Evolución del sector

Pandora y Spotify se enfrentan en el mercado de la música online

Lanza - 07/05/2012

NUEVA ORLEANS, 7 May. (Reuters/EP)

Ha llevado décadas que la música pasara de los vinilos a los CDs, y años pasar de los CDs a los reproductores MP3. Ahora la radio en Internet se perfila como un competidor para los oyentes de música digital al proporcionar música online en 'streaming' gratuita en páginas web como Pandora y Spotify.

La cantautora Theresa Andersson acababa de ofrecer una actuación en el Festival de Jazz y Patrimonio Cultural de Nueva Orleans y su nueva fan Dana Spanierman ya se planteaba cómo escuchar unas melodías blues similares.

"Voy a ponerla en Pandora y ver quién más falta", dijo la residente en Santa Cruz, California.

Spanierman es una de los 125 millones de usuarios registrados de Pandora Media, un servicio que permite a los oyentes crear sus propias listas de reproducción o "cadenas".

A partir de un género musical, artista o nombre de una canción que los usuarios teclean en una aplicación descargada en su ordenador o 'smartphone', compilan y escuchan canciones de una gran variedad de artistas que comparten atributos musicales con el que estaban buscando.

"Es una gran forma de elegir un género que me gusta y escuchar otros

grupos con los que no estoy familiarizada", afirmó Spanierman.

Pandora genera estas listas de reproducción personalizadas empleando tecnología Music Genome Project, una herramienta de análisis y catalogación intensiva de música basada en 450 indicadores distintos relacionados con el tono, el ritmo, el estilo o los instrumentos empleados.

La compañía, que cotiza en Bolsa, tiene más de un millón de canciones en su base de datos y ofrece la música de forma gratuita a sus oyentes, lo que para Spanierman, que odia pagar por la música, es un gran plus. "Realmente funciona. Ni siquiera me importan los anuncios", dijo, poniendo de relieve la principal fuente de ingresos de Pandora.

COMPETENCIA INCREMENTADA

Pero Pandora afronta la competencia de otros proveedores de música online, incluido el cada vez más popular Spotify, un servicio de música digital que tiene derechos de 'streaming' sobre más de 18 millones de canciones.

Al contrario que Pandora, Spotify ofrece a los oyentes música bajo demanda, lo que significa que los usuarios pueden elegir el artista o álbum que quieren escuchar. Para ello, la compañía debe tener un acuerdo de licencia con cada artista que ofrece.

Además, la licencia de Pandora actualmente se limita a Estados Unidos, mientras que Spotify está disponible en 13 países. Ambos servicios son en su mayoría gratuitos, aunque ofrecen un servicio mejorado para los suscriptores de pago.

Spotify, que asegura tener más de 10 millones de usuarios activos y casi 3 millones de pago, debe su éxito parcialmente a Facebook, ya que ahora requiere que los usuarios se registren mediante sus cuentas de la red social. Aunque la vinculación con Facebook ha incrementado la presencia de Spotify, no todo el mundo está de acuerdo.

"Lo que no me gusta de Spotify es que lo que escuchas aparece en Facebook y no necesito que nadie sepa lo que estoy escuchando, por eso no lo utilizo", dijo Spanierman.

A pesar de las diferencias en sus formatos y servicios, Spotify probablemente continuará subido al carro de Pandora. Se rumorea que la compañía está desarrollando un servicio de búsqueda de música como el de Pandora que podría lanzar a finales de este año.