INDUSTRIA MUSICAL

La industria musical ha convivido desde sus inicios con los cambios tecnológicos, que posibilitaron el pasaje de la música como una experiencia vivencial e interactiva en directo, a una industria de entretenimientos que abarca un conjunto mayor de alternativas. Los cambios tecnológicos más influyentes en los últimos cincuenta años estuvieron asociados a las técnicas de grabación y a los soportes de almacenamiento. Hasta el desarrollo del disco compacto, fueron las propias compañías discográficas las que impulsaron las innovaciones tecnológicas, porque implicaron un crecimiento en sus negocios. Los actuales cambios tecnológicos como la masificación del uso de Internet, el surgimiento del formato mp3, los software peer to peer y las tecnologías móviles impactan de manera más que significativa en la forma en que la música es almacenada, reproducida, distribuida y comercializada.

Este cambio no proviene de la industria misma sino que esta vez son los consumidores, quienes mediante la utilización de dichas tecnologías revolucionan la industria, provocando cambios en el comportamiento de los agentes, sus estrategias y la aparición de nuevos agentes. La música como un bien físico y tangible comienza a comercializarse a través de diferentes soportes, que han ido evolucionando desde los primeros discos de vinilo hasta los discos compactos.

Tecnología de la industria musical

La industria de la música, junto a los sectores de la electrónica, las telecomunicaciones y las empresas de software, están aprovechando las características que ofrecen las nuevas redes y tecnologías digitales, dados sus reducidos costes de almacenamiento, distribución y comercialización y la mayor extensión geográfica que estas posibilitan, para establecer nuevos mercados musicales digitales. En este contexto de creciente convergencia tecnológica entre, por un lado, las redes de televisión por cable, satélite y digital terrestre, y por otro, las

redes de telecomunicaciones e Internet, las grandes compañías discográficas, como parte de una estrategia general de los grupos multimedia a los que pertenecen, comienzan a revalorizar sus productos musicales digitalizándolos y distribuyéndolos a través de estas nuevas “redes-mercado”, con el objetivo de establecer nuevos mercados musicales digitales a escala global.

Uno de los cambios más profundos que está experimentando la sociedad actual es la presencia constante y ubicua de las tecnologías de la información y la comunicación en prácticamente todos los ámbitos de la vida social y personal. Desde un punto de vista sociológico, casi antropológico, Internet provoca un cambio brutal en la concepción de la música porque nos permite comprobar el valor social de compartir la misma. Que en realidad, es un valor intrínseco en el hecho musical.

La música es comunicación y es compartir. A través de las redes sociales nos damos cuenta de que estamos utilizando la música para autodefinirnos, para decir qué nos gusta, para relacionarnos, para decirnos cosas.

Simon Frith, que es un sociólogo inglés muy influyente en los años 80, hablaba de la apropiación personal. ¿Por qué las músicas tienen éxito? Porque nos apropiamos de esa letra, de esa melodía, de esa estética y la utilizamos para autodefinirnos. Incluso para decir aquello que la sociedad nos prohíbe decir: te quiero, estoy enfadado, etc. Todo eso, con las redes sociales, es mucho más fácil. Con lo cual, hay ahí una explosión en el consumo de música.

Internet está provocando que haya mucha más actividad, mucho más consumo. Esto es fantástico, sobre todo, si nos damos cuenta de que la música se está convirtiendo en algo mucho más social, mucho más compartido. Antes lo compartíamos de forma más privada y en los estadios, en los conciertos. Ahora lo podemos compartir día a día y hora a hora.

Referencias

https://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/Telesecundaria/Recursos%20Digitales/2o%20Recursos%20Digitales%20TS%20BY-SA%203.0/04%20EXPRESION%20ARTISTICA/U10%20pp%20183%20industria%20musical.pdf

https://promocionmusical.es/industria-musical-que-es-historia-modelo-negocio/#_Que_es_la_Industria_Musical

https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3787/EL+NUEVO+PARADIGMA+DE+LA+INDUSTRIA+MUSICAL+LA+REVOLUCION+DE+INTERNET.pdf;jsessionid=390E44AAD3B0AE9A6ACD7627820FCC64?sequence=1