

## **STREAMING: TENDENCIAS E INCIDENCIAS EN EL MERCADO GLOBAL DE LA MÚSICA GRABADA**

**Federico, Cremona**

*Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, Santa Fe, Argentina*

**Área:** Ciencias Sociales

**Sub-Área:** Administración y Contabilidad

**Grupo:** X

**Palabras clave:** industria musical, revolución digital, música online.

### **INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS**

Enmarcado en un contexto donde el avance de las tecnologías de la comunicación, el advenimiento de la Internet y el desarrollo de dispositivos electrónicos propiciaron un cambio de paradigma para las industrias culturales en su conjunto, y dentro de ellas la industria discográfica, se identifica una transición desde el consumo de música grabada en formatos físicos -vinilos, cassettes y CD's- a formatos digitales -servicios de descarga y streaming- (Rodríguez, Gonzalez y Reyes, 2015).

El presente trabajo aborda el estudio de los formatos digitales, centrando su atención en los servicios de streaming, fenómeno de gran transcendencia en los últimos años, que debido a su reciente aparición, los referentes de la investigación son muy pocos aún y no hay suficiente información sobre el tema.

El objetivo de la investigación es analizar este nuevo escenario, en el que la industria discográfica se ve obligada a explorar el fenómeno digital en expansión, para tener una mejor claridad acerca de las tendencias en el mercado de la música grabada en el futuro cercano, y de esta manera inferir como las empresas intervinientes deben reestructurarse y tomar nuevas estrategias de acción acorde al entorno que las rodea.

### **MÉTODOS Y MATERIALES**

Como metodología se propuso una investigación no experimental de enfoque mixto (cuali-cuanti) con preponderancia cuantitativa. El proyecto se realiza considerando instancias metodológicas a saber:

Una primera etapa exploratoria, donde se desarrolla una investigación documental para conocer el "estado del arte" del tema y así elaborar un marco teórico que sirva de encuadre para el estudio empírico e identificación de variables pertinentes a analizar. Esto se logra indagando distintas base de datos como EBSCO, Google Académico, y SciELO; también apoyándose en fuentes bibliográficas de referentes del tema. Una segunda etapa descriptiva, con la utilización de datos obtenidos de reportes publicados por la *International Federation of the Phonographic Industry*<sup>1</sup> (IFPI), se explican las tendencias e incidencias del fenómeno, a partir de información estadística sobre los ingresos de la industria, con el fin de sacar conclusiones al respecto.

---

<sup>1</sup> La Federación Internacional de la Industria Fonográfica, con sede en Londres, es la organización que representa los intereses de la industria de la grabación por todo el mundo, incluyendo a más de 1.450 compañías de registro, grandes y pequeñas, en 75 países.

**CAID:** El consumo de los argentinos de música grabada ante el avance de las nuevas tecnologías. Aportes a la competitividad del sector de la música discográfica.

**Proyecto de investigación:** El streaming de música.

**Directora:** Massó del Valle, Alba.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### Fortalezas y debilidades

El término inglés streaming, es una tecnología<sup>2</sup> de distribución digital de multimedia (audio y video) a través de una red de computadoras, donde la descarga del archivo se produce en simultáneo al consumo del mismo por parte del usuario (Tercero y Ruiz, 2016).

La principal desventaja que presenta el uso del streaming es la necesidad de estar conectado a Internet, ya sea desde conexiones inalámbricas (wi-fi) o mediante redes de telefonía celular. Sin embargo son muchos más los beneficios, detallados a continuación que esta nueva tecnología brinda a sus usuarios.

El punto más destacado, es la no necesidad de una gran capacidad de almacenamiento en los dispositivos, ya que los archivos se encuentran en los servidores de la compañía, de manera tal que el usuario tiene un acceso temporal a millones de canciones en cualquier momento y lugar. Otra ventaja a resaltar de estos servicios, es la posibilidad de autogestión que ofrecen a sus usuarios, mediante: la creación de sus propias *playlists*<sup>3</sup>, la función *scan-and-match*<sup>4</sup>, la personalización de su cuenta y la socialización de su experiencia en las redes sociales (Sanchez, Massó y Pruvost, 2013).

Un aspecto polémico, es que la mayoría de las compañías ofrecen dentro del servicio una membresía gratuita a sus usuarios, que se financia a través de publicidades, lo cual si bien se considera un aspecto positivo para los consumidores que pueden acceder a la música gratis, esto trae una contrapartida negativa a la industria musical en su conjunto, la cual se priva de un elevado ingreso por el pago de la suscripción mensual o anual del servicio (García, 2012).

### Tendencias e incidencias

Tras dos décadas de declive y estancamiento de la industria musical, en el 2015 se logró un aumento en las ventas como consecuencia del arduo trabajo de transformación que realizaron las empresas para poder adaptarse al nuevo contexto y así subsistir en el mercado actual (Moore, 2016).

Se observa en el gráfico siguiente que las ventas a nivel global en 2015 se incrementaron en un 3,2% con respecto al año anterior. Además, como se corrobora en la *Figura N°2*, por primera vez en la historia las ventas digitales (45%) superan las ventas físicas (39%), las cuales vienen disminuyendo año a año. Estos números se deben al gran aporte de las ventas de streaming (19% de la industria en su conjunto) que aumentaron un 45% en relación al año anterior y componen el 43% de las ventas digitales totales; porcentajes que se encuentran subiendo a paso firme en los últimos años.

---

<sup>2</sup> Este tipo de tecnología funciona mediante la conexión de un ordenador con un servidor externo, a través de un software, el cual recibe un flujo de información que se va almacenando en un búfer de datos; cuando el mismo se completa con una pequeña parte del archivo, el usuario puede comenzar a reproducir el contenido a medida que continúa la descarga en paralelo.

<sup>3</sup> Listas de reproducción donde el usuario puede agrupar canciones, ya sea por intérprete, álbum discográfico, género musical, año de lanzamiento o según su conveniencia.

<sup>4</sup> Brinda la posibilidad de seleccionar archivos similares existentes en la base de datos del servidor, de acuerdo al hábito o preferencia en el consumo de cada usuario, facilitando la búsqueda de canciones.



Figura N°1. Gráfico de elaboración propia en base a datos de la IFPI

Corresponde aclarar que la leyenda “otros” en todos los cuadros hace referencia a ingresos por derechos de autor y por el uso de música en publicidades, películas, video juegos y programas de televisión.

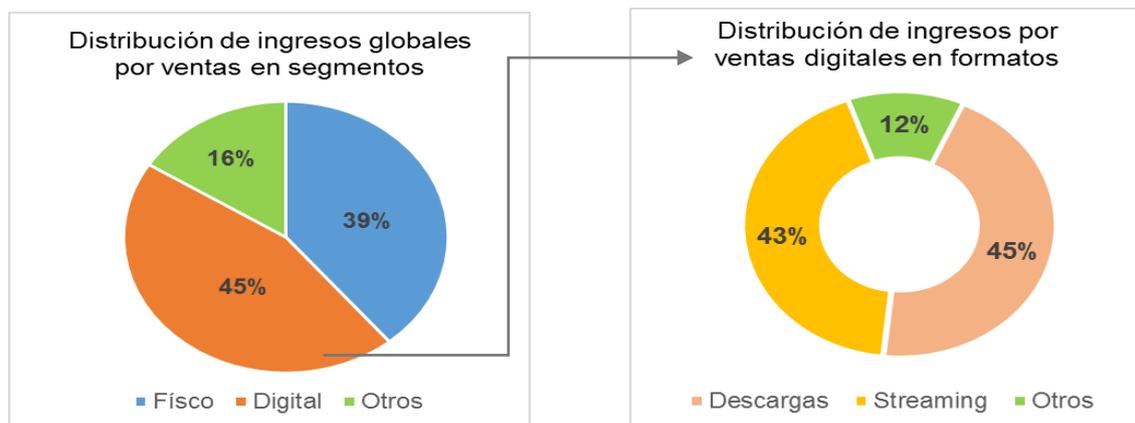


Figura N°2. Gráficos de elaboración propia en base a datos de la IFPI

Estos resultados, extraídos del Global Music Report (2016) de la IFPI, muestran un panorama alentador, poniendo sobre la mesa el gran potencial del streaming. La llegada de estos servicios transformó el paradigma del mercado, que con la descarga musical, si bien fue una innovación, continuaba el modelo de negocio tradicional del formato físico, con la ventaja de no incurrir en costos de manufactura o distribución. Más allá de su éxito, las descargas nunca fueron capaces de sacar a la industria musical del estancamiento, debido a la alta tasa de piratería incurrida en la redes p2p<sup>5</sup>, cuestión que fue reducida con la llegada del streaming que es en muchos casos gratuito, de fácil acceso y sin altos riesgos de contraer virus.

El problema que esto conlleva, es que al ser gratuitos el ingreso que proporcionan estos servicios es muy reducido en comparación con los millones de usuarios que hacen uso del mismo, provocando una inmensa brecha de valor (Carreras, 2013).

<sup>5</sup> Las *peer to peer* o redes entre pares, sirven para compartir e intercambiar información de forma directa entre dos o más usuarios que actúan como clientes y servidores a la vez. Se utiliza mucho para archivos cuyo contenido está sujeto a las leyes de *copyright* (derecho de autor).

## CONCLUSIÓN

Tal como se muestra en los resultados, la ininterrumpida decadencia del consumo de música grabada en formato físico en la última década, que llevó a su par el declive de la industria musical, llegó a un punto de inflexión, donde la industria registró un crecimiento después de dos décadas y las ventas digitales superaron por primera vez a las ventas físicas, marcando un inexorable cambio de paradigma. Este nuevo mercado, con la preponderante influencia del desarrollo tecnológico, impuso las bases para que los servicios de streaming sean, en el futuro cercano, la principal fuente de ingreso de la industria discográfica, ya que como establecen los estudios realizados, el consumo de estos servicios crece a pasos agigantados.

Las compañías del sector ya han atravesado el duro período de transformación y adaptación hacia las nuevas tendencias, ahora es el momento de afianzarse en el mercado del streaming y mejorar día a día para atraer más usuarios al servicio y ser competitivos en un mercado en plena expansión.

El problema que subsiste y deben solucionar las empresas del sector para poder aprovechar al máximo el potencial que el streaming ofrece, es reducir la brecha de valor existente entre los elevados niveles de consumo del servicio y la escasa retribución que éstos obtienen. Dicho análisis será abordado con mayor profundidad en siguientes investigaciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Carreras, R. (2013). El futuro de la industria musical: innovación en la música grabada. Muwom: Brands & Music Entertainment. Disponible en: <http://www.muwom.com/blog/el-futuro-de-la-industria-musical-innovacion-en-la-musica-grabada/> (último acceso 9 de junio de 2016).
- García, E., López, J. y Samper, A. (2012). Retos y tendencias del ocio digital: transformación de dimensiones, experiencias y modelos empresariales. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura. Vol. 188 – 754 marzo-abril.
- Moore, F. (2016). Global Music Report: music consumption exploding worldwide. International Federation of the Phonographic Industry. Londres.
- Rodríguez, J., Gonzalez A. y Reyes H. (2015). Streaming de archivos multimedia desde bases de datos. Revista Cubana de Ciencias Informáticas. Vol.9 N°2. La Habana, abril-junio.
- Sanchez, F., Massó del Valle, A. y Pruvost, A. (2013). El Consumo de Música en la Era Digital. Ponencia presentada en XI Jornadas de Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional del Litoral, Argentina.
- Tercero, P. y Ruiz, J. (2016). Nuevas formas de distribución de la música popular en la cultura contemporánea. Methaodos revista de ciencias sociales. Abril, p48-57 (10p).