

## SONIDOS DE MI MUNDO

# IA VS IA (SEGUNDA PARTE)

Por *Ignacio Olivares*

Director musical Radio Duna



**R**ecapitulemos: mientras los artistas se limpian las heridas frente a la artillería de prompts que le ha enviado la inteligencia artificial, los sellos discográficos han optado por una táctica que les permita seguir -como siempre- ganando. Si miramos los últimos 70 años de la industria musical, las casas discográficas no se han mantenido de pie gracias a sus artistas ni a sus obras. Lo único constante entre tanto cambio han sido los departamentos legales y su talento para encontrar oro en las cenizas.

En la década del 90, la industria experimentó un auge sin precedentes a través de la venta de formatos físicos. El galán fue el CD, que garantizaba una recuperación inmediata y controlada de las cifras millonarias que se invertían en los artistas. Esa seguridad se desplomó con la llegada de Napster, justo en el fin del milenio. La plataforma P2P puso de rodillas a la industria discográfica: diezmo sus ganancias, devaluó el soporte y mostró la peor cara de los sellos, que demandaron incluso a dueñas de casa. No tenían experiencia contra medios disruptivos y reaccionaron de forma cavernaria. Si Napster fue el Hiroshima de los sellos, el streaming fue su Chernobyl: una tragedia más acotada que los obligó a mudar las viejas prácticas y sentarse en la mesa de negociación una vez que el humo se disipó. La tecnología ya no podía ser aniquilada en los tribunales: había que asimilarla, regularla y monetizarla. Como eran las dueñas de los masters, las casas discográficas licenciaron los derechos y se quedaron con la mayor tajada de la torta, mientras los artistas recogían migajas por cada reproducción que recibían en plataformas como Spotify, Apple Music o YouTube.

Siguiendo esta exagerada analo-

gía de conflictos, la IA generativa se transformó en el estrecho de Ormuz de los sellos discográficos. Ellos son los dueños del combustible -las obras licenciadas de los artistas- que requieren los motores generativos para su entrenamiento y aprendizaje. Los desarrolladores intentaron esquivarlos a través de bibliotecas piratas, amparados en la ambigua filosofía del “uso justo”, pero una vez más actuaron los departamentos legales para marcar el territorio. Si bien la generación de música vía inteligencia artificial tiene límites difusos, la ingesta de los motores no resiste equívocos: no puede usar datos no licenciados. Un consorcio liderado por Universal Music Group demandó a Anthropic -responsable del modelo Claude- por tres mil millones de dólares acusando piratería flagrante de más de 20 mil obras de artistas como The Rolling Stones, The Beach Boys, Elton John y Bob Dylan, entre otros. Al mismo tiempo, estas discográficas y editoriales se están aliando con compañías como Suno y Udio (a las cuales, paradójicamente, también han demandado) para generar un acuerdo de licencias sobre este “combustible artístico” que necesitan para entrenar sus modelos. Es una forma contemporánea de sobrevivir en el negocio y agregar otro brazo a su pulpo corporativo.

Desde principios de esta década muchos artistas han vendido sus catálogos a editoriales y fondos de inversión por cifras astronómicas. Ahora parece más claro cuál era el objetivo de todas estas adquisiciones: de ser meros generadores pasivos de regalías por streaming ahora serán los recursos que alimentarán, de manera legal, a los Modelos de Lenguaje Musical (LMM) del mañana. ¿Y quién pierde en este trasvasije de contratos y derechos? Los mismos de siempre.