

CAPÍTULO 1

EL ATAQUE ANTIMONOPOLIO CONTRA MICROSOFT

El juicio antimonopolio de 1998, promovido por el Departamento de Justicia y veinte procuradores estatales contra la Corporación Microsoft,¹ ilustra todo lo que aún está mal en la política antimonopolio y demuestra por qué dichas leyes deben ser abolidas.

A continuación, un breve resumen de las dificultades que atravesó Microsoft. En 1990, la Comisión Federal de Comercio (FTC) abrió una investigación sobre las prácticas de Microsoft para otorgar licencias de software, pero la cerró en 1992 sin formular cargos (esto fue importante porque la FTC se encarga expresamente de supervisar las llamadas «prácticas de competencia desleal»). Sin embargo, de manera extraña, el Departamento de Justicia, bajo la dirección de la Procuradora General Adjunta Anne K. Bingaman, retomó la ya abortada investigación de la FTC sobre Microsoft y expandió su alcance considerablemente.²

Después de un estudio adicional de dos años, el Departamento de Justicia concluyó que el sistema de licencias «por procesador» desarrollado por Microsoft desincentivaba a los fabricantes de ordenadores de instalar otros softwares competitivos, así como que la licencia estándar de dos años excluía injustamente a sus competidores del mercado. A fin de evitar una larga disputa, Microsoft acordó suscribir un Decreto Consensual³ con el Departamento de Justicia en 1994 por el cual accedió a

¹ United States v. Microsoft Corp. Civ. Action, n.º 98-1232 (1998).

² Debido a la presión de los competidores de Microsoft, el senador Howard Metzenbaum (demócrata, Ohio) y el senador Orrin Hatch (republicano, Utah) apremiaron a la Sra. Bingaman para reexaminar el caso Microsoft. Véase *Wall Street Journal*, 2 de agosto de 1993, p. B8.

³ [N. de T.]: El Decreto Consensual (*Consent Decree*) es un remedio común en el Derecho Antimonopolio norteamericano. Consiste en una transacción que se da en el

terminar con el otorgamiento de licencias «por procesador» y a reducir el plazo de su licencia estándar de dos años a un año. No obstante, el Juez de Distrito de los Estados Unidos Stanley Sporkin se negó a homologar este acuerdo porque no proveía un «remedio antimonopólico efectivo» ni se condecía con el interés público; decisión que posteriormente fue revocada por una Corte de Apelaciones. El Decreto Consensual alcanzó plena efectividad en 1995.

Habiendo resuelto este grupo de supuestas prácticas restrictivas, las autoridades antimonopolio se concentraron inmediatamente en otro grupo de prácticas relacionadas con el «acceso a internet». La preocupación provenía de la decisión de Microsoft de integrar (o atar) varias aplicaciones de software dentro de su cada vez más popular sistema operativo Windows.

En primer lugar, en una conducta sin precedentes, el Departamento de Justicia amenazó con retrasar el lanzamiento de Windows 95 debido a que Microsoft unió su propio servicio de Internet *online* (Internet Network) con Windows. En segundo lugar, Justicia y Microsoft tuvieron un desagradable desacuerdo sobre la decisión de este último de atar su navegador (*browser*) de Internet —Explorer— a su sistema operativo. El gobierno sostenía que tal atadura violaba el Decreto Consensual suscrito en 1995, mientras que Microsoft argüía que dicho decreto explícitamente permitía la «integración» del navegador y de otras aplicaciones más. Sobre esta discrepancia, una Corte de Apelaciones falló definitivamente a favor de Microsoft en junio de 1998⁴ pero, en el ínterin, el Departamento de Justicia y veinte estados iniciaron una demanda antimonopolio contra Microsoft.

La demanda alegaba que Microsoft tenía el monopolio de los sistemas operativos para ordenadores personales y que ilegalmente pretendía apalancar dicho poder hacia otros productos o servicios; que estaba inmerso en acuerdos restrictivos con fabricantes de PC's y proveedores del servicio de Internet, y que su monopolización perjudicaba a competidores y consumidores. El proceso se inició en octubre de 1998.

contexto de un juicio antimonopolio, celebrada entre el Departamento de Justicia y el acusado, por la que este se compromete a adoptar determinadas conductas tendientes a detener o redimir el daño antimonopólico generado. Estos decretos tienen atributos privados (contratos), pero debido a que existe interés público de por medio, deben ser aprobados por el juez de la causa y su cumplimiento tiene respaldo judicial.

⁴ United States v. Microsoft Corp., 147 F. 3d 935 D.C. Cir. (1998).

I. EL MONOPOLIO DE MICROSOFT

Que Microsoft tenga o no un monopolio de los sistemas operativos depende, por supuesto, de una definición precisa de monopolio. Un monopolio perfecto previsiblemente controlaría *toda* la oferta disponible de un producto perteneciente a algún mercado relevante correctamente definido y con fuertes barreras *legales* de acceso. Dado que Microsoft daba licencias al 90% de los sistemas operativos vendidos para ordenadores personales y que no existían barreras legales de acceso al mercado de software, es claro que Microsoft no tenía un monopolio perfecto. En el mercado estaban disponibles otros sistemas operativos para ordenadores personales (Mac OS, Unix, OS/2, Linux) y los consumidores podían adquirirlos si el sistema de Microsoft no lo estuviera; además de que nuevos competidores tenían siempre la posibilidad de entrar al mercado. A pesar de esto, amparados en cierto precedente,⁵ los juristas podían argumentar que cualquier porcentaje de participación de mercado por encima del 70% (con o sin barreras legales de acceso) puede considerarse un monopolio bajo la ley antimonopolio.

Tal como desarrollaremos en las páginas que siguen, la teoría del monopolio basada en la participación de mercado es confusa y engañosa. Mucho depende de cómo sea definido el mercado relevante. Pero aún más importante, una empresa puede producir un producto superior, venderlo a bajo precio y obtener una posición dominante gracias a las decisiones de los propios consumidores. Se supone que la ley no se dicta para restringir este tipo de conductas beneficiosas.⁶ Es más, no es el monopolio (sea cual sea su definición), sino la «monopolización», lo que resulta ilegal bajo la Ley Sherman. En realidad, la ley requiere que, luego de haberse definido preliminarmente la posición del acusado en el mercado, se demuestre la realización de llamadas prácticas monopólicas. Las preguntas importantes serían: ¿Cómo obtuvo la empresa su participación de mercado? ¿La empresa excluyó competidores del mercado indebidamente? ¿Restringió indebidamente el proceso competitivo?

Desde nuestra perspectiva, la participación dominante de Microsoft en los sistemas operativos emergió legítimamente de un proceso competitivo de libre mercado. El mercado del software para PC's estaba legalmente abierto a cualquier competidor y, de hecho, existían muchos

⁵ United States v. E.I. DuPont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956).

⁶ United States v. Grinnell Corp., 384 U.S. 563 (1966).

competidores talentosos (Sun, Netscape, Novell, Oracle, Apple, IBM), algunos más grandes y otros más pequeños que Microsoft. El proceso de mercado en este sector siempre se ha caracterizado por intensa innovación, rápido crecimiento, precios que caen súbitamente, así como fuerte rivalidad (y eventual cooperación) entre competidores. El mercado ilustra la visión del economista austriaco Joseph Schumpeter de la competencia como un proceso de destrucción creativa.

Microsoft alcanzó su posición en el mercado innovando agresivamente y promoviendo un sistema operativo estándar y abierto que integraba varias aplicaciones (compartimiento de archivos, opciones de fax y soporte de redes) que antes habían estado disponibles solo por separado. Cientos de fabricantes de PC's, miles de desarrolladores de aplicaciones y eventualmente millones de consumidores comenzaron a apreciar las ventajas de la propuesta Microsoft Windows. Un sistema operativo estándar e integrado era menos costoso de producir y distribuir, más fácil de usar y, por último, más beneficioso para los consumidores. Como consecuencia, algunos líderes en dicho mercado sucumbieron en el camino, mientras un arrollador Microsoft emergió del proceso competitivo con una participación en el mercado legítimamente lograda.

II. EFECTOS DE RED Y DEPENDENCIA DE LA SENDA

Algunos críticos sostienen que el dominio en el mercado de software es reforzado injustamente por los llamados efectos de red.⁷ Se dice que empresas grandes y exitosas como Microsoft tienen una injusta ventaja sobre las pequeñas porque un número mayor de usuarios —redes más grandes— genera aún mayores beneficios para los consumidores, lo cual, a su vez, produce redes aún más grandes y ganancias para las empresas dominantes.

Se puede admitir que los efectos de red de un sistema pueden incrementar la demanda en favor de las empresas más grandes, así como los beneficios para los consumidores que usan el sistema. Es más, las economías de escala pueden generar ventajas relacionadas con la estructura de costes a favor de los líderes en el mercado, haciendo aún más difícil

⁷ Para una discusión extensa sobre este tema, véase Lopatka, J.E. y Page, W.H., «Microsoft, Monopolization and Network Externalities: Some uses and abuses of economic Theory in Antitrust Decision Making», en *Antitrust Bulletin* 40, verano de 1995, pp. 317-70.

que las pequeñas empresas se mantengan competitivas. Pero no hay nada económicamente injusto o reprochable en este desarrollo.

En primer lugar, retornos crecientes y costes marginales bajos no constituyen una garantía infranqueable de éxito en el largo plazo. La historia empresarial está llena de líderes innovadores que experimentaron pérdidas dramáticas en su participación de mercado debido a cambios en las preferencias de los consumidores y en la tecnología. En segundo lugar, costes bajos y ventajas crecientes para un grupo mayor de usuarios de la red son precisamente *los beneficios económicos* esperados del proceso competitivo y, en ese sentido, nunca deberían ser reprochados. Se supone que, por un lado, el proceso competitivo genera menores costes y beneficios crecientes a los consumidores, mientras que, por otro lado, castiga a los competidores que generan poco valor y altos costes. Se supone que la competencia recompensa a las empresas que innovan primero, que construyen sistemas integrados y que se expanden antes que sus competidores. Luego hacer de estas empresas el blanco del sistema antimonopolio es una escandalosa contradicción con su supuesta intención y revela, por otro lado, su verdadero propósito proteccionista.

Otro argumento recurrente es la noción de *dependencia de la senda* (*path dependency*) por la que un monopolista con retornos crecientes estaría en capacidad de mantenerse operando con una tecnología inferior, mientras excluye a competidores con innovaciones superiores. Se aduce que esto ha ocurrido en repetidas oportunidades a lo largo de la historia empresarial (el ejemplo del teclado QWERTY es usualmente referido) y se alega que constituye una seria ineficiencia asociada al monopolio.

Los mitos mueren atrozmente en nuestra área de estudio. Tomando en cuenta correctamente los costes involucrados, simplemente no existe soporte empírico para afirmar que una tecnología inferior pueda excluir a una tecnología superior (una suerte de Ley de Gresham aplicada a la innovación).⁸ El mito del teclado QWERTY ha sido efectivamente refutado, al igual que lo han sido otros supuestos ejemplos como la controversia BETA/VHS sobre formato de grabación.⁹ Esta falta de soporte empírico no debería sorprender, ya que los teóricos de la *dependencia de la senda* entienden la dinámica de la innovación al revés. La participación de mercado es, después de todo, el resultado directo de la recompensa que

⁸ Liebowitz, S.J. y Margolis, S.E., «Path Dependence, Lock-in and History», en *Journal of Law, Economics and Organization* 11, 1995, pp. 205-26.

⁹ Liebowitz, S.J. y Margolis, S.E., «The Fable of the Keys», en *Journal of Law and Economics* 33, 1990, pp. 1-25.

los consumidores dan a las empresas que continuamente les han brindado innovaciones *superiores*. Nuevamente, el ataque antimonopolio sobre los líderes de mercado es un ataque a la eficiencia demostrada y a las preferencias reveladas de los consumidores.

III. PRÁCTICAS RESTRICTIVAS¹⁰

Los caza-monopolios tenían una perspectiva bastante diferente. Ellos aducían que Microsoft estaba inmerso en ciertas prácticas restrictivas con los fabricantes de equipos originales y proveedores de Internet, las cuales habrían tenido el efecto de bloquear el mercado a importantes competidores de Microsoft. Veamos, por ejemplo, el tema del navegador de Internet. Como Microsoft ató su propio navegador (Explorer) a su sistema operativo Windows y, además, lo ofrecía gratis a los fabricantes de PCs, los otros productores de navegadores —como el líder Netscape Communications— denunciaban que estaban siendo excluidos gradualmente del mercado.

Pero el problema consiste en determinar si Netscape y los otros fueron excluidos *injustamente*. Cuando Microsoft licenciaba su software, por lo general no impedía que los fabricantes de PC's instalaran el software de sus competidores.¹¹ Tampoco mantenía contratos de exclusividad explícitos con los fabricantes de PC's. Grandes empresas como Dell, Compaq, Gateway y miles de los llamados revendedores, quienes construían casi la mitad de la totalidad de los sistemas de las PC's nuevas, pudieron instalar el navegador de Netscape, Navigator, o cualquier otro navegador si así lo hubieran querido. Por tanto, la integración en sí del producto de Microsoft no creó un bloqueo físico contra sus rivales.¹²

¹⁰ [N. de T.]: Si bien cada legislación opta por definir los detalles de manera diferente, por lo general las «prácticas restrictivas» se entienden como acuerdos o actuaciones concertadas entre empresas horizontal o verticalmente relacionadas y que tienen por efecto la reducción o falseamiento de la competencia. El típico y más grave ejemplo es el concierto de precios entre competidores directos (relación horizontal). Sin embargo, la gama de posibilidades puede incluir concertaciones de territorios o calidades, acuerdos entre productor y distribuidor, etc.

¹¹ Microsoft no prohibió a los fabricantes de PCs agregar software «competitivo» más allá de la pantalla de inicio. Sin embargo, sí restringió la eliminación de su código, una práctica que no es extraña en el mercado de software; muchos de los competidores de Microsoft también integran funciones e imponen restricciones similares sobre la eliminación de sus códigos.

¹² Los usuarios de PC pueden descargar navegadores directamente de la web, incluyendo el Navigator. De hecho, Netscape ha distribuido más de 100 millones de

La exitosa integración de producto llevada a cabo por Microsoft bien pudo haber reducido la participación de Netscape en el mercado, pero esa es una cuestión totalmente ajena. Si los consumidores preferían el navegador integrado de Microsoft, es lógico que disminuyesen su demanda por navegadores alternativos, en beneficio del negocio de Microsoft y en perjuicio del de sus competidores. Sin embargo, tal como desarrollaremos a continuación, este tipo de elección de los consumidores no restringe el comercio ni reduce la competencia. Al contrario, el proceso competitivo se ve reforzado cuando unas empresas le quitan el negocio a otras, y el comercio en general se expande cuando, digamos, un navegador completamente integrado funciona mejor para los consumidores.

Las autoridades antimonopolio también manifestaban que Microsoft era capaz de apalancar su poder monopolístico en los sistemas operativos hacia el mercado de navegadores y así dañar a los consumidores. Este argumento no es convincente. Primero, porque si el sistema operativo de Microsoft ya estuviera siendo proveído a un precio que maximice beneficios, no existiría poder de apalancamiento adicional para explotar a los usuarios de navegadores. Segundo, no tiene ningún sentido económico diluir el valor de un producto superior (sistema operativo) con un producto aditivo supuestamente inferior (navegador). Finalmente, Microsoft otorgaba su navegador sin coste adicional, lo cual constituye una pobre evidencia de apalancamiento o daño a los consumidores. Está claro que un sistema operativo que incluya un navegador gratis es mejor para los consumidores que un sistema sin navegador, o uno con navegador a un coste adicional.

Como es usual, el gobierno maneja la lógica económica al revés. Atar o producir integración no necesariamente es un elemento de monopolización; de hecho, puede ser un importante elemento de vigorosa rivalidad. La decisión de Microsoft de integrar su navegador al sistema operativo pretendía ser una manera más efectiva de competir con empresas que ya habían incluido alguna tecnología para navegar en la web dentro de sus sistemas operativos (Apple Computer), y con nuevos competidores como Netscape que habían ganado una posición de dominio desarrollando navegadores independientes. Por tanto, cuando las autoridades y competidores de Microsoft se quejaban de la integración o de precios predatorios, en realidad estaban quejándose de los rigores del proceso competitivo; no de alguna «monopolización».

copias de su propio navegador en 1998. *Wall Street Journal*, 6 de noviembre de 1998, p. A3.

Los mismos argumentos son aplicables a los acuerdos de Microsoft con los proveedores de servicios de Internet los cuales —se decía— eran restrictivos y perjudiciales para los competidores. El hecho es que *todos* los contratos empresariales son restrictivos. Todo arreglo contractual cierra opciones y excluye otras alternativas. Los contratos cuyo plazo excede del año son más excluyentes que aquellos que duran una semana. Pero la aplicación del sistema antimonopolio no puede partir de esta aproximación a las prácticas restrictivas, a no ser que queramos una política pública que micro-controle todos los contratos empresariales. Asumiendo que mantenemos la legislación, el análisis debería enfocarse hacia la siguiente pregunta: ¿los arreglos contractuales privados restringen efectivamente la cantidad producida en el mercado y elevan los precios? Claramente, la evidencia en el sector de las PC's es que estos arreglos contractuales libres han originado incrementos masivos en la cantidad producida, así como una disminución radical en los precios a los consumidores. Eso, francamente, debería ser el final del problema.

Irónicamente, si Microsoft hubiera restringido las licencias de Windows solo a pocas y selectas empresas, se le habría acusado de monopolización por restringir el comercio. Si hubiera cobrado precios exorbitantes por su propiedad intelectual, habría sido acusada de explotar su poder monopólico. O si se hubiera negado a integrar paquetes de software con aplicaciones, se le habría acusado de reprimir la innovación y acaparar el desarrollo a fin de disfrutar la vida tranquila de un monopolista.

En cambio, Microsoft adoptó la conducta empresarial opuesta. Dio licencia de su software a cualquier legítimo fabricante de PC's (en el mundo), mientras que las tarifas por sus sistemas operativos habían alcanzado en promedio menos del 3% del coste de las PC's en 1996.¹³ Progresivamente integró varias aplicaciones de software adicionales a un coste mínimo para el consumidor. Y todo esto fue realizado sin ningún subsidio del gobierno, barreras legales de acceso o regulación. No obstante, guiados erróneamente por estadísticas sobre su participación de mercado, así como por los sufridos reclamos de sus competidores, los críticos seguían preocupados por un malévolo intento de monopolización en la conducta de Microsoft. Y en su rabia regulatoria, amenazaron con arruinar a una de las organizaciones empresariales más exitosas de América.

¹³ *Wall Street Journal*, 2 de diciembre de 1998, p. B6.

IV. EL CASO *LORAIN JOURNAL*

Robert H. Bork, uno de los promotores de la demanda antimonopolio contra Microsoft, ha defendido la idea de que *Lorain Journal*,¹⁴ un débil caso de 1951, puede servir de exacta analogía para el caso de Microsoft.¹⁵ En Lorain, el único periódico local celebró contratos exclusivos de publicidad con comerciantes locales a efectos de impedir que estos auspiciaran a una emisora de radio competidora. El gobierno lo enjuició exitosamente para obligarlo a terminar tales contratos.

Los hechos y argumentos en Lorain no tienen nada que ver con la situación de Microsoft.¹⁶ Los contratos de licencia que tenía Microsoft con los fabricantes de PC's no requerían que éstos boicotearan los productos de los competidores de Microsoft. Los fabricantes por lo general podían instalar programas rivales y eran libres de promover su propio contenido en la pantalla inicial de Windows. Adicionalmente, los consumidores eran libres de agregar o eliminar cualquier producto de Windows, e incluso reemplazar completamente la pantalla inicial (si así lo hubieran querido) con unos cuantos clics. Es más, Microsoft no era el único sistema operativo («periódico») en el pueblo y tampoco se enfrentaba a un único competidor autorizado a operar por el gobierno («emisora de radio»). Finalmente, Microsoft tenía fuertes argumentos de eficiencia para integrar Explorer a su sistema operativo,¹⁷ argumentos que no serían tan concluyentes en el caso de los contratos de exclusividad celebrados por el periódico. En suma, *Lorain Journal* y el juicio contra Microsoft no tenían sustancialmente nada en común.

V. MIRANDO A TRAVÉS DEL ESPEJO

El caso de Microsoft resalta el fracaso intelectual del sistema antimonopolio. El mercado no tenía barreras legales, existían numerosos competidores de diversos tamaños, el cambio tecnológico era rápido y continuo,

¹⁴ 342 U.S. 143 (1951). La decisión de primera instancia es 92 F. Supp. 794, Ohio, 1950.

¹⁵ Bork, R.H., «Carta al editor», en *Wall Street Journal*, 15 de mayo de 1998.

¹⁶ Armentano, D.T., «Why Robert Bork is Wrong: Microsoft and the Lorain Journal Case», en *Point, Competitive Enterprise Institute*, 19 de agosto de 1998.

¹⁷ Levy, R., «Microsoft and the Browser Wars: Fit to be Tied», en *Cato Institute Policy Analysis*, n.º 296, 19 de febrero de 1998.

la producción se expandía y los precios caían considerablemente, la empresa líder en software licenciaba ampliamente sus sistemas operativos a precios razonables y los competidores se quejaban constantemente de los rigores del proceso competitivo. Irónicamente, la acción del gobierno contra Microsoft era defendida en base a una explícita evidencia de competencia vigorosa: memorándum y correos electrónicos internos que exponían claramente las intenciones de Microsoft de enterrar a sus rivales y emerger victorioso de las contiendas de software y navegadores.¹⁸

En el deporte profesional, semejante pesquisa en los *lockers* de los jugadores hubiera sido evidencia de rivalidad competitiva. Solo en el mundo de la regulación antimonopolio, que nos recuerda al «País de las Maravillas» de Alicia, estas declaraciones competitivas y comportamiento agresivo podrían transformarse mágicamente en un siniestro escenario de monopolización.

Sin perjuicio de los argumentos económicos, la acción contra Microsoft fue también una burla al sentido común de justicia. Microsoft tenía un derecho de propiedad sobre el software que había desarrollado e innovado rentablemente y, en ese sentido, tenía derecho a desarrollar cualquier nuevo código que perfeccionara las aplicaciones de su software, a impedir que los usuarios o fabricantes de PC's borraran alguna parte de su programa, a determinar el plazo de las licencias que otorgaba y el precio de ellas, así como tenía el derecho de competir libremente o cooperar con cualquier rival. No obstante, el sistema antimonopolio intentó suprimir estos derechos básicos e imponer restricciones selectivas sobre la libertad de Microsoft mientras dejaba sin restricción alguna a sus envidiosos competidores.¹⁹

Por último, resultaba completamente ingenuo que el gobierno intentase planificar el mercado de la computación, pues el marco tecnológico involucrado y las preferencias de los consumidores cambian demasiado rápido. Regular en este escenario dinámico crearía incentivos para pelear por resultados predeterminados en vez de que estos sean definidos en el

¹⁸ El gobierno confiscó más de 3 millones de páginas de correspondencia interna de Microsoft. Gran parte del juicio se centró en el debate sobre el significado e intenciones de los correos electrónicos de sus ejecutivos. Véase, por ejemplo, *Wall Street Journal*, 17 de noviembre de 1998, p. B6.

¹⁹ El Departamento de Justicia había pretendido una orden judicial preliminar (medida cautelar) que requiriera a Microsoft ofrecer el navegador de Netscape junto con Windows, o alternativamente, vender su propio navegador por separado. *Wall Street Journal*, 19 de mayo de 1998, p. A3.

mercado. Asimismo, desincentivaría a las empresas dominantes a innovar y competir agresivamente por participación de mercado. En una frase, la política antimonopolio alcanzaría un resultado opuesto al pretendido: sancionaría el éxito, restringiría la competencia eficiente y detendría el crecimiento económico.

Microsoft es simplemente la última de una larga lista de empresas que han sido sancionadas por sus virtudes; por el simple hecho de que su eficiencia en general provocó una importante participación de mercado.

El «sucio secretito» del sistema antimonopolio es que sus leyes han sido utilizadas consistentemente para obstruir el avance de organizaciones empresariales exitosas y para proteger a sus pequeños y menos eficientes competidores.²⁰ Sería difícil pensar en una política pública que sea más inmoral o irracional contra la empresa, o en alguna que merezca ser más rebatida.

²⁰ Como ejemplo, *United Shoe Machinery Corporation* había ostentado una posición de dominio por décadas con superior innovación y precios competitivos. Sin embargo, una corte de primera instancia determinó que la eficiencia total de *United* había «excluido» ilegalmente a sus rivales, y eventualmente la Corte Suprema ordenó su escisión. Véase *United States v. United Shoe Machinery Corporation*, 110 F. Supp. 295 (1953) y *United States v. United Shoe Machinery Corporation*, 391 U.S. 244 (1968).