



Tirada: **219.238**
 Difusión: **156.033**
 (O.J.D)
 Audiencia: **546.115**
 (E.G.M)
 Ref: **2459624**

LA RAZÓN

Nacional **Diaria**
General
2ª Edición **20/03/2009**

Superficie: **704,00 cm²**
 Ocupación: **81,56%**
 Valor: **13.727,04**
 Página: **56**



1 / 2

Spotify: el fin de las descargas musicales

Diez años después de Napster, una web vuelve a ofrecer toda la música del mundo de forma gratuita. Ahora, sin embargo, las principales discográficas están de su parte. ¿Acabará Spotify con la piratería?

Gonzalo Suárez - Madrid

Hace justo una década, tres jóvenes estadounidenses colocaron una bomba lapa en las tripas de la industria musical con el lanzamiento de Napster. Desde entonces, las discográficas están obsesionadas con erradicar el intercambio de canciones. Pero mientras sus ejecutivos acumulaban fracasos, ha surgido una tecnología que podría dejar obsoleto el debate sobre la piratería. Es el llamado «streaming», cuyo máximo exponente es Spotify, el lanzamiento tecnológico más cacareado de los últimos años.

Cada vez más expertos pronostican que, dentro de poco, la idea de «poseer» música sonará tan arcaica como grabarte el «top 40» en una cinta de 90 minutos. En su opinión, el futuro pasa por aplicaciones que reproduzcan cualquier disco de la historia de forma instantánea, sin tener que descargarlo antes. Así, ya no tendría sentido acumular CDs en la estantería ni meter canciones en el iPod; ¿para qué molestarte si tienes acceso a una discoteca universal, gratuita y completamente legal?

En los últimos años han ido surgiendo proyectos en esta línea como LastFm, Pandora o YesFm. Sin embargo, ninguna se acerca tanto a la utopía original como Spotify, que ha acumulado un

La página reproduce cualquier canción de la historia sin tener que descargarla antes

La idea de «poseer» música sonará tan arcaica como grabar canciones en cinta

millón de usuarios en todo el mundo en cuestión de semanas, gran parte de ellos en España. «Nuestro objetivo es que puedas escucharlo que quieras, cuando quieras y donde quieras», dice Lutz Emmert, responsable del proyecto en nuestro país. «Se trata de una alternativa clarísima a la piratería».

Faltan los Beatles
 Spotify funciona de forma muy similar a reproductores musicales como el iTunes de Apple. La gran diferencia es el precio: en vez de 99 céntimos por canción, el servicio es gratuito. Además, la calidad de sonido resulta más que aceptable y el catálogo de canciones apabulla a cualquier melómano: está la discografía de millones de artistas como U2, Madonna o Coldplay. Eso sí, todavía no han logrado atraer a grupos alérgicos a los avances digitales como los Beatles, Led Zeppelin o Metallica. Cuando surgió Napster, las dis-

discográficas no ocultaron su hostilidad ante un invento que cuestionaba su modelo de negocio. Ahora, sin embargo, han hecho cola para apuntarse a un proyecto que podría salvarlas de la extinción. Así, Spotify ha sellado acuerdos con las multinacionales del sector (EMI, Warner, Universal y Sony BMG), además de miles de sellos independientes. «Apoyamos al cien por cien avances como Spotify, que hacen que veamos el futuro del sector con más optimismo que hace un par de años», dice Antonio Velasco, coordinador de medios digitales de Universal.

Ahora, el reto es demostrar su viabilidad económica. Las discográficas no ceden la música gratis, sino que esperan una compensación. Y Spotify cuenta con dos vías para financiarse. La primera es la publicidad mediante «banners» y cuñas de audio de un par de minutos cada hora. Y quienes quieran disfrutar de la música sin interrupciones, pueden suscribirse por 9,99 euros al mes. «Pero todavía está por ver que el modelo compense a las tres partes implicadas: anunciantes, plataforma y usuarios», alerta Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información de la IE Business School.

En el hiperactivo mundillo de internet, nadie sabe si Spotify será el modelo triunfador o surgirá un competidor más popular. Pero sí que está claro que el «streaming» supone una alternativa tentadora a amontonar canciones en el disco duro. Además, parece que la



DISCOTECA INFINITA

Los grandes clásicos del pop comparten espacio con las últimas novedades en Spotify, la nueva revolución musical

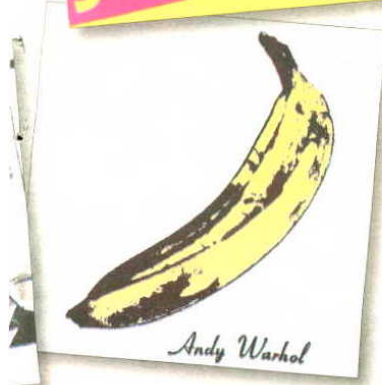
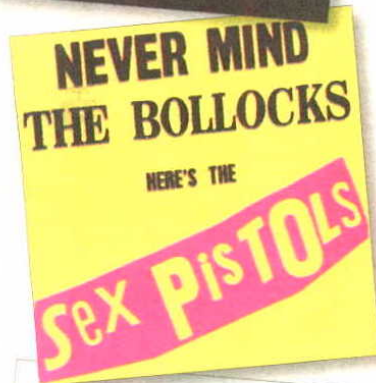
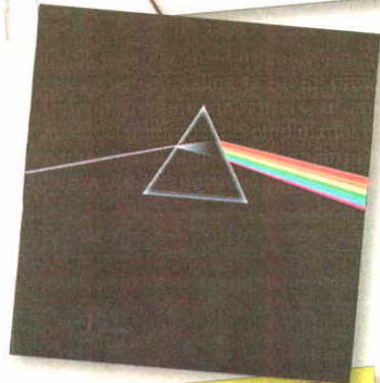


década «post-Napster» ha servido para que las discográficas asuman que nada resulta más contraproducente ante los avances tecnológicos que esconder la cabeza. «Es cierto que llegamos tarde a la revolución digital, pero estamos haciendo lo posible para no cometer los mismos errores», explica Velasco.

Y eso que todavía estamos en la infancia del «streaming». La verdadera revolución tendrá lugar cuando páginas como Spotify lleguen al móvil. Si combinamos estas tecnologías con tarifas planas para navegar por teléfono, llegamos al sueño de cualquier aficionado a la música: llevar todas las canciones de la historia en el bolsillo. En Spo-



Tirada: 219.238	LA RAZÓN	Superficie: 175,00 cm²	
Difusión: 156.033 (O.J.D)	Nacional	Ocupación: 20.27%	
Audiencia: 546.115 (E.G.M)	General	Valor: 3.404,95	
Ref: 2459624	2ª Edición	Página: 57	
	Diaria		2 / 2



tify llevan su «proyecto móvil» con el mayor de los secretos. Se sabe que trabajan en una versión para los teléfonos más populares, incluido el iPhone, aunque no dan fechas de lanzamiento. Eso sí, hace unas semanas ficharon a un empleado de Yahoo! especializado en telefonía móvil. «Saca tus conclusiones», dice Lutz Emmeritz.