

INTERNET Y LA MÚSICA

Causas del Internet en la música

<p>Crisis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La industria de la música sufre actualmente una fuerte crisis causada por el desarrollo de Internet. • Es la primera vez que la industria se encuentra en estas condiciones. • “Yo estuve examinando en hemerotecas y creo que nunca antes ha habido una crisis estructural de la industria discográfica, ha habido crisis de: <ul style="list-style-type: none"> - de ventas - de distribución • Nunca antes había surgido una crisis estructural que nos que nos obligara a replantearnos el funcionamiento de la industria” dice Hernaldo Zúñiga, cantante Nicaragüense.
<p>Futuro Bueno</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El cambio traerá más cosas buenas que malas, ya que la concepción de la música regresará a lo que originalmente fue. • Una de las cosas buenas de todo esto es la recuperación de talento. • El logro esencial es que una vez más, hay que volver a lo básico, a lo que siempre a motorizado la música que es el talento, no el marketing, que sólo es un accesorio necesario.

Dice Que La Red Daña A La Música. (Enero 25, 2004). *Reforma*. Terra Networks México S.A de C.V.

Smaller labels embracing piracy

<p>Internet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los dueños del pequeño sello de rock alternativo Drag City, dicen que para ellos, “solo ayuda”. • Dan Koretzky y Dan Osborn, dueños del sello independiente en Chicago le llaman “el costo de hacer negocio”. • Ellos dicen, “La gente que quema copias de CDs, baja nuestras canciones y se las envía entre sí por
------------------------	---

	<p>mercado, ha sido severamente golpeado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las tiendas de discos independientes que usualmente apoyaban sellos pequeños han sido severamente golpeadas también. • “No veo el porqué alguien quisiera bajar una canción que no haya escuchado” dice el presidente de Alligátor Records. • “Cada vez que alguien baja algo ilegalmente, es una venta menos,” dice Bruce Iglauer presidente de Alligátor Records.
--	---

Lehoczky, Etelka. (Febrero 9, 2004). Indies Embracing ‘piracy’, Music file-sharing a marketing tool for smaller labels. Crain’s Chicago Business. Crain’s Communications Inc. Vol.27, Issue 6, 1p.

Hope in the Internet

<p>2003</p> <p>Buenos Tiempos</p> <p>Final del 2003</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compañía sobrevive su tercer año de pérdidas consecutivo. <ul style="list-style-type: none"> - en el 2001 las ventas disminuyeron un 2.8% - en el 2002 las ventas disminuyeron 10%. - En el 2003 las ventas disminuyeron 4%-6%. • La industria se ha percatado a través de señales que su año de ventas más bajo ha pasado y que vienen buenos tiempos. • En Navidad del 2003, las ventas subieron en comparación al año anterior. • De 14 semanas, 12 semanas vendieron más que las mismas semanas del 2002. • Al mismo tiempo consumidores empezaron a comprar música digital en masas con el debut de los nuevos servicios como iTunes de Apple en Abril, y de Napster de Roxio en Noviembre (PC). • Otras compañías de computadoras anunciaron que entrarían en el negocio de la música en el 2004.
--	---

<p>La competencia de la industria musical</p> <p>Efecto de la mala situación:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Al final del verano, los tracks digitales se empezaron a vender más que los sencillos físicos llevándoles un margen creciente. • Se estima que se vendieron 30 millones de canciones a través de Internet. • Sin embargo, la industria seguía compitiendo con la media y los DVDs, juegos y teléfonos celulares en una economía muy inestable. • En respuesta a malas ventas, las compañías trataron de cortar costos: <ul style="list-style-type: none"> - eliminando cientos de trabajadores - vendiendo acciones - tratando de consolidar lo que fuera posible • En Noviembre 2003, Sony y BMG anunciaron planes para unir sus industrias disqueras a un 50-50, alianza llamada Sony BMG. • Dos semanas después, se supo la negación de la oferta de unir EMI Recorded Music con Warner Music Group.
<p>Internet</p> <p>Historia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El cambio de formato a ventas por Internet empezó a principios del 2003. • Se vendieron 5 tracks digitales por 1 sencillo físico. • Un track individual vendió más que el primer tema en la lista de los “Hot 100” singles más vendidos. • “Hey Ya”, de OutKast vendió 8,500 tracks, mientras que los sencillos físicos de MaryMe “I can only imagine” vendieron 7,500. • En Julio del 2003, Billboard debutó con una nueva lista llamada “Hot Digital Tracks”. • La lista monitorea las ventas de las canciones compradas individualmente o como grupo de canciones a través de servicios digitales como: <ul style="list-style-type: none"> - iTunes - Napster - MusicMatch

<p>Producto</p> <p>Precio</p> <p>Disminuir del problema</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Music Net - Rhapsody • El logro de vender la música de forma digital tiene tras si, 5 años de trabajo forzado, frustración y comienzos falsos. • Apoyando ese crecimiento fueron los sitios de servicios digitales como la tienda de música de iTunes de las computadoras Apple. • Fue también un esfuerzo lograr que todas las compañías disqueras ofertaran sus catálogos en línea por un precio muy bajo con mínimas restricciones para el usuario. • Muchos de los servicios de musical digital tienen 200,000 canciones de disqueras internacionales, y 200,000 canciones de disqueras independientes. • Los tracks individuales cuestan 99 centavos de dólar y la mayoría de los álbumes cuestan menos de \$10 dólares. • Los usuarios pueden bajar tracks individuales las veces que ellos quieran, pero sólo pueden bajar álbumes completos de 5 a 10 veces. • Apple se aprovechó los nuevos avances y buscó la manera de ofrecerle a sus consumidores un aparato de música portátil digital, el iTunes. • Apple vendió más de 13 millones de tracks a través de iTunes. • Apple vendió en su primera semana 1.5 millones de tracks. • Similares ofertas de servicios digitales aparecieron en el lado de las PCs: <ul style="list-style-type: none"> - MusicMatch - Buymusic.com - MusicNow - Napster • La industria disquera ve la aparición de estos servicios musicales como una clave para disminuir la transferencia de canciones no-autorizada.
--	---

A Tumultuous 12 Months. (December 27, 2003). *Billboard*. BPI Communications, Inc.
Section Year In Music, pg. 10. [3404 words]

Aspecto Legal

<p>Internet</p> <p>Leyes</p> <p>Consecuencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La revolución tecnológica está constantemente sacando nuevos productos al mercado. • Se requiere un esfuerzo mayor para estar actualizados en estas nuevas áreas de desarrollo, y crear una estructura de leyes que sea justa para tanto el artista como para la compañía disquera. • La música digital no tienen gastos de manufacturación, empaque o almacenamiento. • Muchos artistas sienten que están siendo estafados por compañías disqueras y editoriales. • Como consecuencia de este clima cambiante, las compañías disqueras han cortado el número de abogados dentro de sus instalaciones. • El resultado es que se tarda más realizar los contratos con artistas o con publicistas porque ya no hay mano de obra. • Además debido a que hay mucho menos contratos con artistas, hay mucha más competencia.
---	---

Chang, Samantha. (Enero 4, 2004) Stage is Set For Battle Royalties. *Billboard*. BPI Communications, Inc.