, en que pueden estar trabajando entre sí servidores que usen diferentes sistemas, termina limitando las posibilidades y favorece el uso de Windows para evitar tener problemas.

Por si fuera poco, en agosto de 1997, Microsoft compró acciones de Apple, su pequeño gran rival, por valor de 150 millones de dólares. Aunque la participación en el "imperio de la manzana" no suponía derecho a voto en un plazo de tres años, la operación tenía sus ventajas. Gates se aseguraba un nuevo mercado donde expandir su Internet Explorer, así como el resto de sus herramientas de diseño, aplicaciones y patrones. Con esto, zanjaba también una larga polémica sobre el uso inapropiado de patentes de Apple en su interfaz gráfica. Sin embargo, lo más interesante

era que, al apoyar con su inversión un sistema operativo diferente a Windows, evitaba las acusaciones de monopolio, motivo por el que ya se le juzgó entre 1993 y 1995. Extraña forma de defender la competencia si el acusado se halla en más del 96% de los sistemas operativos que se emplean en los ordenadores personales<sup>18</sup>.

Bill Gates está presente, con su empresa, en todos los mercados. Sus productos, como es natural, funcionan bien entre sí, pero nada garantiza que lo vayan a hacer correctamente con los fabricados por otros rivales en el mundo del software. El concepto de compatibilidad ha sufrido un vuelco, porque lo que antes significaba "funcionamiento dentro de un estándar abierto y común para evitar parcelas cerradas", ahora se ha transformado en "funcionamiento dentro del patrón que impone Microsoft". De esta forma, el gigante de Seattle se ha introducido en todos los mercados, sabedor de que su ausencia en cualquiera de ellos podría propiciar la aparición de otro rival que intentara dar el salto a sus dominios y terminara desplazándole de sitio. A Microsoft sólo le faltaba dar el salto al ciberespacio y a los medios de comunicación.



## A LA CONQUISTA DE LA "SUPERAUTOPISTA DE LA INFORMACIÓN"

En su libro *Camino al futuro*, Gates realizaba una serie de predicciones fáciles acerca de cuál será el futuro de la sociedad de la información. Describía lo que entendía entonces por autopista de la información y señalaba que iba a ser algo mucho mayor que Internet, y que ésta última no era más que una prima lejana de la primera. Se quedó muy corto.

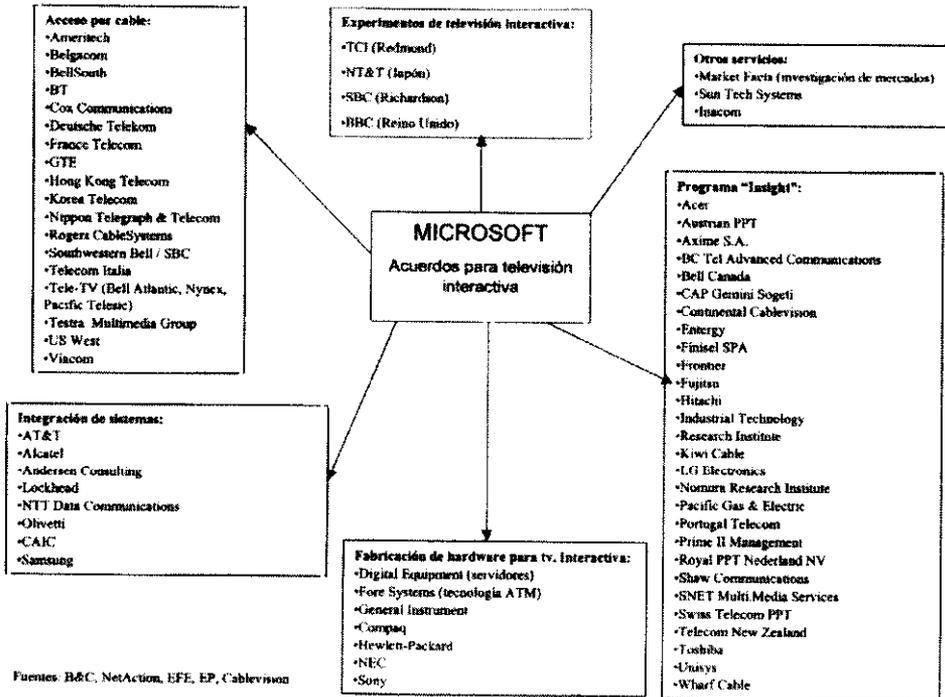
Alrededor de 1993, la revolución de los medios parecía situarse en el mundo de la televisión interactiva. Microsoft apostó fuerte por ella, pensando que el televisor podía ser un buen medio para unir al usuario doméstico a la autopista de la información, concebida más como un servicio en línea de pago que como un espacio libre para el intercambio de datos e informaciones. Gates empezó a establecer alianzas con fabricantes de software y hardware, así como con operadores de telefonía y cable, diseñando toda una arquitectura para establecer una red fiable de televisión interactiva. Microsoft pondría el software que operaría en los descodificadores ("set-top boxes") adaptados a los televisores para interpretar la señal digital, así como los programas con los que trabajarían los servidores y las bases de datos que almacenarían y distribuirían la información a la que tendría acceso el usuario: películas de pago, canales de televisión, compras, juegos...

Microsoft, al estilo de lo que estaban haciendo otras empresas como Oracle <sup>19</sup>, puso en marcha el proyecto "Insight" para "evangelizar", en palabras del especialista Tom Kerver <sup>20</sup>, a todas las empresas que pudieran estar interesadas en la televisión interactiva con el modo de hacer las cosas de la empresa de Gates. De hecho, puso en marcha tres ensayos: uno en Japón junto a Nippon Telegraph and Telecom (NT&T), otro en Richardson, trabajando con SBC (antigua Southwestern and Bell), y el tercero y más importante, el desarrollado en la sede de Microsoft en Redmond trabajando junto a TCI. El objetivo era experimentar con los canales que podían ser la vía de la futura autopista de la información, el cable y la fibra óptica, los dos medios con mayor ancho de banda para la transmisión de datos. Microsoft, además, se metió de lleno en la búsqueda de futuros proveedores de contenidos para televisión interactiva, y formalizó numerosas alianzas en este sentido, encuadradas dentro de su Interactive Television Media Partners <sup>21</sup>. Pero la televisión interactiva no era el camino. Entonces llegó el momento de pensar en los servicios en línea.

Empresas del sector como CompuServe, Prodigy o America On Line (AOL) estaban obteniendo sensacionales beneficios conectando a través del ordenador a millones de usuarios para que accedieran a servicios exclusivos de entretenimiento e información. Incluso daban la posibilidad de acceder a Internet a través de su conexión. Microsoft, pendiente de no fallar en el momento en que empezara a definirse la autopista de la información, lanzó su propio servicio en línea, The Microsoft Network (MSN). El éxito de MSN parecía estar garantizado al ofrecerse, junto a Windows 95, un icono de acceso y conexión inmediato con el nuevo invento de Gates, lo que fue motivo de vigilancia por parte del Departamento de Justicia. No pasó nada, a pesar de las quejas <sup>22</sup>, y a pesar de que Microsoft se garantizaba, sólo en Estados Unidos, un campo de más de 20 millones de usuarios potenciales que ya empleaban su sistema operativo.

Sin embargo, este tipo de servicios se ha visto superado en su concepto por Internet y han cambiado su forma de acceso para adaptarse a las circunstancias. Así, la mayoría ha creado un acceso desde la Red, donde se han convertido en portales a los que acceder a buena parte de las operaciones de comercio en línea que se ofrecen.

MSN fue un fracaso como servicio en línea, pero como lugar en la World Wide Web, presume de ocupar el segundo puesto en el ranking de visitas en Estados Unidos, con más de ocho millones y medio de accesos en el mes de marzo de 1998<sup>23</sup>.



## Y LLEGÓ INTERNET

La autopista de la información, sin embargo, se estaba diseñando en Internet, y Gates tardó demasiado en darse cuenta. A pesar de ello, el gigante de la informática reaccionó con velocidad y supo enmendar rápidamente su error. Durante 1994, Microsoft comienza a diseñar su estrategia para controlar la Red, un campo que, dada su tremenda velocidad de expansión, podía terminar engullendo el imperio informático si no se tomaban rápidas medidas. Todo esto, además, hacía presagiar el triunfo de una de las profecías de Oracle, rival de Microsoft, como era el ordenador de red, un pequeño aparato que carecería de disco duro y sistema operativo y que cargaría las aplicaciones de Internet.

Gates supo a dónde dirigir primero sus pasos. En el mundo interconectado, lo fundamental era poseer un buen software de navegación para llegar allí donde se desease. Ése era, además, el ámbito de actuación de Netscape, la empresa que más estaba avanzando con la venta de su Navigator. Microsoft comenzó obteniendo una licencia de Spyglass en 1994 para desarrollar su propio navegador, el Explorer, que pudo estar listo para el lanzamiento de Windows 95, con el que se adjuntaba<sup>25</sup>.

Inició a continuación una agresiva política de compras para hacerse con tecnología referente al sector y estableció acuerdos con empresas de contenidos y fabricantes, como AT&T, America On Line o Pointcast para que promocionaran su navegador en sus páginas en Internet o entre sus clientes en perjuicio de Netscape. A cambio, Microsoft incorporaba las direcciones en la Red de estas empresas a su Active Desktop, un servicio que se incluía con Windows 95 a modo de sugerencia y orientación para los clientes del software de Microsoft. Como se ve, una inocente forma de influenciar en los gustos de los usuarios del ciberespacio sin grandes conocimientos del área.

Entre las compras realizadas por Microsoft desde 1994 hasta principios de 1998, figuran inversiones o adquisiciones de empresas dedicadas a la creación de herramientas de edición de páginas Web -Vermer Technologies, que fabrica el programa Frontpage-, software para realizar transferencias económicas a través de Internet -eShop-, gestión de correo electrónico -LinkAge Software y, en 1998, Hotmail, el principal proveedor de servicios de correo electrónico del mundo-, así como tecnologías de compresión de audio y vídeo para facilitar la transferencia de archivos multimedia en la Red. En lo que se refiere a éste último aspecto, Microsoft participa en VDONet y Progressive Networks, y posee VXtreme, con lo que casi controla todo el sector. Igual sucede con el mercado del hardware de acceso a Internet, pues posee WebTV, la única empresa que, en este campo, ha desarrollado, por ahora, un proyecto consistente. El Departamento de Justicia investigó en 1997 todas estas compras, pero negó que hiciera falta intervenir porque "una serie de compañías, algunas de las cuales son participantes significativos en las industrias de las computadoras o de la electrónica de consumo, han entrado o lo harán pronto en el mercado con productos competitivos o tecnologías alternativas" <sup>26</sup>.

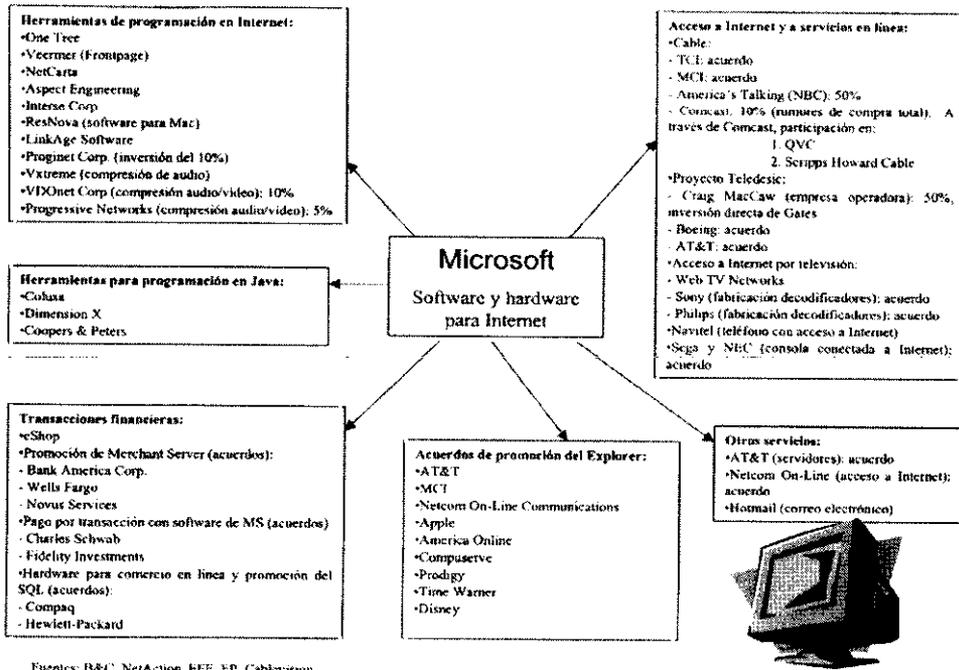
Microsoft también ha hecho su particular incursión en el mundo de los lenguajes de programación en Internet. Aquí, la empresa que controla el mercado es Sun Microsystems con su lenguaje Java. Éste último tiene la particularidad de ser abierto, es decir, funciona en cualquier clase de sistema operativo. Eso, evidentemente, es una amenaza para Microsoft. La empresa de Gates creó el software ActiveX, que pretendía disminuir la influencia de Java en la Red, pero terminó haciéndose con una licencia de Java para poder competir en un sector que no acababa de controlar.

Microsoft ha terminado elaborando una variante de este lenguaje llamada J/Direct que funciona mejor en ordenadores con Windows. El caso está ahora en los tribunales por un "presunto daño irreparable" a la imagen de Sun <sup>27</sup>.

Los últimos movimientos de Microsoft en el mercado del ciberespacio se han encaminado al control de los accesos a Internet. El problema de esta red en la actualidad es su capacidad de transmisión de datos multimedia. Las redes RDSI y el cable, sobre todo, se perfilan como inmediatas alternativas para proporcionar un mayor ancho de banda y, por ende, una mayor velocidad. Microsoft aprovechó sus alianzas en el sector del cable para no perder comba y estar en el sitio adecuado para cuando empezaran a comercializarse módems para este tipo de medio. Incluso posee inversiones directas, como la que tiene en Comcast, cuarto distribuidor del país, o las que le proporciona la NBC gracias a la alianza que mantienen desde 1995.

Con la TCI, sin embargo, la relación se envenenó cuando Microsoft hizo públicos sus planes de cobrar una pequeña porción de cada transferencia económica hecha en la red con su software. Aunque luego habló de entrar en conversaciones con otros fabricantes de software para establecer patrones abiertos en los aparatos de acceso a Internet a través de la televisión, insistió en seguir promocionando su Windows CE (el sistema operativo que quiere que funcione en todos los electrodomésticos del futuro) y los diseños de WebTV. John Malone, presidente de TCI, saltó indignado con esta propuesta <sup>28</sup>. A los pocos días, Gates ofrecía entre 500 y 1.000 millones de dólares por acciones de la TCI. En 1998, sin embargo, se le adelantó AT&T.

Los últimos experimentos de Microsoft han ido encaminados a crear la llamada Internet 2. Su proyecto Teledesic, creado conjuntamente con el magnate Craig McCaw, pondría en órbita 288 satélites de baja cota que permitirían aumentar la velocidad de transmisión, y le darían el control de la Red.

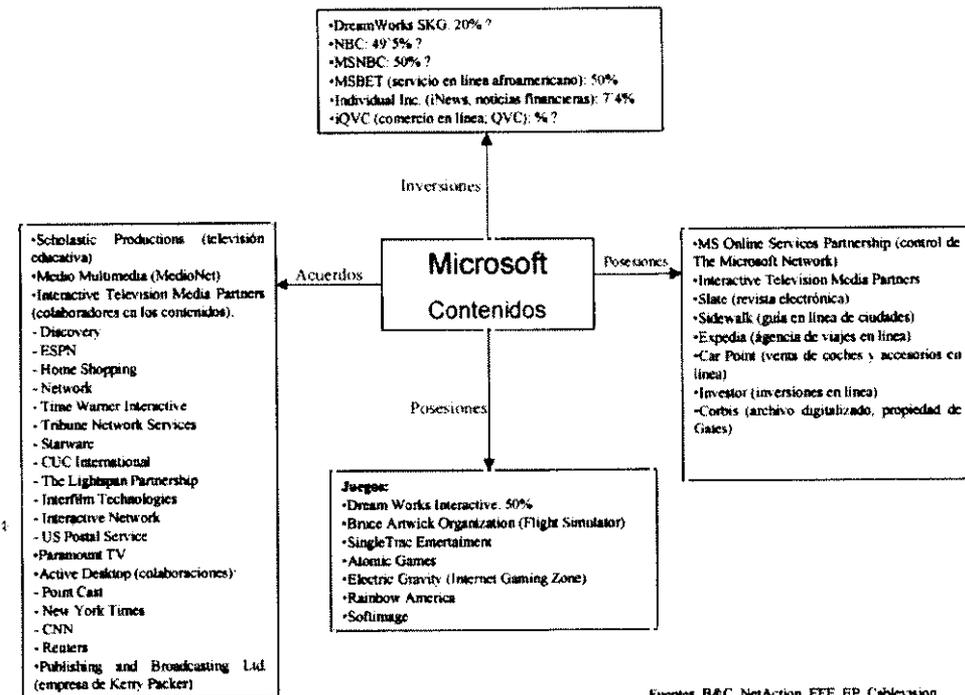


## EL NEGOCIO DE LOS MEDIOS

"Somos una compañía de software. En segmentos como el mundo interactivo vemos una oportunidad para participar, pero no tenemos interés en el mundo de los medios de comunicación tradicionales" <sup>29</sup>. Eso decía Gates en 1995. Ese mismo año alcanzaba un acuerdo con la NBC para crear el canal de noticias 24 horas MSNBC, así como un servicio paralelo de información en Internet. Al mismo tiempo coqueteaba con la TBS de Turner (antes de que Time Warner le cortara las alas al creador de la

CNN). Incluso en 1997 se rumoreó que andaba tras la CBS después de anunciar Westinghouse su intención de separar la división de entretenimiento del resto del grupo <sup>30</sup>. El propio Gates, a parte de Microsoft, es el propietario de Corbis, el mayor archivo digital de imágenes del mundo, gracias al que podría terminar controlando, en el futuro, buena parte del mercado gráfico relacionado con los medios de comunicación.

No conforme con eso, en junio de ese año lanzó a la Red su primera revista electrónica, "Slate", y ha puesto en marcha una serie de servicios en línea, tales como Carpoint, Expedia o Sidewalk, que, además de permitir comprar repuestos para el coche, vender billetes de avión o entradas para el teatro, respectivamente, ofrecen información y, en el caso concreto de Sidewalk (una guía de ciudades electrónica) emplean a decenas de periodistas. Por no hablar, del atractivo que suponen estos lugares en Internet para los anuncios por palabras, una de las principales fuentes de ingresos de la prensa local norteamericana. A pesar de todo eso, Gates no está interesado en los medios tradicionales. A no ser que haya que cambiar la definición de lo que es un medio tradicional.



Fuentes: B&C, NetAction, EFE, EP, Cablevision

## ¿PROBLEMAS CON LA JUSTICIA O PUBLICIDAD GRATUITA?

En 1990, la justicia estadounidense investigó a Microsoft e IBM por supuestas confabulaciones para hacerse con el mercado. En 1993 inició un nuevo proceso por construir, a través de su sistema operativo, un basto monopolio para controlar el mercado. En 1995 se cerró este último proceso por medio de un acuerdo amistoso por el

que Microsoft se comprometía a no utilizar prácticas monopolísticas para promocionar sus productos. A cambio, el Departamento de Justicia le reconocía la capacidad de innovar e, indirectamente, negaba que ejerciera un monopolio en el campo de los sistemas operativos, a pesar de que su base de usuarios se hubiera creado por medio de prácticas ilegales.

Microsoft ha sido investigado en múltiples ocasiones. Tiene pendientes varios procesos, como el que mantiene con Sun por el lenguaje Java, el que le enfrenta a Ticketmaster (controlada por Paul Allen, co-fundador y accionista de Microsoft) por uso indebido de sus contenidos y enlaces o el que Bristol Technologies abrió en agosto acusando a Microsoft de enredarle en una trama al desarrollar Windows NT para "ahogar la competencia de otros sistemas operativos como Unix, OpenVMS y O/390"<sup>31</sup>. El último lío judicial de la empresa de Seattle se ha centrado en la polémica del navegador, pero en realidad tiene su base en la ruptura con el acuerdo amistoso alcanzado en 1995. A Microsoft se le acusa de volver a violar las leyes anti-trust por medio de presiones y contratos ilegales con fabricantes y distribuidores. Sin embargo, ¿se atreverá el Departamento de Justicia a obligar a Microsoft a separar el Explorer y MSN de Windows cuando le reconoció hace años la libertad para añadir mejoras a sus sistemas operativos? ¿Cómo se va a desvincular el Explorer de Windows si éste está diseñado para trabajar con el primero hasta el punto de ser la misma cosa prácticamente? ¿Acaso es posible que el Departamento de Justicia se atreva a dismantelar el imperio de Microsoft cuando en 1995 dejó pasar la oportunidad de aplicar realmente la ley sobre el monopolio que ya entonces existía en el mercado de los sistemas operativos?

Algunos vaticinan que la resolución del caso puede terminar obligando a dividir Microsoft en varias empresas, al igual que se hizo con AT&T y las llamadas "Baby Bell". Lo más probable, sin embargo, es que, en aras de no coartar la innovación - como tanto le gusta decir a Bill Gates-, los tribunales se limiten a dar un tirón de orejas al gigante de Seattle. Y aún en caso de que Microsoft perdiera, que nadie se relaje. Los que están dispuestos a testificar en contra y a denunciar las prácticas monopolísticas de Microsoft también saben lo que es destruir al rival (es el caso de Netscape, que acabó con el patrón abierto que suponía el navegador Mosaic, promocionado por el gobierno norteamericano) y ansían ocupar el puesto que Gates podría dejar vacante. Como dijo el presidente de Disney, Michael Eisner, en 1995, "las sinergias están debajo de cada roca a la que damos la vuelta", y eso no parece que vaya a remediarlo ni la Justicia ni las leyes de un mercado sin ley.

## NOTAS

<sup>1</sup> Cavestany, Juan: "Líos por Internet", El País, 26 de octubre de 1996.

<sup>2</sup> Gates, Bill: *Camino al futuro*, McGraw Hill, Madrid, 1995, pág. 16.

<sup>3</sup> Castells, Manuel: *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red*, Alianza Editorial, Madrid, 1997-1998.

<sup>4</sup> Manes, Stephen y Andrews, Paul: *Gates: How Microsoft's Mogul Reinvented an*

- Industry and Made Himself the Richest Man in America*, citado en "From MS Word to MS World: How Microsoft is Building a Global Monopoly", NetAction, 1997.
- <sup>5</sup> Reback, Gary L. (Wilson, Sonsini, Goodrich & Rosati), "Memorandum of amici curiae in opposition to proposed final judgement", Civil Action n° 94-1564, 10-1-95.
  - <sup>6</sup> EFE, "Microsoft unifica sistemas operativos en Windows 2000", 28-10-98.
  - <sup>7</sup> Business Week, citado en "Internet, la asignatura pendiente de Microsoft", Actualidad Económica, 25-12-95, pág. 40.
  - <sup>8</sup> Schlender, Brent: "Bill Gates: What Doesn't He Want", citado en Reback, Gary (WSG&R), "Memorandum of amici curiae..."
  - <sup>9</sup> Helm, Leslie, "Antitrust in Cyberspace: New Rules of the Game", citado en NetAction "From MS Word..."
  - <sup>10</sup> EFE, "Responsable Apple acusa a Microsoft de sabotaje en juicio", 4-11-98.
  - <sup>11</sup> "If Microsoft Built Cars", <http://www.acb.com/cars/html>.
  - <sup>12</sup> NetAction, "From MS Word..."
  - <sup>13</sup> Tedesco, Richard: "Microsoft's new browser boosts interactivity", Broadcasting & Cable, 29-7-96, pág. 58.
  - <sup>14</sup> Reback, Gary (WSG&R), "Memorandum of amici curiae..."
  - <sup>15</sup> Wiegner, Kathleen: "Blast from the past", citado en NetAction "From MS Word..."
  - <sup>16</sup> Gonzalo, Julio: "Tres fabricantes de ordenadores testifican contra Microsoft", El Mundo, 24-10-97, pág. 24.
  - <sup>17</sup> NetAction, "From MS Word..."
  - <sup>18</sup> Cavestany, Juan: "Una sola red, un solo lenguaje", El País, 17-8-97, pág. 36.
  - <sup>19</sup> Shapiro, Mitch: "Software Servers", Television Business International, junio de 1994, pág. 40.
  - <sup>20</sup> Kerver, Tom: "The Microsoft Mission", Cablevision, 5-2-96, pág.21.
  - <sup>21</sup> Berniker, Mark: "Microsoft moves into cable", Broadcasting & Cable, 15-5-95, pág. 42.
  - <sup>22</sup> Berniker, Mark: "Online services band against potential Microsoft monopoly", Broadcasting & Cable, 14-11-94, pág. 48.
  - <sup>23</sup> Datos de RelevantKnowledge (Website ratings).
  - <sup>24</sup> The Economist, citado en "Microsoft vuelve a ganar por la mano", Actualidad Económica, 9-6-97, pág. 36.
  - <sup>25</sup> "Gates reinventa Microsoft para entrar en Internet", Actualidad Económica, 29-7-96, pág. 50.
  - <sup>26</sup> Informe del Departamento de Justicia norteamericano del 1-8-97, citado en Albiniak, Paige: "DOJ looks at Microsoft spending", Broadcasting & Cable, 25-8-97, pág. 19.
  - <sup>27</sup> "Admitida la alegación de Sun contra Microsoft", ABC Informática, 8-4-98.
  - <sup>28</sup> Higgins, John M. y Coman, Price: "Microsoft, Oracle in high-speed chase", Broadcasting & Cable, 15-9-1997, pág. 16.
  - <sup>29</sup> Berniker, Mark: "Gates says Turner talks on hold", Broadcasting & Cable, 11-9-95, pág. 56.
  - <sup>30</sup> Parrado, Julio A.: "Bill Gates también quiere la CBS", El Mundo, 2-7-97, pág. 24.
  - <sup>31</sup> EFE: "Empresa que ayudó a desarrollar Windows demanda a Microsoft", 19-8-97.
  - <sup>32</sup> Citado en Tucher, Andie: "The Real Dangers of Conglomerate Control", Columbia Journalism Review, marzo/abril de 1997.