

CONSUMO MUSICAL: UNA INDUSTRIA EN MUTACIÓN

*Martín Pineda Gaviria
martinpinedagav@gmail.com*

Resumen

El panorama del mundo de la música suscita reflexiones continuas sobre todo lo que rodea la producción y la reproducción de canciones en la actualidad. Todo ha cambiado, para bien y para mal, y la industria musical es una de las que más evidencia esas transformaciones que han llegado con las innovaciones tecnológicas. Este es un texto en el que se quiere rastrear un poco de esa revolución que se viene viviendo a la hora del público se encuentra con sus artistas musicales.

Palabras clave: reproducción de la música, streaming, YouTube, MP3, historia de la reproducción musical.



Foto tomada de Google images



En sus comienzos, los artistas eran principalmente reconocidos por sus presentaciones en vivo, puesto que era la única forma de disfrutar de su talento. Sin embargo, con el surgimiento de diferentes movimientos y avances de la ciencia y la tecnología, se empezó a entrar en la “comercialización de los sonidos”.

Desde la difusión en la radio, los discos de acetato, vinilos, casetes, discos compactos a archivos compuestos por megabytes, que dan paso a la transferencia, expansión, crecimiento y diferentes maneras de ‘surgir’ musicalmente como artista, se ha pasado por nuevos descubrimientos. Cada vez, acercándose al fácil acceso a la música, llegamos al streaming, servicio que mediante plataformas virtuales permite realizar una transmisión, y es que el internet en los últimos tiempos tienen un papel importante para la música, los artistas, y lo que

desde hace un tiempo se conoce como “la industria”.

Hoy, por ejemplo, es sencillo acceder desde diferentes dispositivos móviles a millones de canciones, artistas y álbumes, con diferentes opciones. También se puede ser un usuario raso, con ciertos beneficios, o se puede contratar un servicio llamado “Premium”, para el cual se paga una mensualidad o se permite la participación de anuncios publicitarios cada cierto tiempo.

La mutación de la música

“Todo cambia para quedarse igual”, comentan los periodistas musicales Alejandro Marín y Manolo Bellon en uno de sus podcasts llamado “Manolo y Marín”, en el cual se habla de música y cómo alrededor de la radio ha habido cambios, evoluciones y diferentes sucesos referentes al mundo de la industria.

Se puede decir que los tiempos han cambiado y la gran mayoría de transiciones generan avances, innovaciones y actualizaciones de diferentes elementos que componen o hacen parte de algo.

Mientras el mundo avanza, a la par lo hace la tecnología y es

de esa manera como el consumo musical ha “evolucionado” y ha conllevado a gran variedad de sucesos, que afectan a los artistas y a sus promotoras, como la violación y pérdida de los derechos de autor para intérpretes y compositores.

“Las plataformas digitales significan un verdadero cambio positivo para la industria clásica: pueden monetizar los mercados alrededor del mundo de manera mucho más eficiente”¹.

Esto, sin embargo, no es un tema nuevo. En los años ochenta, en el auge de los casetes, se empezó a comercializar este formato de manera ilegal por la facilidad de grabarlos y distribuirlos mediante casetes vírgenes. El fenómeno tuvo un crecimiento notorio: en 1982 se vendieron más de 270 millones de unidades piratas en todo el mundo. Igual pasó con los discos compactos y ahora con las descargas y los mp3 en páginas de internet.

Para los melómanos, el consumo musical tiene un significado, y con la evolución de los diferentes formatos, el streaming se vuelve parte del día a día de cada uno.

De 737 personas, el 53 por ciento afirma que volvería a comprar casetes, y con un por-

centaje similar el 47 por ciento niega hacerlo, datos de la “urnita virtual” de Twitter presentados por la emisora La X, Más Música, de Todelar, del 11 de agosto de 2016. Igualmente en la “urnita virtual” del 26 de mayo del mismo año se hizo la pregunta “¿usted compra discos compactos?”. Respondieron 490 personas. Las respuestas mostraron cifras parejas entre las afirmativas y las negativas. 50 por ciento de ambas partes.

El streaming ha conllevado diferentes sucesos. Lo negativo no es ajeno a los resultados. Uno de los casos más recientes referentes a la violación de las leyes de distribución musical es con la plataforma de videos YouTube, a la cual varios artistas señalan de incumplir la ley de derecho de autor, argumentando que las personas pueden adquirir las canciones sin ninguna restricción o protección de copyright y solicitando una modificación de la ley que permite a los usuarios las subidas y descargas de las canciones.

YouTube responde a las acusaciones que los artistas hacen acerca de los derechos de autor y dice que

Hoy en día los ingresos contenidos subido por fans conforman aproximadamente el 50%

1 Carreras, Roberto (2013). “El futuro de la industria musical: innovación en la música grabada”. En: <http://www.muwom.com/blog/el-futuro-de-la-industria-musical-innovacion-en-la-musica-grabada/>

de los ingresos que recibe la industria de la música por parte de YouTube. Cualquier acusación de que este contenido no tiene licencia es falsa. Hasta la fecha, hemos pagado más de tres mil millones de dólares anuales a la industria de la música y ese número está creciendo cada año².

De igual manera ha sucedido con las diferentes plataformas musicales como Napster, una de las primeras en ofrecer el servicio streaming. Aunque permitía a los usuarios disfrutar de los diferentes géneros musicales, en el 2000 fue acusada de estafa por el baterista de la banda de trash metal estadounidense, Metallica, Lars Ulrich.

Pero las plataformas que brindan este servicio por internet han registrado un crecimiento notorio. “Reproductores de música vía streaming, como Spotify, cerró 2015 con 75 millones de usuarios, según datos de la propia empresa”, informa Iván Nava, en Marketing en la música aplicado en plataformas digitales. Se puede apreciar y conocer, así, cómo el consumo musical ha cambiado y los fanáticos que ingresan a estas plataformas cada vez son más.

Se demuestra entonces cómo el consumo musical ha evolucionado con el paso del tiempo en los diferentes momentos y, aunque prevalezca lo que se llama “formatos antiguos”, muchos entran en cierta mutación y optan por el streaming.

“Los juegos del mercado ya no ponen sus apuestas solamente en la radio, sino también en plataformas como Spotify y Vevo”³. Las playlists se convierten en la nueva radio y en ellas se observa un fenómeno antiguo en la industria musical que es el “pay to play” –conocido como payola– que es pagar por sonar, pues funcionarios de las disqueras poseen acciones en las diferentes plataformas.

¿La música ha evolucionado?

Cada época tiene sus diferencias y representaciones. La venta de música, el crecimiento de los artistas al entrar a la era tecnológica muestra que algo en la música ha cambiado. Pero no es solo la música y los artistas los que han pasado por esa transición en este mundo tecnológico que cada vez avan-

2 Salazar, Andrés (2016). ““Youtube es un negocio falso”: Trent Reznor”. En: Radiónica, Colombia. Tomado de: <http://www.radionica.rocks/noticias/youtube-es-un-negocio-falso-trent-reznor>

3 Monsalve, Jaime Andrés (2016). “La mafia de Spotify y YouTube”. En: Revista Arcadia – Música. Tomado de: <http://www.revistaarcadia.com/musica/articulo/payola-en-los-servicios-de-streaming-spotify-y-youtube/48928>



Foto tomada de Google images

za más y parece que no fuera a parar. La industria musical ha cambiado: ya no se produce en ciertos formatos porque no es rentable. Casi todo ahora se maneja por internet, lo que hace que algo que siempre se ha buscado ocurra mucho más fácilmente: llegar a muchos más públicos. La pregunta que surge, entonces, es sobre el valor mismo del producto musical una vez se facilita su consumo.

Es el que escucha, el consumidor, quien decide como quiere disfrutar de lo que le gusta, es él el que verdaderamente permite el crecimiento de “la industria”. Pero son ellos, del mismo modo, los que, además de beneficiarse, hacen visible el contraste de la violación a los derechos de autor con sus enormes y numerosas descargas en internet.

Nosotros teníamos veinte discos; él tiene cuarenta millones de canciones en un teléfono celular. Las puede oír... gratis. Puede oírlas completas, puede

cambiarlas si quiere. La música no lo define: él define a la música. Él define la era. Él decide qué escucha⁴.

Solo a un ‘click’ de esfuerzo

En el capítulo número nueve de “La historia secreta de la música”, de Alejandro Marín, escuché sobre la producción y venta de discos de acetato y cómo en los últimos años se ha visto un resurgir del vinilo, el formato de larga duración. Referente de calidad, se ha convertido nuevamente en el formato favorito para algunas personas, puesto que el ritual de tenerlo en las manos, sentirlo y disfrutarlo cuando se escucha lo convierten en un objeto de gran valor.

El reingreso de este formato en la industria ha tenido gran acogida, pues ha generado ingresos mayores que los servicios streaming en su modo gratuito. Y aunque el auge de consumir la música de esta manera ha crecido de manera notoria, actualmente no supera a los formatos y plataformas digitales, puesto que sus ingresos por suscripciones de cuentas premium son mucho mayores a los de otros formatos.

¿Qué tanto valor tiene la música ahora? Como lo menciona Marín, en tiempos de tener fá-

4 Marín, Alejandro (2016). “El ocaso del álbum”. En periódico *El Espectador*, 4 de marzo. Tomado de: <http://www.elespectador.com/opinion/el-ocaso-del-album-0>

cilmente infinidad de canciones a nuestro alcance, su valor ya no es el mismo, pues “uno sentía que esas canciones que componían el álbum, por el cual uno debía ahorrar y esperar, eran propias; se las sabía uno de memoria de tanto escucharlas”. Ahora tenemos a los artistas a la vuelta de un click, la música se ha vuelto un objeto más, intrascendente, de nuestra vida cotidiana.

Estamos en un tiempo en que la música no cuesta, pues lo que vale ahora es tener nuestros dispositivos llenos de megabytes de música, y con solo saber el nombre de la canción que nos gusta la conseguimos en un ¡ya!

No hay que satanizar o desvalorizar lo que el internet ha hecho por nosotros, lo que nos ha brindado; pero se dice que “lo que nada nos cuesta volvámoslo fiesta”. Trayéndolo al día a día, la columnista Mariluz Uribe referencia que “lo que no cuesta alguna dificultad, lo que no tiene algún precio, no se aprecia”⁵.

¿No nos importará el valor de la música, que se convierte en un objeto más mientras seguimos inmersos en el mundo de quererlo todo gratis? ¿Es bueno o malo el streaming? Todos lo disfrutamos. Alguna vez hemos buscado esa canción en internet, o les ha dicho a sus hijos, nietos, sobrinos que le hagan el favor. La música está cada día más cerca de todos, pero ¿de verdad le sacamos gusto?



Foto tomada de Google images

5 Uribe, Mariluz (2008). "Si nada nos cuesta, volvámoslo fiesta". En periódico El Mundo, 7 de octubre. Tomado de: http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/?idx=97403#.V_2MG-XhDDd