

# La transición de la música al mundo digital

Uno de los cambios más significativos que suceden hoy en día, algo que afecta a los sectores de la música, películas y series es el valor cambiante de la propiedad. La idea de la propiedad se basa en el concepto de la escasez: si un determinado bien o servicio es escaso, es de valor para poseerlo; pero si, por el contrario, es abundante, el valor de la propiedad pierde relevancia.

Del mismo modo sucede con la música, películas y series en la actualidad: mientras que estén disponibles cuándo y dónde los consumidores quieran, la idea de la propiedad parece inútil. Esto no fue siempre el caso, por eso, una mirada hacia atrás de lo que considero los hitos importantes que han marcado la evolución de la música, puede ayudarnos a entender cómo hemos llegado a donde estamos hoy y cuáles son los retos futuros.

Ser propietario de películas y música era un hábito que los VHS, DVD, vinilos, cassettes y CD ayudaron a difundir. La gente llevaba haciéndolo desde la década de los 70 y no había ninguna razón aparente para pensar que no se iba a seguir haciendo. Asimismo, en los estrenos no quedaba otra opción que ir al cine para poder verlos o esperar un determinado tiempo a que aparecieran disponibles en formatos físicos y así se nos permitiera ser dueños de ellos y visualizarlos tantas veces como quisiéramos. Existían y existen opciones de alquiler, pero sus modelos de negocio se basan en el de suministro limitado que sirvió para fomentar las ventas en vez de canibalizarlas.

Concretamente, para el caso de la música, la evolución de la tecnología hizo posible la aparición de los primeros reproductores MP3 y que conllevó a que la gente, cuando estaba fuera de casa, pasara de escuchar música en la radio o con los reproductores de cd's portátiles, a escuchar la música que ellos previamente habían comprado y almacenado en sus dispositivos. El formato de la música empezó a cambiar, ya no eran necesarios los reproductores de cd portátiles sino que podíamos disponer de muchos cd's digitalizados en un dispositivo de tamaño más reducido.

En 2007, la industria de la música estaba tambaleándose. En mi opinión, fueron fundamentalmente dos motivos los que provocaron la decadencia del negocio de la música. El primer motivo fue la piratería con las aplicaciones "peer to peer" (P2P) como Ares, emule y los torrents, las cuales permitían las descargas de bibliotecas enteras de música para luego poderlas reproducir en los ordenadores y MP3. El segundo fue la muerte del álbum, la cual fue provocada en gran parte por Apple con la aparición de iTunes. Esto permitió a los usuarios comprar solamente las canciones que querían y no álbumes enteros. Y con ello, la gente pasó de comprar discos a comprar solamente canciones online desde iTunes, que luego podían sincronizar muy fácilmente con sus iPod y iPhone. La industria se quejaba de que Apple había

ignorado sus peticiones de elevar los precios de las descargas, lo que les habría permitido recuperar una parte de sus ganancias.

La idea que surgió por aquel entonces fue la creación de un almacén digital, que en teoría evitaría la piratería, ya que las personas no tendrían acceso físico a todos los archivos digitales de su propiedad; además, no permitiría a cualquier empresa (como, por ejemplo, Apple) poseer el mercado digital y la fijación de precios. Por tanto, la idea era un armario digital con archivos que trabajasen en cualquier dispositivo, tanto actual como futuro.

Lo que habría sido una gran idea en 2008, quedó desterrado con el cambio del mercado, algo que nadie podía predecir. En el periodo comprendido entre 2008 y 2012, los consumidores, o por lo menos un número significativo de ellos, comenzaron a aceptar el concepto de no poseer la música. Estos usuarios estaban dispuestos a escuchar anuncios entre canciones o pagar una cuota mensual a cambio de un acceso ilimitado a una biblioteca de contenido musical; llegaban las aplicaciones que proveían música en streaming (como Spotify).

Las discográficas, debido a la crisis que estaban sufriendo, aceptaron estas aplicaciones gracias a que con ellas podían paliar el tema de la piratería, garantizar el uso de un solo usuario simultáneo por suscripción e imposibilitar la descarga y almacenamiento de esta música para ser propietarios de ella.

Con lo que respecta a los usuarios, nunca antes habíamos tenido tanto a nuestra disposición. La distribución de los medios siempre fue escasa debido a que las tiendas sólo tenían un determinado número de copias de un álbum. Ser propietario de los contenidos era la única manera de garantizar un acceso consistente a ellos, pero ahora aparecía una nueva forma, una que dio acceso a toda la gama de contenidos disponibles.

Tras la llegada de estas aplicaciones y con el almacenamiento de la música en la nube por parte de los proveedores, se eliminaba la noción de escasez y a su vez, los problemas de espacio en el dispositivo del consumidor. Este nuevo cambio significaba que todo iba a estar ahora al alcance de todos, pudiendo así escuchar de inmediato la canción que quisiéramos y desde donde quisiéramos.

Éstos han sido los antecedentes de la innovadora situación. Así es cómo hemos llegado hasta aquí, a un momento en el que los ingresos por ventas de la música digital han igualado ya a los de la venta física de cd's (6'9 billones de usd). Gran parte de la subida en ingresos con respecto al año anterior ha sido debida a las suscripciones en streaming. Pese a que las descargas de música siguen siendo las que proporcionan los mayores ingresos, la música por streaming ha aumentado en un 39% con respecto al año anterior mientras que la compra de música ha disminuido en un 8%. Determinados países como Suecia, Corea del Sur, Noruega o Finlandia ya tienen más de un 80% del consumo de música a través del streaming, en lugar de descargas, y parece que es el modelo que poco a poco se impondrá en el resto de

países. La gente prefiere pagar una determinada cuota mensual (inferior al precio de un cd medio) y disfrutar ilimitadamente de un amplio catálogo de música en lugar de poseer un cd a perpetuidad.

El streaming parece posicionarse como la opción a futuro para la distribución. Concretamente, el streaming por suscripción apunta a ser el modelo que se impondrá sobre el resto, ya que sus ingresos en los últimos años han crecido exponencialmente. La llegada de los smartphones y las restricciones de permitir guardar las canciones en éstos sólo bajo suscripción, han permitido que muchos usuarios den el paso. El futuro está en el triunfo de la comodidad sobre la calidad, en la idea de que siempre habrá una manera de acceder a cualquier tipo de contenido en cualquier momento y desde cualquier dispositivo, incluso sin internet, como ocurre con las suscripciones.

Pese a toda la comodidad y ventajas que la digitalización y el streaming ha supuesto para los usuarios, la industria y sobre todo los artistas permanecen reticentes a este modelo. Con la venta física de cd's, las productoras y los artistas reciben muchos más ingresos que con el streaming. No obstante, el problema reside en que los precios con el streaming han caído. Como se introducía al principio, la idea de la no propiedad hace que su valor descienda y por tanto, su precio también.

A la industria de la música, le cuesta reconocer que el mundo ha cambiado, y que parte del valor que antes generaba ya no existe, debido a la popularización de la red. La indignación de muchos artistas, viendo que sus ingresos han disminuido, choca con la transparencia del esquema operativo que estas aplicaciones proponen, donde la viabilidad viene determinada por las restricciones que suponen el trabajar con un producto como es la música, y que lo que de verdad convierte sus ingresos en bajos es el reparto que la industria de la música realiza al final de la cadena de valor.

Además, aunque el streaming representa poco con respecto a lo que los artistas perciben por venta física, es la música digital la que aumenta y la venta física la que disminuye. Lo más probable es que se tienda hacia un modelo donde predomine la música digital y la física no desaparezca, aunque sí se verá muy disminuida, quedando así los cd's y vinilos como un producto de nicho.

El que no exista control por parte de ningún regulador ha generado la aparición de numerosas aplicaciones de streaming de música a lo largo de los últimos años. Cada una de ellas ofrece más o menos los mismos servicios hacia los usuarios, pero ofreciendo distintos métodos de pagos hacia las discográficas.

El modelo de negocio actual más general es del 70-30, donde las aplicaciones se llevan el 30% de los ingresos generados y las discográficas el 70%. Los artistas se llevarán un porcentaje de ese 70% de las discográficas en función del royalty que tengan acordado con la discográfica. Normalmente, de media, los artistas reciben entre 0'006\$ y 0'0084\$ por reproducción, lo cual supone que necesitan muchas reproducciones para ganar la cantidad que ganarían con la venta de un cd físico. A

este respecto, algunas aplicaciones como Tidal proponen el aumento de lo que los artistas perciben por reproducción.

En un mercado tan novedoso como el de la música en streaming, en el que ningún regulador ha impuesto control, las valoraciones bursátiles de estas aplicaciones se han visto incrementadas con la expectativa de que, al final, entre todas las que hay, sea una la que termine por imponerse. Éste es el motivo por el que las aplicaciones juegan con los pagos hacia las discográficas y artistas (variando entre un 70 y 75%) para poder lograr ser los únicos que tengan permisos para la distribución de los contenidos y poder controlar así el mercado de la música digital. En mi opinión, esto parece un futuro poco probable, debido a que las discográficas no van a querer dejar todo el mercado en manos de una sola aplicación (como casi ocurre con Apple y iTunes), sino que se pasará a un modelo unificado en el que, de cara a las discográficas, todas ofrezcan lo mismo y la diferenciación del número de usuarios de cada aplicación estará determinado por lo que las aplicaciones ofrezcan a los usuarios para intentar atraer al mayor número posible. Es decir, en la actualidad el principal objetivo de las aplicaciones reside en conseguir el mayor número de discos online posible y la exclusividad de contrato con las discográficas, en lugar de preocuparse demasiado por los usuarios. Sin embargo, en un futuro no muy lejano, esto deberá cambiar, de modo que el modelo de pago a las discográficas sea homogéneo, y el factor diferenciador de cada aplicación dependa únicamente de la experiencia del usuario final.

Tras más de 30 años en los que la música ha sido percibida como un producto que se compraba, el camino para concebirla como un servicio, aún es largo. Este cambio de mentalidad, solo será posible estableciendo un modelo de negocio rentable para todas las partes, lo cual es una transición que ya se está produciendo. Entre 2009 y 2014, los artistas han visto aumentados sus ingresos por reproducción en un 13% y cada vez es mayor la diferenciación de las aplicaciones en función de los servicios que ofrecen a los usuarios, siendo estos factores relativos a la calidad de audio o a la integración con las redes sociales, a través de las cuales los propios artistas puedan jugar un papel fundamental, añadiendo comentarios o subiendo videos inéditos de ensayos.

Es difícil saber con certeza lo que va a pasar en un futuro con la música, pero lo que sí está claro, es que la economía digital está jugando un papel muy importante en la industria de la música y también que el streaming ha llegado con fuerza y para quedarse durante un largo tiempo.

**Manuel Álvarez Rodríguez**