

PROMUSICAE



# JÓVENES, MÚSICA Y PIRATERÍA EN ESPAÑA

Informe y conclusiones  
Estudio de hábitos de consumo cualitativo  
efectuado por GfK  
14 de Mayo 2008



GfK Emer Ad Hoc Research



# Sumario

- 1 Objetivos y Metodología.
- 2 Música y Estilo de Vida.
- 3 Descubrimiento / Adquisición de Música
- 4 Modelos de Negocio
- 5 Piratería Musical
- 6 Comparativa Internacional
- 7 Conclusiones

1

# Objetivos y Metodología

# 1.- Objetivos y Metodología

## Objetivos

- Conocer los hábitos de uso y consumo de la música en España.
- Las motivaciones que los impulsan y las fuentes por las que se accede a la música.
- Cómo se valora todo ello, y en especial el CD vs la música digital.
- Profundizar en las actitudes hacia la piratería y las consecuencias para el mercado, de tal manera que los resultados puedan orientar futuras acciones / comunicaciones.

## Metodología

- 2 reuniones con “school kids”, chicos y chicas de 15-17 años.
- 2 reuniones con “university students”, chicos y chicas de 18-24 años.

Estudio realizado en España, por GfK-Emer



para



2

# Música y Estilo de Vida

# 2.- Música y Estilo de Vida

## Ocupación del tiempo libre

Salir con los amigos, salir de fiesta

Escuchar música

Pasar tiempo en Internet

Ver películas

Ver películas en DVD

Deportes (ver o jugar)

Hablar por el móvil

Ir de compras

Jugar a videojuegos

Ver series de televisión

(orden de importancia, según medias entre los rankings de cada grupo)

# 2.- Música y Estilo de Vida

## Cómo gastan su dinero

### ■ Principales gastos:

- Ropa: especialmente en el caso de las chicas
- Salir, cenas, etc. : toda actividad relacionada con lo social y la amistad es de gasto preferente.
- Combustible (universitarios, manejan coche para ir a la facultad y salir con amigos).

### ■ Dentro del presupuesto individual, la música queda relegada a:

- Gasto excepcional, para artistas puntuales, de forma irregular y poco frecuente.
- Capricho, por su alto precio percibido.
  - ▶ Casi un esfuerzo, cuando se pretende un continuismo con el artista “favorito”.
- Regalos.
- Emerge la compra de ofertas, pero ocasionalmente.
- En general reconocen que la facilidad de las descargas P2P merma terreno día a día al hábito de visita de comercios donde se vende música.

**Aunque la música se encuentra entre las actividades favoritas, el gasto es mínimo**

# 2.- Música y Estilo de Vida

## Uso del MP3 / teléfono

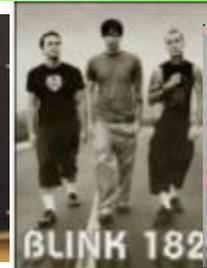
- Todos los participantes han expresado tener uno o varios dispositivos para escuchar música de entre los diferentes tipos existentes en el mercado:
  - **Mp3** de diversas marcas, económicos: la gran mayoría.
  - **Teléfono móvil con mp3**: mayoría, aunque prevalece uso como teléfono.
  - Ipod: minoría, exclusivo.
  - MP4, muy minoritario.
- La gran mayoría tiene un teléfono con MP3, pero no todos lo usan necesariamente como reproductor
- Todos tienen teléfono con videos, pero son generalmente grabados por ellos, intercambiándolos de forma lúdica

# 2.- Música y Estilo de Vida

## Artistas favoritos

- “School kids”: **Fito & Fitipaldis, Pereza, El Canto del Loco, Niña Pastori, El Sueño de Morfeo.**
- “University students”: **La 5ª estación, Blink 182, Shakira y Pereza.**
- Ambos grupos coinciden en destacar **artistas** similares, **de actualidad** (con mayor presencia en medios de comunicación, listas de ventas...), aunque en el grupos de los universitarios también destacan artistas de carácter más clásico, o no tan claramente ubicados en la escena popular actual.

### SCHOOL / UNIVERSITY



# 2.- Música y Estilo de Vida

## Artistas favoritos

- Al referirse al artista favorito, la mayoría de participantes manifiesta comprar sus trabajos originales, aunque encontramos diferentes patrones:

Minoritario

EL "FAN"

- Máxima fidelidad con su artista favorito, **compra todo el material original.**
- El acto de **comprar cada disco original**, lo entiende como un **acto de fidelidad, de lealtad y de autenticidad como *fan*.**

EL "SEGUIDOR"

- Fiel al artista, **selecciona la compra de discos.**
- **Prefiere invertir en conciertos**

EL "DESVINCULADO"

- Inmerso en la cultura de la **descarga**, excluye la opción de compra, aunque sea de "su artista favorito".

3

# Descubrimiento / Adquisición de Música

# 3.- Descubrimiento/Adquisición de Música

## Acceso a material musical



15-17  
(school)

- P2P: eMule, eDonkey, BitTorrent, Ares (casi siempre)
- Bluetooth con amigos, para ringtones (a menudo)
- CD copiados por amigos (Alguna vez)
- CD comprados (ocasionalmente, impulsivamente, regalo)
- iTunes (irregularmente)
- Compra a través del móvil (Alguna vez)
- MSN (intercambios a través del messenger)(alguna vez)



18-24  
(university)

- P2P: eMule, eDonkey, BitTorrent, Ares (casi siempre)
- MSN
- CD copiados por amigos (Alguna vez)
- CD comprados – (especialmente ofertas)
- iTunes
- Compra a través del móvil (Alguna vez)

**El Top manta se percibe como una opción degradada**

# 3.- Descubrimiento/Adquisición de Música

## Acceso a material musical

### ■ Programas para descargas P2P:

→ A través de Emule, Edonkey, Bitorrent y Ares, señalando:

- Su gratuidad
- La comodidad de disponer de la música en casa
- Se viven como grifos abiertos de música (y cine)
- Lamentan malas calidades y virus

### ■ Compra de CDs:

→ La mayoría de los participantes declaran no comprar CDs con frecuencia excepto para regalos y caprichos

- Se percibe un alto precio (15-20 €).
- La existencia de fuentes de acceso gratuitas
- Objeto del pasado y nicho: “Para fans”

# 3.- Descubrimiento/Adquisición de Música

## Acceso a material musical

- Copia de CDs a amigos:
  - Simpatizantes de esta opción, rápida y económica, una forma de compartir más.
  - Aunque emerge el dilema de si resulta más cómodo/rápido descargar cada amigo lo suyo vs. copiar. *“No quiero tener más cds”*
- Compra en tiendas on-line:
  - Algunos participantes han utilizado iTunes, opción que consideran adecuada:
    - ▶ En casos de no disponer del CD en la tienda.
    - ▶ Cuando se quiere realizar una descarga segura, con garantía de calidad.

# 3.- Descubrimiento/Adquisición de Música

## Acceso a material musical

- Entre móviles a través de bluetooth:
  - La inmediatez
  - Opción, popular y de actualidad
  - El disfrute que le acompaña, con implicaciones lúdicas y sociales.
- Desde el ipod de un amigo:
  - Problemas con la configuración personal de archivos y carpetas.
  - Dificultad para lograr el objetivo.
  - Complejidad
- Comprar música desde el móvil:
  - Reacción general de **desengaño**, y desde ahí, indignación o enfado: muchos lo han probado en alguna ocasión, siempre con resultado insatisfactorio
  - Canciones no originales
  - Fragmentos de canciones
  - Alto precio
  - Servicio obsoleto, dadas las posibilidades domésticas

**Las descargas en el móvil significan el 70% del mercado digital español**

# 3.- Descubrimiento/Adquisición de Música

## Descubrimiento de música

- Las principales fuentes de descubrimiento de música destacadas en espontáneo han sido:
  - Radio: 40 Principales, Kiss FM, Rock & Gol.
  - Televisión: Fly TV, Sol música, Kiss TV, 40 Latino
  - Discotecas
  - Los amigos, recomendaciones, en el coche
  - Anuncios de televisión
  - Películas
  - Tiendas de discos, considerada como una opción obsoleta, casi de “freaks” (en menor medida)

# 3.- Descubrimiento/Adquisición de Música

## Compra de música

- La compra de música permanece relacionada con la compra de un CD, no con las descargas de canciones sueltas (Aunque sean legales)
- Compran canciones sueltas como elemento de personalización del móvil
- No se considera necesario comprar música de muchos artistas
- Consideran los discos caros
- Piensan que los CDs son objetos del pasado
- La entrada del concierto prevalece por encima del disco, mientras que para los “fans” es el paso siguiente a la escucha del disco.
- Página web: cobra relevancia siempre que pueda ofrecer algún material especial y exclusivo.
- Los DVDs con contenidos en vivo, backstage, entrevistas etc. son valorados como un paso más allá del disco.

# 4

## Modelos de Negocio

# 4.- Modelos de Negocio

## Modelos de negocio presentados

- En las dinámicas se ha analizado en conjunto una tabla con 5 modelos diferentes de negocio:
  - iTunes
  - Movistar, Vodafone, Orange
  - E-music
  - Movistar Tarifa Plana (Nuevo modelo suscripción)
  - Pandora

# 4.- Modelos de Negocio

## Modelos de negocio presentados

- De los 5 modelos presentados, los mejor valorados han sido:

### Emusic

- Resulta la opción
  - ✓ **Más económica** de todas las expuestas
  - ✓ **Más permisiva** con el usuario
- Incluso llega a percibirse como “excesiva” la cantidad de música a la que uno se compromete a pagar

→ **LA OPCIÓN MÁS SIMILAR A LA DESCARGA P2P.**

### Pandora

- Valorada principalmente desde su **gratuidad.**

- Conceptualizada como

**RADIO**

**+**

**PERSONALIZACION**

**+**

**DESCUBRIR**

- Se ve limitada frente a la descarga P2P, porque precisamente no es un sistema de descarga, es sólo un servicio de escucha por Internet.

→ **EN LA ACTUALIDAD ESTE SERVICIO NO ESTA DISPONIBLE EN ESPAÑA**

5

# Piratería Musical

# 5.- Piratería Musical

## Definición y actitud hacia la piratería musical

- Definen la actividad como **“no pagar por el trabajo de alguien”**
- Reconocen sus efectos negativos sobre todo para el artista.
- Se ignora el trabajo de la discográfica.
- Se autoperciben en un paraíso que deben disfrutar y aprovechar.
- **Se justifican:**
  - Los elevados precios impiden acceder a todo lo deseado
  - Los programas de P2P son gratuitos y de uso libre: evasión de responsabilidad
  - Los artistas y la industria obtienen ganancia por otras vías: conciertos...
  - **“Ya pagan otros”** aludiendo a que se sobreentiende que hay compradores fijos
  - Compensan sus actividades “piratas” con la asistencia y pago de conciertos: colaboración directa con el artista.
- Encuentran apoyos en artistas que se han posicionado ante las descargas gratuitas.
- **Son conscientes de que sus conductas de descarga se consideran “piratería musical”**

# 5.- Piratería Musical

## ¿qué es y qué no es piratería musical?

- Ante la sugerencia de una serie de actividades, para ver qué se entiende por legalidad e ilegalidad, nos encontramos con el siguiente panorama:

### LEGAL

- Hacer una copia de tus CDs para un amigo.
- Hacer una copia de un CD que te ha dado un amigo.
- Hacerte una copia de un CD tuyo para tu coche.
- Pasar por Bluetooth una canción a un amigo.
- Descargar canciones a través de iTunes.
- Escuchar la radio por Internet.
- Copiar las canciones del MP3 de un amigo a tu ordenador.

### ¿?

- Hacer un CD recopilatorio para un amigo.
- Enviar música por email a amigos.
- Compartir música por mensajería instantánea.

### ILEGAL

- Vender una copia de un CD tuyo en el instituto/centro de estudios.
- Compartir tu carpeta "mi música" con otros, usando eMule.
- Descargar canciones de eMule.

# 5.- Piratería Musical

## Castigos por descargar

- El castigo como amenaza se considera que podría ser eficaz, siempre y cuando fuera percibido como real.
- Los castigos conocidos:
  - Se perciben como lejanos (en otros países).
  - O están orientados al “top manta”
- Admiten que el corte de su conexión doméstica a Internet, como amenaza/castigo, sería efectivo aunque dudan que se llegara a materializar.

6

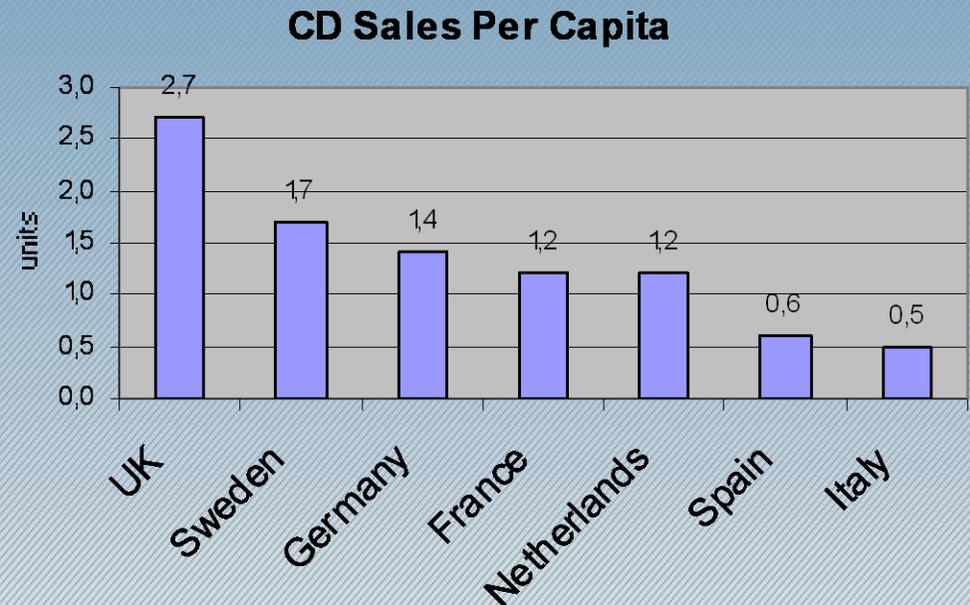
# Comparativa Internacional

# 6.- Comparativa Internacional

## Estudios simultaneos

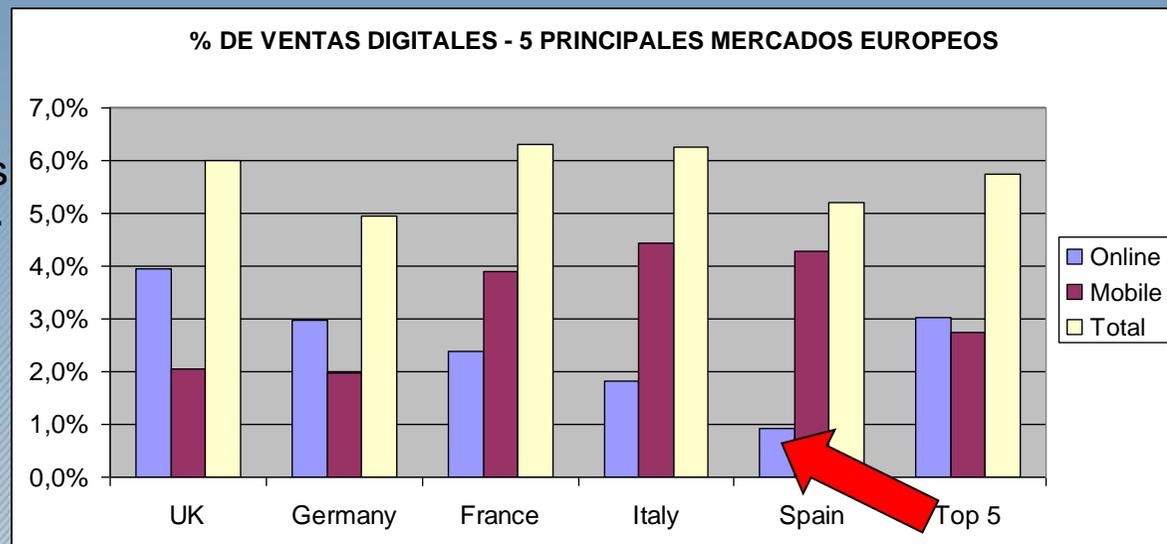
■ IFPI ha realizado estudios simultaneos en distintos países: Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, Holanda y Suecia.

- Los estudiantes europeos del segmento universitario aún valoran el CD original por su calidad frente a los archivos digitales.
- Los jóvenes europeos coinciden en la ilegalidad del P2P. Y para la mayoría es su principal fuente de conocimiento de música.
- España lidera junto a Holanda la extendida creencia de “Cultura libre” al mismo tiempo que permanece un nivel bajo de ventas de soportes musicales físicos o digitales frente al P2P
- Francia se muestra como el país más concienciado con el problema del P2P
- En EEUU admiten que las demandas presentadas contra particulares son un elemento disuasorio.
- Alemania aparece como uno de los países más país respetuosos con los derechos de los interpretes.



# 6.- Comparativa Internacional

- La percepción de los CDs como desfasados u obsoletos destaca en nuestro país, de forma que el paso del soporte físico al digital casi se ha completado. Esto, unido al escaso desarrollo del mercado digital legal, provoca un uso mayor que en otros países de las vías ilegales de acceso a la música.
- El servicio de descargas con más partidarios es eMusic salvo en el caso del Reino Unido.
- Menor conocimiento que en otros países, como Reino Unido, Alemania o Estados Unidos, de las alternativas legales, como iTunes
- Aceptación generalizada del modelo iTunes especialmente en Reino Unido, Estados Unidos y Alemania.
- España es, junto a Reino Unido, Italia y Alemania, el país donde el *bluetooth* goza de más popularidad a la hora de intercambiar música
- Además de compartir vía bluetooth, en España e Italia es frecuente la copia masiva del contenido del reproductor MP3 a los amigos (“simplemente copias y pegas”)



- Mayor preocupación en otros países – EE. UU., Francia, Alemania, Suecia, ...- por los riesgos, tanto legales como relacionados con virus, asociados a programas P2P

# 6.- Comparativa Internacional

## Parar la piratería P2P

- Los jóvenes europeos se ponen de acuerdo en las medidas para atajar el problema de las redes P2P.
- Incrementar los castigos.
- Restringir la disponibilidad de estos servicios (“Cerrar y bloquear los sites que permiten descargas gratuitas”).
- Con educación, sobre todo mencionado en Francia
- Con campañas de concienciación, haciendo énfasis en el daño que provoca, sobre todo a los artistas.
- Campañas también enfocadas a los padres.
- Desconexión de Internet. La mayoría no lo cree posible pero, de producirse, tendría un gran impacto

*“Es una solución mejor que los castigos”* – universitaria alemana;

*“Creo que en esas circunstancias dejaría de hacerlo”* – universitario francés;

*“Mi padre me mataría”* – estudiante italiana;

*“Si supiera que están realmente controlando, lo dejaría”* – estudiante holandesa;

*“Es como cortarte el agua si no pagas la factura. Eso sería más serio que las demandas –*  
estudiante estadounidense;

*“Entonces no quedaría más remedio”* – estudiante español.

# 7

# Conclusiones

# 7.- Conclusiones

## Actividades

- Los jóvenes españoles consultados reconocen que **el consumo de música está presente como “actividad” transversal en el día a día...** y no sólo hace referencia a la escucha, sino también al compartir (una actividad más para hacer entre amigos, por lo que relacionarse).
- **La compra** de música se excluye de los gastos habituales, **quedando relegada a la ocasionalidad, con carácter de regalo.** → **la compra se sigue asociando al CD, un formato “obsoleto”** frente a los archivos de Mp3 (por el uso extendido de los reproductores en estas edades), y que se sigue percibiendo “caro”.
- Tan sólo se observan actitudes positivas hacia la compra (de CDs) con respecto a sus artistas favoritos
- El descubrimiento de la música se vive como “estar en la actualidad”, y es promovida desde: Radio, TV y el “boca-oreja” entre amigos.

# 7.- Conclusiones

## Acceso a música

- Mientras que las principales fuentes de acceso a contenidos musicales, en cambio, son:
  - **Descargas P2P:** *un grifo abierto para todos.*
  - **Grabación de CDs:** rápida y segura, aunque ya se prefiere la descarga individual por menor uso del CD.
  - **MSN:** resulta habitual el intercambio de archivos durante las interacciones.
  - **Bluetooth:** por su carácter lúdico, es una fórmula cada vez más extendida, pero no se percibe como un intercambio de música como los anteriores, con un gran número de “copias” o “traspasos”, sino que son canciones puntuales, a menudo para utilizar como melodía de móvil.
  - Compra en **tiendas:** perdiendo razón de ser día a día, *para unos pocos.*
- De los modelos de negocio sugeridos para el medio online, Emusic y Pandora resultan los mejor valorados
- Existen desconfianzas en los modelos de descargas legales a través de los operadores de telefonía móvil.

# 7.- Conclusiones

## Piratería

### ■ Con respecto a la **piratería musical**:

- Definen piratería como “apropiarse del trabajo de otro, sin su consentimiento explícito”.
- Se reconocen como participantes activos del problema, y además reconocen que se hace daño, aunque consideran que los principales perjudicados son los artistas (ignorando a la industria discográfica, comercios, etc.).
- Intentan rebajar su culpa con argumentos que les eximan de responsabilidades:
  - La “peor” piratería es la que se realiza con fines de lucro (top manta, en España).
  - Los accesos gratuitos (principalmente, programas de descarga P2P) están ahí, se permiten, no se eliminan o anulan, son de acceso libre, y hay mucha gente que hace uso normalizado de ellos.
  - Los usuarios comparten su música con otros, conocidos (amigos, compañeros de estudios, etc.) y desconocidos: es una decisión individual sobre lo que se considera de su “propiedad”, al menos si se pagó por ello.
  - No han dejado de invertir dinero en música: acuden a conciertos, compran los CDs de sus artistas favoritos, e incluso merchandising.
- Sorprendentemente, un castigo “real”, tangible (y por tanto creíble) se presenta como la única opción consensuada para el fin del problema
- **El corte del acceso es recibido como castigo efectivo**

# 7.- Conclusiones

## Futuro incierto

- Las descargas ilegales de música presentan un crecimiento exponencial:
  - En el año 2005 se descargaron en España 580 millones de canciones
  - En el año 2006 se descargaron en España 800 millones de canciones
  - En el año 2007 se descargaron en España 1200 millones de canciones
- Repitiendo los errores cometidos frente al Top Manta
- La piratería digital sigue sin estar en la agenda del gobierno.
- España vuelve a entrar en la lista 301