



***Estudio sobre el impacto económico
y social de la IA en la creación
musical y sus efectos en otros
ámbitos de la cultura***

Septiembre 2025

Con la colaboración de





KM
KNOW MEDIA

Consultoría, Estrategia y Contenidos

KNOW MEDIA

The logo for 'sgae' consists of a red square with the lowercase letters 'sgae' in white, positioned to the right of the square.

Índice

A. METODOLOGÍA Y MUESTRA

B. PRINCIPALES RESULTADOS

1. INTRODUCCIÓN: MARCO GENERAL SOCIAL Y TECNOLÓGICO IA Y MÚSICA
2. PANORAMA ACTUAL DE LA IA Y LA CREACIÓN MUSICAL
3. ACTITUDES DE LOS CREADORES HACIA LA IA
5. PREVISIONES DE USO Y APLICACIONES FUTURAS
5. PROSPECTIVA DE IMPACTO POSITIVO/NEGATIVO DE LA IA
6. NECESIDADES Y PETICIONES PARA EL MARCO REGULATORIO
7. ANALISIS CUALITATIVO
8. MUSICA CREADA, MUSICA GENERADA POR IA

C. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Objetivos, Metodología y muestra

Contexto: Antecedentes

En los comienzos de la tercera revolución industrial y su transición desde los nuevos dispositivos electrónicos que facilitan transportar de forma masiva los contenidos a la tecnología digital y su acceso on line, la música ha sido de los sectores más impactados.

Todos los eslabones de esta industria, desde la creación hasta la exhibición y la percepción del propio consumidor, se han visto alterados.

Con la irrupción de la cuarta revolución industrial que impulsa la inteligencia artificial (IA), está emergiendo una nueva fuerza transformadora que afecta radicalmente a las industrias culturales en primer lugar.

La integración de algoritmos de IA en la creación, distribución y consumo de contenido musical va a provocar cambios muy relevantes que abarcan todas las áreas, y que puede provocar dramáticas alteraciones en el ecosistema de esta actividad y puede suponer una ruptura de las condiciones económicas y sociales de desarrollo de los creadores de la cultura y de su relación con la comunidad.



- La IA ha demostrado ser capaz de generar música, imitando estilos y patrones de creadores.
- Herramientas de IA, como los asistentes de composición y los generadores de letras, están cambiando la forma en que los músicos y escritores crean y experimentan con la música y sus textos narrativos.
- Estas nuevas funcionalidades parecen democratizar la creación en general. Pero también plantean muchos interrogantes sobre la autoría, la originalidad y la autenticidad en el arte musical y audiovisual.
- Los músicos, se enfrentan a nuevos desafíos y oportunidades en un entorno donde la IA puede competir con la misma esencia de su actividad creativa.
- ¿Cómo afecta el uso de la IA a la estabilidad económica y emocional de estos artistas y creadores, especialmente aquellos que dependen de la creación para su sustento?
- ¿Qué implicaciones tiene para los derechos de autor y la protección de la propiedad intelectual en un mundo donde la creación es cada vez más colaborativa entre humanos y máquinas?
- ¿Cómo afectará al ecosistema cultural la irrupción de “maquinas inteligentes” capaces de sustituir la creación humana?

- Los interpretes y actores del pasado y las nuevas figuras se enfrentan a réplicas virtuales capaces de ofrecer sus prestaciones de grabación e incluso de comunicación “en vivo”.
- Los productores de contenidos tienen nuevas alternativas, pero también los riesgos de ser sustituidos por operadores virtuales capaces de generar nuevas producciones con recursos virtuales.
- La distribución se concentra en plataformas de streaming que utilizan algoritmos de IA para personalizar con enormes capacidades para determinar recomendaciones y orientar el descubrimiento de nuevos contenidos.
- ¿Cómo afecta esto a la diversidad y la accesibilidad de los contenidos, especialmente para los talentos emergentes o de nicho?
- ¿Qué impacto puede tener en los modelos de negocio de la industria local tradicional, desde la sostenida en ventas de productos hasta la especializada en eventos en vivo?
- ¿Qué consecuencias puede dejar esta situación en las expectativas e incentivos para los nuevos creadores, especialmente las nuevas generaciones de talento joven?

- La IA ya está moldeando la forma en que las personas interactúan con la cultura, desde la creación de listas de preferidos hasta la creación de contenidos cada vez más complejos por los user-generated contents.
- ¿Cómo influye en la identidad cultural y la diversidad musical en diferentes comunidades y sociedades?
- ¿Qué desafíos éticos y sociales surgen al confiar en algoritmos para revisar, recomendar y crear contenido musical?
- ¿Cómo puede afectar a la evolución y desarrollo de las obras en términos de creatividad, originalidad, nuevos espacios sonoros y audiovisuales, nuevos lenguajes y estilos de creación?
- ¿Qué efectos puede tener en la generación de ingresos?
- ¿Cuál puede ser el impacto en la actividad económica de los diferentes sectores implicados?



knowmedia.es
KNOW MEDIA

Objetivos de Investigación

Ante este contexto, el propósito de esta investigación es analizar el impacto económico y social de la inteligencia artificial (“IA”) sobre la creación musical en el Mercado Español. El estudio pretende examinar las respuestas y percepciones de los creadores ante la irrupción de la IA con los siguientes objetivos de investigación:

- **Evaluar el cambio en los modelos de negocio musicales**, en la generación y distribución de los ingresos.
- **Investigar sobre la afectación de la IA en el trabajo** de los autores/as de obras musicales.
- **Explorar cómo se percibe esta tecnología y la actitud de los diferentes colectivos** implicados hacia el rol de la IA y su influencia en la cultural musical.
- **Estimar el impacto económico** que puede suponer el uso de la IA en los ingresos por derechos de autor.
- **Proporcionar una guía para todos los agentes implicados**, sobre todo para los reguladores, que permita abordar y enfocar correctamente los desafíos e identificar las oportunidades emergentes en este ámbito en permanente evolución.



Metodología del Estudio

1. Encuesta/Cuestionario con la siguiente sistemática

- **Target:** socios del colegio de pequeño derecho (música) de la SGAE.
- **Metodología cuantitativa:** Entrevistas Autocumplimentadas Online (CAWI) realizada a través de invitaciones por email a la participación voluntaria sobre la BBDD del colectivo autoral de la SGAE .
- **Tamaño muestral:** Se han logrado un total de 1.257 entrevistas finales válidas.
- **Ámbito de la investigación:** Nacional, (5,6% socios residentes en extranjero).
- **Tipo de Cuestionario:** semi-estructurado, aprox. 25 minutos de duración, preguntas abiertas, que se han codificado y tabulado.
- **Fechas de campo:** Del 3 de Diciembre de 2024 al 3 de Enero de 2025.
- **Trabajo de campo y proceso de datos:** Odec, centro de cálculo.
- **Error muestral:** +/- 2,82% para un nivel de confianza del 95,5% y suponiendo condiciones más desfavorables de muestreo (p=q=50%)
- **Cuotas muestra:** para una mejor representación aleatoria del perfil del asociado, no se han establecido cuotas previas.

2. Investigación propia Know Media

- **Investigación y análisis de fuentes secundarias** (informes, artículos, otros estudios, etc.) relacionados con la temática del estudio.

3. Entrevistas expertos IA

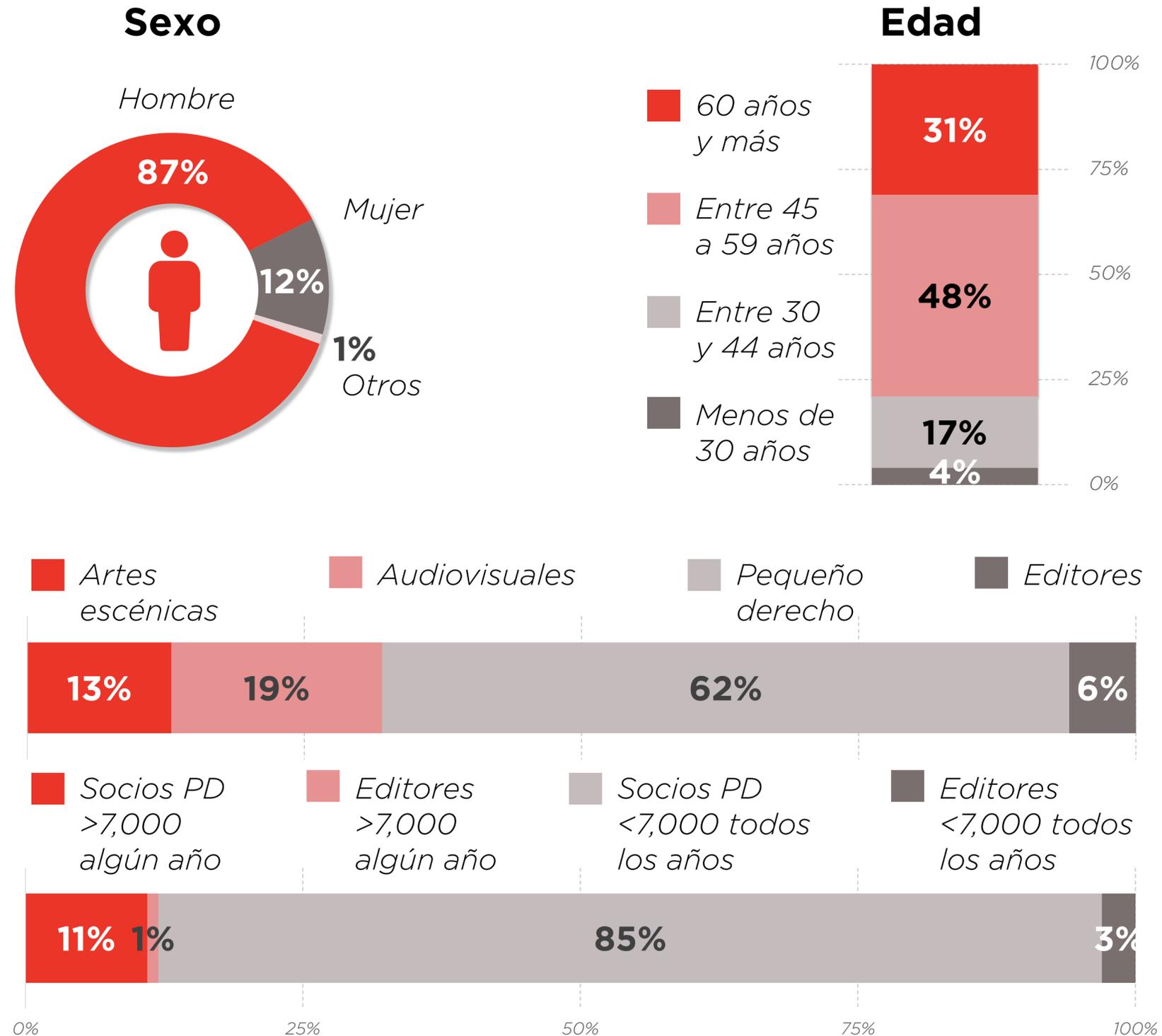
- **Realización 11 entrevistas en profundidad con expertos en tecnología,** autores y profesionales de la industria musical como complemento al estudio, que permitieron obtener información para aportar un análisis cualitativo.



Perfil del Participante en el estudio

La distribución aleatoria de la participación en la encuesta refleja un perfil del entrevistado equivalente al perfil del socio/a de la SGAE:

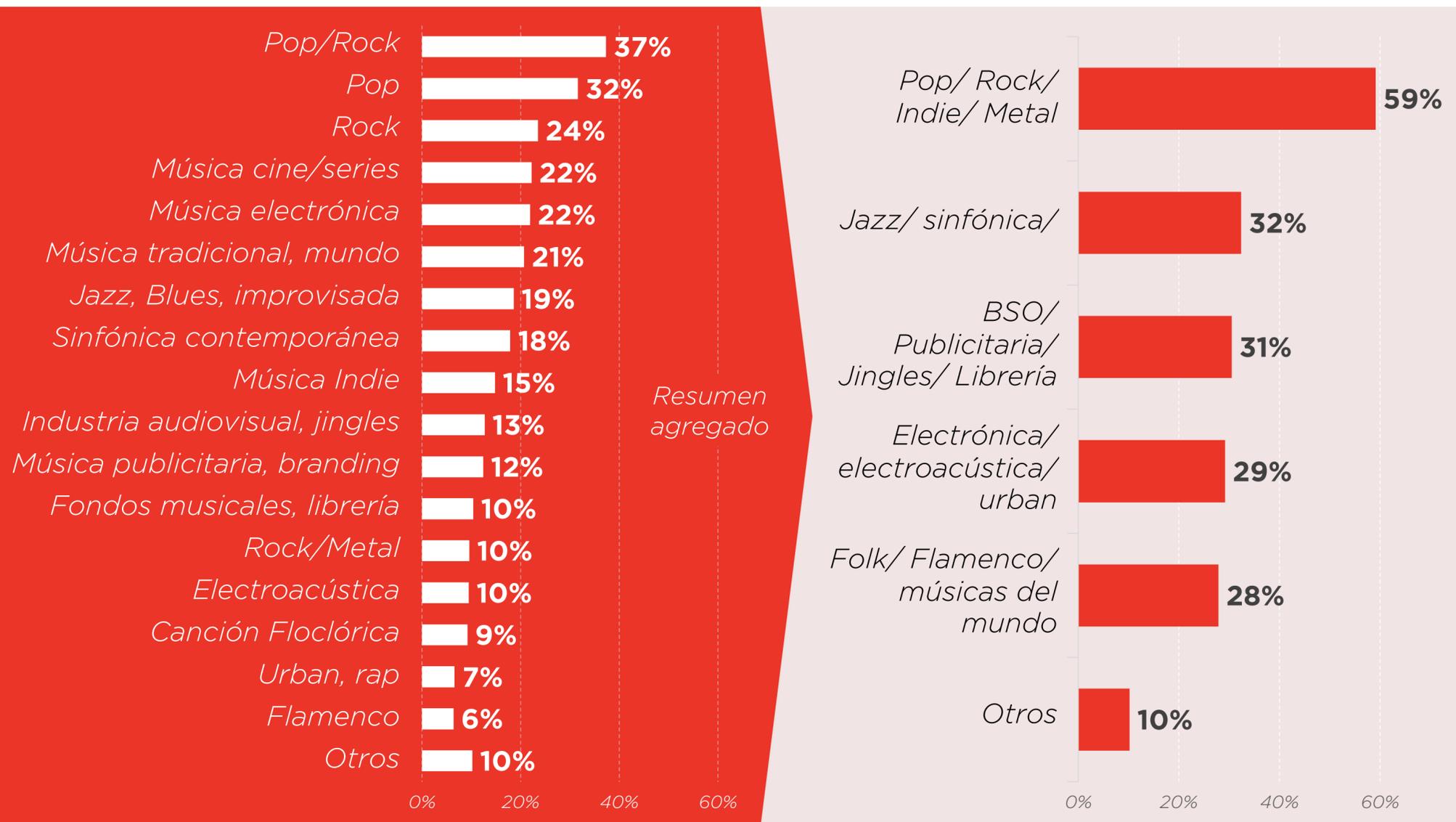
- Perfil claramente masculino con un peso relevante de la edad intermedia (casi la mitad entre los 45 y los 59 años).
- Casi 2 de cada 3 identifican pertenecer al colegio de pequeño derecho, y en torno al 12% con ingresos de derechos de autor superiores a 7.000, frente al 88% con ingresos inferiores.



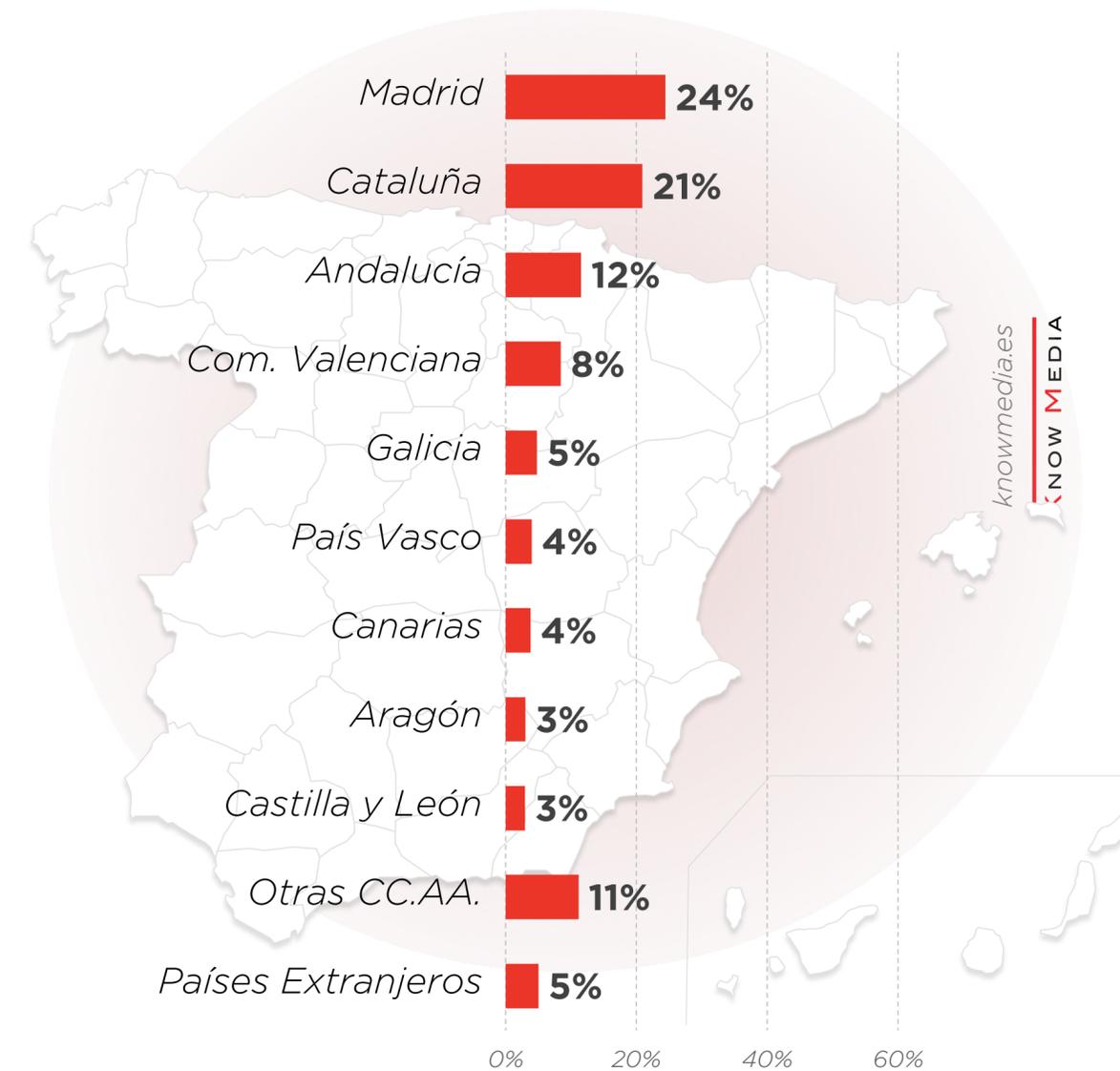
Perfil del Participante en el estudio

En la muestra queda también una elevada dispersión de representación de creadores según la distribución geográfica, así como según la categoría musical de sus obras.

Categorías musicales de sus obras



Distribución geográfica

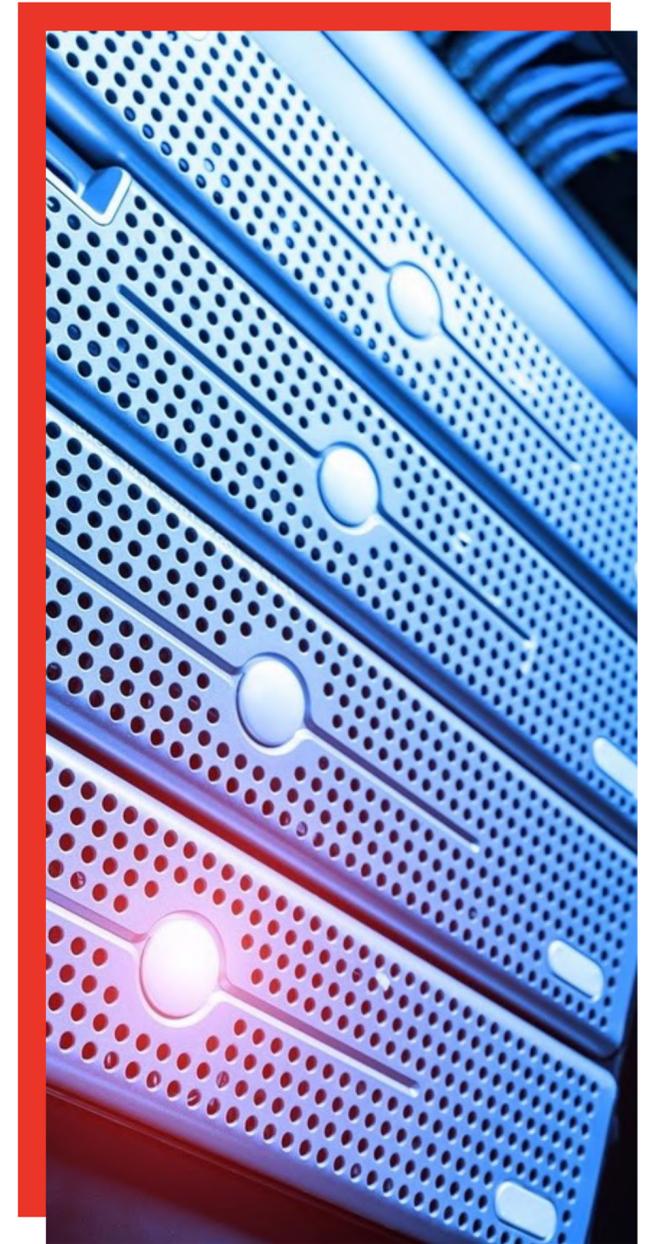




Marco general social y tecnológico IA y música

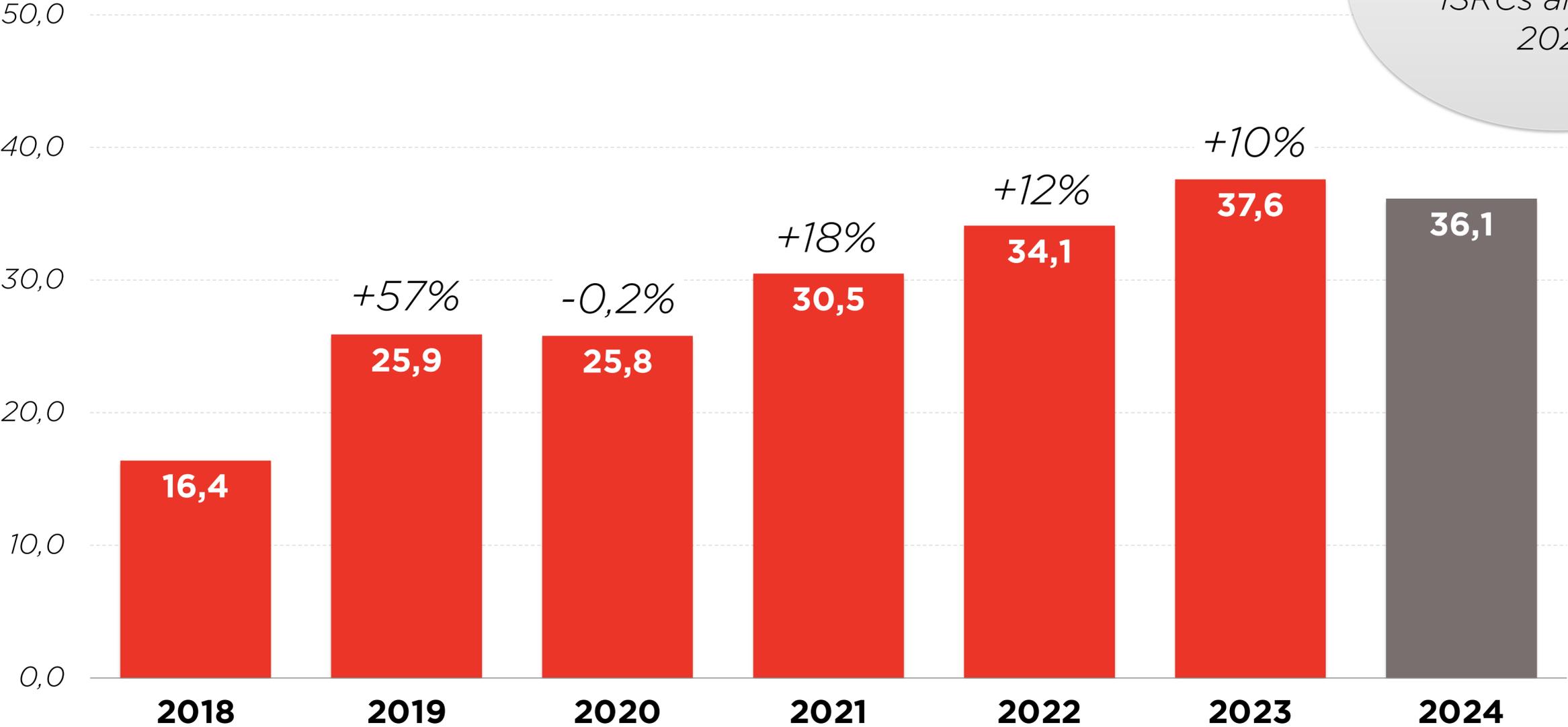
“ La humanidad produce ahora en dos días la misma cantidad de datos que la que se generó desde los albores de la civilización hasta el año 2003. Esta marea de datos es la responsable de la nueva era del aprendizaje automático” (Marcus du Sautoy). ”

- La escucha conectada y la era del streaming ha generado datos sistemáticos de audiencias y creaciones en los últimos 20 años.
- En la historia de la industria, las creaciones generaban valor en el momento de su compra o reproducción. En la actualidad generan otro valor fundamental proveniente de la generación y explotación de datos.
- Esta nueva relación entre creaciones y audiencias elevan el valor de la información más allá del contenido.
- Los datos han permitido entrenar a los modelos de IAG y cambiar completamente el valor de las audiencias.
- La economía del streaming y la datificación también ha modificado la forma y el volumen de la de la creación:
 - Las canciones son cada vez más cortas.
 - En 2024 se han subido una media de más de 99.000 canciones (ISRCs) por día a las plataformas de música. En 2018 se subieron cerca de 45.000. Se ha duplicado el volumen de canciones (datos) circulando (Datos Luminate 2025).



Nuevos ISRCs por año

Millones



99.000
Media nuevos ISRCs al día en 2024

knowmediaes
KNOW MEDIA

La IA y la música: desarrollo de mercado

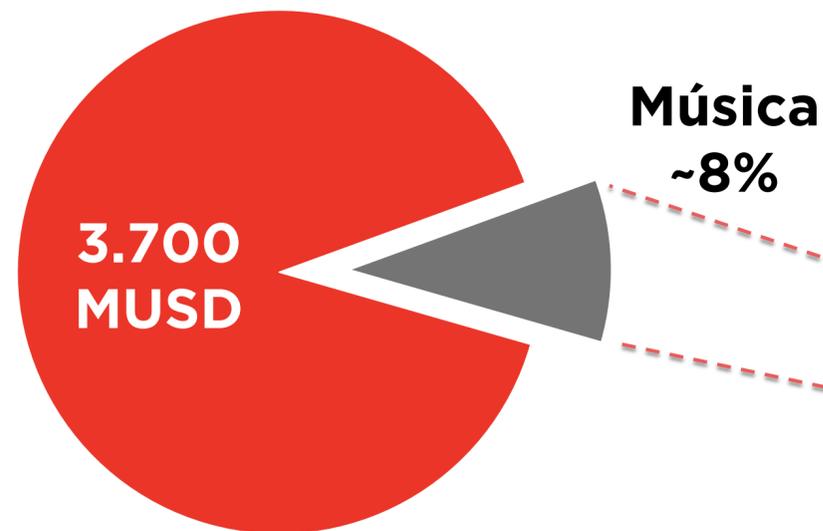
Desde noviembre de 2022 y la llegada de ChatGPT de OpenAI, la IA generativa y su rápida difusión entre el público han dado lugar a un auge de la IA excepcionalmente rápido. Solo en Europa se habrán invertido alrededor de 50 000 millones de dólares en tecnologías de IA.

Este desarrollo también ha influido fuertemente en el sector de la música, con grandes inversiones en aplicaciones de IA en todos los campos de la música, desde la creación hasta el marketing.

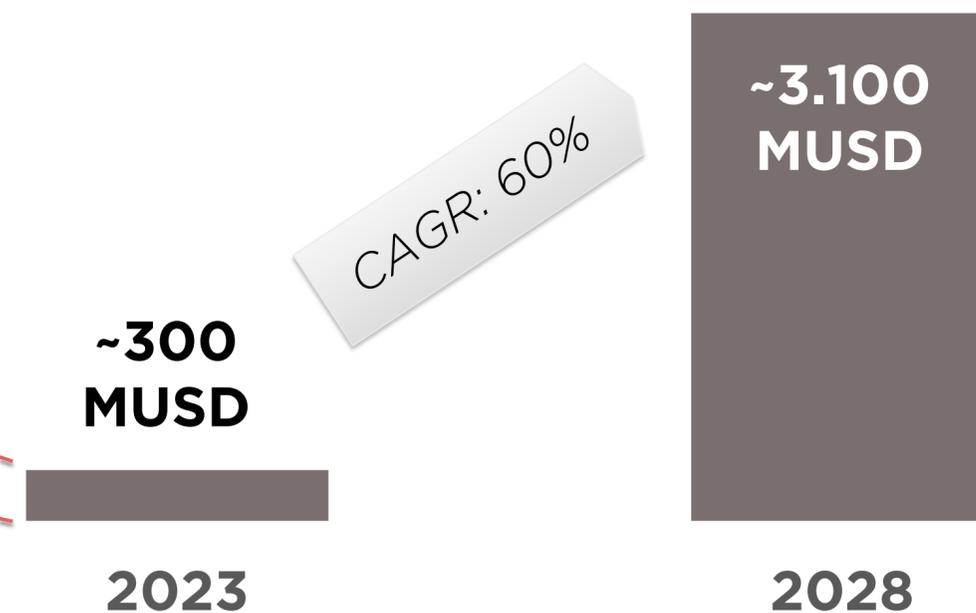
Se estima que la cuota de las aplicaciones musicales será de 300 millones de dólares en 2023. Esto corresponde al 8% del mercado total de IA generativa, con unos ingresos de 3.700 millones de dólares en 2023.

Se espera que el mercado de soluciones musicales basadas en IA se multiplique por más de diez para 2028, con una tasa de crecimiento anual media de alrededor del 60% hasta superar los 3.000 millones de dólares solo para la IA musical.

Volumen y cuota del mercado mundial de la IA generativa en la música, 2023



Previsión: Volumen de mercado de la IA generativa en la música en USD. 2023 - 2024



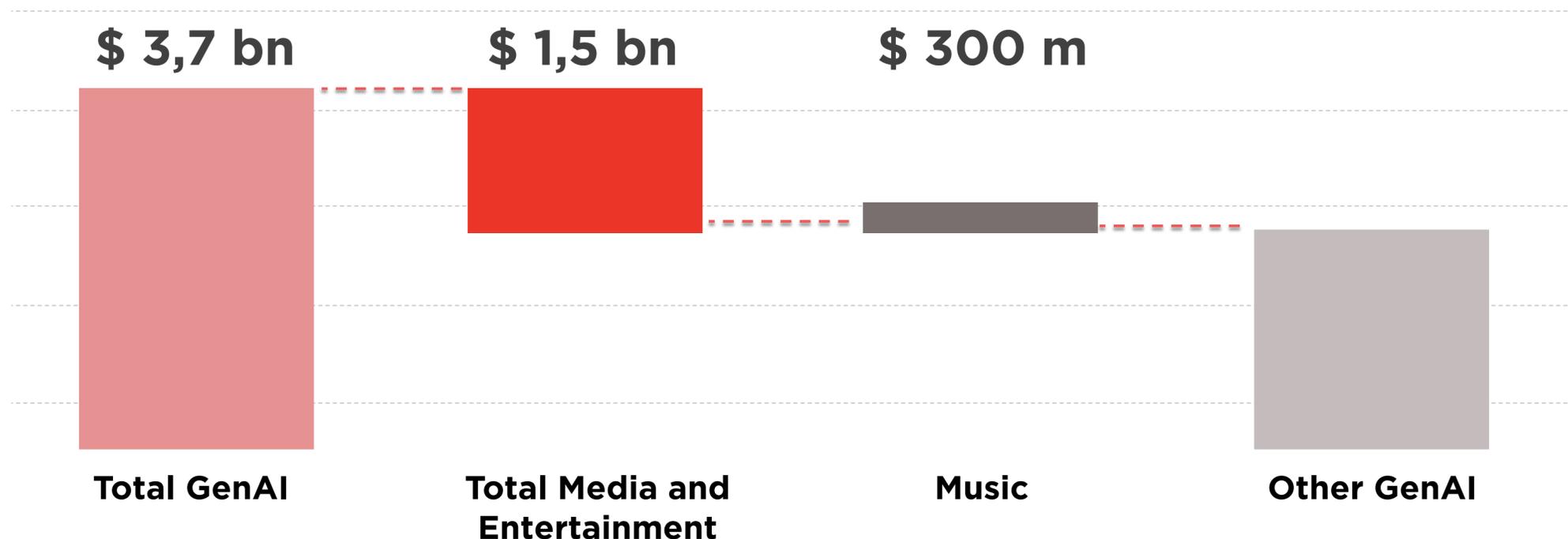
Volumen de mercado de la IA generativa en la música

Las siguientes estimaciones se basan en el volumen del mercado de un análisis ascendente de un total de 260 empresas que ofrecen productos de software de IA generativa¹ y una estimación del volumen del mercado en los medios de comunicación y el entretenimiento² así como en el sector de la música³.

En conjunto, se espera que los ingresos de las ofertas de tecnología de IAG superen los 3.700 millones de dólares en 2023.

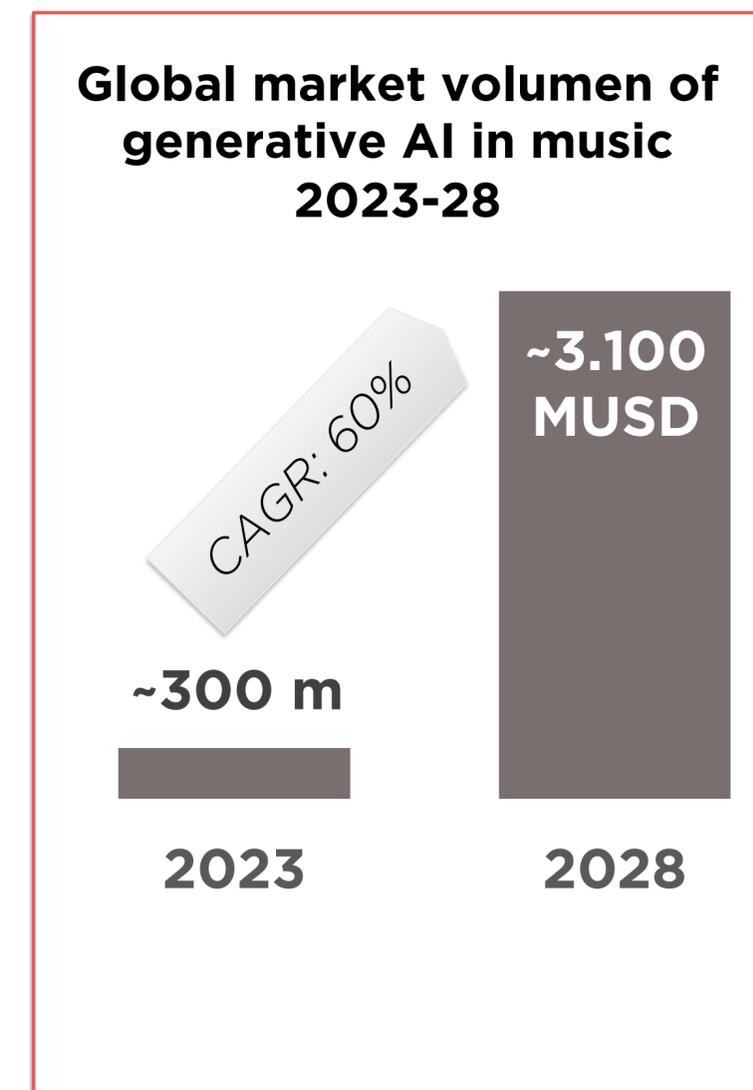
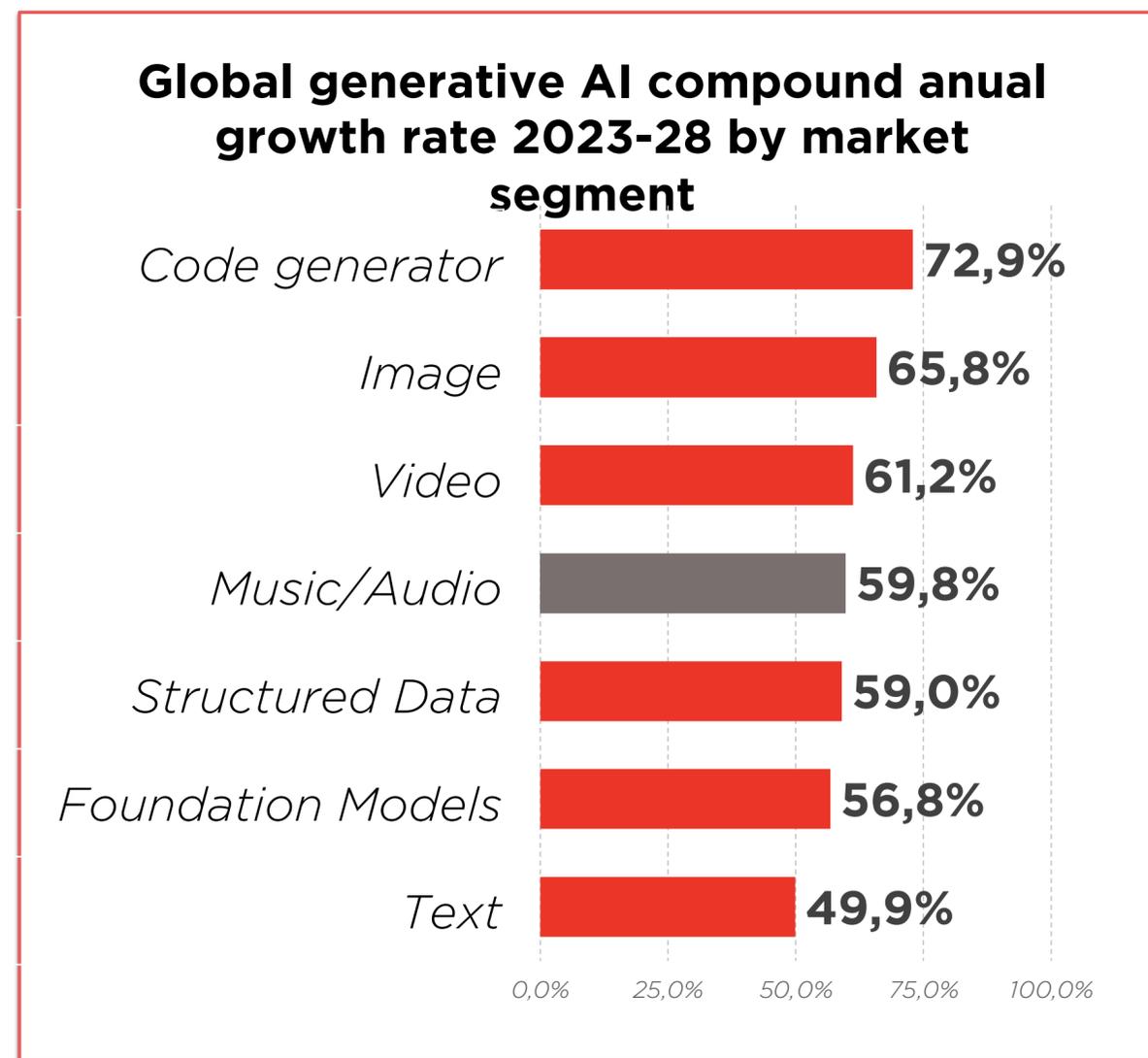
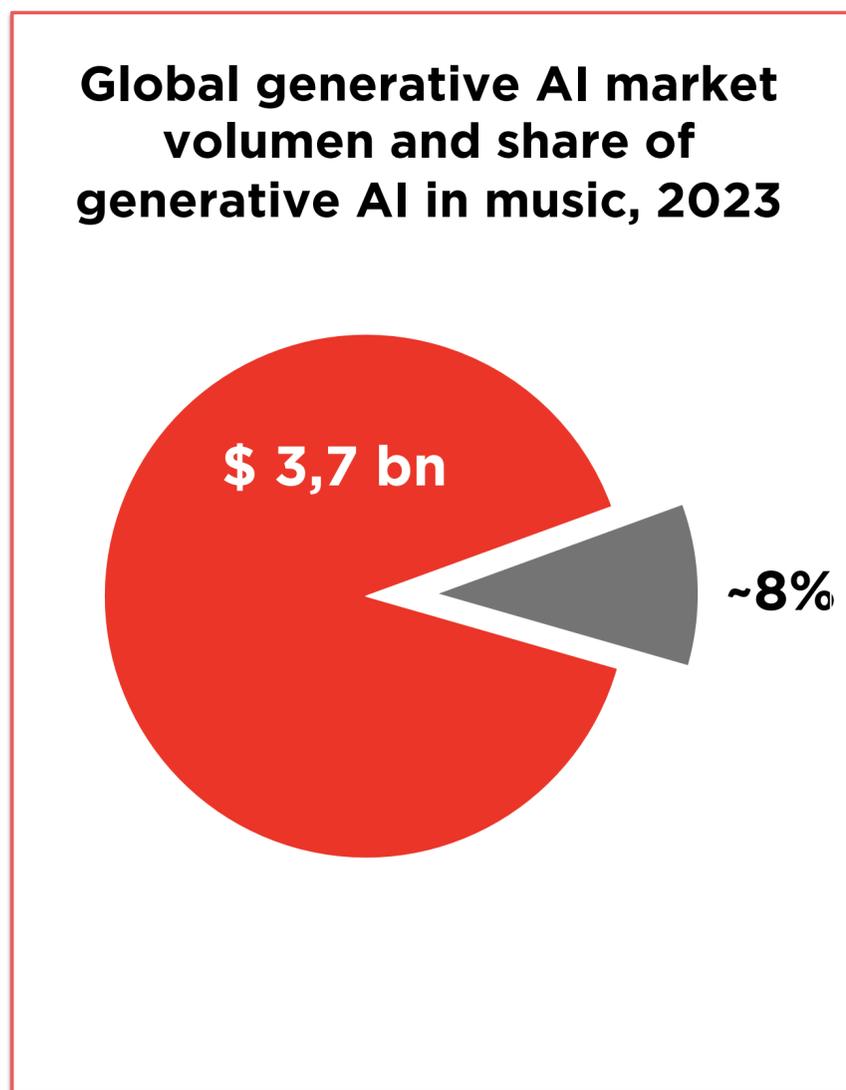
Mientras tanto, se estima que el mercado de IAG en el sector de los medios de comunicación y el entretenimiento alcance 1.500 millones de dólares, el 40% del mercado total. Los ingresos de IA generativa en la música se estiman en aproximadamente 300 millones de dólares, el 20% del sector de los medios de comunicación y el entretenimiento y el 8% del mercado total.

Global generative AI market volumen and share of generative AI in music, 2023



Estimación de mercado: IA generativa en la música

Se prevé que el mercado de la IA generativa en la música se multiplique por diez en 2028 y supere los 3000 millones de dólares. Se estima que la tasa de crecimiento anual promedio entre 2023 y 2028 será del 60 %.¹



Fuentes: ¹ S&P Global Market Intelligence (2023)

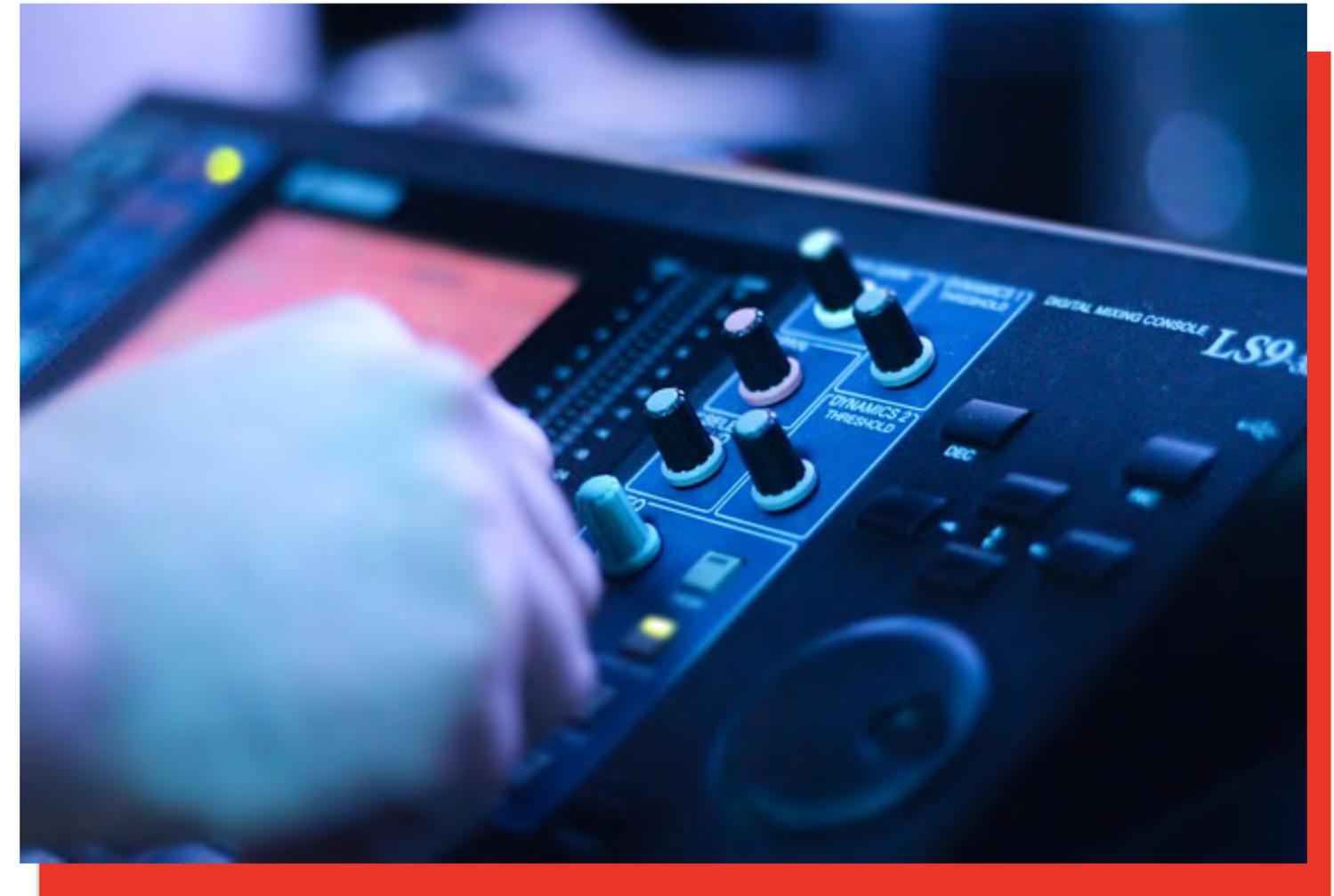
Diferentes informes, como el presentado por el [OEA](#), han analizado las posibilidades y desafíos que ofrece la IAG a corto plazo para las industrias de la cultura. Entre las posibilidades se destacan:

- Generación de ideas
- Automatización de tareas administrativas
- Personalización de contenidos
- Refuerzo de herramientas Anti piratería y protección del contenido.
- Ayuda a proteger el patrimonio

- Disrupción laboral. Eliminación o sustitución de puestos de trabajo.
- Preservación de la intervención humana en la creatividad.
La IAG como asistente vs. la IAG como sustituta de la creación.
- Problemas de competencia global. ¿Dónde surgen y se establecen los modelos y herramientas? ¿Quiénes son los propietarios de modelos y plataformas?
- Entrenamiento de los modelos con datos (creaciones) existentes y copyright.
- Suplantación de voces / creadores / músicos
- Costes medioambientales
- Dilemas éticos - impactos en la diversidad



- **Diversidad vs. Estandarización:** La Inteligencia Artificial Generativa (“IAG”) presenta retos y oportunidades que pueden impactar de manera muy diferente en función del uso que se realice. Puede ayudar al autor en el trabajo de creación de obras nuevas, pero puede también convertirse en un mecanismo que uniforme patrones creativos.
- **Competencia:** Se pueden producir procesos de competencia entre profesiones creativas por el uso de la IAG como complemento y soporte de sus creaciones. Músicos que utilicen la IAG para el diseño o la creación audiovisual y diseñadores o creadores audiovisuales que usen la IAG para la creación musical.
- **Transparencia algorítmica:** La exigencia de transparencia en los algoritmos se vislumbra como aspecto clave, aunque es altamente complejo por ser la base del modelo de negocio de las grandes compañías tecnológicas. Su regulación genera además tensiones geopolíticas.
- **Diferentes regulaciones:** El establecimiento de las empresas en países con regulaciones diferentes sobre entrenamiento de modelos o transparencia impide una respuesta unívoca desde la perspectiva de la infracción de los derechos de propiedad intelectual.



knowmedia.es
KNOW MEDIA

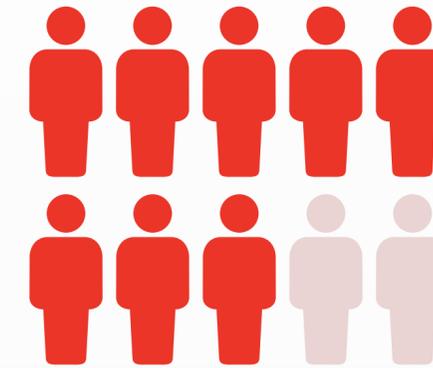
Fuente: Análisis Know Media procedente de fuentes secundarias

El informe de IFPI Engaging with music de 2023 presenta la percepción de audiencias y fans a nivel global sobre el impacto de la IA.

En esta encuesta se destaca que las audiencias son conscientes de los posibles impactos y consideran importante que se mantenga la componente humana en la creación e interpretación de música.

Alto Conocimiento de AI:

Los aficionados a la música conocen muy bien la IA, muchos la utilizan y están interesados en sus capacidades.



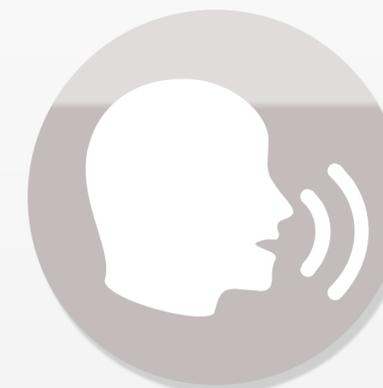
*Casi **8 de cada 10** (79%) sienten que la creatividad humana es esencial para la creación de música*

Para los fans conocedores de las capacidades de la IA:

La autorización para el uso de la música es extremadamente importante:



*El **76%** piensa que la música o la voz de un artista no debería ser utilizada por la IA sin permiso.*



*El **74%** está de acuerdo en que la música no debería utilizarse para clonar o suplantar artistas sin autorización.*

Una gran mayoría de aficionados apoyan la necesidad de transparencia



73% está de acuerdo en que un sistema de IA debería enumerar claramente toda la música que ha utilizado para el entrenamiento.

Los oyentes de música también reconocen la necesidad de establecer reglas para los sistemas de IA



70% está de acuerdo en que debería haber restricciones sobre lo que la IA puede hacer.



64% dice que los gobiernos deberían regular y establecer restricciones sobre lo que la IA puede hacer.

Sinopsis de las empresas de IA en el sector del audio, 2023

START UP ESPAÑOLAS



Sello discográfico establecido en Málaga que se presenta como pionero en el uso de la Inteligencia Artificial para generar sus artistas. Ahora mismo cuenta con 10 artistas en su roster. "Diseñamos desde cero la personalidad, el estilo visual y los géneros musicales", explica su fundador, Carlos Zehr



Empresa madrileña dedicada a la generación y clonación de voces sintéticas para diferentes usos. Representan a locutores y cantantes



Empresa madrileña dedicada a la generación y clonación de voces sintéticas para diferentes usos. Representan a locutores y cantantes



Empresa de Barcelona dedicada a la innovación y a la creación con IA y otras tecnologías. Realizan eventos y presentaciones enfocadas a estos campos.



Empresa madrileña dedicada a la reducción de riesgos en la música en vivo. Utiliza ciencia de datos e IA para estas operaciones.



Empresa situada en Berlín pero con participación española dedicada a la generación automatizada de loops con Inteligencia Artificial.

Casos de estudio

The screenshot shows the Billboard Pro website interface. At the top, there are navigation tabs for 'MARKET WATCH', 'MUSIC INDUSTRY EVENTS CALENDAR', and 'PRO CHARTS'. Below this, there are trending topics like 'TIKTOK BAN', 'L.A. WILDFIRES', and 'LEGAL AND TRIAL NEWS'. A prominent red banner reads 'WELCOME TO BILLBOARD PRO' and 'The music industry's No. 1 source for breaking news, business analysis, executive power lists, and in-depth special reports - plus access to more than 250 members-only charts.' Below the banner, there's a section for 'LEGAL NEWS' dated 06/24/2024, featuring the article 'Major Labels Sue AI Firms Suno and Udio for Alleged Copyright Infringement'. The article text states: 'Spearheaded by the RIAA, Universal, Warner and Sony have banded together to sue two of the most advanced start-ups in the emerging field of AI music.' The author is listed as 'BY KRISTIN ROBINSON'. Social media sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Pinterest are visible on the right side of the article.

The screenshot shows a news article from 'NEGOCIOS' titled 'Conoce All Music Works, una disquera en España centrada en crear música y artistas con IA'. The article text reads: '"Diseñamos desde cero la personalidad, el estilo visual y los géneros musicales", explica su fundador, Carlos Zehr. Mira algunos ejemplos aquí.' The author is 'Por Francesca Guim' and the date is '12/2/2024'. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Pinterest. Below the text is a photograph of Carlos Zehr, the founder, a man with long, curly hair, smiling.

The screenshot shows a news article from 'MÚSICA >' titled 'Las Nenas, el grupo de música que no existe y que ha troleado a la industria: “Se nos ha ido de las manos”'. The article text reads: 'Su distribuidora, Altafonte, eliminó sus canciones de las plataformas de ‘streaming’ al enterarse de que habían sido creadas con inteligencia artificial'. Below the text is a screenshot of a social media post from 'lasnenas_sisomos'. The post text says: 'Ante la imposibilidad geográfica de hacernos fotos juntas hemos hecho esta cosita de promo con fotos de cada una. Como se ve, Clau y Naiara salen divando mientras que yo parezco bibliotecaria, pero por el momento es lo que hay!!!'. A comment from 'ilustremartinez' asks: 'Este grupo no está hecho con Inteligencia Artificial? Duda importante.' The social media post also includes two images of women, one with sunglasses and one with long hair, representing the 'Las Nenas' group.

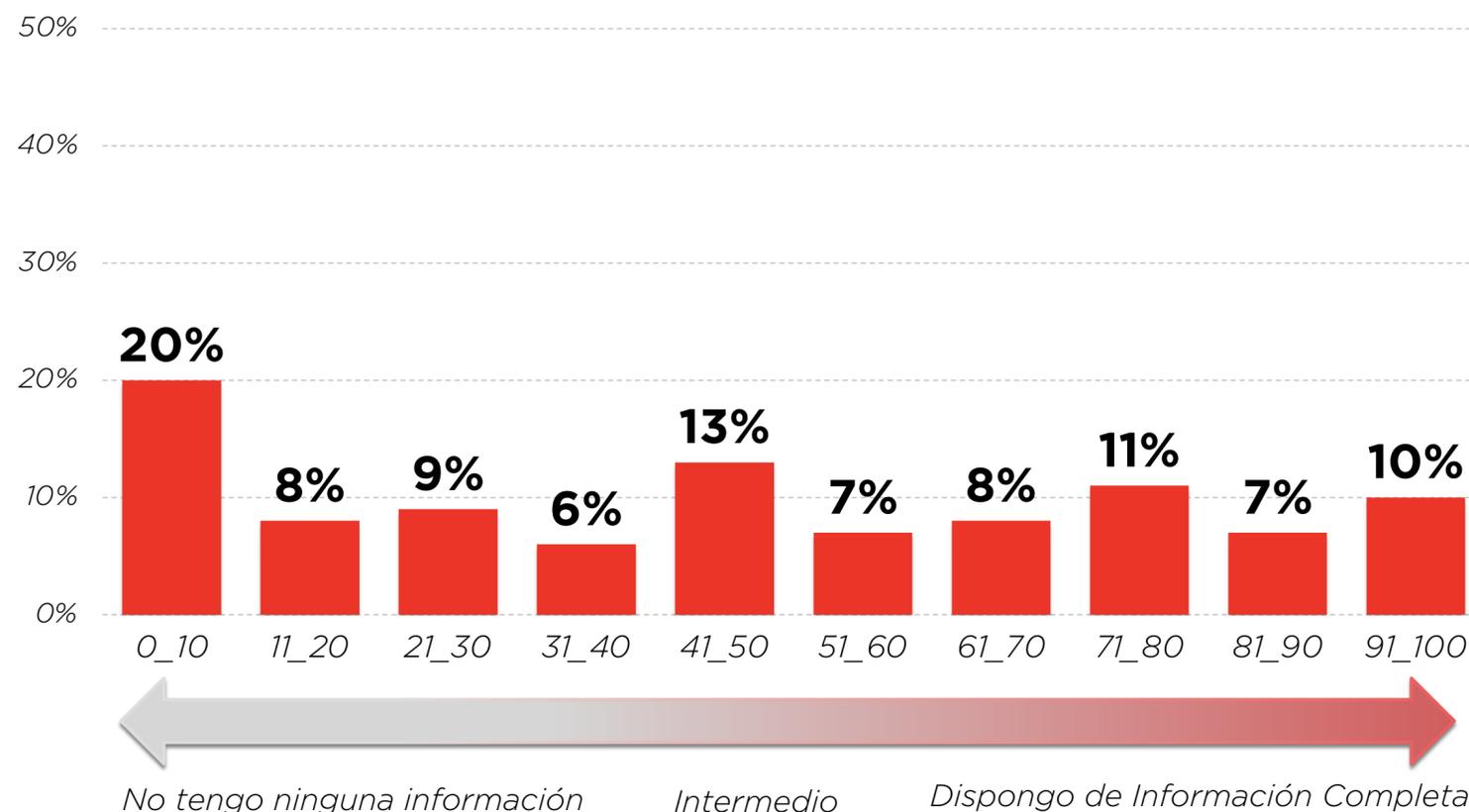
- “No creemos que a día de hoy la IA generativa esté afectando a los autores y músicos. Sí es cierto que hace tiempo que las aplicaciones musicales, plugins, etc, juegan con elementos preprogramados e incluso de IA, pero si se ha visto en música más o menos profesional, ha sido como ayuda. Sin embargo, podrían existir casos ya mismo donde la IA componga la música y los músicos versionen esas composiciones. Algo que podría estar ocurriendo perfectamente y no habría forma de demostrar si es así”
- “Estamos de acuerdo en que la IA perjudica a los creadores. Pero creemos que el paradigma va a cambiar, que en el momento en el que las grandes discográficas tengan proyectos de IA habrá campañas de concienciación, comunicación y relativización, de manera que la reticencia actual hacia la IA desaparezca”
- “Pues la diferencia estará en la diferencia entre “artistas” y “creadores de contenido”. Los auténticos artistas, los que tengan algo que aportar, algo diferente, algo original, algo humano, no tendrán competencia en la IA”
- “¿Qué es lo que transmite emoción o autenticidad en una canción? Si hablamos exclusivamente de la música, creemos que sí. Si hablamos de letras, aún no. Al menos en nuestra experiencia, las letras que genera automáticamente la IA son muy estándares y llenas de lugares comunes. El “éxito” de Las Nenas se debe principalmente a las letras, que estaban creadas por humanos, así que aunque la música fuese inhumana, las canciones eran humanas al menos en un 50%”.

Panorama actual de la IA y la creación musical

Nivel de información y Uso actual de la IA en la música

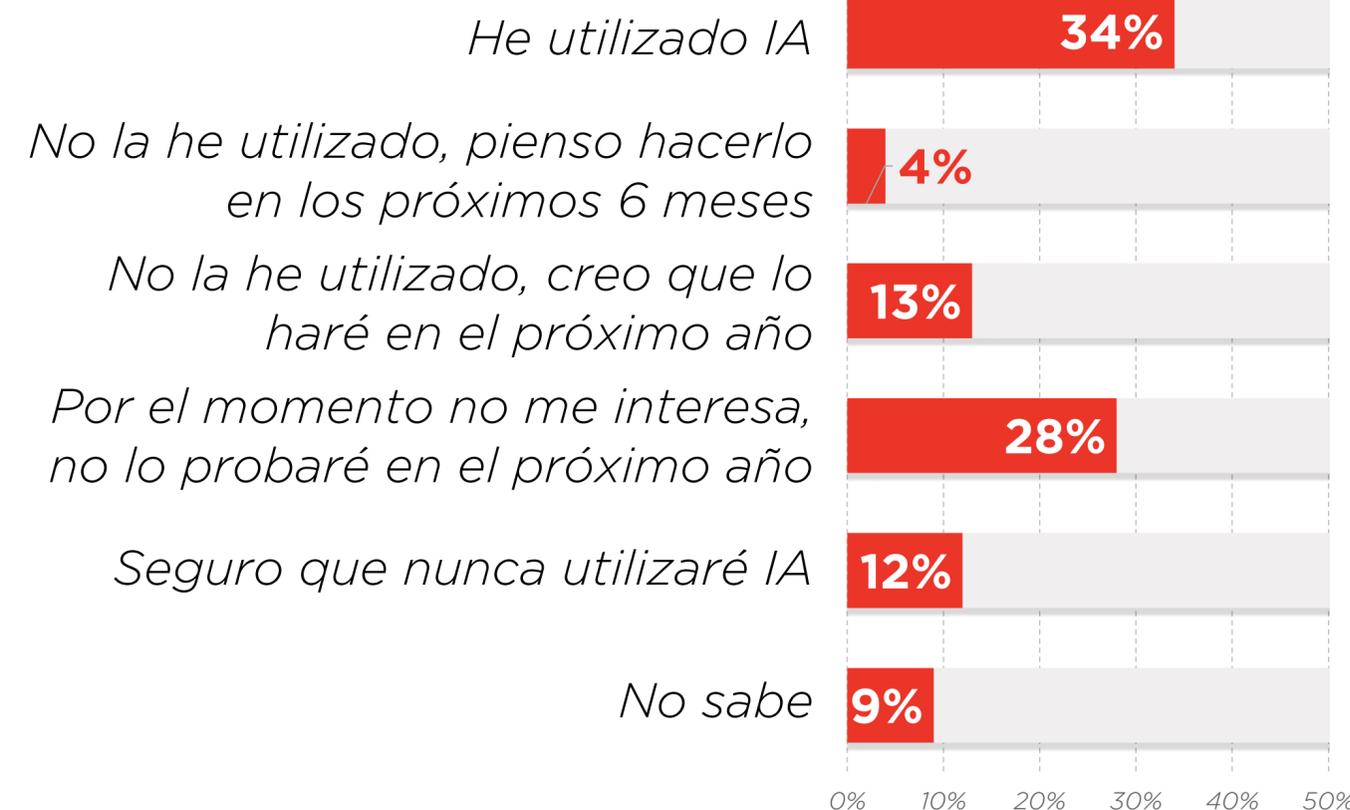
El nivel de información que declaran los autores entrevistados sobre el uso la IA en la actividad musical es muy heterogéneo, existiendo autores que se autodefinen como totalmente ajenos a la IA, mientras que otros que declaran un nivel alto de información. Con respecto a la experiencia de uso, el 34% afirma utilizar la IA y un 17% declara no haberla utilizado pero tiene intención de hacerlo a lo largo del presente año.

Nivel de Información (escala 0-100)



Base total muestra: 1.257

Experiencia con la IA Musical



knowmedia.es
KNOW MEDIA

P1.- En relación a las posibilidades de uso y aplicación de la Inteligencia Artificial en la actividad musical ¿cuál consideras que es tu nivel de información actual según la siguiente escala?

P2.- ¿Has utilizado o utilizarás herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en tu trabajo con música o en tu creación musical en general?

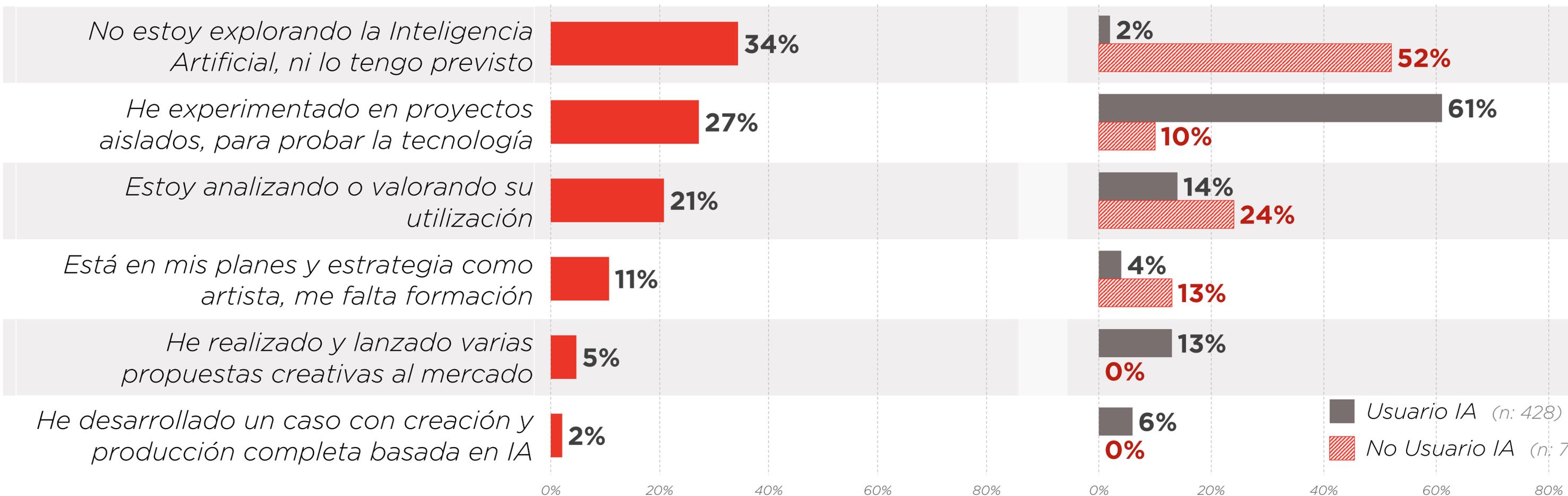
Grado de relación con la IA en la música

El **34% de los socios/músicos de SGAE** no quiere explorar con la IA ni lo tiene previsto, frente al mismo porcentaje que ya ha experimentado en distinto grado con ella. Estos pioneros de la IA declaran en su gran mayoría que de momento lo han hecho de un modo aislado y para probar la tecnología.

El tercio de socios restante está en una situación de análisis y valoración de su utilización.

El 50% de los socios que todavía no han utilizado la IA la rechazan.

Tipo de relación con la IA Musical



Base total muestra: 1.257

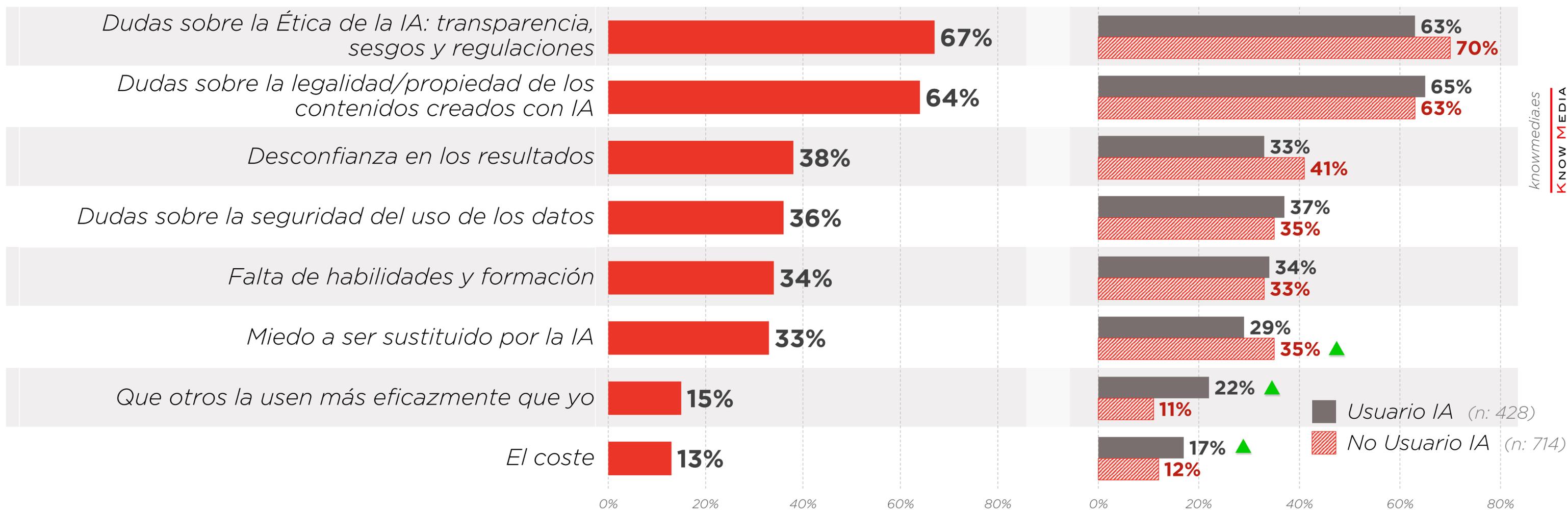
Barreras para el uso de IA por parte de los Autores

Las principales barreras y temores con respecto a la IA se concentran sobre todo en las dudas morales y legales sobre su uso. En un segundo escalón se encuentran dudas más operativas como la desconfianza en el resultado, la falta de habilidad para su uso o los miedos sobre su poder excluyente y la seguridad del uso de datos.

Este ranking es muy similar para todos los segmentos de análisis, pero entre los que ya han probado la IA empieza a destacar el miedo a no aprovechar el uso de estas herramientas, bien porque no sean tan eficientes usándolas o bien por un coste excesivo.

Miedos y Barreras

Según usuarios de IA



Base total muestra: 1.257

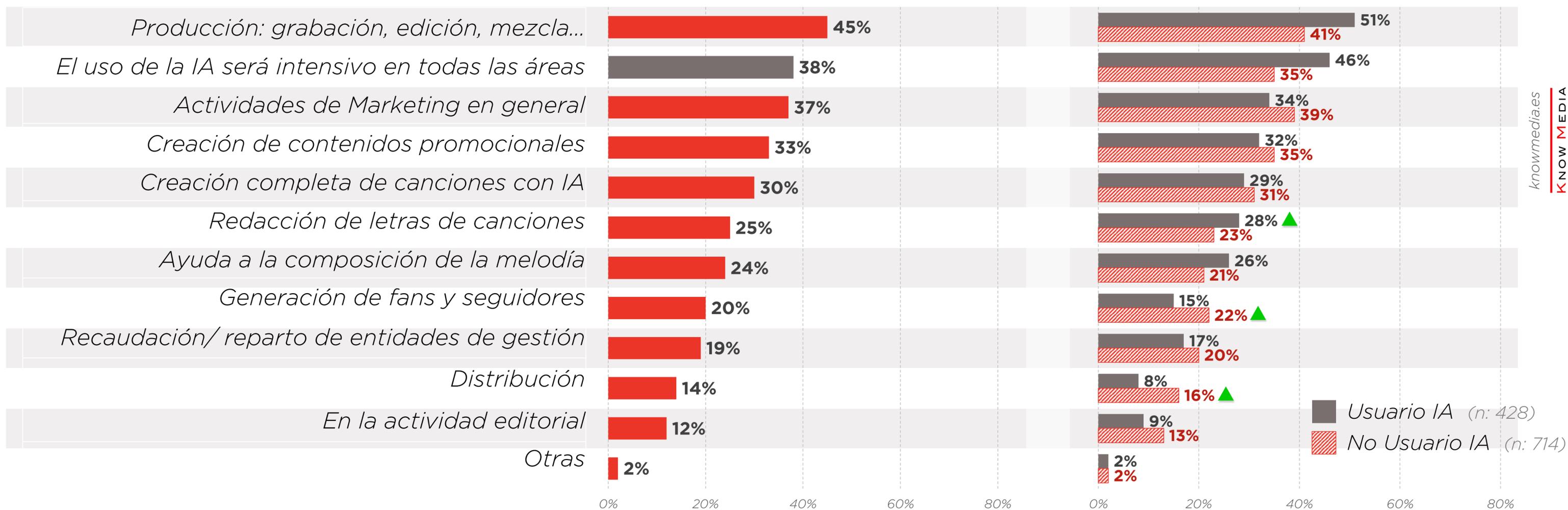
Áreas en las que hay más predisposición a aplicar la IA música

Independientemente de que **el 38% de los creadores consideran que la IA se puede aplicar a todas las áreas** de la actividad musical, la que declaran más idónea para su uso es la actividad de Producción, seguido de las actividades de Marketing y la creación de contenidos promocionales.

Tanto usuarios como no usuarios de IA consideran que será aplicable en todas las áreas. Los ya usuarios son los más conscientes de su posible adaptación.

Áreas propensas a la IA Musical

Según usuarios de IA



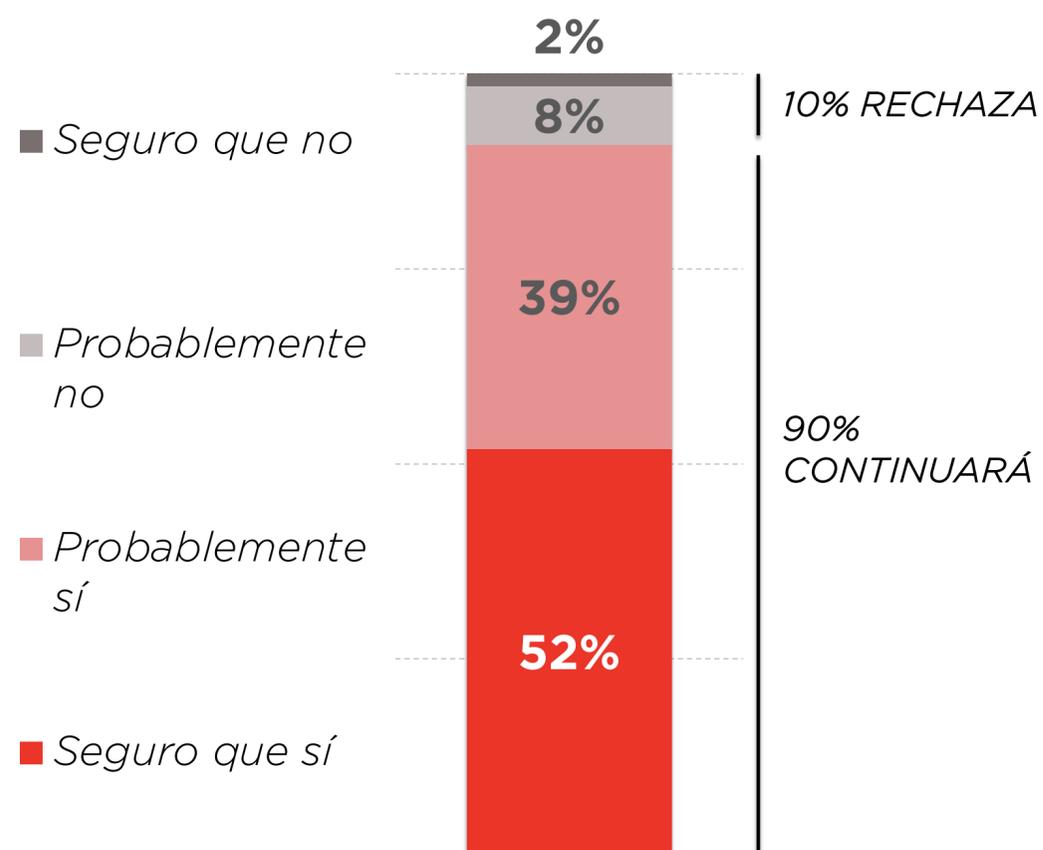
Base total muestra: 1.257

Propensión al Uso de Inteligencia Artificial en la música

Del 34% de los creadores que ya han utilizado la IA, un 10% declara que no la utilizará en el futuro.

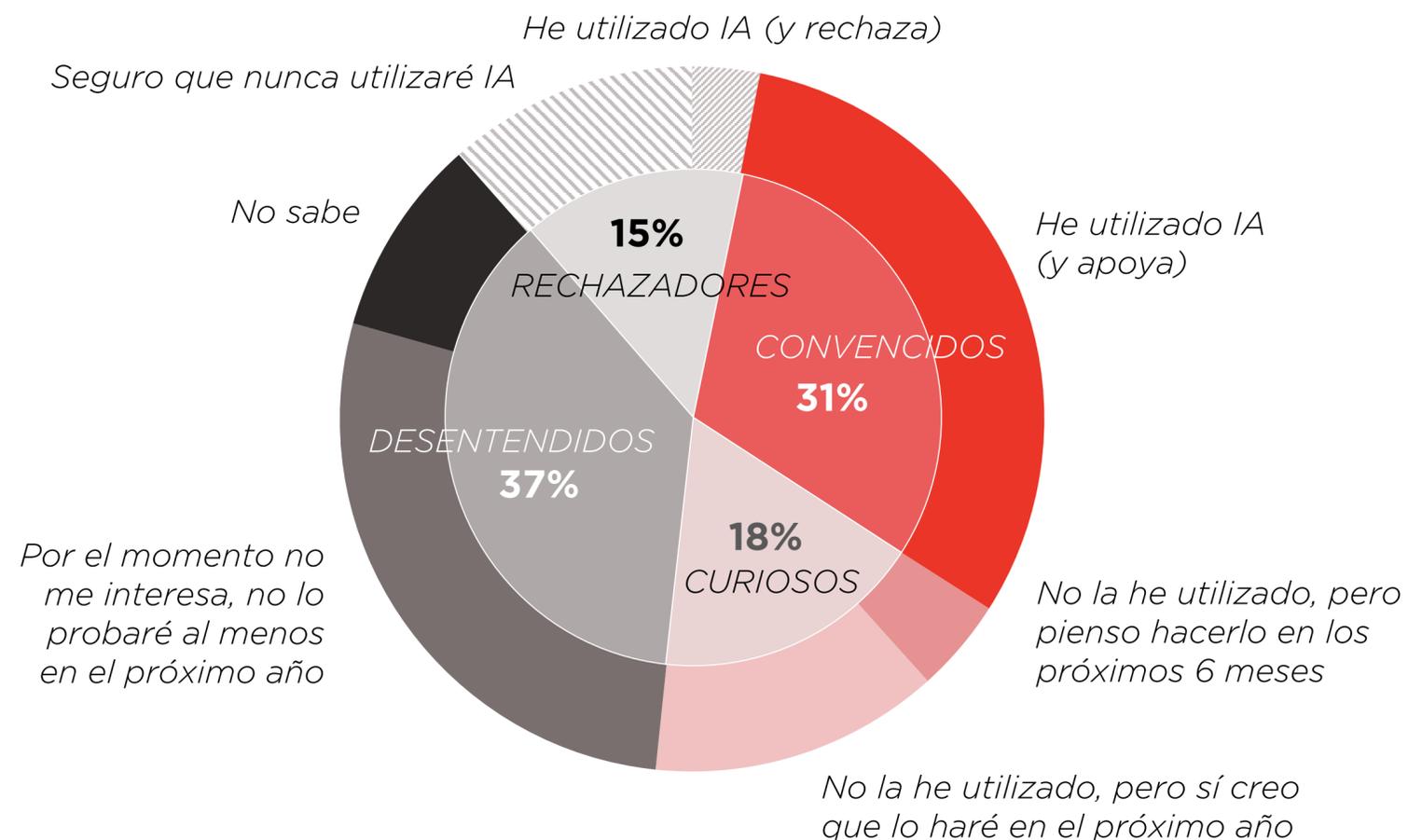
Si consideramos las experiencias previas con estas herramientas y la actitud declarada frente a ellas, podemos concluir que un porcentaje de socios muy elevado (37%) manifiesta desinterés o indiferencia, pero existe un porcentaje muy cercano con crecientes experiencias de uso (31%). Los porcentajes restantes se reparten entre los curiosos con tendencia a explorar (18%) y los que rechazan de plano la IA (15%)

Previsión de seguir usando IA (usuarios)



Base han usado IA: 428

Predisposición al uso de IA (usuarios)



Base total muestra: 1.257

Interrelación del Usuario de IA con actividades de Marketing musical

De los autores que ya han probado la IA, el 34% lo ha hecho en actividades más colaterales a la de la propia composición o la producción musical, como son las enfocadas en el Marketing y la promoción.

De estos, casi el 50% lo hace de forma frecuente, frente al 22% que lo ha hecho de forma muy ocasional.

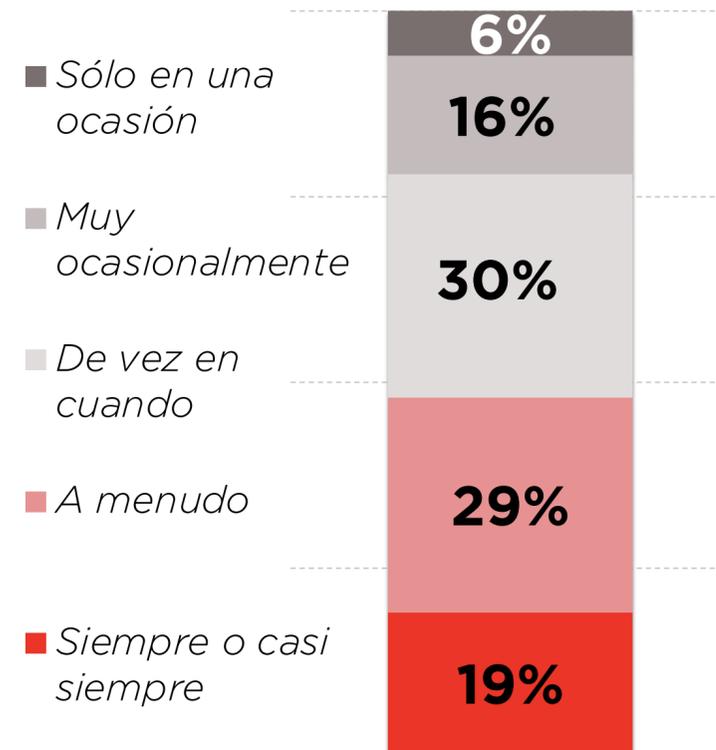
El rechazo al uso de la IA para la actividad de marketing entre los que ya lo han probado es muy residual (sólo el 5%)

Actividades con IA



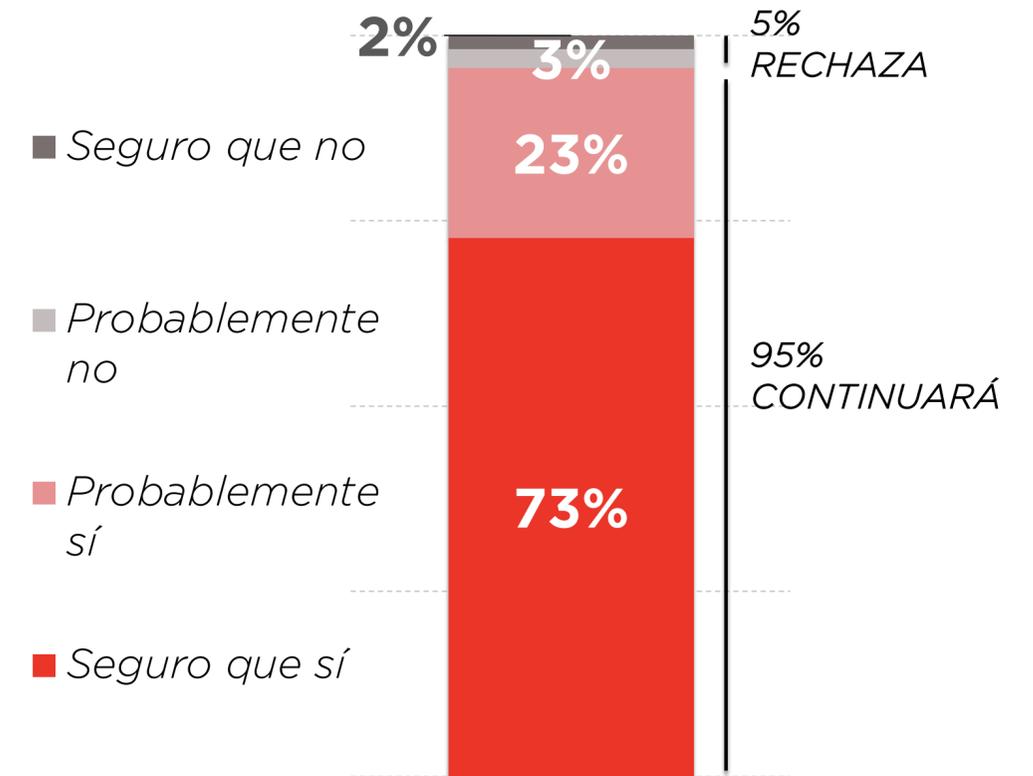
Base han usado IA: 428

Frecuencia de uso para Marketing



Base usuarios de IA para marketing: 146

Seguirá usando IA para Marketing



Base usuarios de IA para marketing: 146

knowmedia.es
KNOW MEDIA

P8.- ¿Has utilizado las tecnologías de IA en alguna de las siguientes áreas de tu trabajo relacionado con la música?

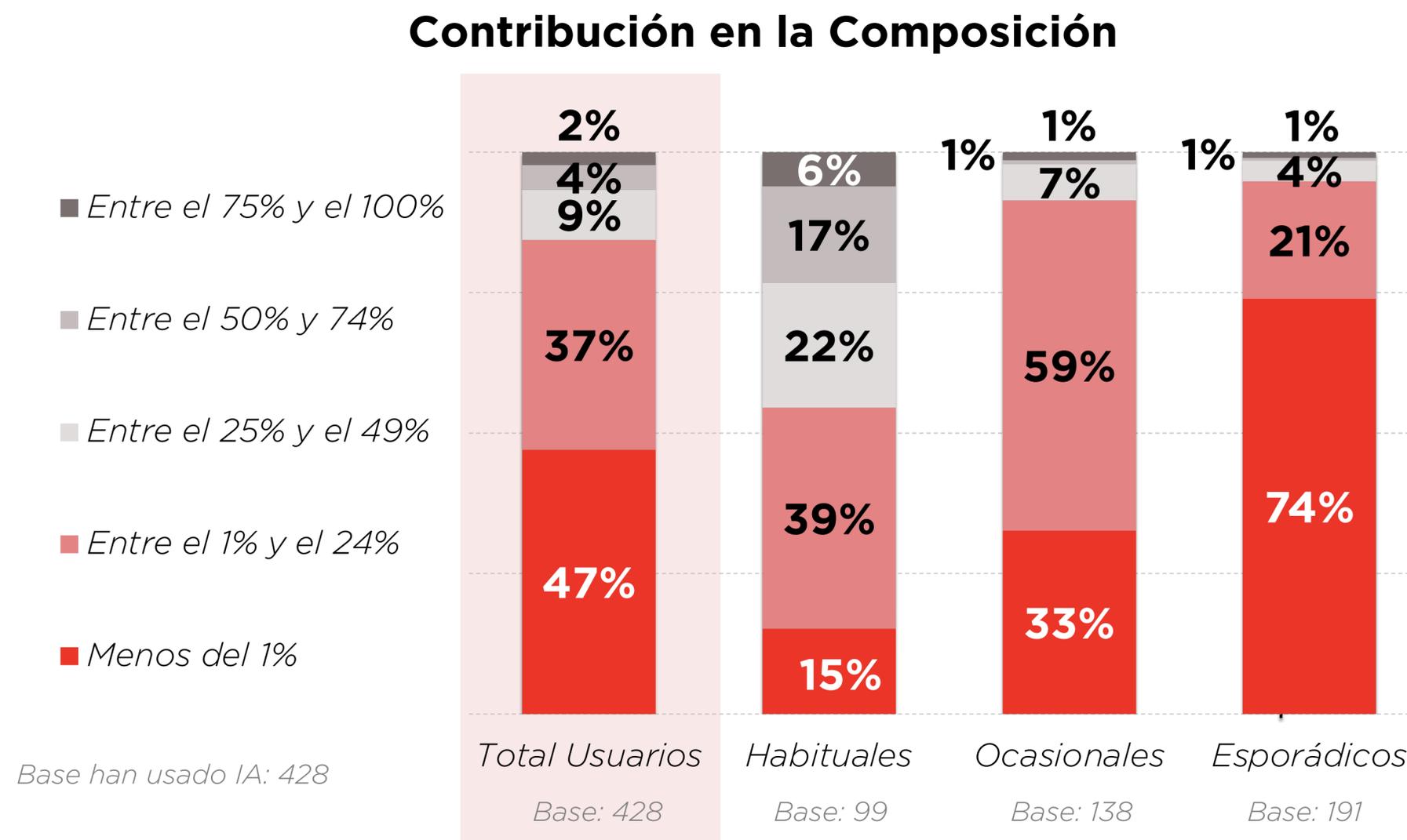
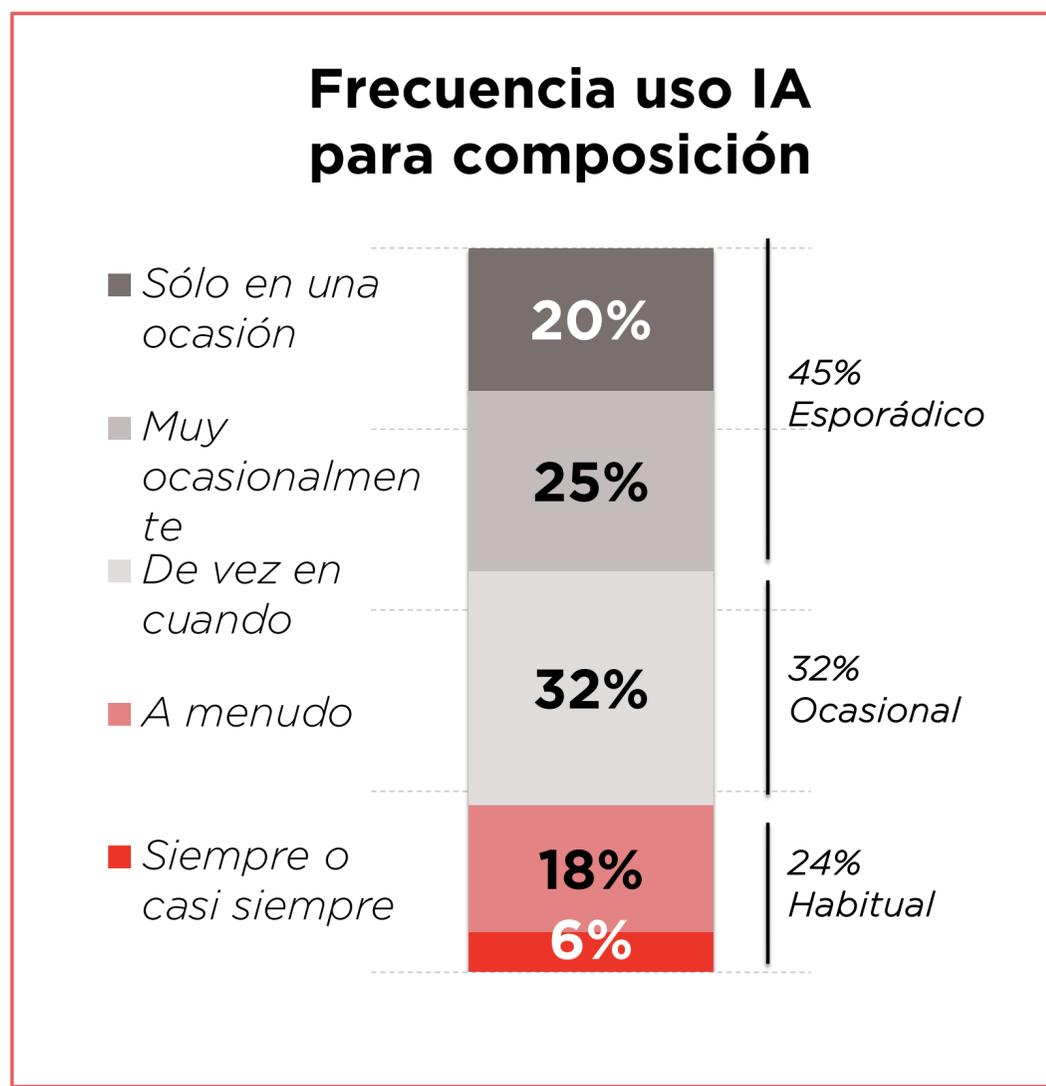
P9.- ¿Con qué frecuencia utilizas tecnologías de IA para apoyar aspectos del sector musical como el marketing, promoción, redes sociales, administración, etc.?

P10.- ¿Tienes previsto utilizar o seguir utilizando IA en aspectos como el Marketing, promoción, diseños, redes sociales, administración, etc.?

Usos de IA en la Creación de Música y letra

Entre los que han utilizado la IA para la composición musical, el 24% declara que ya lo hace de forma habitual, frente a un 45% que lo ha hecho de forma muy esporádica.

Los autores estiman que el porcentaje de contribución de la IA a sus composiciones es muy reducido. Pero conforme se incrementa su frecuencia de uso, también se reconoce un porcentaje cada vez mayor de contribución de la IA a la composición.

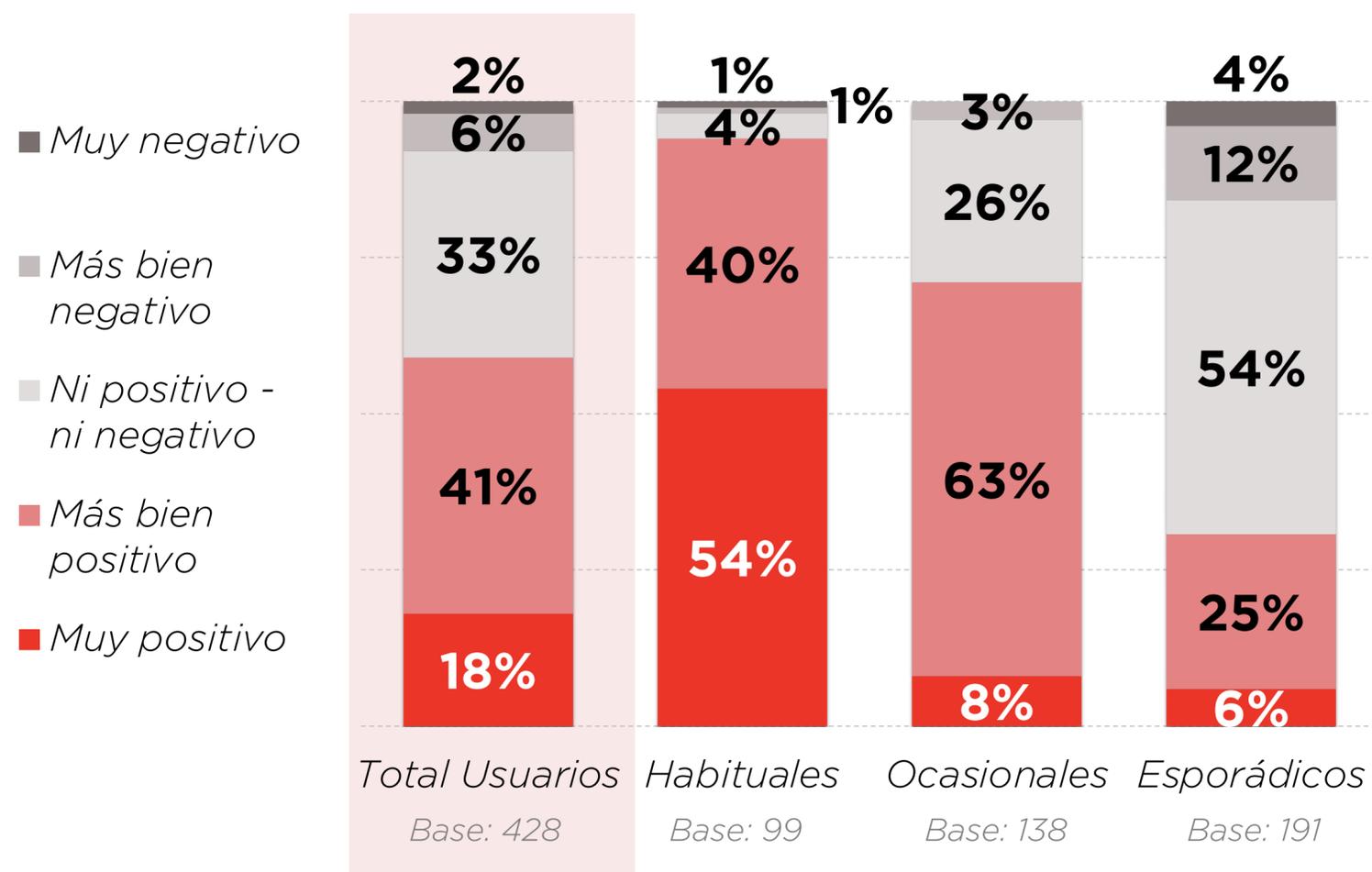


Usos de IA en la Composición Musical

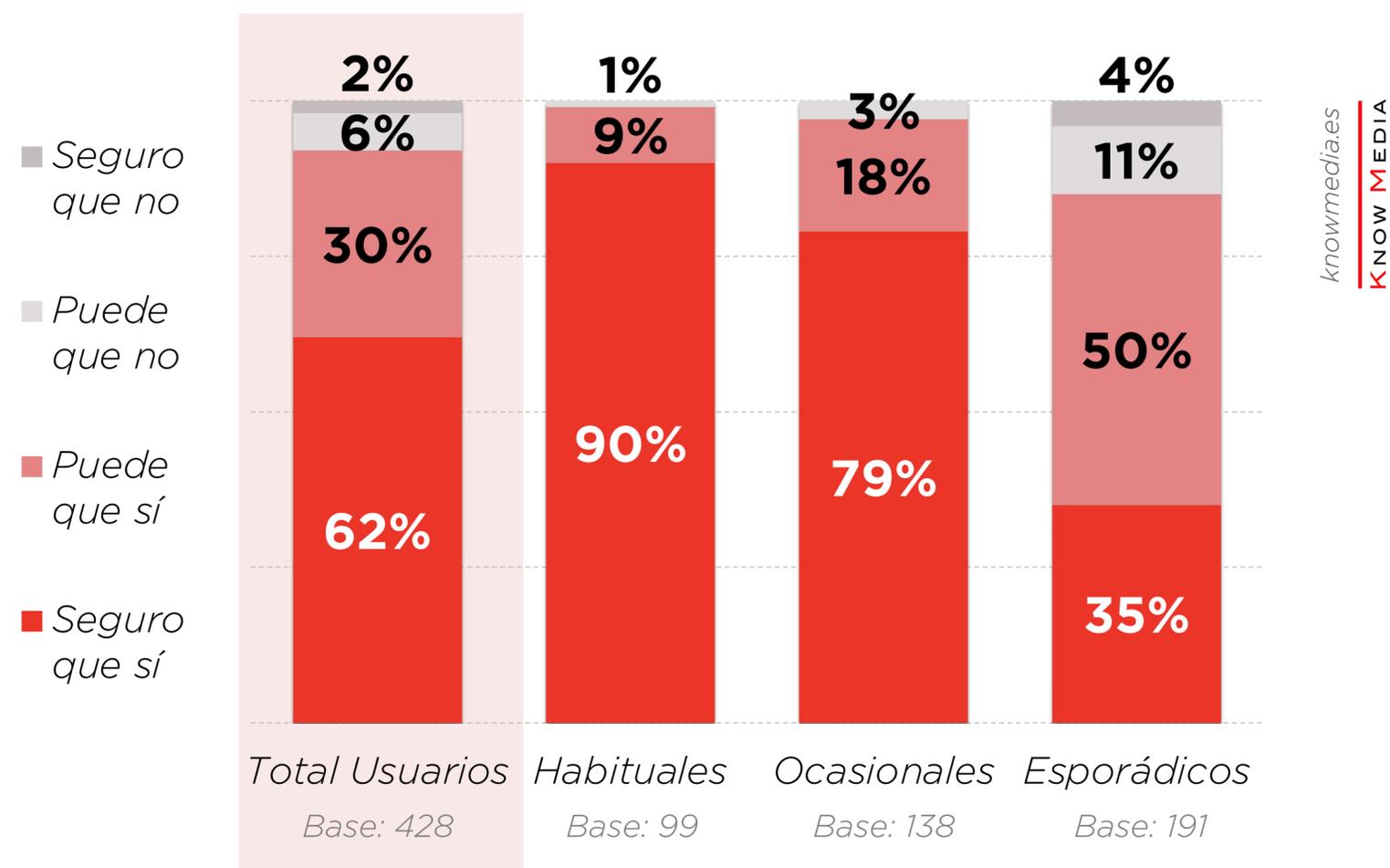
La valoración del uso de la IA para los usuarios IA todavía no es claramente satisfactoria. Los usuarios más habituales suelen valorar la IA de forma más positiva.

Donde hay mayor grado de acuerdo entre los autores usuarios de IA es en la continuidad de uso de estas herramientas en el futuro. Una vez que se experimenta con ellas, el creador manifiesta su intención de repetición de uso.

Valoración de uso IA para composición



Intención de seguir usando IA



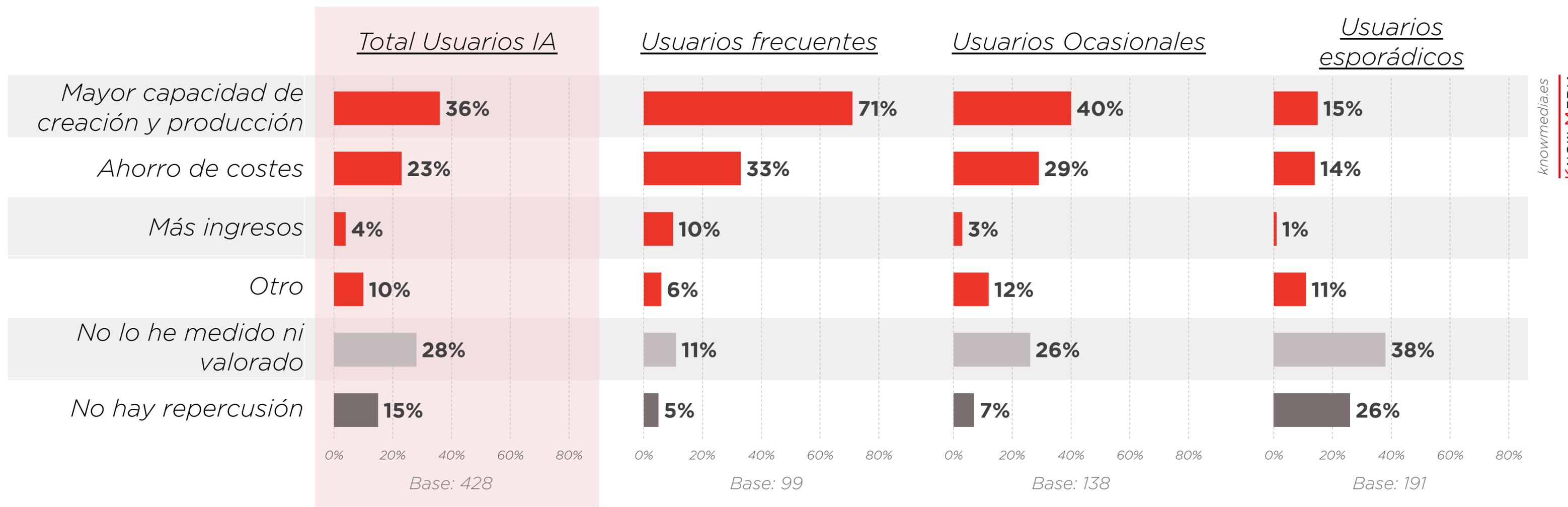
P21.- ¿Cuál es el resultado de tu experiencia con el uso de IA en la creación musical hasta el momento?
 P23.- Tras tu experiencia, ¿piensas seguir trabajando con la IA en el futuro?

Repercusión de IA en su trabajo de Composición Musical

Los autores que ya han usado la IA opinan que su principal repercusión para la composición musical es que les facilita una mayor capacidad de creación y producción de música. Esta posición está sobre todo presente (más del 70%) en los que hacen un uso más regular de esta tecnología.

Los usuarios esporádicos, que están en una etapa previa y por el momento no han tomado consciencia de la repercusión, manifiestan una mayor sensación de que la IA no repercute en su trabajo.

Grado de repercusión de la IA para composición



knowmedia.es
KNOW MEDIA

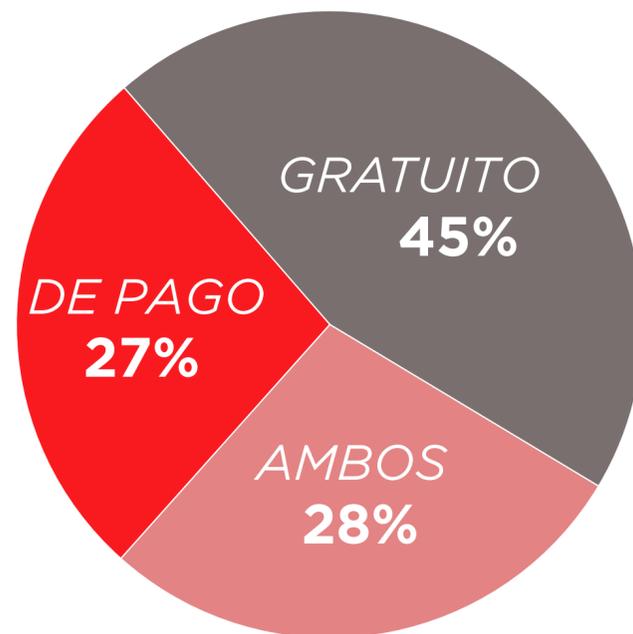
Software de IA utilizados

En la actualidad, **más de la mitad de los autores usuarios de IA cuentan con suscripciones de pago**, frente al 45% que exclusivamente hace uso de la IA a través de sus versiones gratuitas.

Se aprecia una elevada atomización del mercado de software, y los usuarios utilizan más de 3 herramientas diferentes de media.

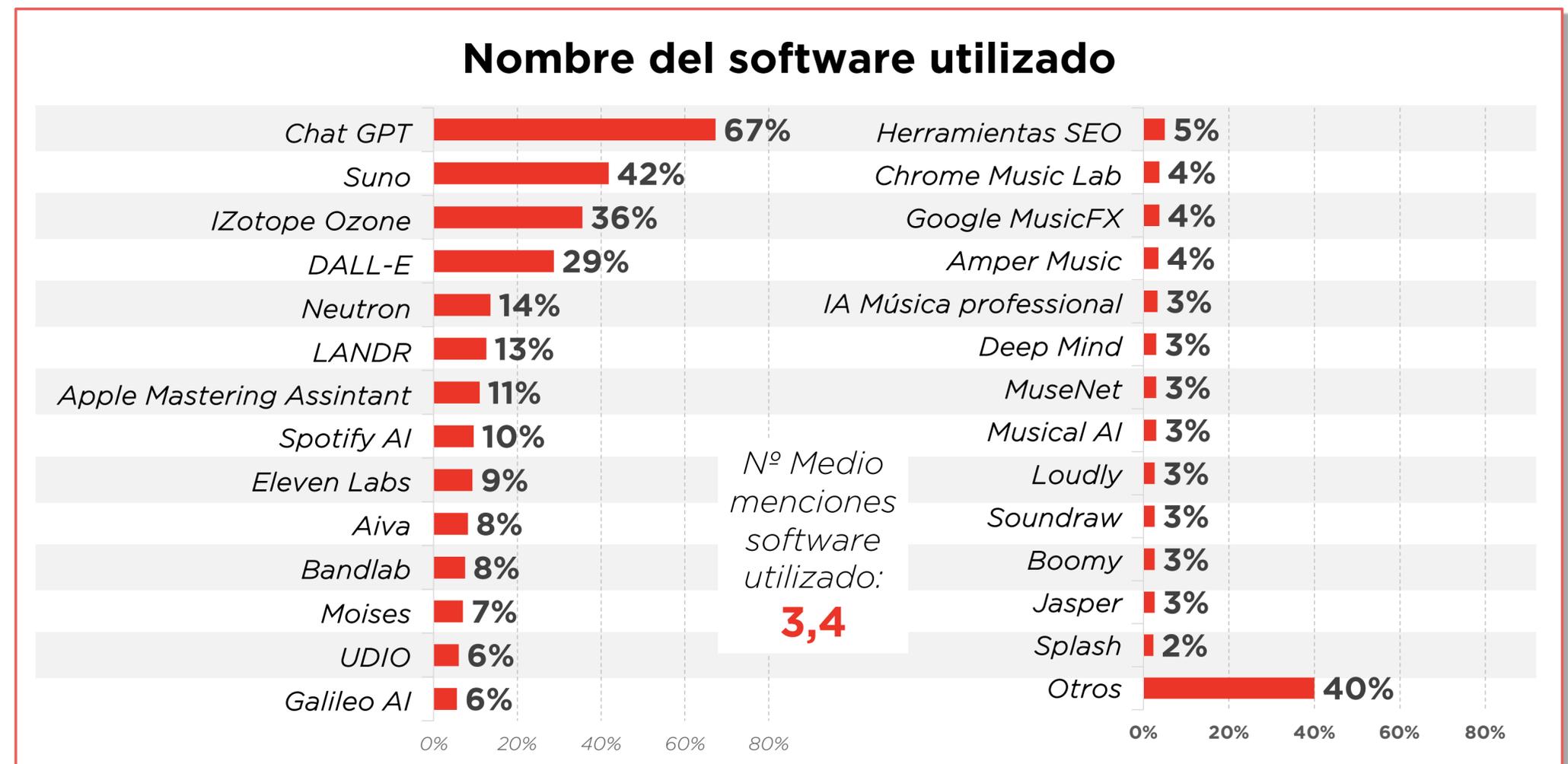
Las preferidas son Chat GPT, Suno, Izotope Ozone y DALL-E.

Software Gratuito vs. Pago



Base han usado IA: 428

Nombre del software utilizado



Base han usado IA: 428

P24.- ¿Para trabajar con IA estás utilizando servicios de software gratuitos o has suscrito algún servicio de pago?

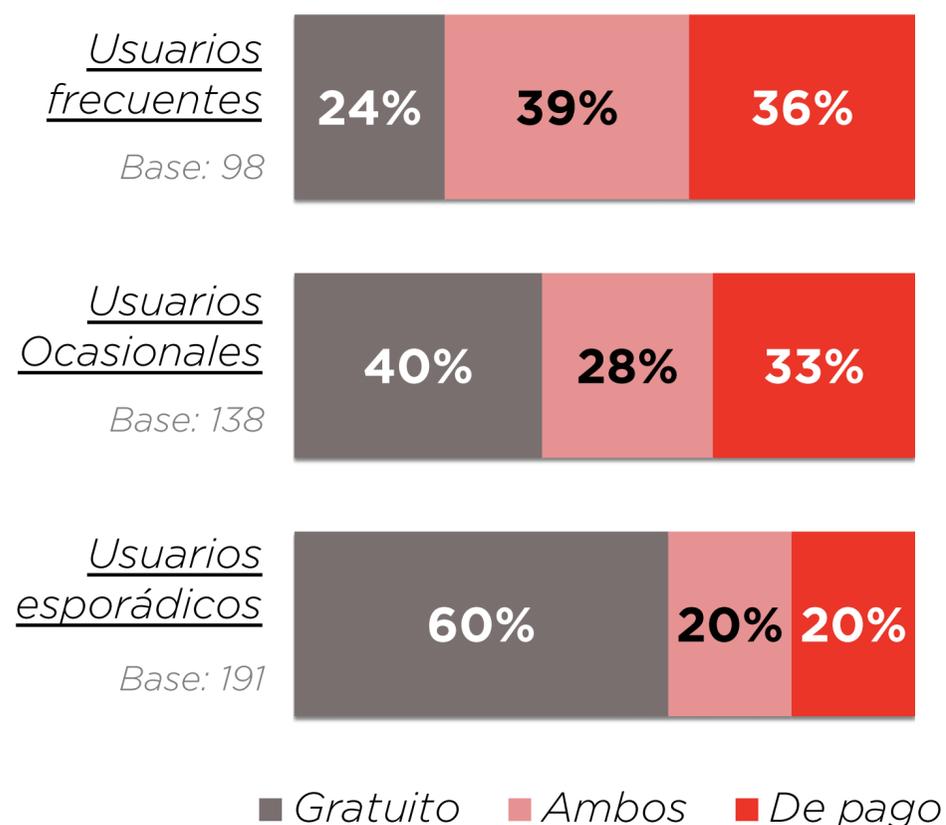
P25.- ¿Cuáles de las siguientes herramientas de IA has utilizado en tus diferentes actividades en relación con la música? Marca aquellas que corresponda.

Software de IA utilizados

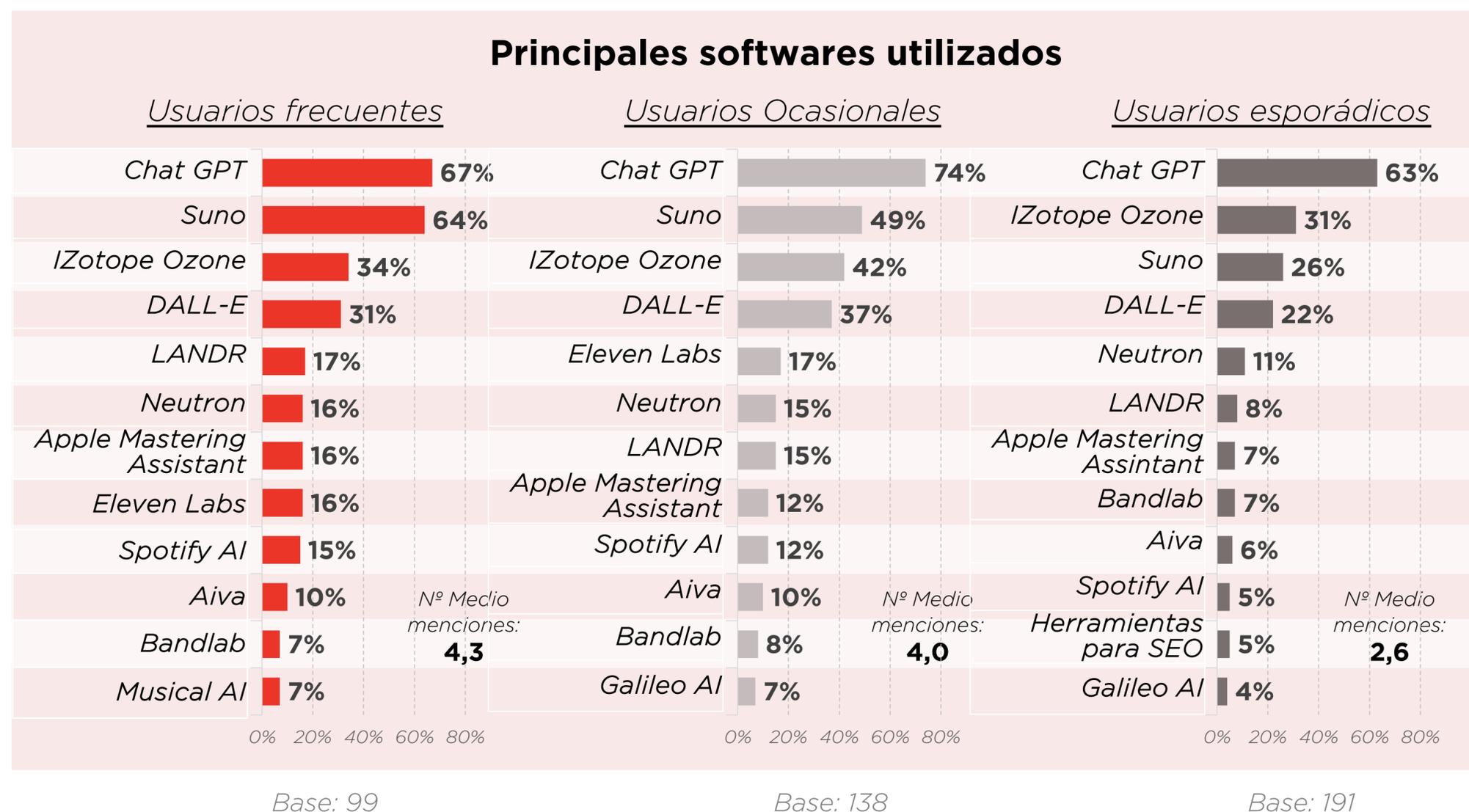
Los usuarios esporádicos son los que más utilizan servicios gratuitos de Inteligencia artificial. De media emplean 2,6 programas diferentes.

Los usuarios frecuentes y ocasionales optan preferentemente por las opciones de pago de estas herramientas. En este grupo se incrementa el número de softwares utilizado por encima de los 4, de diferentes marcas comerciales.

Software Gratuito vs. Pago



Principales softwares utilizados



A professional microphone with a gold mesh grille and a black pop filter is mounted on a boom arm. Below it, a pair of black over-ear headphones is also mounted on the same boom arm. The background is a warm, orange gradient. A semi-transparent red rectangle is overlaid in the center, containing the title text.

Actitudes de los creadores hacia la IA

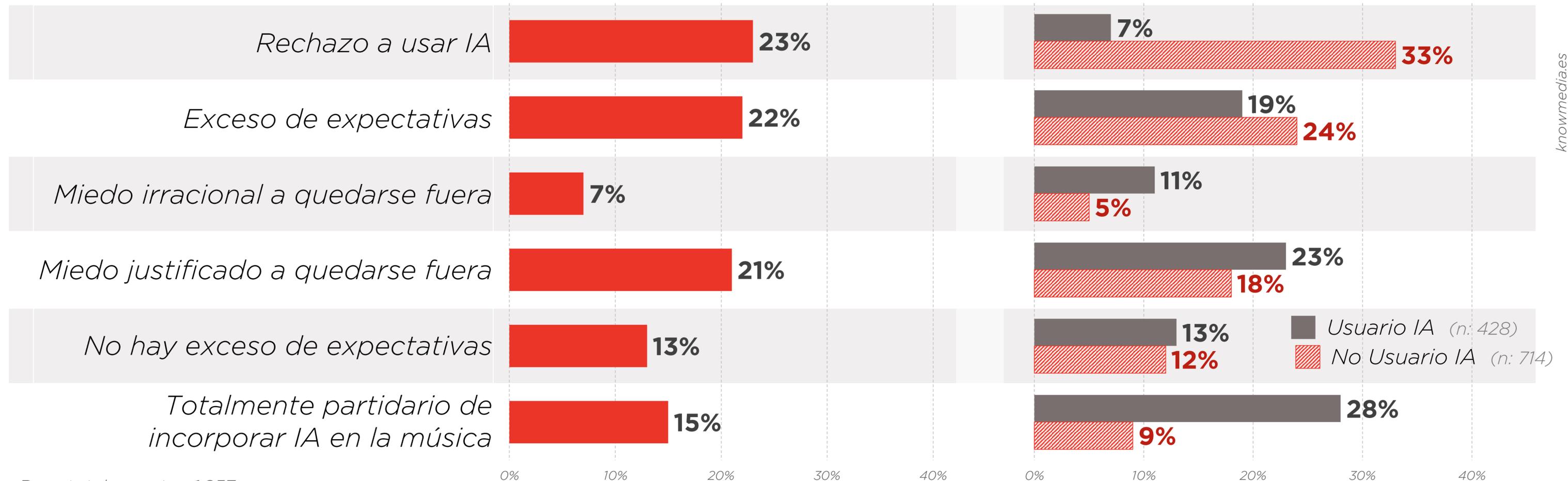
Opinión general sobre la situación actual de la IA en la música

Las opiniones de autores sobre cómo afecta la IA a la actividad musical reflejan una elevada dispersión entre distintos posicionamientos. No hay un criterio común predominante a nivel general, pero si analizamos sus respuestas según la experiencia de uso, se detectan directrices y orientaciones claras:

- Los que ya la han utilizado optan en mayor medida por mostrarse partidarios de la IA y, simultáneamente, temen verse desplazados por la tecnología.
- Los no usuarios se decantan entre el rechazo a usar la IA y la opinión de que hay un exceso de expectativas al respecto.

Actitud que mejor representa situación actual

Según usuarios de IA

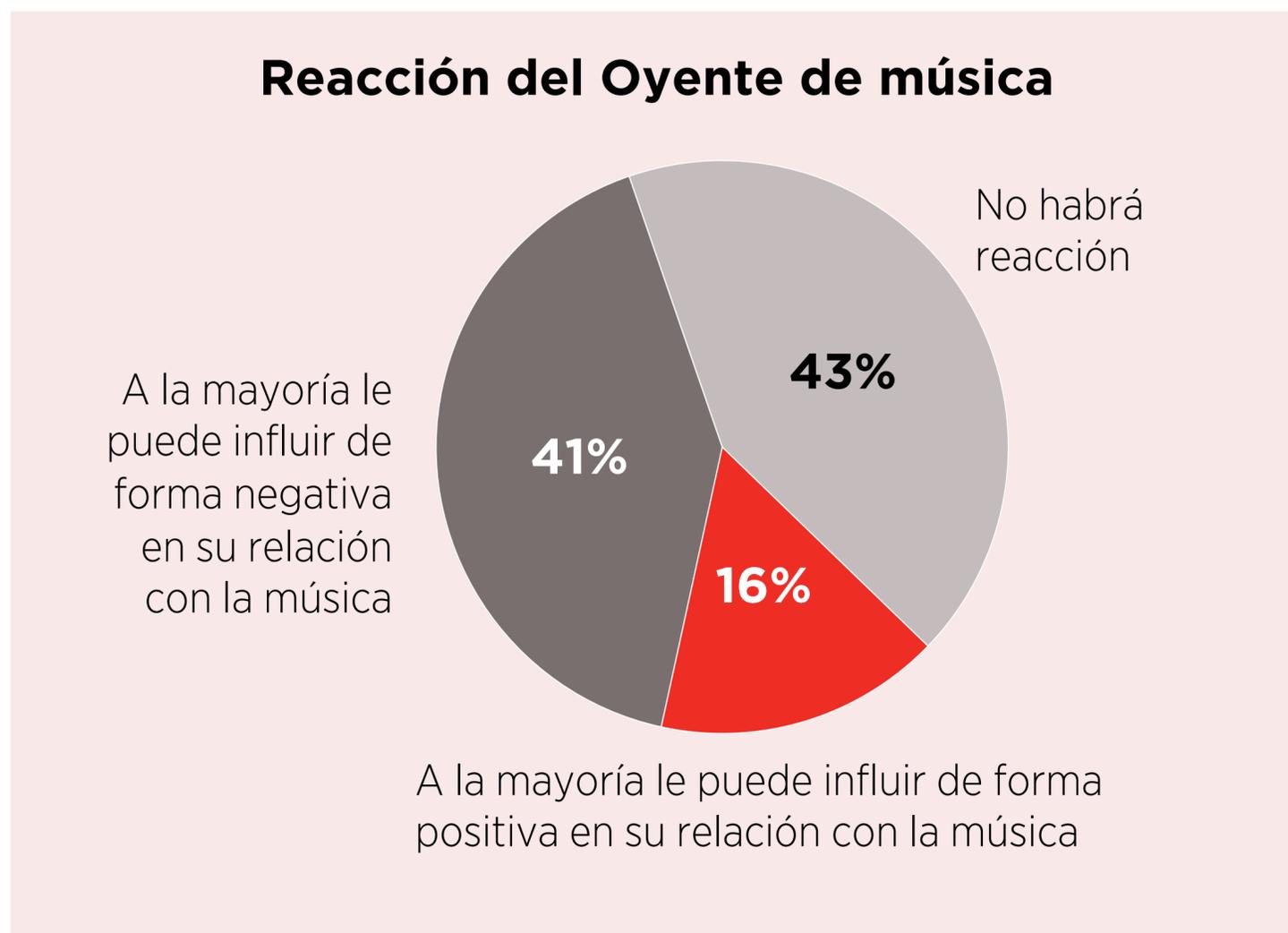


knowmedia.es
KNOW MEDIA

Opinión sobre el posicionamiento del oyente de música

Los autores piensan que el consumidor de música, ante la irrupción de las tecnologías de IA, va a mostrarse indiferente o a rechazar su uso.

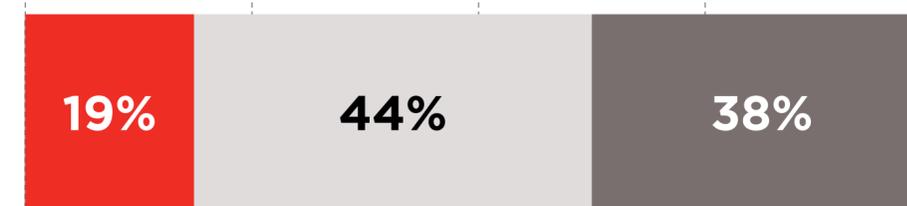
El target de menor edad es el que en mayor grado considera que la reacción del público va a ser negativa, frente a las edades superiores a los 45 años que tienden a pensar que no habrá reacción por parte del consumidor de música.



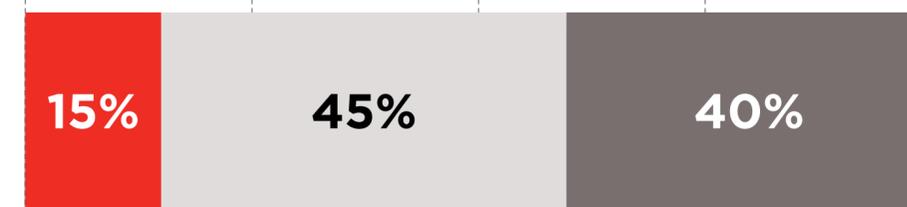
Base total muestra: 1.257

Según edad del creador

60 y más años
Base: 392



De 45 a 59 años
Base: 600



Menos de 45 años
Base: 265



■ Positiva ■ Sin reacción ■ Negativa

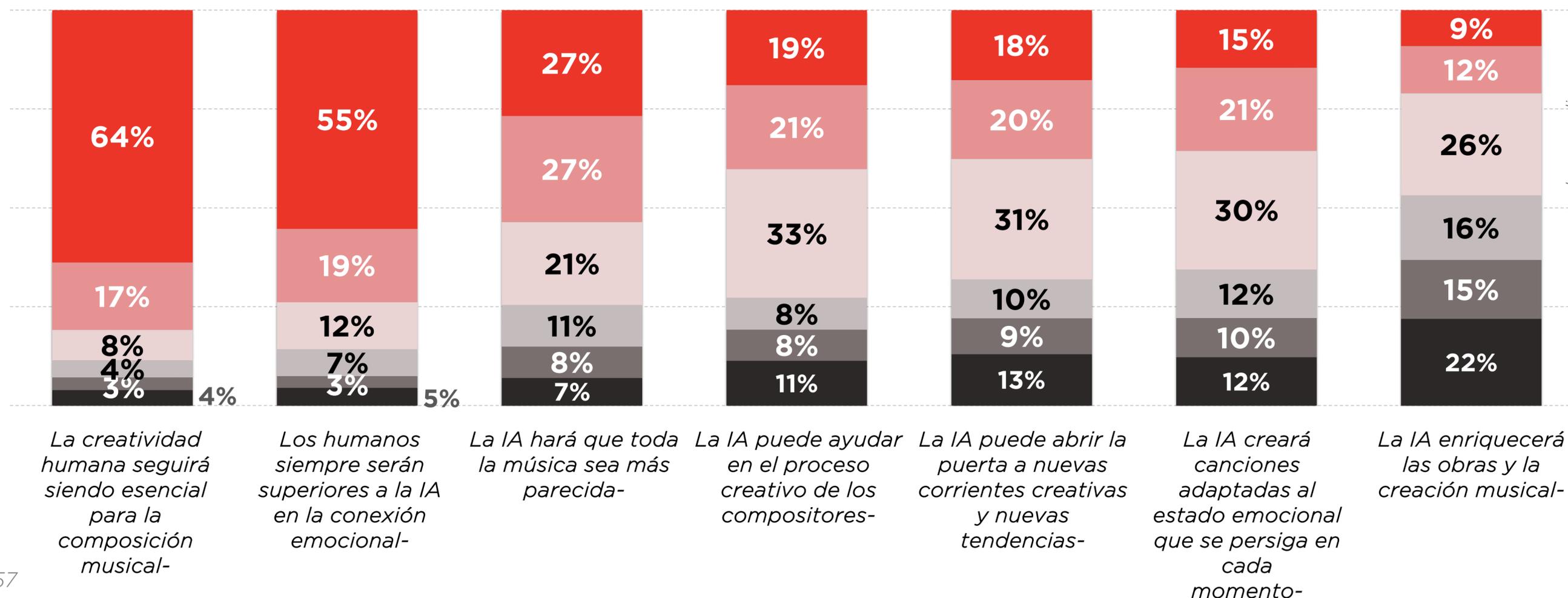
Actitudes hacia la incorporación de la IA a la música

Se prioriza claramente la creatividad humana para la composición musical frente a la IA, y se considera que la creación humana facilita una superior conexión emocional con el público.

Se reconoce en la IA su ayuda para el proceso creativo y su posible contribución a impulsar nuevas tendencias y corrientes, pero con el riesgo de que la música pueda ser cada vez más parecida.

La opinión del autor está dividida al 50% entre los que consideran que la IA enriquecerá y los que estiman que empobrecerá la creación musical.

- Totalmente de acuerdo
- Bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Algo en desacuerdo
- Bastante en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo



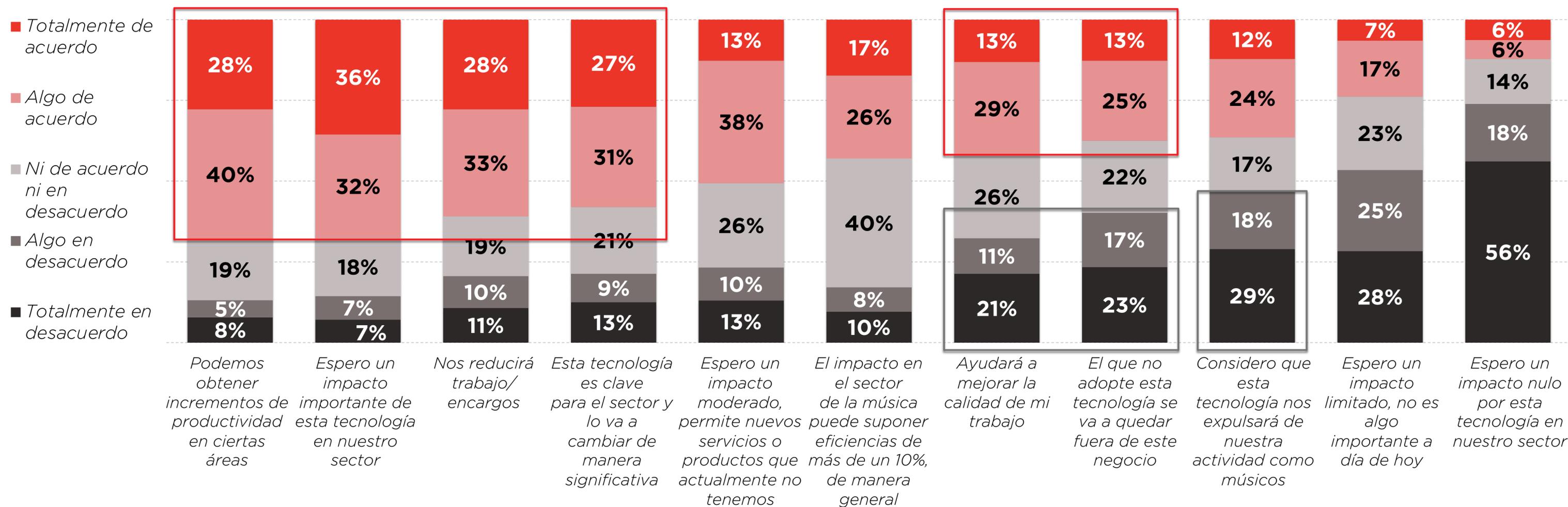
Base total muestra: 1.257

P12.- Para las siguientes frases necesitamos que nos digas hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas, según la siguiente escala:- Totalmente / Bastante / Algo de acuerdo -- Algo / Bastante / Totalmente en desacuerdo

Actitudes hacia el impacto de la IA en la música

Donde mayor grado de acuerdo existe entre los creadores es en el importante impacto que la IA va a provocar en el sector de la música con posibles incrementos de productividad, pero también con una posible reducción de trabajo.

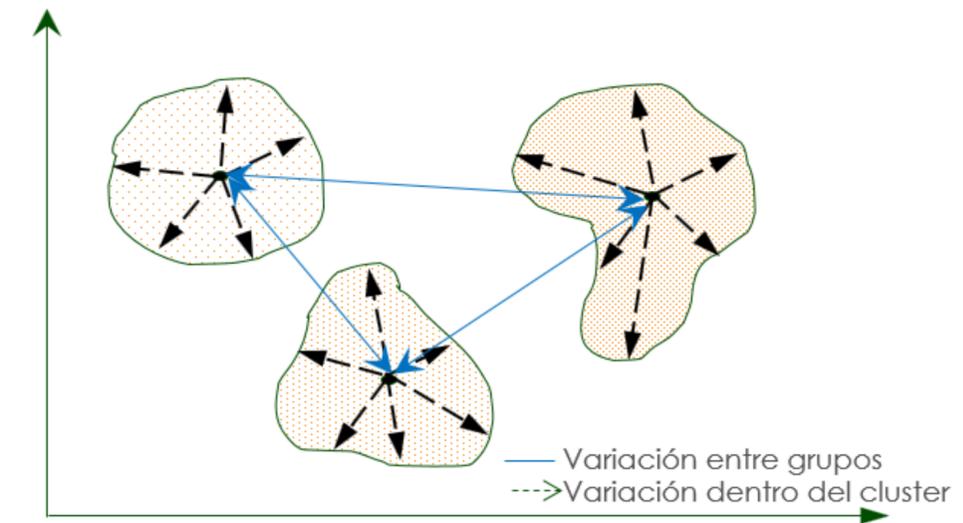
El autor vive la IA con la inquietud y la duda de si ayudará esta tecnología a mejorar la calidad del trabajo o si expulsará del negocio a los que no la adopten e incluso a quienes la utilicen.



Base total muestra: 1.257

P7.- ¿Cómo crees que va a afectar la Inteligencia Artificial (IA) al sector de la música en general? Señala tu opinión según tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes frases.

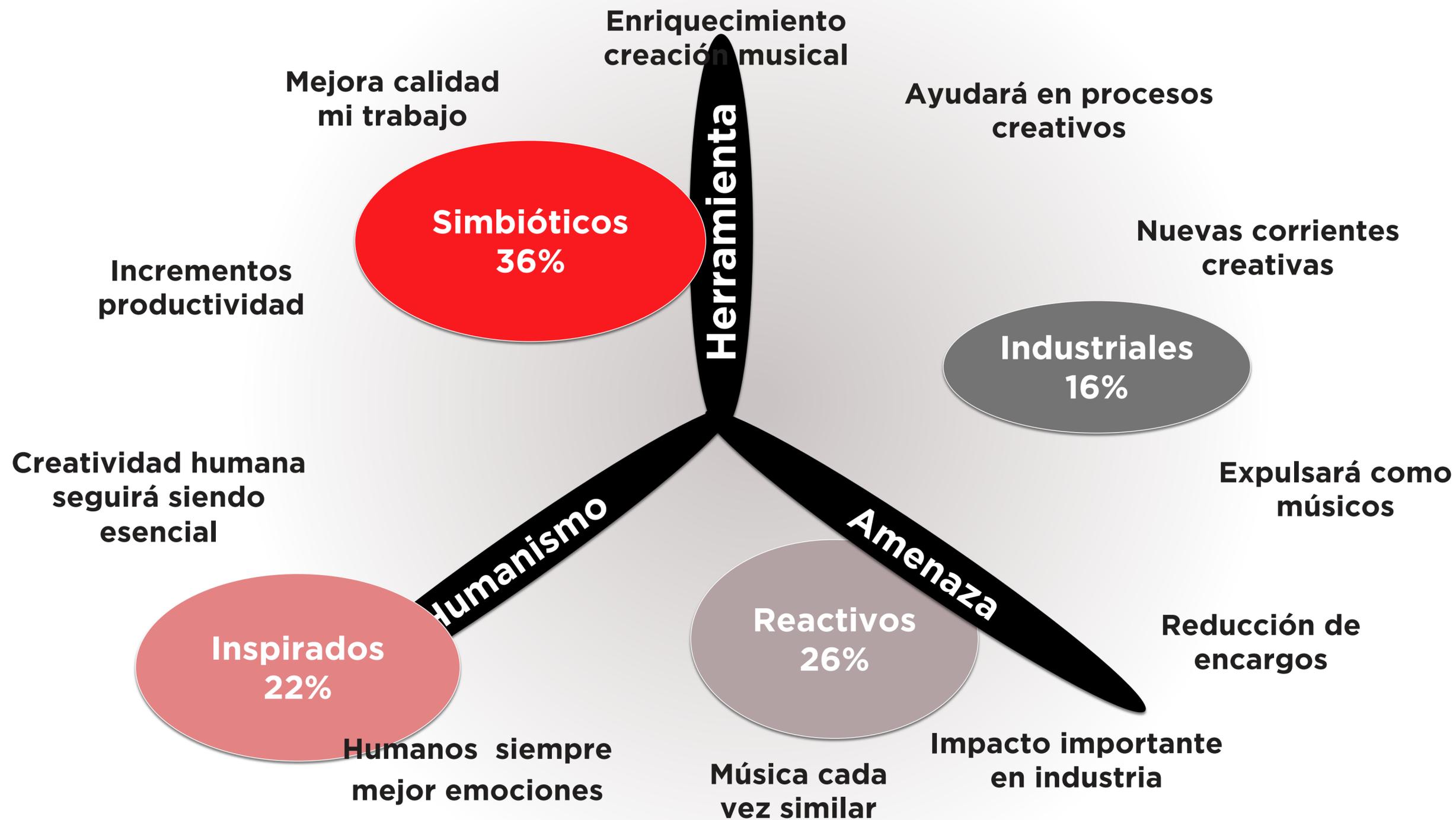
- El análisis Cluster es una técnica estadística que permite segmentar la muestra a través de criterios actitudinales y comportamentales del entrevistado. Logra agrupar en distintos segmentos más allá de los criterios sociodemográficos:
 - El procedimiento permite dividir un conjunto de datos en grupos cuyos elementos se espera que sean SIMILARES (Homogéneos) entre si en base a criterios compartidos.
 - Por otra parte, el análisis divide los grupos por elementos que les hacen DIFERENTES (Heterogéneos)..
 - En definitiva, a través del Cluster Análisis agrupamos los autores por sus opiniones tratando de lograr la máxima homogeneidad en cada grupo y la mayor diferencia entre los grupos.



- Para nuestro análisis hemos partido de las valoraciones de los 1.257 entrevistados sobre las actitudes hacia la incorporación de la IA a la música y al impacto que esta vaya a tener.
- Previamente a la realización del análisis cluster, se ha realizado una fase de selección de actitudes, no incluyendo en el mismo aquellas que eran redundantes o complementarias. A continuación, se realiza un análisis (análisis factorial) que nos permite apreciar cuales son los principales ejes en los que hay respuestas homogéneas desde los entrevistados. Se ha optado por la agrupación en 3 factores.
- Posteriormente hemos realizado un análisis Cluster No Jerárquico, donde hemos optado por la separarlos en 4 grupos o clusters, dado que nos ofrece una interpretación lo más heterogénea posible entre los grupos y con una consistencia estadística solvente que nos ha permitido descender al análisis personalizado del perfil de cada cluster.

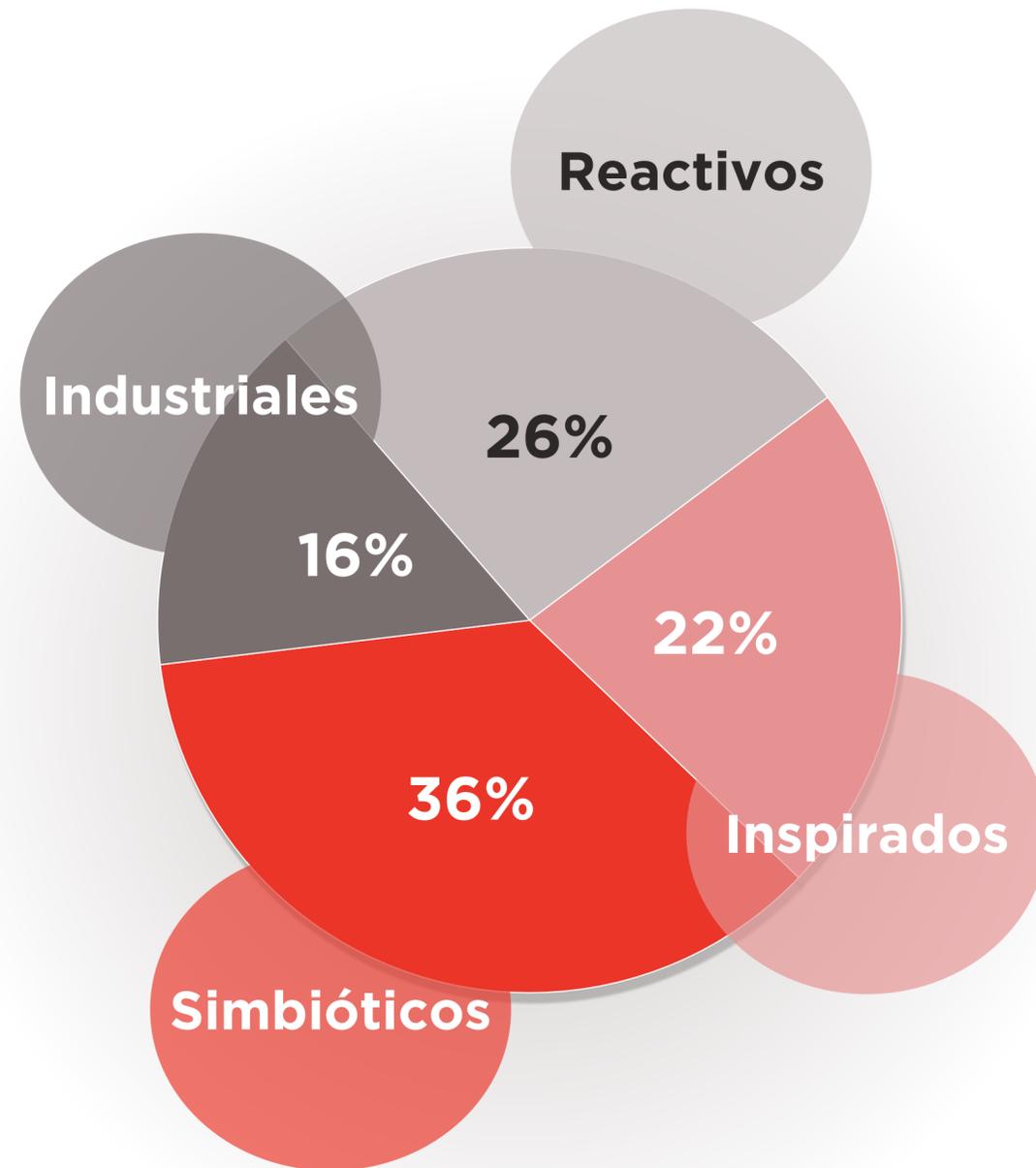
Actitudes hacia el impacto de la IA en la música

El análisis agrupa las actitudes en 3 ejes con diferentes sentidos, sobre los que los distintos grupos de autores coinciden en mayor o menor medida.



Definición de los Clusters de agrupación según sus actitudes

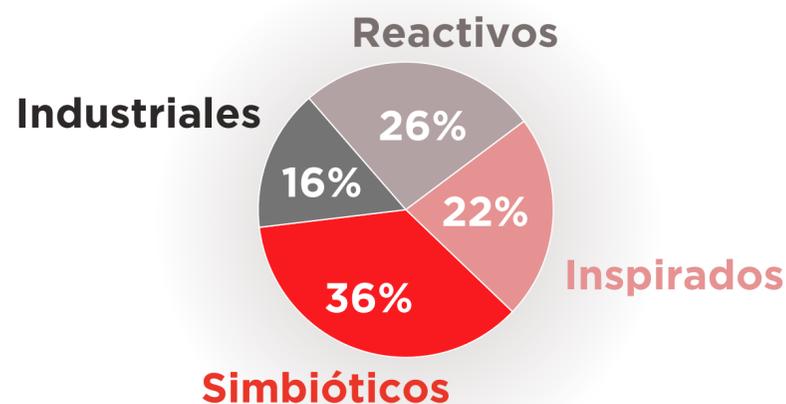
Se detectan 4 arquetipos en la forma de afrontar la introducción de la IA en el espacio musical. En la medida en que los distintos entrevistados se sitúen más o menos cerca de uno u otro posicionamiento, cuyos rasgos y actitudes, se pueden agrupar en las siguientes tipologías:



- **Simbióticos:** Agrupan a los autores que entienden mejor que la media las oportunidades que la IA como herramienta puede aportar al mundo de la música. Aunque identifican las amenazas de su mal uso, detectan sus ventajas a nivel operativo y creativo. El 36% de los entrevistados se aproximan a esta posición.
- **Inspirados:** Son los autores que, pese a ser conscientes de los riesgos que implica la implantación de la IA, confían en la superioridad creativa de la composición humana. Perciben el impacto que tendrá en campos más mecánicos. Suponen el 22% de la encuesta.
- **Reactivos:** Reúne a los autores que se posicionan en una actitud más defensiva, debido sobre todo al desconocimiento de la tecnología. El 26% de los entrevistados se ubican en esta corriente.
- **Industriales:** Son los autores que ven menos componente inspiracional en la creación musical humana y lo ven más como un proceso productivo. Consideran que la actividad humana en la composición de música puede ser casi sustituida por la IA. Es el grupo menos numeroso con el 16% de la muestra.

Descripción sociodemográfica de los Cluster

Las diferencias más significativas derivan del tipo de género musical en el que se adscriban sus obras, sin existir diferencias según el nivel de facturación o el destino de las obras



La actitud reactiva y la personalidad inspirada se detecta en mayor medida entre autores de jazz y sinfónica, así como en las músicas más étnicas.

Los Simbióticos se dedican en mayor medida tanto a la música Rock Pop como a la música electrónica.

El Industrial se encuentra más representado entre hombres de mediana edad.

% Verticales

	Total	Reactivos	Inspirados	Simbióticos	Industriales
<i>Base:</i>	1257	329	281	452	195
SEXO					
Hombre	87%	85%	85%	89%	92%
Mujer	12%	14%	14%	11%	6%
EDAD					
Menos de 45 años	21%	20%	22%	23%	17%
Entre 45 a 59 años	48%	48%	42%	48%	55%
60 años y más	31%	32%	36%	29%	28%
DESTINO DE LAS OBRAS					
Para Artes Escénicas	13%	13%	14%	13%	11%
Para producciones Audiovisuales	19%	15%	20%	20%	21%
Música como uso principal	62%	67%	61%	60%	61%

CLASIFICACIÓN facturación

>7000€/ año	12%	13%	11%	12%	13%
<7000€/ año	88%	87%	89%	88%	87%

C39. GÉNERO(S)/CATEGORÍAS AL QUE PERTENECEN PRINCIPALMENTE SUS OBRAS

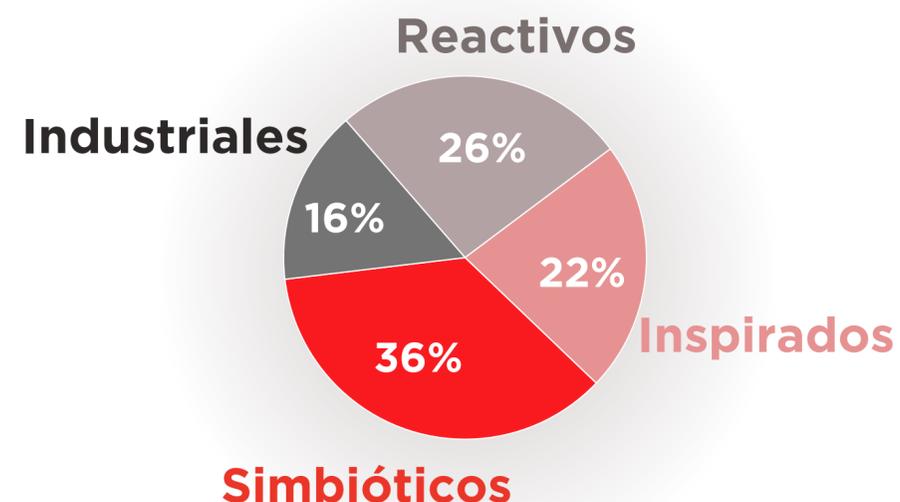
Pop/ Rock/ Indie/ Metal	59%	59%	52%	65%	57%
Jazz/ sinfónica/	32%	38%	36%	26%	32%
Electrónica/electroacustica/urban	29%	23%	32%	31%	31%
Folk/ Flamenco/ musicas del mundo	28%	32%	32%	25%	22%
BSO/Publicitaria/ Jingles/ Librería	31%	34%	28%	29%	33%
Otros	10%	13%	10%	9%	10%

Conocimiento y Usos de la IA por Clusters

Los reactivos e inspirados son los que menos nivel de conocimiento declaran sobre la IA. Ante este desconocimiento, los reactivos son los que más reflejan una actitud de desinterés y rechazo hacia esta tecnología.

Los Simbióticos son los que declaran un mayor grado de conocimiento y de uso de la IA, y han llegado a un mayor convencimiento sobre el uso de la misma.

Los industriales y los inspirados presentan niveles parecidos intermedios de uso y de consideración hacia la IA.



% Verticales	Total	Reactivos	Inspirados	Simbióticos	Industriales
Base:	1257	329	281	452	195
GRADO DE INFORMACIÓN					
Baja información	38%	42%	44%	32%	34%
Media información	35%	36%	34%	35%	36%
Alta información	28%	23%	22%	34%	29%
USUARIO					
He utilizado IA	38%	15%	35%	54%	39%
No ha utilizado	63%	85%	65%	46%	61%
ACTITUD HACIA LA IA					
Usuarios convencidos	31%	9%	28%	49%	31%
Interesados en usarlo	18%	11%	15%	24%	18%
Desinteresados	37%	49%	40%	25%	40%
Rechazadores	15%	30%	17%	3%	11%

knowmedia.es
KNOW MEDIA

P1.- En relación a las posibilidades de uso y aplicación de la Inteligencia Artificial en la actividad musical ¿cuál consideras que es tu nivel de información actual según la siguiente escala?
 P2.- ¿Has utilizado o utilizarás herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en tu trabajo con música o en tu creación musical en general?

Posicionamiento ante la IA por Clusters

Los "reactivos" son los que proyectan un escenario más pesimista con respecto a los riesgos, así como en la repercusión negativa en los ingresos.

Los siguientes en este ranking pesimista serían los "industriales". Los "inspirados" están un entorno de mayor indefinición.

Entre los "Simbióticos" -sin menospreciar el porcentaje de ellos que también se sienten amenazados- se vislumbra un mayor porcentaje de optimismo ante la oportunidad e incluso repercusión positiva en sus ingresos.

En lo que sí coinciden los cuatro grupos es en la demanda de mayor regulación de la IA en el mercado musical.

% Verticales	Total	Reactivos	Inspirados	Simbióticos	Industriales
Base:	1257	329	281	452	195
RIESGOS VS. OPORTUNIDAD					
Oportunidades mayores que los riesgos	18%	2%	18%	33%	11%
Más o menos igual	24%	13%	27%	30%	22%
Riesgos mayores que oportunidades	48%	79%	40%	26%	54%
No sabe	11%	7%	15%	11%	13%
EFFECTO EN INGRESOS					
Tendrá repercusión positiva en mis ingresos	13%	2%	10%	25%	9%
No tendrá repercusión ni positiva ni negativa en mis ingresos	30%	29%	43%	26%	23%
Tendrá repercusión negativa en mis ingresos	26%	43%	11%	17%	38%
No sabe	31%	27%	36%	32%	30%
DEMANDA DE REGULACIÓN					
Sí, en todos los ámbitos de la música	67%	84%	61%	60%	61%
Sí, en algunas áreas	18%	10%	19%	23%	19%
No se debe regular en absoluto	7%	2%	9%	8%	9%
No lo sé	9%	4%	11%	9%	11%

P37.- En general ¿Consideras que las oportunidades superan a los riesgos en la adopción de IA, o los riesgos son mayores que las oportunidades?

P17.- ¿Crees que la IA tendrá repercusión en tus ingresos procedentes de todas tus actividades en la música?

P28.- ¿Crees que deben existir alguna legislación o normativa o acuerdos sectoriales que regulen el uso y la aplicación de la IA en los ámbitos de la música?

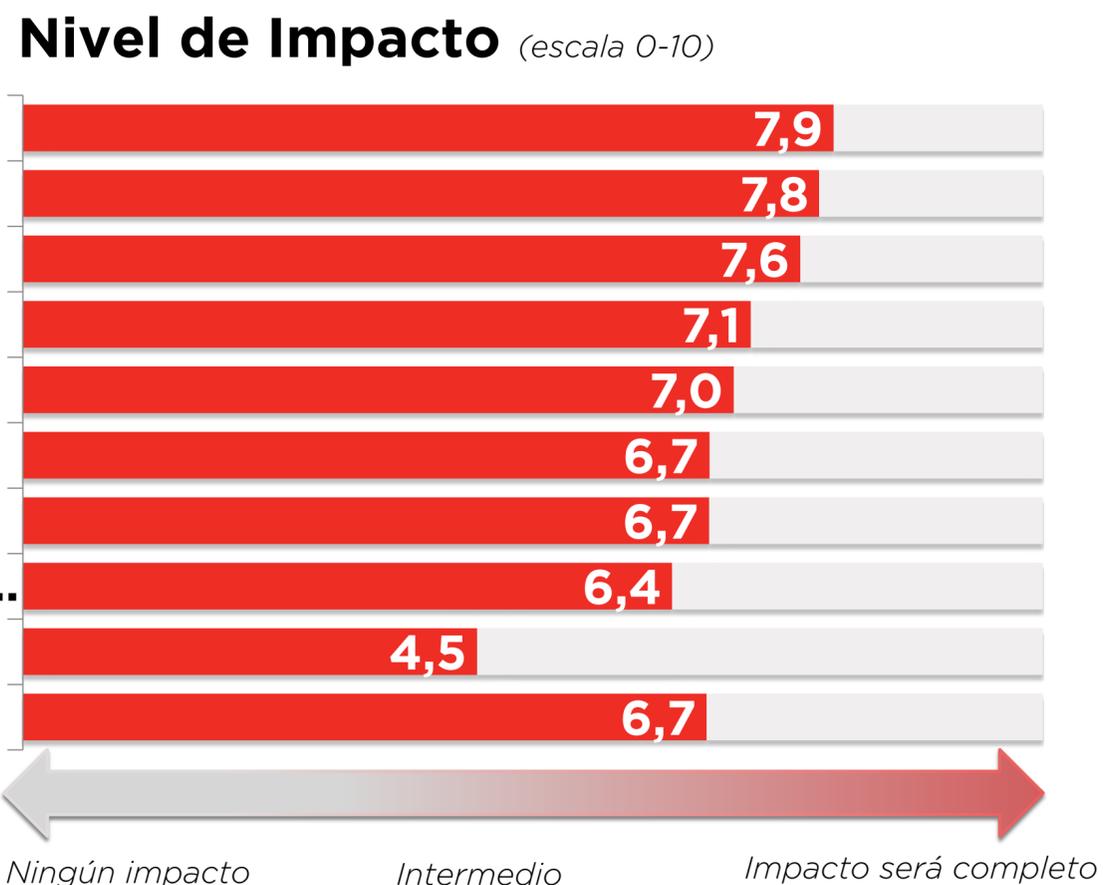
Previsiones de uso y aplicaciones futuras

Evaluación del grado de impacto en actividades musicales

En general se detecta que la IA tendrá un impacto elevado en la gran mayoría de las áreas musicales con la excepción de la música en directo.

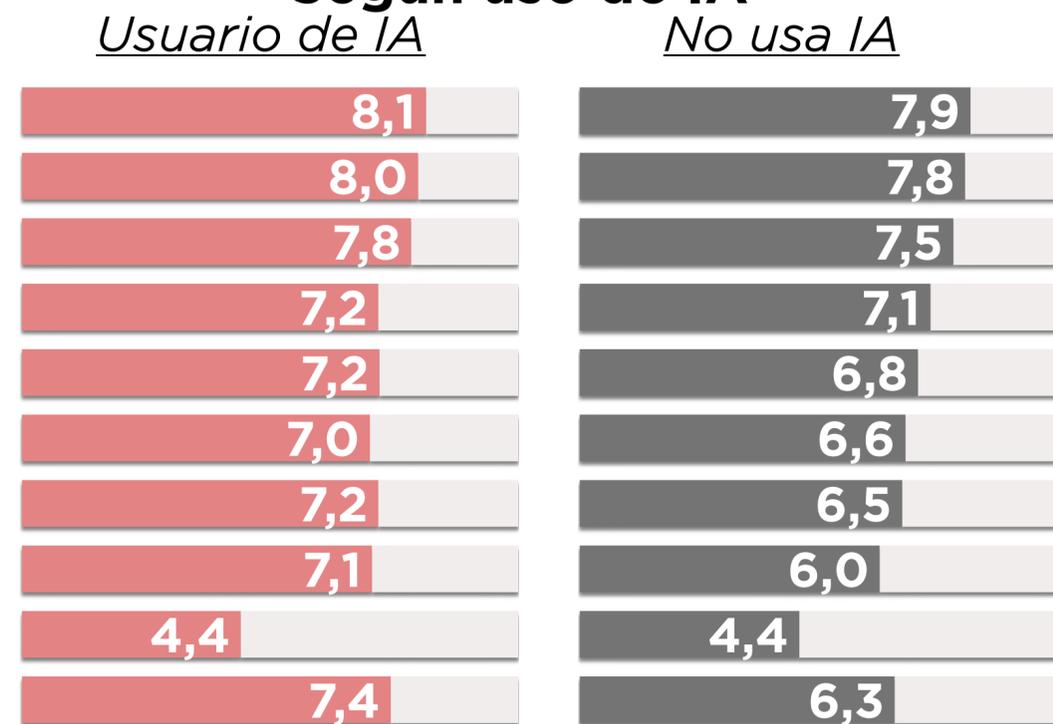
Las áreas que más claramente se van a ver impactadas son el marketing y la promoción, la edición de la partitura y la masterización. Otras actividades altamente impactadas serán la distribución y la grabación y mezcla.

En general este ranking se mantiene con independencia de si los autores han usado o no la inteligencia artificial, aunque el que ya la ha utilizado es más intenso en la valoración del posible impacto en estas áreas.



Base total muestra: 1.257

Según uso de IA



Base han usado IA: 428

Base no han usado IA: 714

P13.- ¿Cuál consideras que puede ser el nivel de impacto de la IA en estas áreas de la producción y creación musical? Señala tu puntuación sobre el nivel de impacto según esta escala, donde 0 significa que no tendrá ningún impacto y 10 significa que el impacto será completo.

Ámbitos de trabajo en la música con mayor probabilidad de sustitución por la IA

Las explotaciones musicales que van a experimentar un mayor impacto serán las de la Música Publicitaria, de librería y la relacionada con la industria Audiovisual.

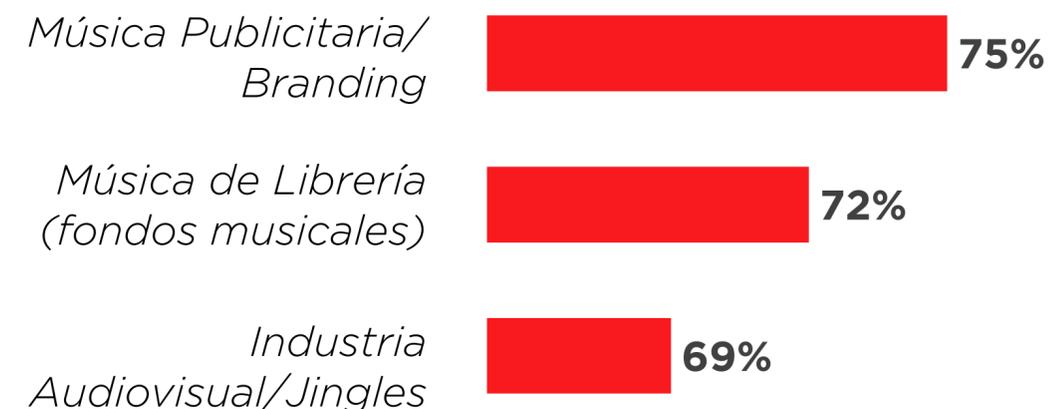
También se prevé un impacto elevado en todo lo relacionado con la música electrónica y Urbana.

Existe una moderada tranquilidad con las posibilidades de sustitución en el mundo del Pop/Rock, y también la amenaza se considera muy alejada en el caso de músicas más raciales o las que se sustentan en la interpretación como son el Jazz y las Sinfónicas.

Estilos musicales más impactados



Actividades más impactadas



Stakeholders más interesados en el desarrollo de la IA para la música

Los autores consideran que los actores más claramente interesados en el desarrollo de esta tecnología son las propias empresas tecnológicas, al tiempo que expresan otro grupo con un alto interés, que comprende tanto las plataformas de música, a la industria discográfica, como a los productores audiovisuales. También se perciben a los medios de comunicación como parte importante de este interés en su implementación.

Interesados en desarrollo de la IA Musical



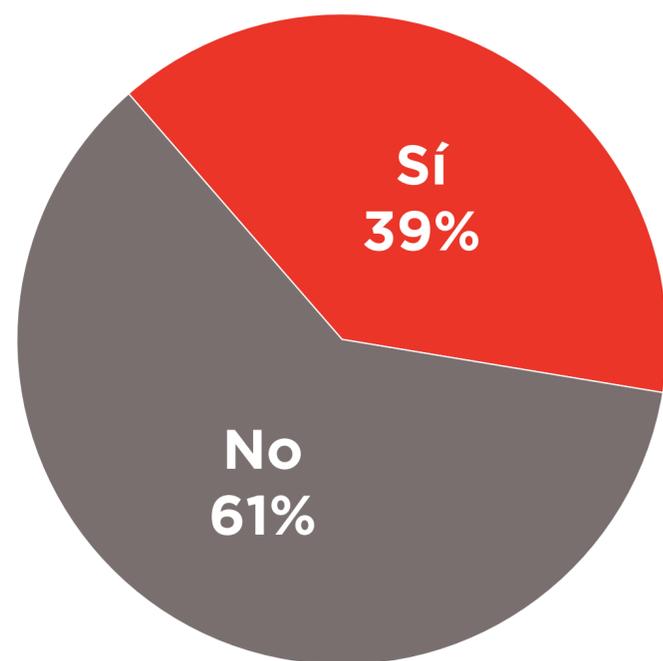
Base total muestra: 1.257

Remuneración por Entrenamiento de las IA musicales

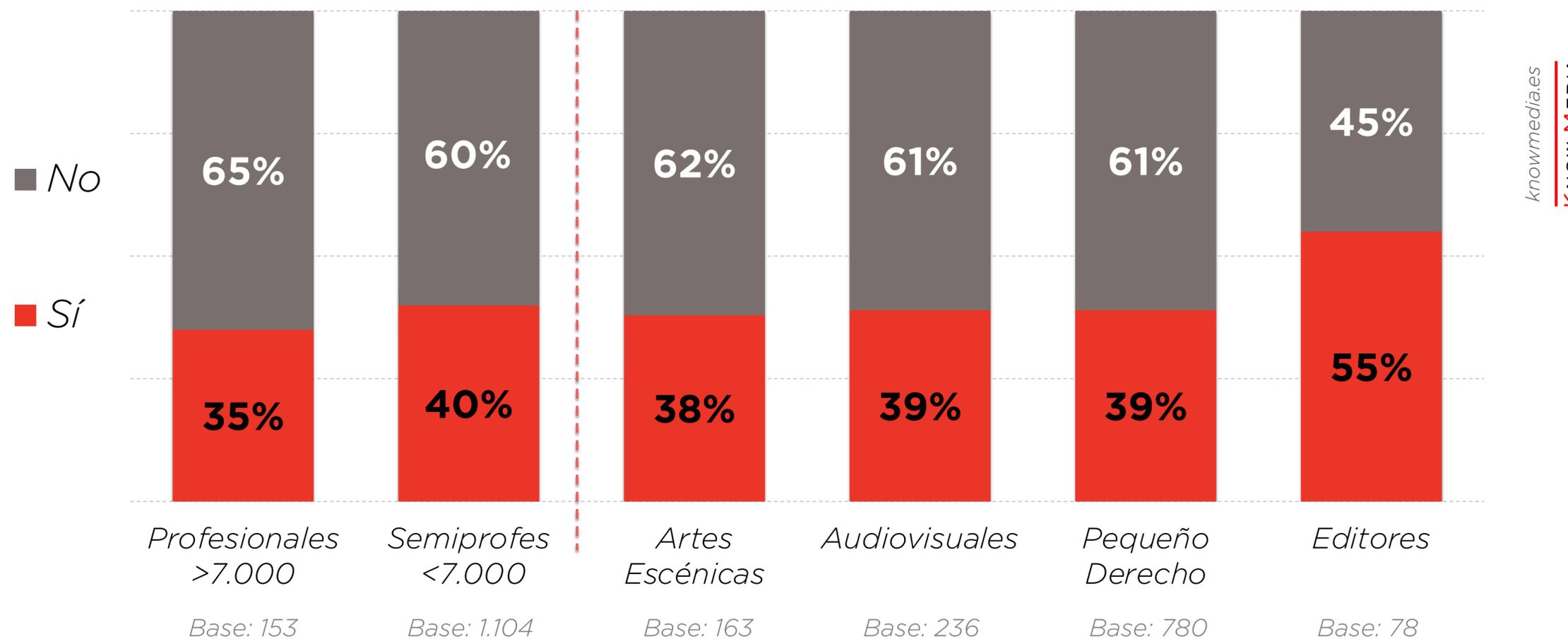
La mayoría de los socios de la SGAE (61%), hoy por hoy no están interesados en que su música pueda usarse para entrenamiento de algoritmos a cambio de remuneración.

El 55% de los editores estaría interesado en permitir el uso a cambio de remuneración.

Interés en remuneración por entrenamiento de IA



Base total muestra: 1.257



knowmedia.es
KNOW MEDIA

Prospectiva de impacto positivo/negativo de la IA

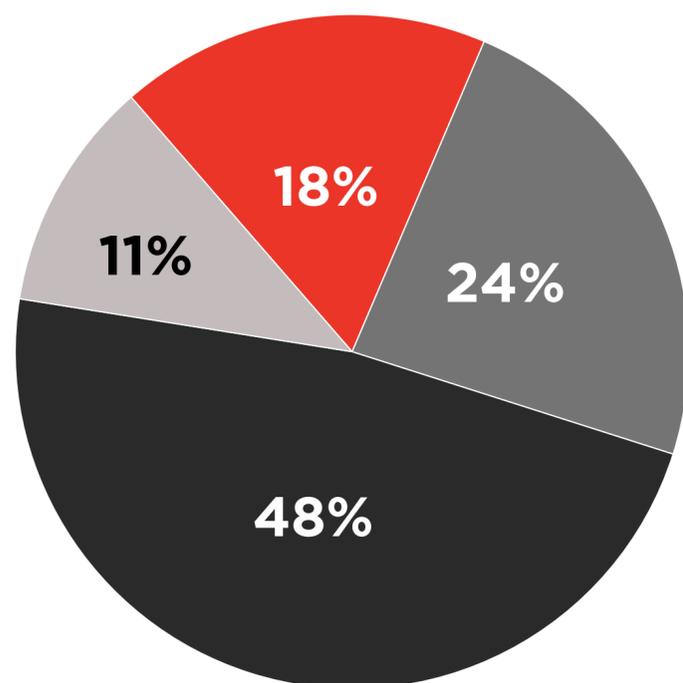
Oportunidades vs. riesgos en la adopción de IA

Casi la mitad de los autores entrevistados consideran mayores los riesgos de la IA que las oportunidades que ofrece. Sólo un 18% es optimista y considera que las oportunidades van a superar a los riesgos.

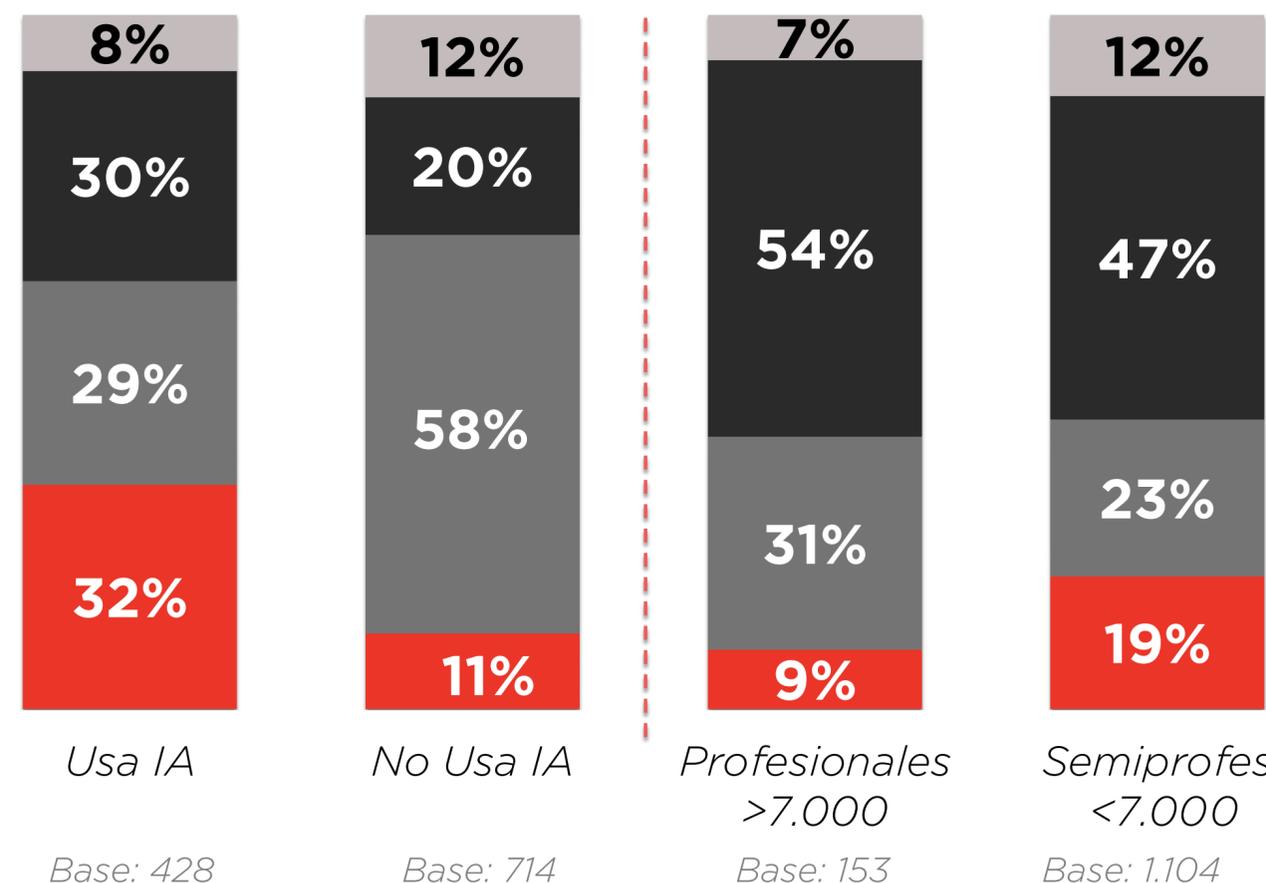
Los profesionales con mayor facturación son los más reticentes.

En el caso de los autores que ya han usado la IA, se polarizan sus opiniones: aumentan tanto los que destacan las oportunidades que ofrece como los que destacan los riesgos.

Riesgo/oportunidad de adopción



- No sabe
- Riesgos mayores que oportunidades
- Más o menos igual
- Oportunidades mayores que los riesgos



Base total muestra: 1.257

Base: 428

Base: 714

Base: 153

Base: 1.104

Evaluación del grado de impacto en actividades musicales

Los socios de la SGAE consideran que el colectivo en el que impactará más negativamente la implantación de la IA en la música son los propios autores y compositores en general.

También es relevante la afectación que perciben van a tener los músicos intérpretes, la industria cultural en general y los trabajadores de la industria musical en su conjunto.

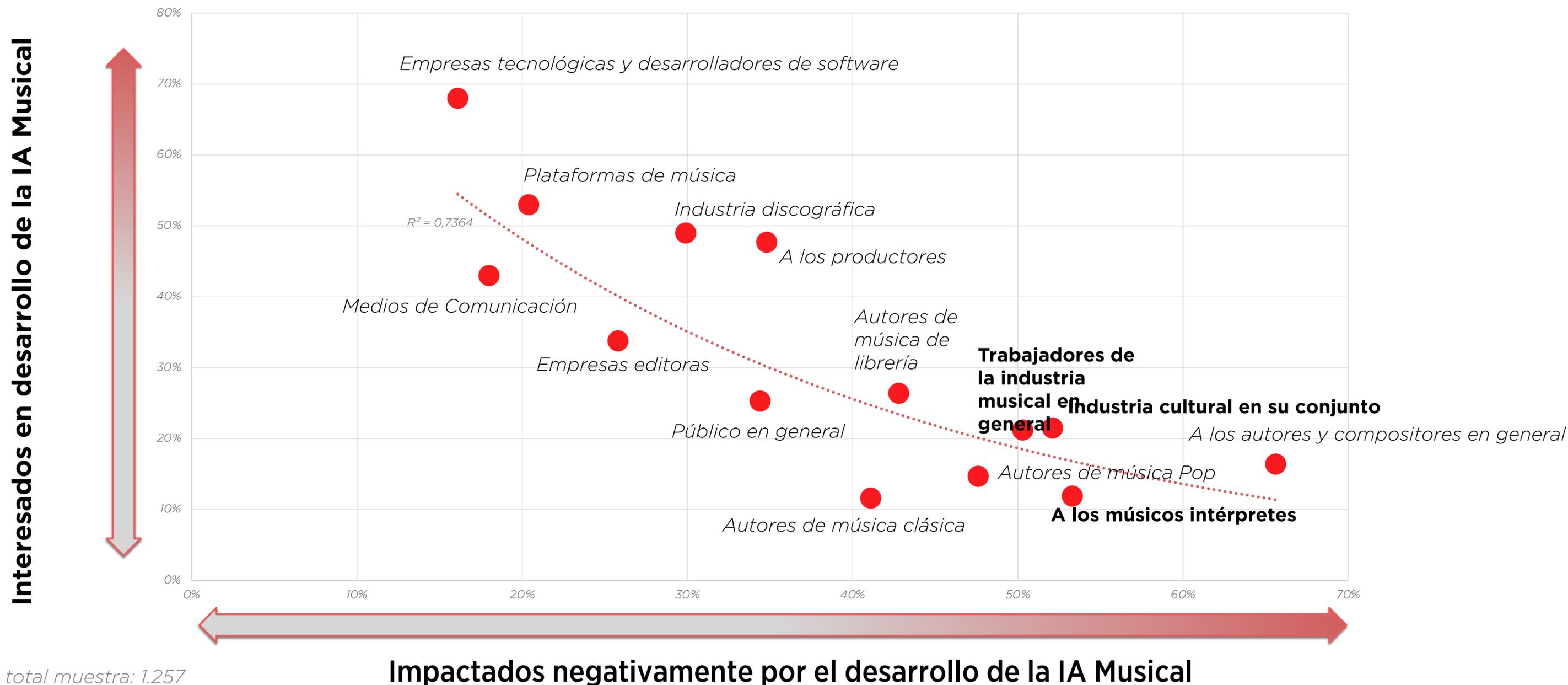
Impactados negativamente por el desarrollo de la IA Musical



Base total muestra: 1.257

Relación entre Impacto negativo e Interés en la IA

Para el socio de la SGAE existe una clara correlación inversa entre los stakeholders con mayor grado de interés en desarrollar la IA musical y los que se van a perjudicar con la misma. Los que claramente saldrán ganando en esta ecuación, a ojos de los autores, serán las empresas tecnológicas, las plataformas de música, la industria discográfica y los productores.



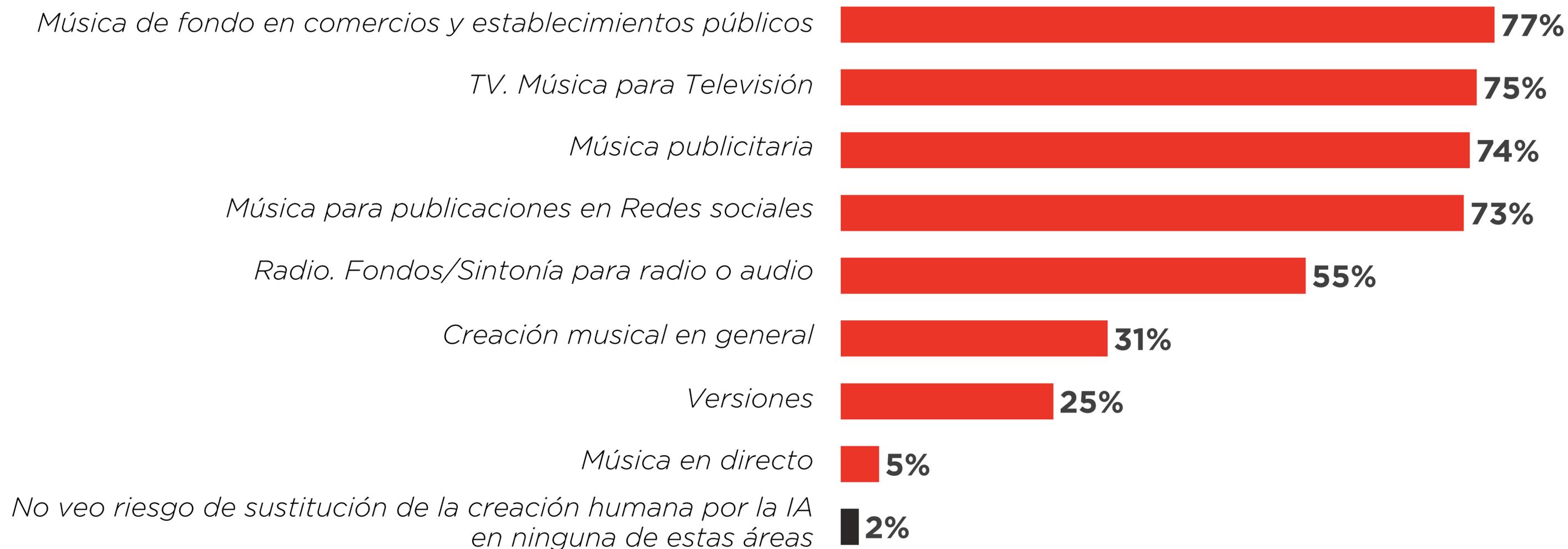
Base total muestra: 1.257

P35.- ¿A quién interesa más que la IA pueda aprender a crear y ejecutar composiciones a partir de las obras musicales existentes? (elige los tres con mayor interés)
 P36.- ¿Y a quién puede perjudicar más la implantación y desarrollo de la música a partir de IA? (elige los tres con mayor impacto).

Actividades en riesgo de reemplazamiento por la IA

De momento, se estima que los riesgos más elevados de sustitución se van a producir en la música de fondo, la publicitaria, la de redes sociales o la de fondos y sintonías para radio/televisión. En el extremo opuesto, la música en directo parece estar al margen de cualquier amenaza.

Actividades musicales en riesgo



Base total muestra: 1.257

Actividades musicales que ya están siendo reemplazadas por la IA

Cuando se pregunta a los autores sobre el desplazamiento del autor por la Inteligencia Artificial, del 40% al 50% considera que ya se está sustituyendo en algunas composiciones musicales como son las referidas a RRSS, Música Publicitaria y Músicas de fondo.

Actividades musicales sustituidas



Base total muestra: 1.257

Proyección de impacto económico

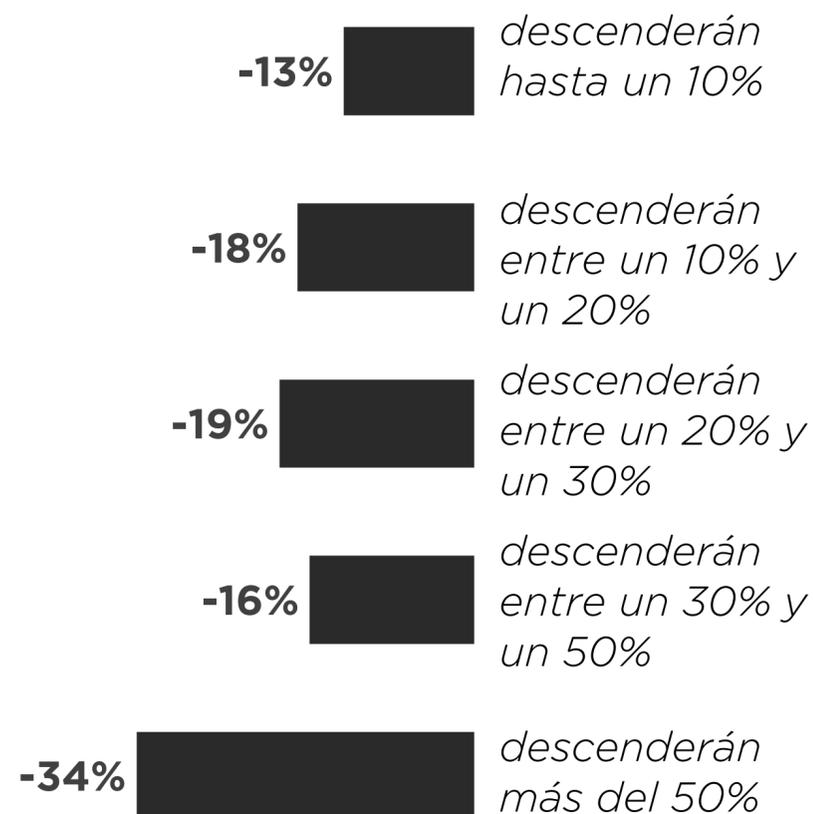
El 26% de los autores prevé un impacto negativo en sus ingresos musicales, frente al 13% que tiene una visión más positiva. El 30% considera que no tendrá repercusión en sus ingresos.

Los que ven una oportunidad positiva de aumentar ingresos consideran que el incremento será reducido.

Los que perciben la IA como una amenaza coinciden en la previsión de unos decrementos muy relevantes.

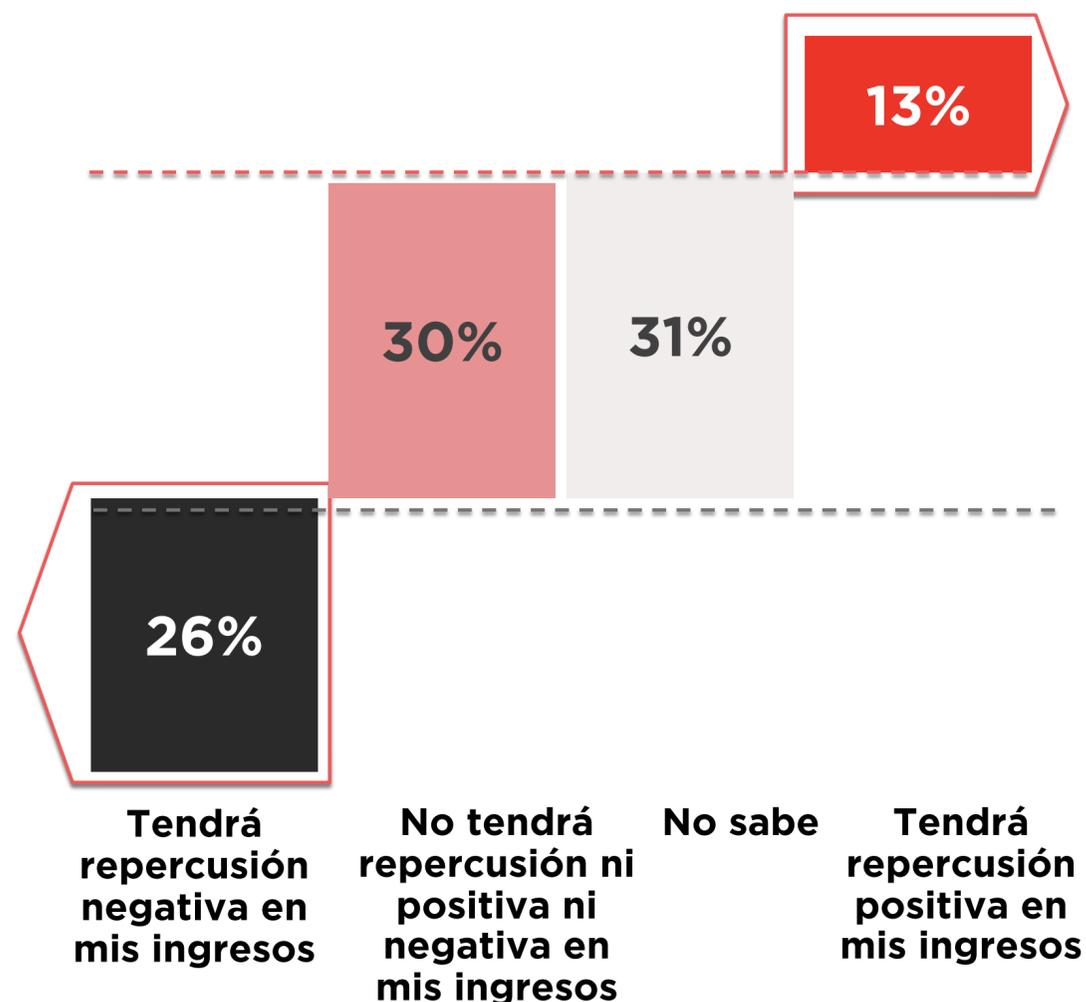
Existe un importante 31% de los autores que todavía no sabe evaluar el impacto que tendrá en sus ingresos.

Grado de impacto negativo



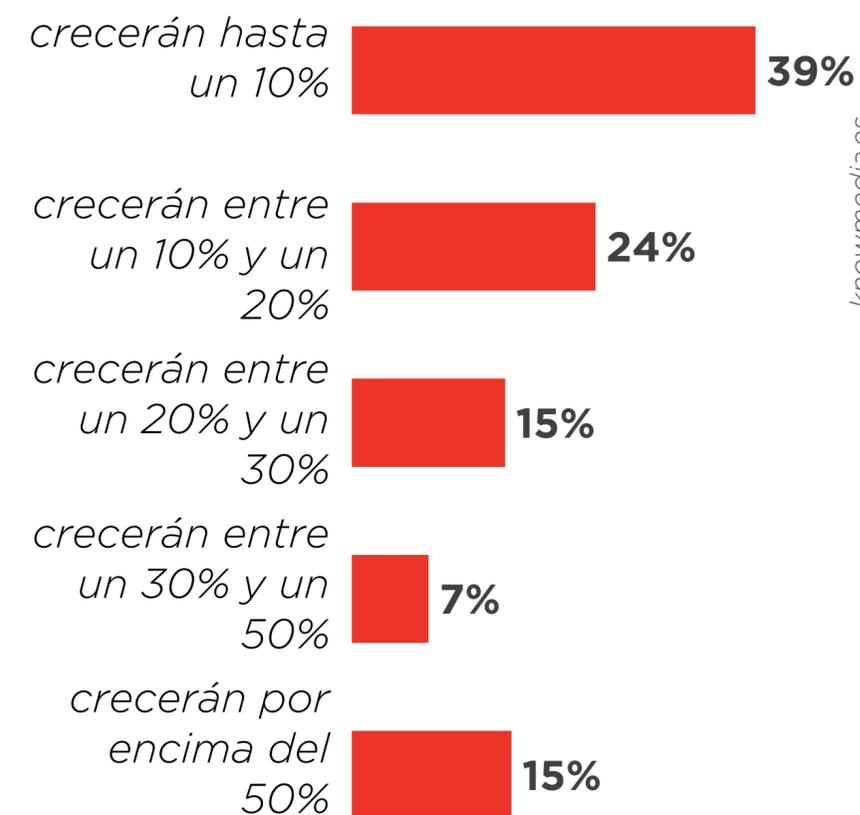
Base estiman impacto negativo: 324

Efecto IA en Ingresos



Base total muestra: 1.257

Grado de impacto positivo

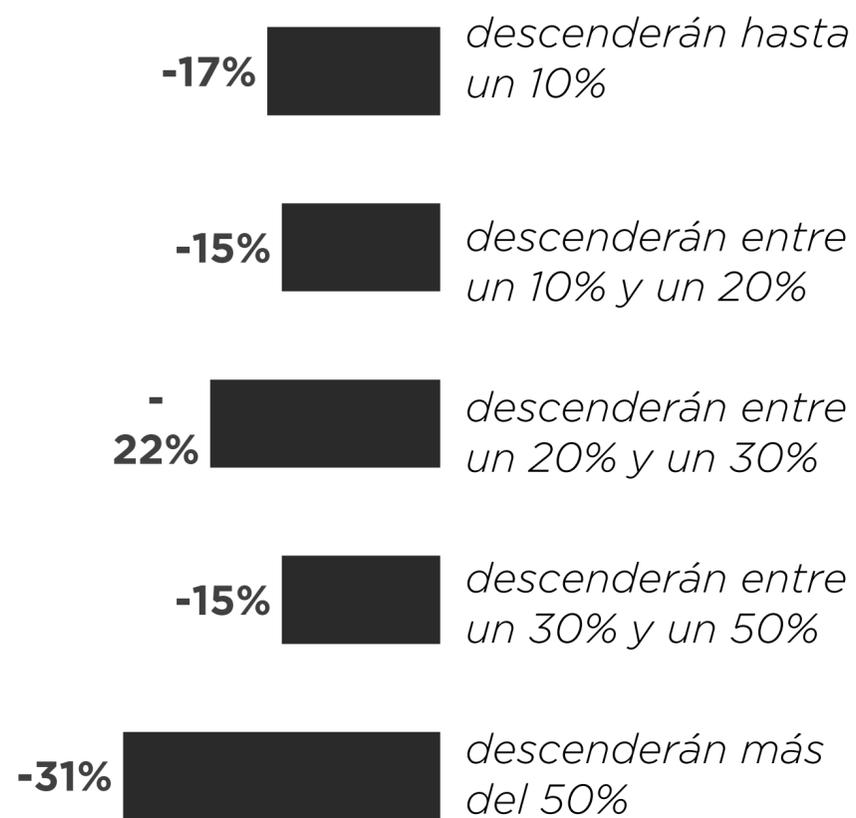


Base estiman impacto positivo: 162

Proyección de impacto económico (socios profesionales >7.000€/año)

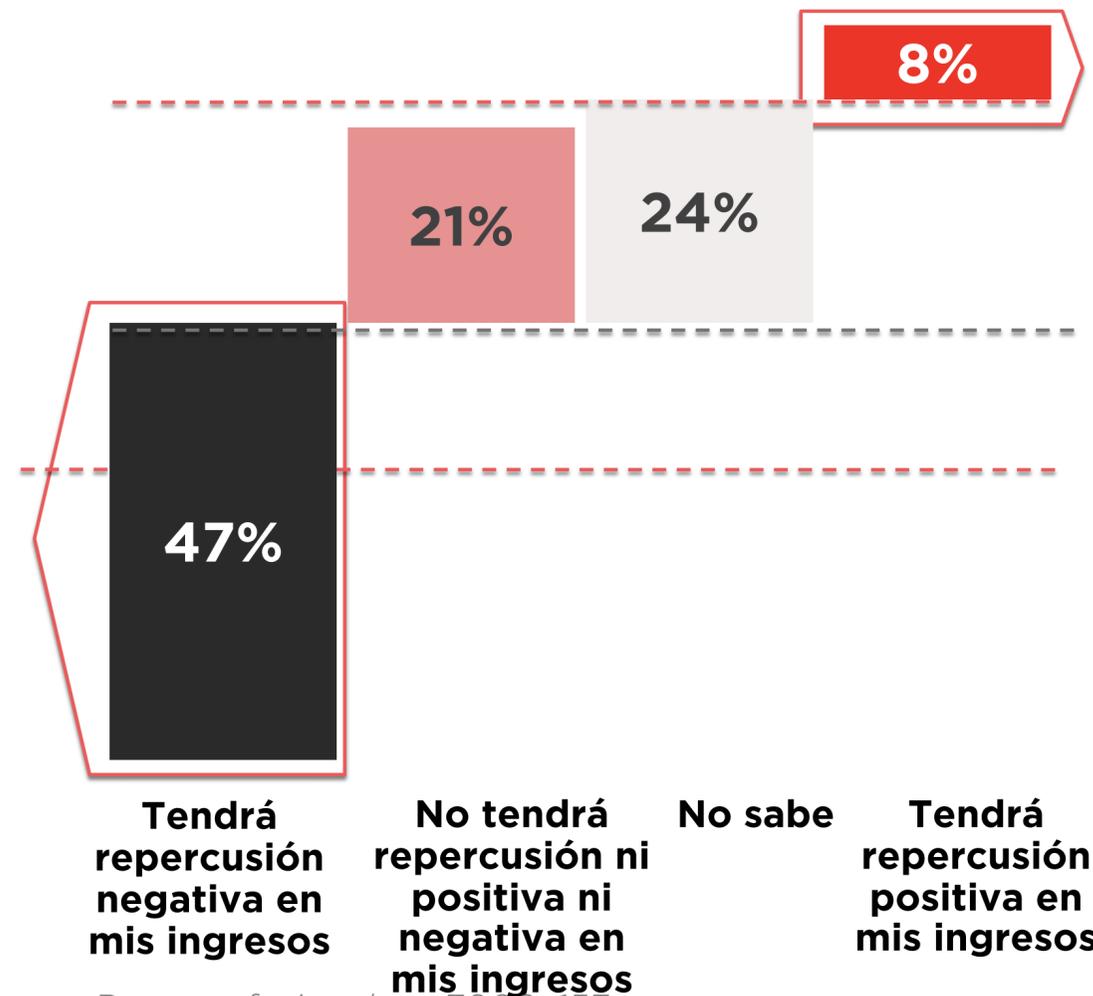
Al analizar las proyecciones exclusivamente de los autores con mayor cuantía de ingresos, sus percepciones son mucho más pesimistas que las del conjunto de autores: Casi el **50%** prevén un impacto negativo en sus ingresos frente a sólo el **8%** que anticipan un incremento de los mismos.

Grado de impacto negativo



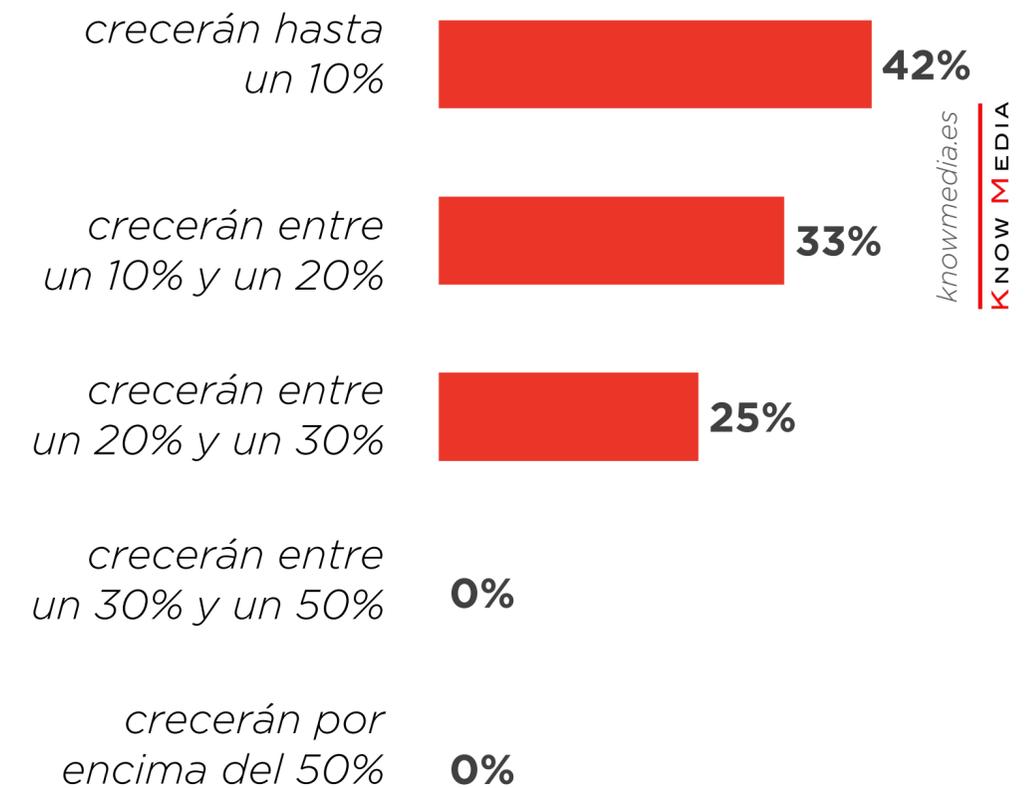
Base estiman impacto negativo: 72

Efecto IA en Ingresos



Base profesionales >7000: 153

Grado de impacto positivo



Base estiman impacto positivo: 12*

P17.- ¿Crees que la IA tendrá repercusión en tus ingresos procedentes de todas tus actividades en la música?
 P17.a.- Según tu opinión, ¿Cuál consideras que puede ser esta repercusión en los próximos tres años?

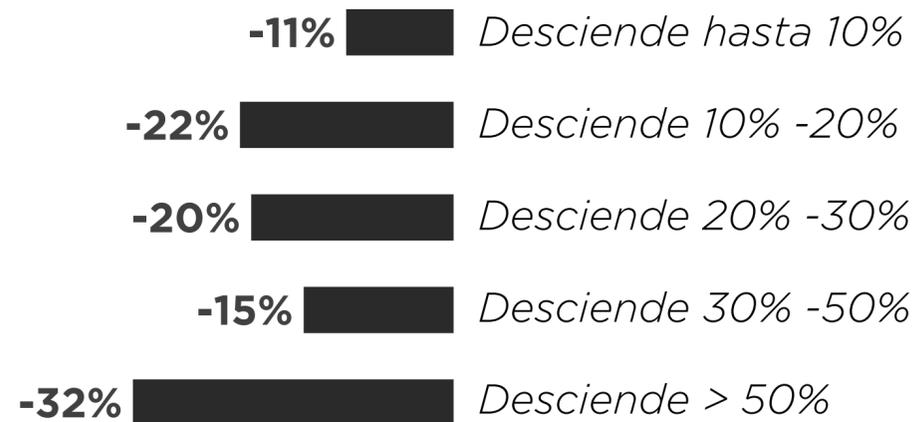
*base reducida para análisis 63

Proyección de impacto económico (Según Experiencia con IA)

Comparando las proyecciones entre aquellos que ya han experimentado con la IA frente a aquellos que sólo la conocen por referencias externas, las perspectivas positivas son superiores en los autores iniciados en su uso.

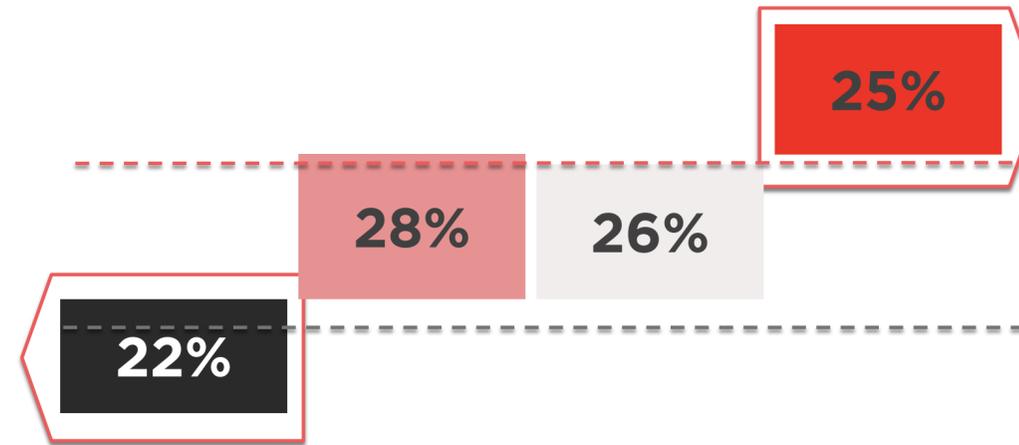
Ha probado IA

Grado de impacto negativo



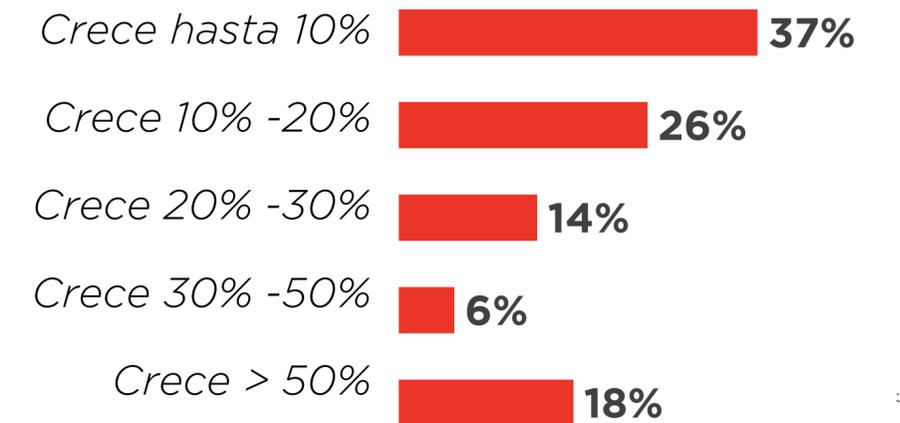
Base estiman impacto negativo: 93

Efecto IA en Ingresos



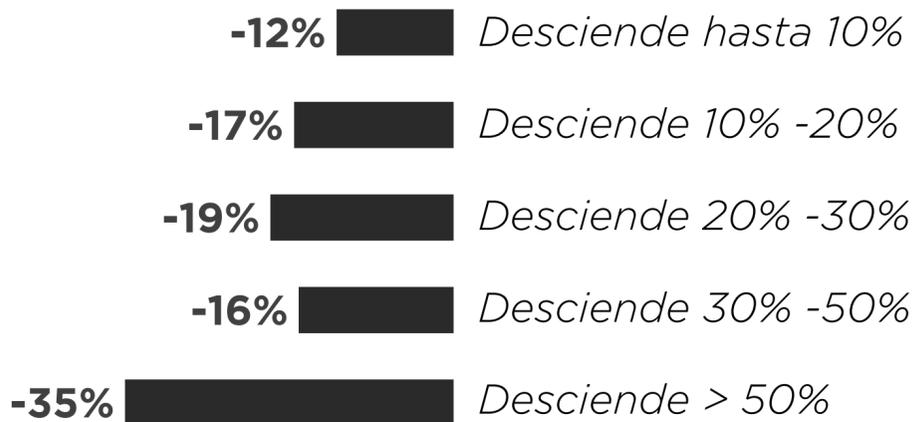
Base han probado: 418

Grado de impacto positivo

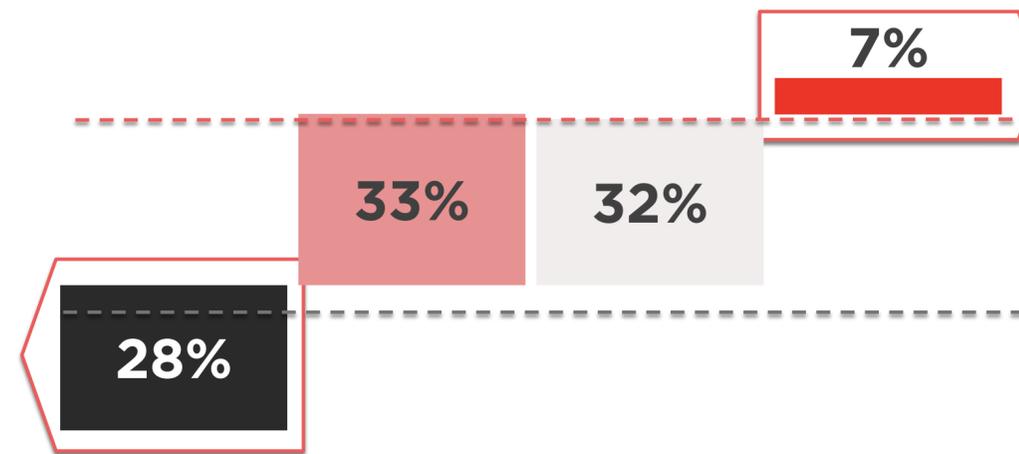


Base estiman impacto positivo: 106

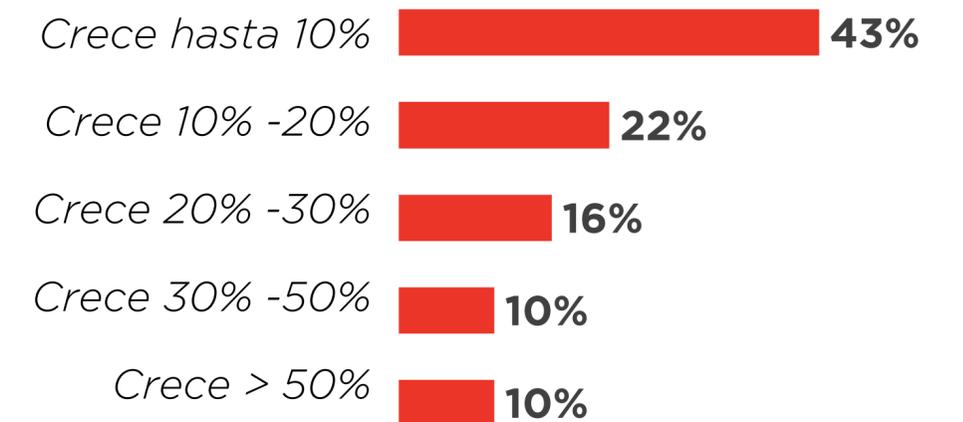
No ha probado IA



Base estiman impacto negativo: 201



Base no han probado: 714



Base estiman impacto positivo: 51

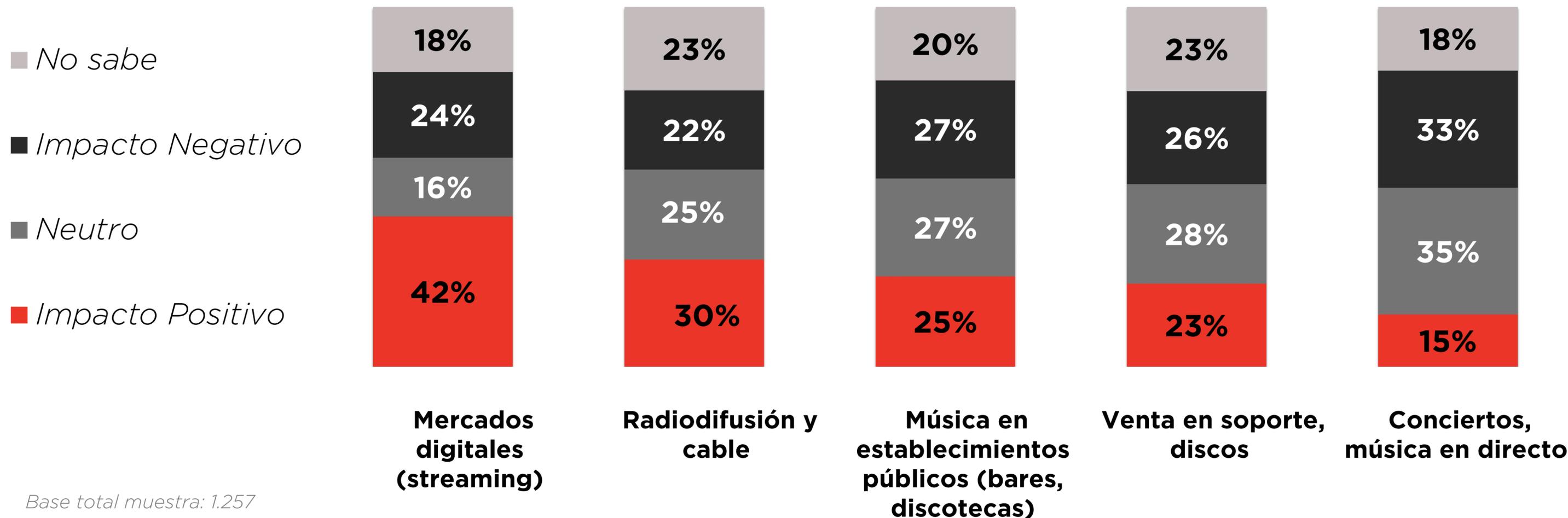
knowmedia.es
KNOW MEDIA

Grado de impacto en los mercados musicales

Consideran que el impacto más positivo de la irrupción de la IA va a ser para los mercados digitales de streaming, y tendrá menos impacto en los conciertos en directo.

De nuevo, se percibe un destacado porcentaje de autores que no sabría posicionarse con respecto al efecto que se producirá en estos mercados.

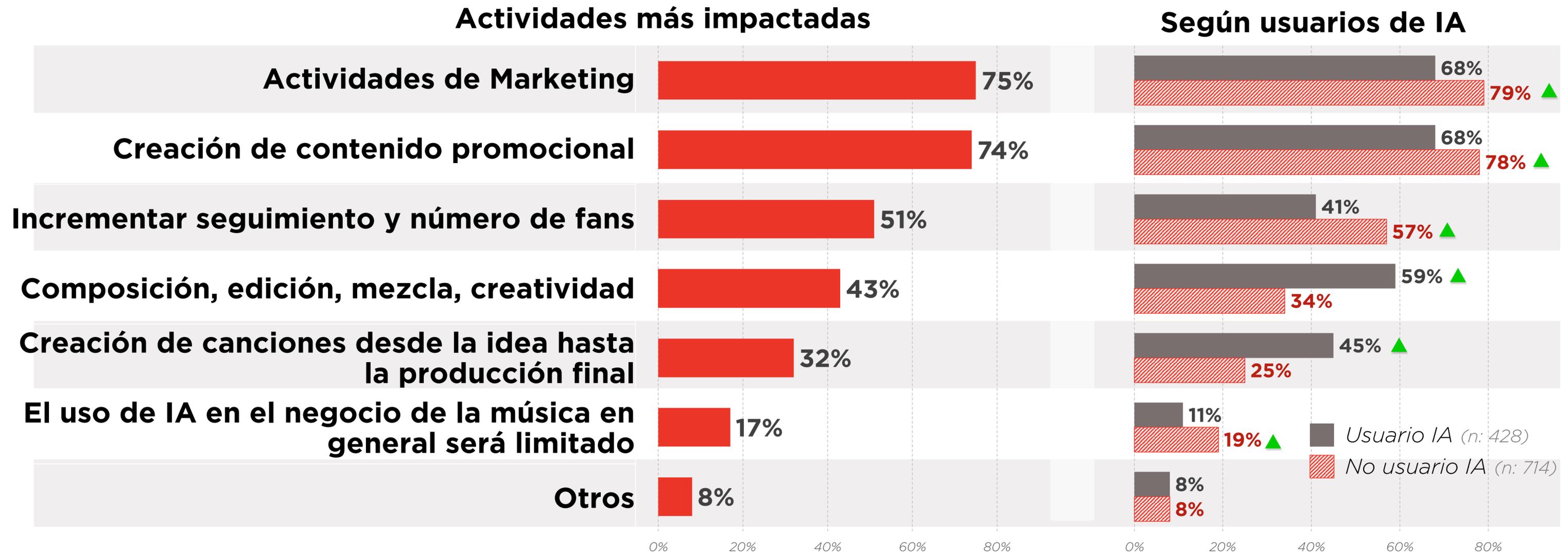
Evaluación de impacto por mercados



Impacto positivo por actividad musical

Los autores opinan que las actividades donde el impacto de la IA va a ser más positivo es en aquellas más ajenas a la labor del propio compositor musical: actividades de marketing y creación de contenido promocional.

Sin embargo, si ello se analiza por aquellos que ya han experimentado con la IA, vemos como estos autores son más conscientes de cómo puede afectar a actividades "core" del autor musical, como son la composición, edición y mezcla, e incluso la creación de canciones de inicio a fin.



knowmedia.es
KNOW MEDIA

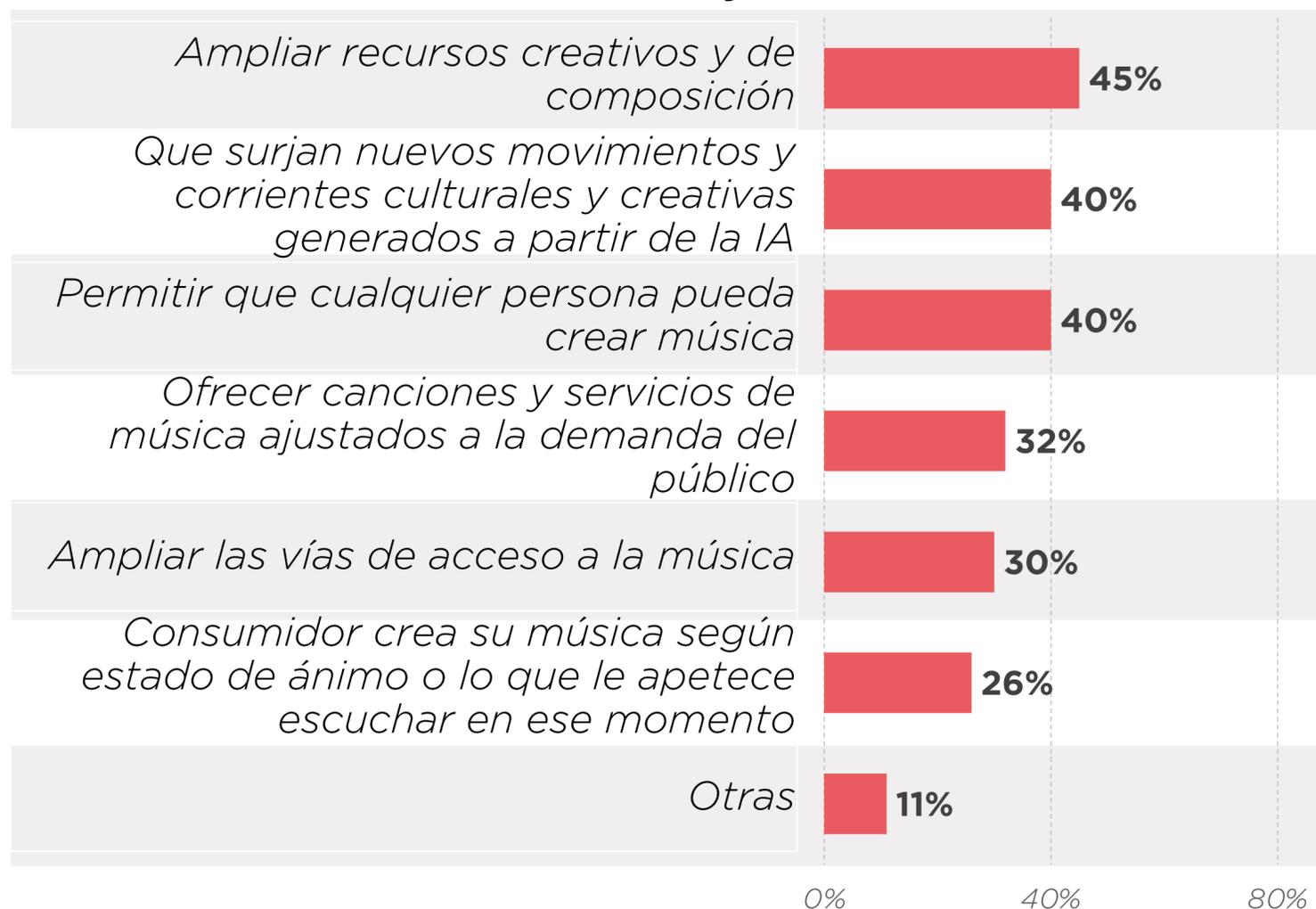
Ventajas e inconvenientes del uso de IA

En general son muy dispares las ventajas e inconvenientes que se identifican en la utilización de la IA en la música.

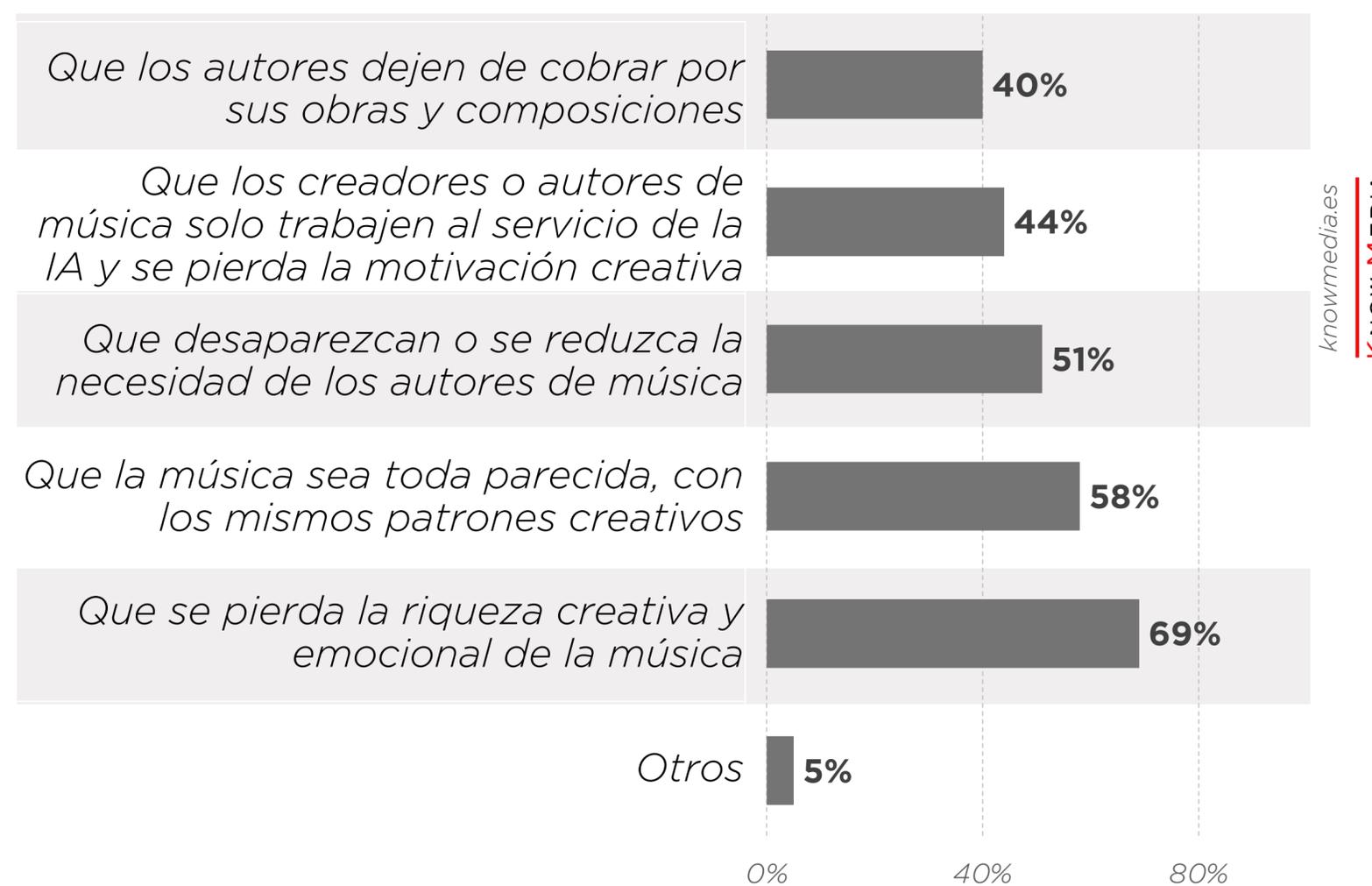
Las ventajas que más destacan son la ampliación de recursos de composición, la aparición de nuevas corrientes y la democratización de la creación musical.

Los principales inconvenientes son la pérdida de creatividad y emocionalidad de la música, con el riesgo de que todas las composiciones lleguen a ser parecidas.

Ventajas



Inconvenientes



knowmedia.es
KNOW MEDIA

Base total muestra: 1.257

P26.- De la siguiente lista, ¿Cuáles son las ventajas o beneficios que puede aportar la utilización de IA a la música?

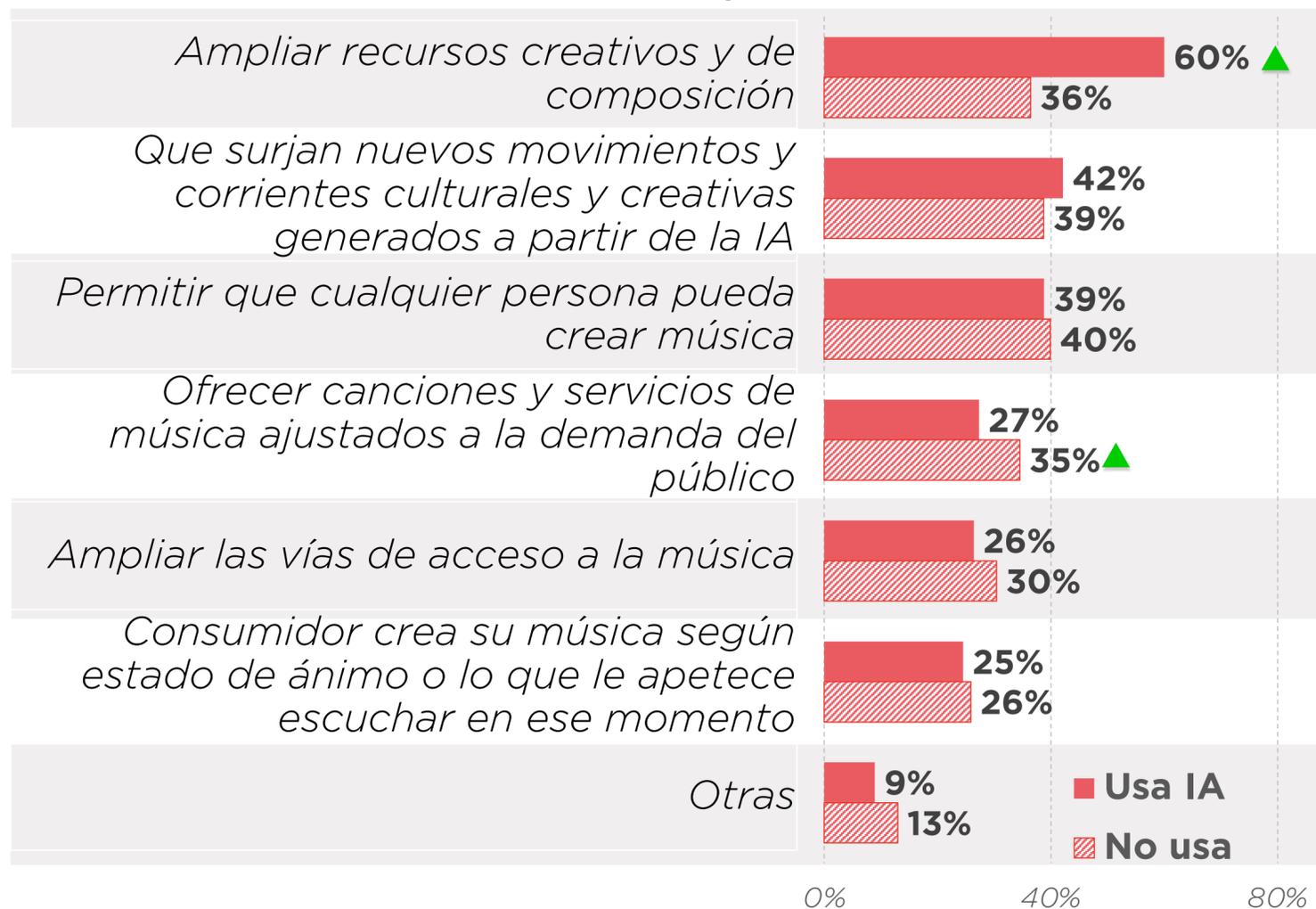
P27.- De la siguiente lista, ¿Cuáles son los principales inconvenientes o problemas que podría causar el uso de la IA? Elige los más importantes, máximo tres.

Ventajas e inconvenientes del uso de IA (según usuarios)

Al analizar las ventajas e inconvenientes desde la experiencia (autores que han usado la IA), vemos que son los que más oportunidad le ven a la ampliación de recursos creativos y de composición.

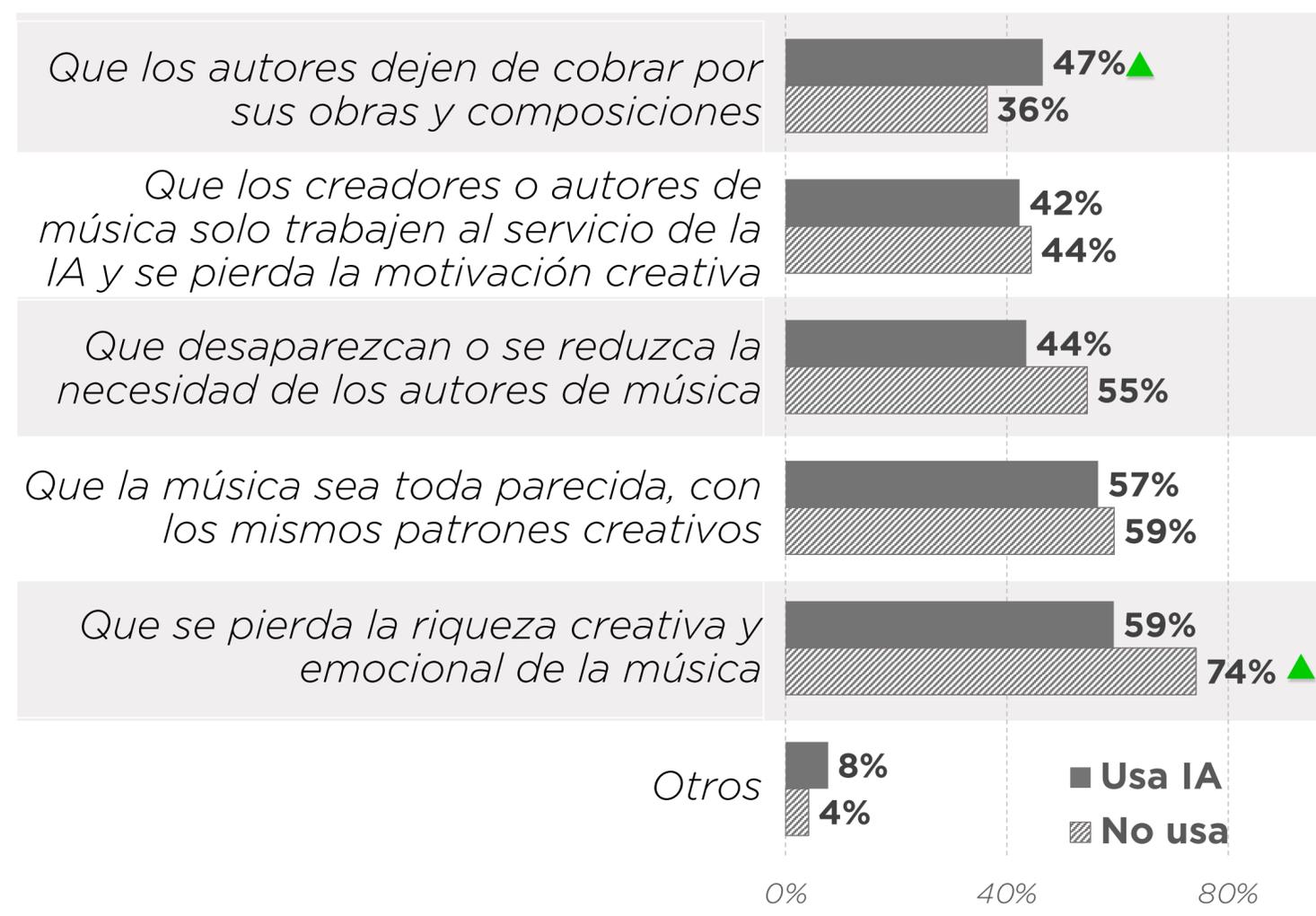
En cuanto a los inconvenientes que perciben de manera diferencial frente al inexperto es que en el futuro dejen de cobrar por sus obras y composiciones.

Ventajas



(Base usuario IA: 428)

Inconvenientes



(Base no usa IA : 714)

knowmedia.es
KNOW MEDIA

P26.- De la siguiente lista, ¿Cuáles son las ventajas o beneficios que puede aportar la utilización de IA a la música?

P27.- De la siguiente lista, ¿Cuáles son los principales inconvenientes o problemas que podría causar el uso de la IA? Elige los más importantes, máximo tres.

Análisis de Regresión Logística: Impacto económico negativo

Realizamos un análisis multivariante de regresión logística para detectar las variables de clasificación que más influyen para declarar que la irrupción de la IA en la música tendrá un impacto negativo.

Modelización: Análisis de regresión logística por el método de estimación Conditional Forward Stepwise.

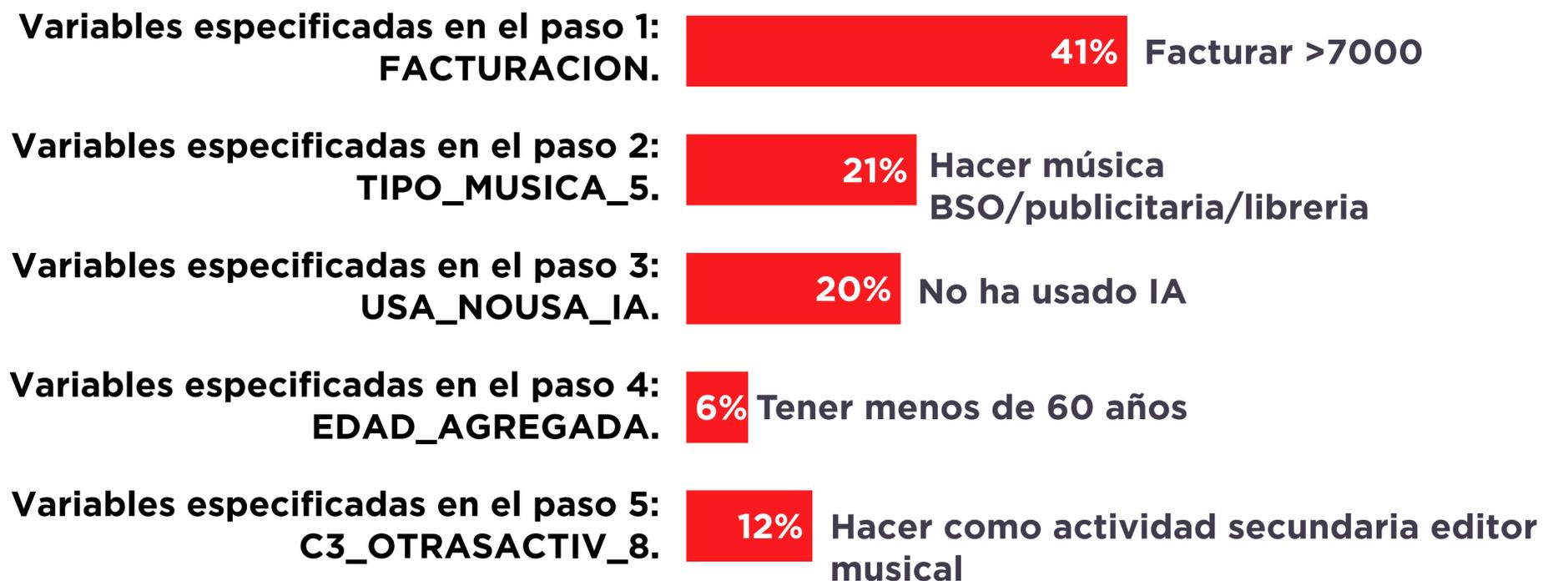
Variable Dependiente: Repercusión negativa en ingresos

Variables Explicativas en el modelo:

- USA_NO_USA_IA
- EDAD_AGREGADA
- SEXO
- D3_COLEGIO_Profesional
- C1_AREA_ACTIVIDAD
- TIPO_MUSICA_compone
- C3_OTRAS_ACTIVIDADES MUSICALES
- GRADO_INFORMACION sobre IA
- Nivel de FACTURACION

El modelo detecta que hay 5 variables que tienen relevancia en un sentimiento negativo de impacto económico. Siendo los siguientes perfiles los más propensos a tener impacto negativo

Importancia relativa de las variables explicativas del modelo



Análisis de Regresión Logística: Impacto económico negativo

Revisando las respuestas obtenidas en la encuesta, apreciamos la valoración de impacto negativo en cada uno de estos 5 segmentos de entrevistados:

% Verticales	FACTURACION		TIPO MÚSICA AL QUE PERTENECEN SUS OBRAS						
	Total	Menos 7000	Mas 7000	Pop/ Rock/ Indie/ Metal	Jazz/ sinfónica	Electrónica/electroacústica/urban	Folk/ Flamenco/ músicas mundo	BSO/Publicitaria/ Jingles/ Librería	Otros
Total	1257	1104	153	742	407	367	350	383	128
Impacto negativo	26%	23%	47%	25%	25%	27%	26%	36%	25%
Sin repercusión	30%	31%	21%	29%	33%	28%	27%	23%	31%
No sabe repercusión	31%	32%	24%	32%	30%	25%	35%	26%	33%
Repercusión positiva	13%	14%	8%	14%	12%	20%	12%	15%	12%

% Verticales	USO de IA		EDAD AGREGADA			C3: OTRAS ACTIVIDADES ADICIONALES EN INDUSTRIA DE LA MÚSICA										
	Usa IA	No usa IA	Menos 45	45-59	60 y mas	Cantante, DJ, músico-interprete, creador de beats	Productor	Ingeniero sonido, supervisor musical, estudio grabación	Profesor de música/coach.	Otras actividades del mundo de la cultura	activ.artísticas o técnicas de música en directo	activ.artísticas o técnicas de producción audiovisual	Editor musical	Otras actividades no relacionadas con la cultura	Manager.	Ninguna otra actividad relacionada con la música.
Total	428	829	265	600	392	518	471	318	339	276	288	184	148	54	57	159
Impacto negativo	22%	28%	26%	29%	21%	23%	29%	32%	28%	27%	30%	32%	35%	32%	28%	25%
Sin repercusión	28%	33%	29%	28%	33%	30%	29%	25%	29%	32%	31%	26%	25%	24%	28%	31%
No sabe repercusión	26%	32%	28%	30%	36%	33%	26%	26%	31%	28%	30%	26%	23%	35%	25%	34%
Repercusión positiva	25%	7%	17%	13%	10%	14%	16%	17%	12%	14%	9%	17%	17%	9%	19%	10%

La IA pone en riesgo un 28% de los ingresos por derechos

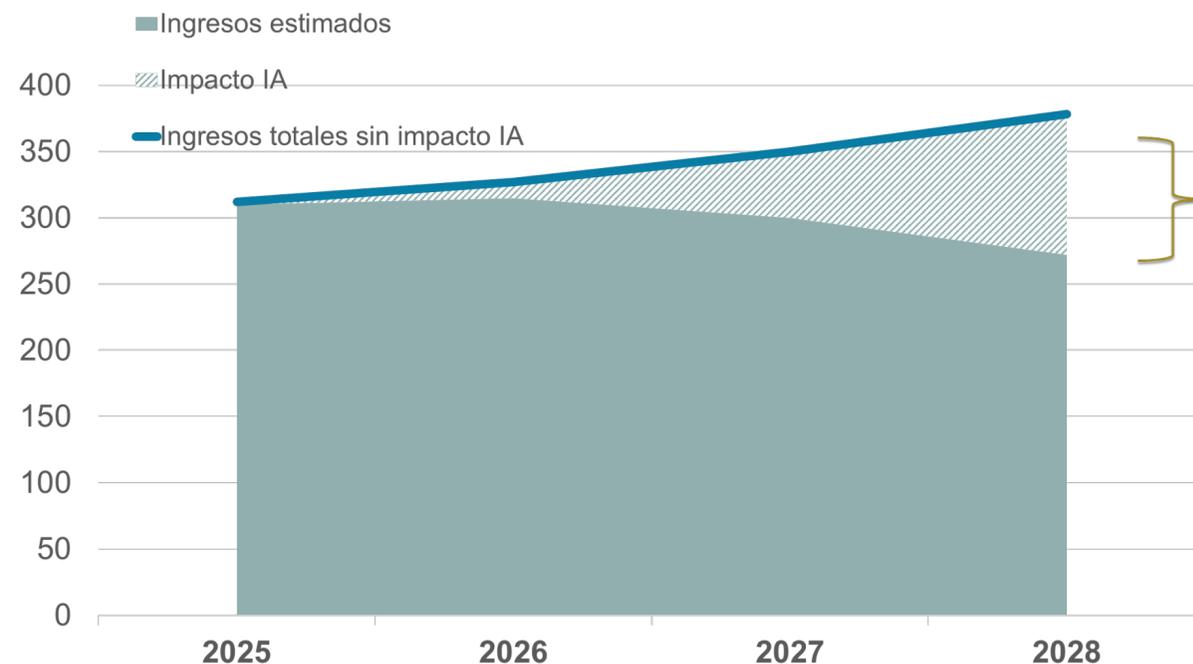
El escenario de riesgo de impacto sobre los ingresos por derechos se ha estimado combinando el análisis de la encuesta, las entrevistas cualitativas y el desk research realizado con informes internacionales sobre el impacto de la IA generativa.

Según esta estimación, en 2028 alrededor del 28% de los ingresos en derechos de autor estará en riesgo debido a la IA generativa. Tomando las estimaciones de evolución de ingresos de la propia SGAE, esto podría suponer sobre 100 millones de euros en riesgo en 2028, con un total entre 160 y 180 millones de euros en riesgo para el período de 2025 a 2028.

A pesar de que las obras protegidas por derechos de autor se utilizan como datos de entrenamiento para los modelos de IAG y, por lo tanto, forman la base fundamental para el origen y desarrollo del mercado, los titulares de derechos no participan en las enormes perspectivas de crecimiento.

La legislación existente debe ser aplicada para asegurar un sistema de remuneración que cubra la brecha financiera generada por la IA para los creadores.

RIESGO DE IMPACTO ESTIMADO DE LA IA GENERATIVA SOBRE LOS INGRESOS DE LA MÚSICA EN ESPAÑA 2025-2028



Impacto IA
28%
en 2028

knowmedia.es

Más del 90% de los autores considera que los desarrolladores y empresas tecnológicas deben remunerar a los titulares de derechos por el uso de su música

93,5%
de acuerdo

knowmedia.es
KNOW MEDIA

- Se ha estimado el impacto esperado por el uso de IA utilizando las respuestas proporcionadas por 1.257 autores de música, miembros de SGAE, que han contestado al cuestionario lanzado en diciembre de 2024. Sus respuestas han sido valoradas según las estimaciones proporcionadas en las entrevistas en profundidad por profesionales cualificados.
- El análisis se ha realizado para los distintos líneas de ingresos de los autores musicales y para un horizonte a tres años, enriqueciéndose con los resultados de las entrevistas en profundidad llevadas a cabo a profesionales de la música y especialistas en IA.
- Se toman como base de cálculo para cuantificar el riesgo de impacto de la IA las estimaciones de volumen de ingresos por derechos de autor de la propia SGAE hasta 2028 y de los estudios de mercado sobre líneas de ingresos de los autores musicales ajenos a esa entidad, expresando el impacto como porcentaje sobre la cifra total de 2028 y, para el periodo total 2025-2028, como la suma de los impactos estimados para cada año.
- Los escenarios desarrollados sitúan el riesgo de impacto económico estimado para 2028 entre un 20% y un 31% para los derechos de los autores musicales. El análisis de estos tres escenarios conduce a un **resultado de pérdida previsible del 28%**.

- Para calcular el riesgo de impacto general de la IA se utiliza la P17 del cuestionario -“Repercusión de la IA en los ingresos procedentes de actividades en la música”- cuyas respuestas se dividen en “Positiva/Negativa”, con una escala de impacto tal que: Hasta un 10% / De 10% a 20% / De 20% a 30% / De 30 a 50% / Más del 50%
- Se calcula el impacto de la IA como la media del impacto declarado, ponderada por el volumen de cada grupo de respuestas, tomando como impacto promedio de cada rango de la escala su punto medio (“Hasta un 10%”, 5%; “De 10% a 20%”, 15%; “De 20% a 30%”, 25%; “de 30% a 50%”, 40%; “Más del 50%”, 75%).
- Se calculan por separado los impactos para socios profesionales (Ingresos > 7.000€ año) y socios por derecho (Ingresos < 7.000€/año), ponderando esos dos resultados en función del peso de los ingresos de cada grupo sobre el total de ingresos gestionados desde SGAE (85% socios profesionales y 15% socios por derecho).
- Se estiman 3 escenarios de riesgo de impacto utilizando este cálculo, restringiendo progresivamente las respuestas utilizadas para conservar las de aquellos individuos que muestran un mayor interés y conocimiento sobre el fenómeno de la IA, de acuerdo con el análisis factorial realizado.
- Para el Escenario 1 se toman todas las respuestas a la encuesta, tanto positivas y negativas como neutras (“No sabe” y “Repercusión nula”). En el Escenario 2 se excluyen del análisis los “No sabe” y los “Repercusión nula” para concentrarse en aquellos individuos que se han posicionado. Para el Escenario 3 se recogen las respuestas positivas y negativas de los individuos que declaran una generación de ingresos más regular (>7.000€ anuales), excluyendo también los “No sabe” y los “Repercusión nula”.

- En paralelo a las estimaciones cuantitativas de esos tres escenarios y con el fin de afinar en el impacto de la IA por sectores de actividad, se utiliza la P16 del cuestionario –“Efecto de la IA en los próximos 3 años en...”- aplicada a música en directo, reproducción pública, radiodifusión/cable, venta en soporte y mercados digitales (streaming).
- Además, se incorporan las aportaciones cualitativas de los expertos entrevistados para ponderar los resultados obtenidos por sectores de actividad.

Escenarios de impacto a 3 años de la IA sobre los ingresos

A partir de los miembros de SGAE encuestados y de las entrevistas realizadas, es posible establecer escenarios de impacto a 3 años calculando la **proporción de ingresos que corren mayor riesgo**.

Escenario 1, reducción del crecimiento de ingresos en 3 años

Análisis en base a las respuestas sobre impacto a 3 años proporcionadas por todos los participantes en el estudio cuantitativo que respondieron a las preguntas al respecto. Se pondera su peso final en función del peso del segmento de ingresos al que pertenecen (85% >7000; 15% <7000)

Escenario 2, crecimiento cero de ingresos en 3 años

Análisis sobre las respuestas de quienes se decantaron por un impacto positivo o negativo, de nuevo ponderado por el segmento de ingresos al que pertenecen.

A partir de la información recogida en las entrevistas en profundidad se descarta la ausencia de impacto y, por tanto, se excluyen quienes declararon no esperar impacto.

Escenario 3, reducción de ingresos en 3 años

Análisis sobre las respuestas de quienes se decantaron por un impacto positivo o negativo dentro del segmento de mayores ingresos.

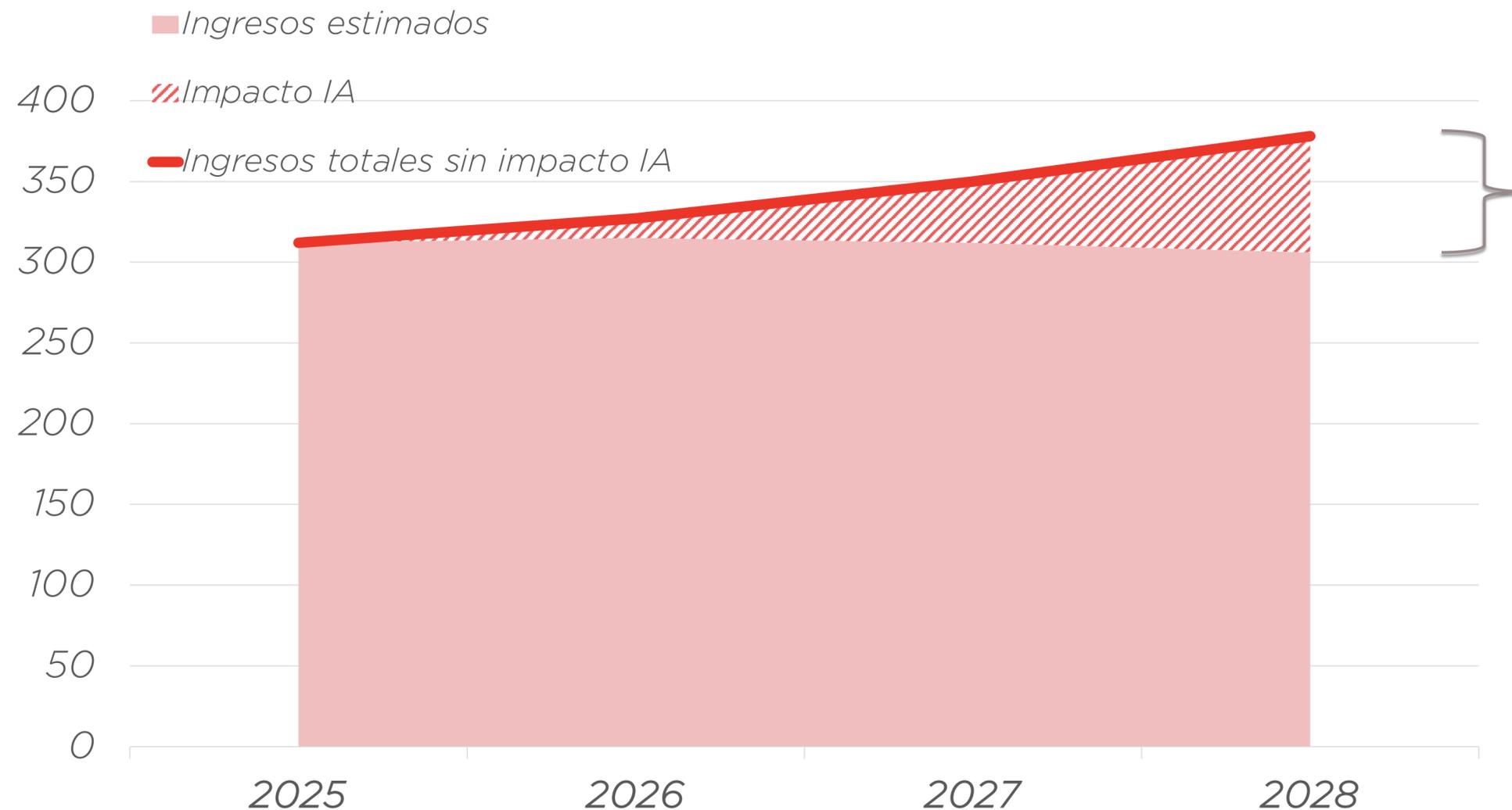
Del análisis multivariante y de las entrevistas en profundidad se desprende que el impacto existirá y, además, será especialmente relevante para los ingresos del segmento más profesionalizado de autores, expuestos a un fuerte incremento de la competencia, tanto por nuevos autores, usuarios de IA, como por la integración de IA en los procesos de producción audiovisual, que supone el verdadero impacto sobre el total de los ingresos



Estimación de mercado musical total impactado

Se puede estimar que para 2028, hasta un 20% de los ingresos de los creadores de música corren el riesgo de verse afectados por la IA generativa. Esto corresponde a un impacto potencial estimado de unos 72 millones de euros solo en 2028 y un total acumulado para el período 2025-2028 de alrededor de 122 millones de euros.

RIESGO DE IMPACTO ESTIMADO DE LA IA GENERATIVA SOBRE LOS INGRESOS DE LA MÚSICA EN ESPAÑA 2025-2028



Escenario 1



Escenario 1 - Estimación de ingresos en riesgo por sectores de actividad

ESTIMACIÓN DE MERCADO MUSICAL IMPACTADO POR IA

Ingresos Sociales - Estimaciones en Millones de Euros

² ÁREAS	2025	% Inc	2026	% Inc	2027	% Inc	2028	³ Imp IA	2028 IA	Merma
ARTES ESCÉNICAS	52,0	1,08	56,1	1,03	57,9	1,03	59,8	-5,0	56,8	3,0
C.PÚBLICA	76,5	1,07	81,5	1,09	89,1	1,11	99,2	-26,2	73,2	26,0
RADIODIFUSIÓN	80,5	1,00	80,5	1,04	83,7	1,04	87,0	-20,0	69,6	17,4
SOPORTES	3,1	1,00	3,1	1,06	3,3	1,03	3,4	-5,2	3,2	0,2
DIGITAL	58,0	1,07	62,1	1,07	66,4	1,07	71,0	-18,0	58,2	12,8
COPIA PRIVADA	12,3	1,00	12,3	1,04	12,8	1,04	13,3	-24	10,1	3,2
INTERNACIONAL	29,2	1,00	29,2	1,04	30,4	1,04	31,6	-24	24,0	7,6
OTROS	0,6	4,33	2,6	2,58	6,7	1,96	13,1	-15	11,1	2,0
¹ TOTAL	312,2	1,05	327,4	1,07	350,3	1,08	378,4	0,81	306,3	72,1
SINC./BSO/VID.JUE.	42	1,05	44,0	1,07	47,1	1,08	50,9	-20	40,7	10,2
TOTAL 2	354,2		371,4		397,4		429,3	0,81	347,0	82,3

¹ Datos TOTAL: presupuesto SGAE 2025 y estimación interna SGAE 2026-2028.

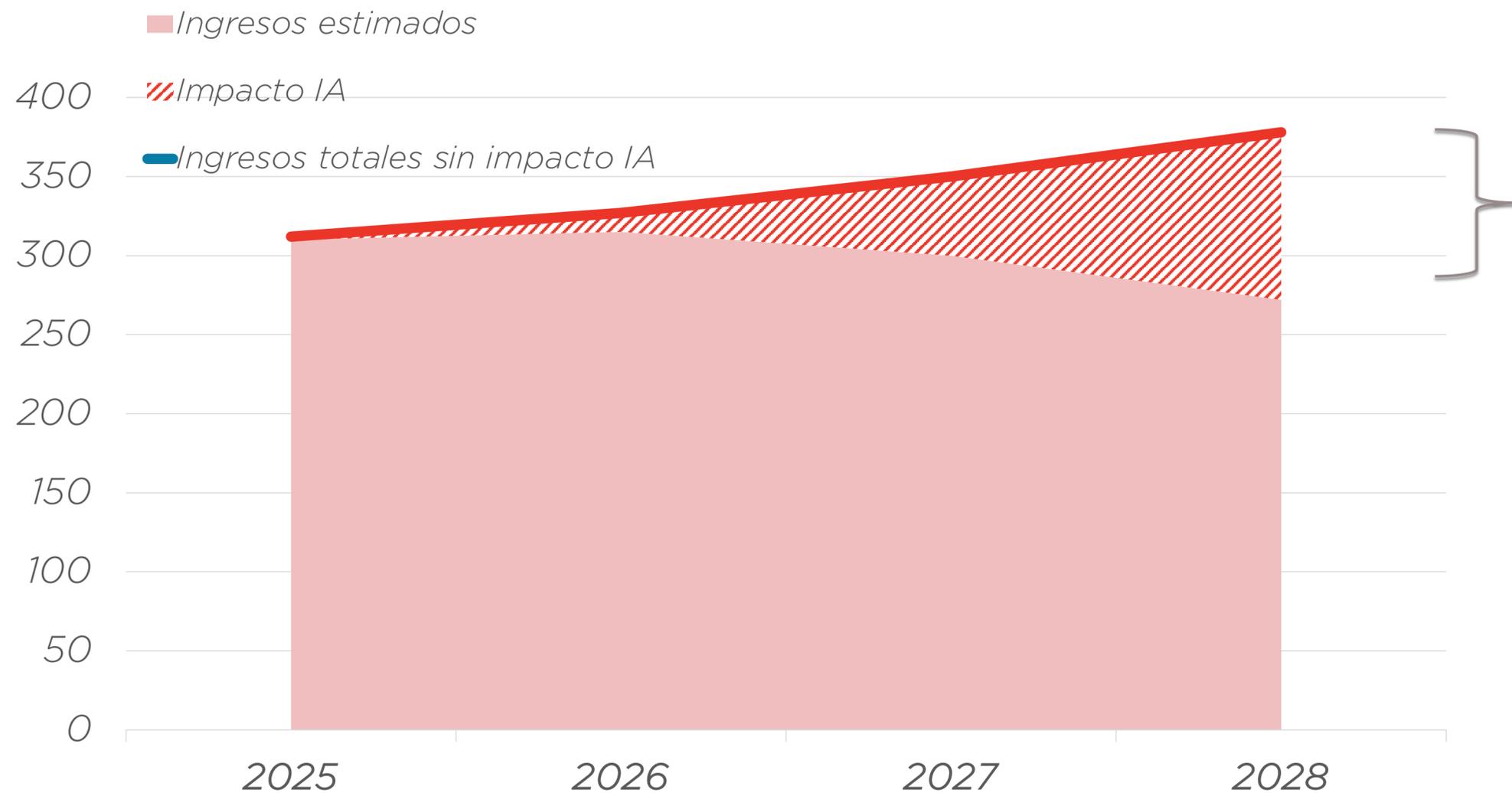
² Datos ÁREAS: presupuesto SGAE 2025 y estimaciones de incrementos (% Inc) con datos SGAE 2026-2028.

³ Impacto IA (Imp IA): estimación TOTAL y por ÁREAS en % de descenso de ingresos con datos procedentes de la encuesta a socios y las entrevistas en profundidad, calculándose la cifra estimada para 2028 con impacto de IA (2028 IA) y la Merma estimada de ingresos correspondiente a 2028.

Estimación de mercado musical total impactado

Se puede estimar que para 2028, hasta un 28% de los ingresos de los creadores de música corren el riesgo de verse afectados por la IA generativa. Esto corresponde a un impacto potencial estimado de unos 106 millones de euros solo en 2028 y un total acumulado para el período 2025-2028 de alrededor de 170 millones de euros.

RIESGO DE IMPACTO ESTIMADO DE LA IA GENERATIVA SOBRE LOS INGRESOS DE LA MÚSICA EN ESPAÑA 2025-2028



Escenario 2

Impacto IA
28%
en 2028

Estimación de mercado musical total impactado

>7000 P16

ESTIMACIÓN DE MERCADO MUSICAL IMPACTADO POR IA

Ingresos Sociales - Estimaciones en Millones de Euros

² ÁREAS	2025	% Inc	2026	% Inc	2027	% Inc	2028	³ Imp IA	2028 IA	Merma
ARTES ESCÉNICAS	52,0	1,08	56,1	1,03	57,9	1,03	59,8	-10	53,8	6,0
C.PÚBLICA	76,5	1,07	81,5	1,09	89,1	1,11	99,2	-36	63,5	35,7
RADIODIFUSIÓN	80,5	1,00	80,5	1,04	83,7	1,04	87,0	-35	56,6	30,5
SOPORTES	3,1	1,00	3,1	1,06	3,3	1,03	3,4	-10	3,1	0,3
DIGITAL	58,0	1,07	62,1	1,07	66,4	1,07	71,0	-25	53,3	17,8
COPIA PRIVADA	12,3	1,00	12,3	1,04	12,8	1,04	13,3	-30	9,3	4,0
INTERNACIONAL	29,2	1,00	29,2	1,04	30,4	1,04	31,6	-30	22,1	9,5
OTROS	0,6	4,33	2,6	2,58	6,7	1,96	13,1	-20	10,5	2,6
¹ TOTAL	312,2	1,05	327,4	1,07	350,3	1,08	378,4	0,72	272,1	106,3
SINC./BSO/VID.JUE.	42	1,05	44,0	1,07	47,1	1,08	50,9	-20	40,7	10,2
TOTAL 2	354,2		371,4		397,4		429,3	0,73	312,8	116,5

¹ Datos TOTAL: presupuesto SGAE 2025 y estimación interna SGAE 2026-2028.

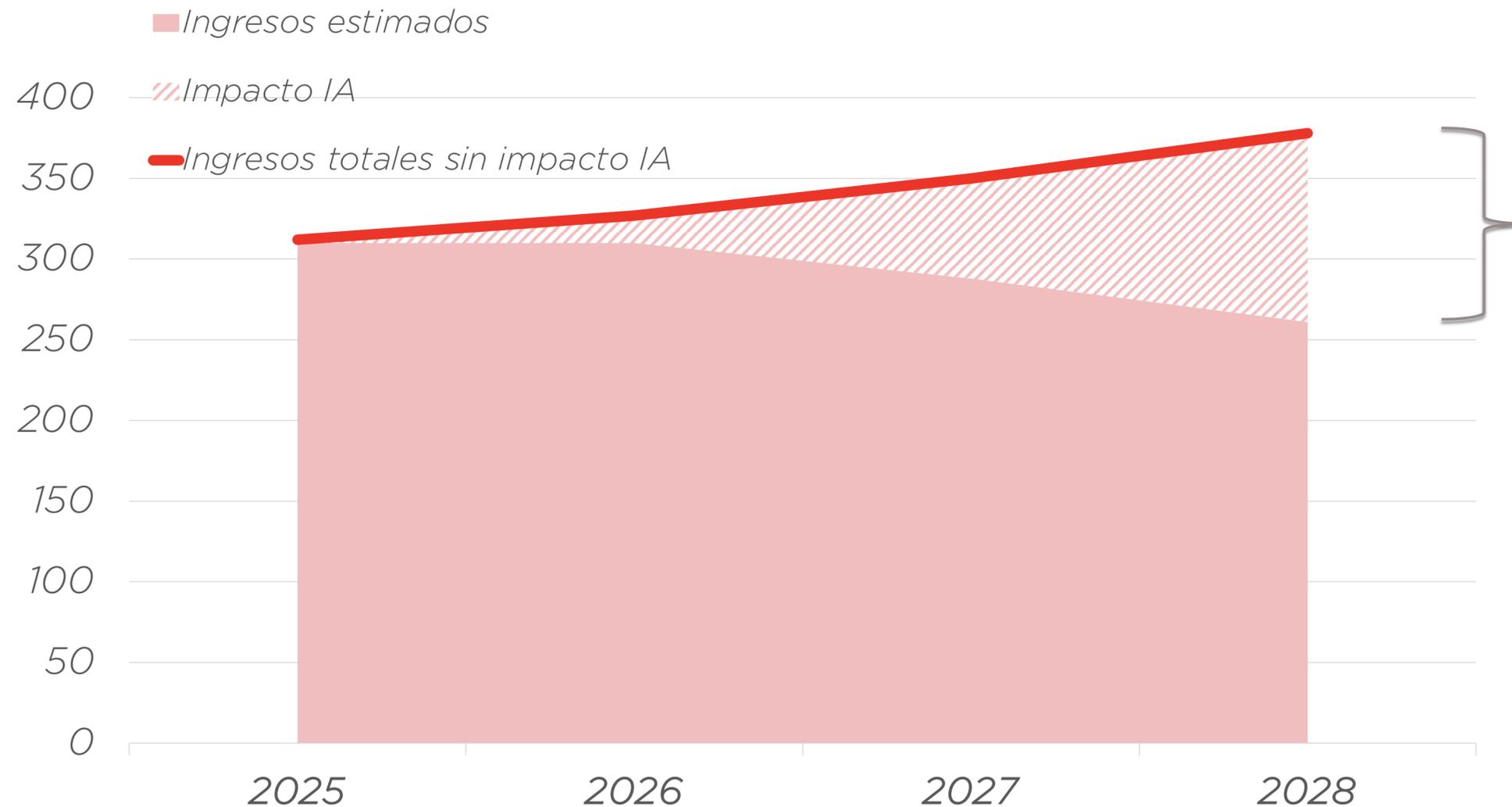
² Datos ÁREAS: presupuesto SGAE 2025 y estimaciones de incrementos (% Inc) con datos SGAE 2026-2028.

³ Impacto IA (Imp IA): estimación TOTAL y por ÁREAS en % de descenso de ingresos con datos procedentes de la encuesta a socios y las entrevistas en profundidad, calculándose la cifra estimada para 2028 con impacto de IA (2028 IA) y la Merma estimada de ingresos correspondiente a 2028.

Estimación de mercado musical total impactado

Se puede estimar que para 2028, hasta un 31% de los ingresos de los creadores de música corren el riesgo de verse afectados por la IA generativa. Esto corresponde a un impacto potencial estimado de unos 117 millones de euros solo en 2028 y un total acumulado para el período 2025-2028 de unos 208 millones de euros.

RIESGO DE IMPACTO ESTIMADO DE LA IA GENERATIVA SOBRE LOS INGRESOS DE LA MÚSICA EN ESPAÑA 2025-2028



Escenario 3

Impacto IA
31%
en 2028

Estimación de mercado musical total impactado

>7000 P16 Cualitativos + Otras áreas

ESTIMACIÓN DE MERCADO MUSICAL IMPACTADO POR IA

Ingresos Sociales - Estimaciones en Millones de Euros

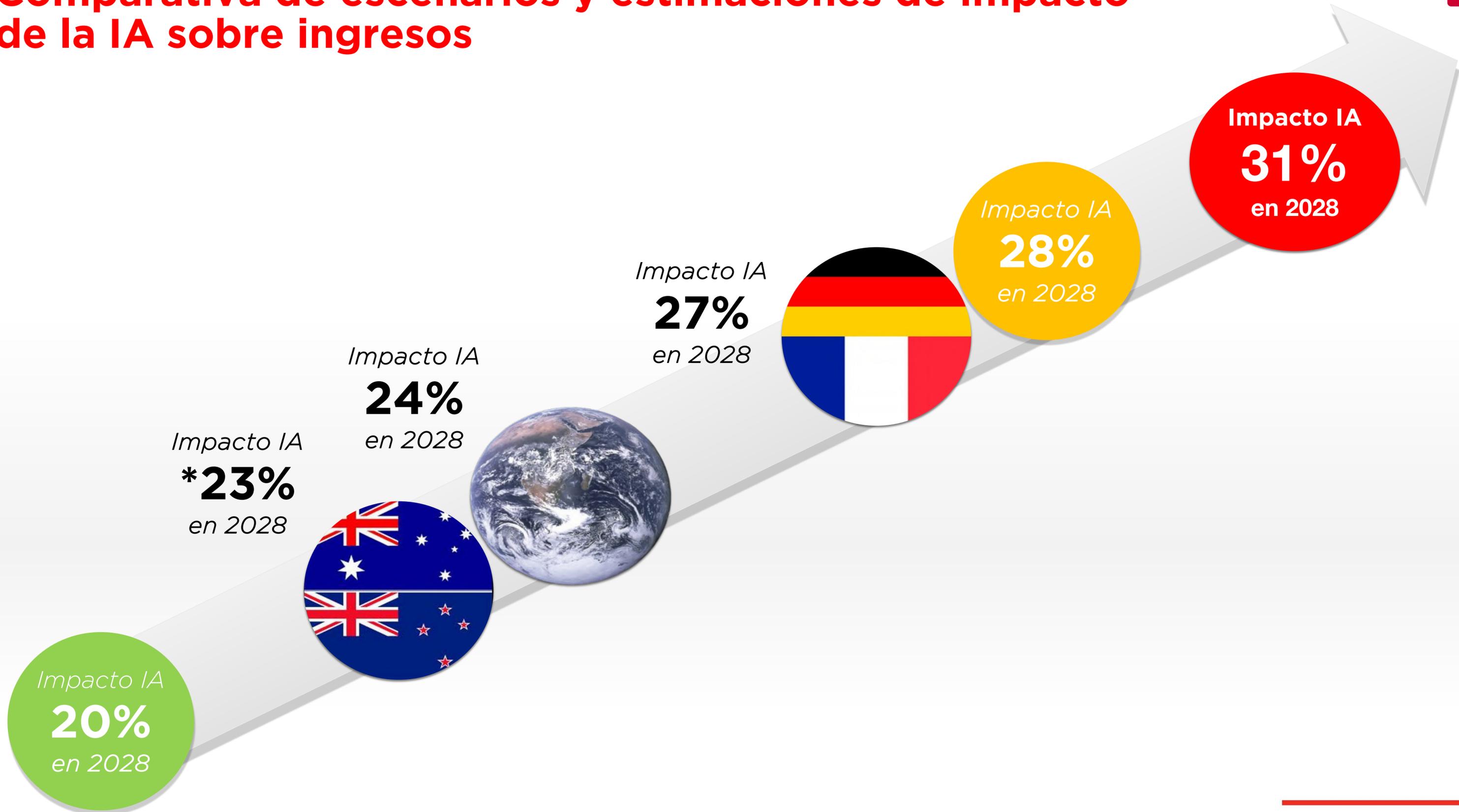
² ÁREAS	2025	% Inc	2026	% Inc	2027	% Inc	2028	³ Imp IA	2028 IA	Merma
ARTES ESCÉNICAS	52,0	1,08	56,1	1,03	57,9	1,03	59,8	-10,0	53,8	6,0
C.PÚBLICA	76,5	1,07	81,5	1,09	89,1	1,11	99,2	-36,0	63,5	35,7
RADIODIFUSIÓN	80,5	1,00	80,5	1,04	83,7	1,04	87,0	-40,0	52,2	34,8
SOPORTES	3,1	1,00	3,1	1,06	3,3	1,03	3,4	-10,0	3,1	0,3
DIGITAL	58,0	1,07	62,1	1,07	66,4	1,07	71,0	-35,0	46,2	24,9
COPIA PRIVADA	12,3	1,00	12,3	1,04	12,8	1,04	13,3	-30	9,3	4,0
INTERNACIONAL	29,2	1,00	29,2	1,04	30,4	1,04	31,6	-30	22,1	9,5
OTROS	0,6	4,33	2,6	2,58	6,7	1,96	13,1	-20	10,5	2,6
¹ TOTAL	312,2	1,05	327,4	1,07	350,3	1,08	378,4	0,69	260,6	117,8
SINC./BSO/VID.JUE.	42	1,05	44,0	1,07	47,1	1,08	50,9	-20	40,7	10,2
TOTAL 2	354,2		371,4		397,4		429,3	0,70	301,4	128,0

¹ Datos TOTAL: presupuesto SGAE 2025 y estimación interna SGAE 2026-2028.

² Datos ÁREAS: presupuesto SGAE 2025 y estimaciones de incrementos (% Inc) con datos SGAE 2026-2028.

³ Impacto IA (Imp IA): estimación TOTAL y por ÁREAS en % de descenso de ingresos con datos procedentes de la encuesta a socios y las entrevistas en profundidad, calculándose la cifra estimada para 2028 con impacto de IA (2028 IA) y la Merma estimada de ingresos correspondiente a 2028.

Comparativa de escenarios y estimaciones de impacto de la IA sobre ingresos



Necesidades y peticiones para el marco regulatorio

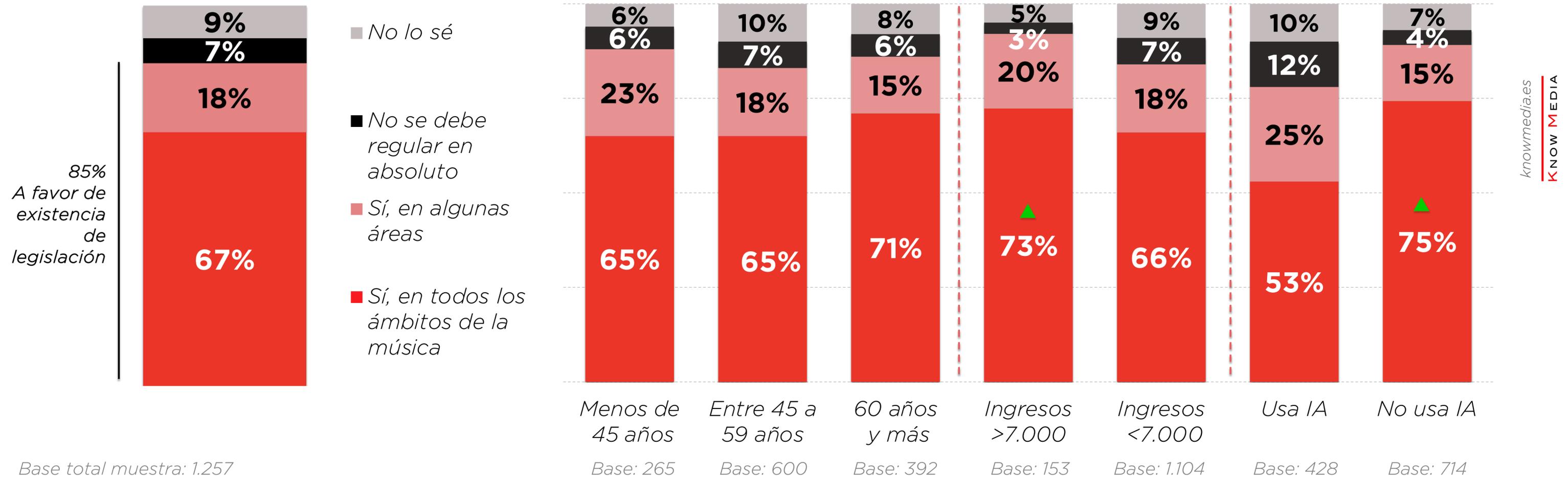


- El reglamento europeo sobre IA (IA Act) se aprueba en 2024.
- El reglamento define un sistema de IA como “un sistema basado en máquinas que está diseñado para funcionar con diversos niveles de autonomía y que puede mostrar capacidad de adaptación tras su despliegue, y que, para objetivos explícitos o implícitos, infiere, a partir de la entrada que recibe, cómo generar salidas tales como predicciones, contenidos, recomendaciones o decisiones que pueden influir en entornos físicos o virtuales”.
- Además, establece una serie de obligaciones de transparencia.
- En España, a finales de 2024 se lanza (tras un periodo de información pública) un proyecto de R.D. para regula IA Generativa que ha generado un importante debate entre agentes del sector.

Regulación normativa del uso y aplicación de la IA en la música

Los autores demandan la existencia de un claro marco normativo que regule la implantación y uso de la Inteligencia Artificial.

Este fenómeno se detecta en todos los segmentos de análisis, pero especialmente entre los perfiles de más ingresos y los que todavía no han probado la IA.

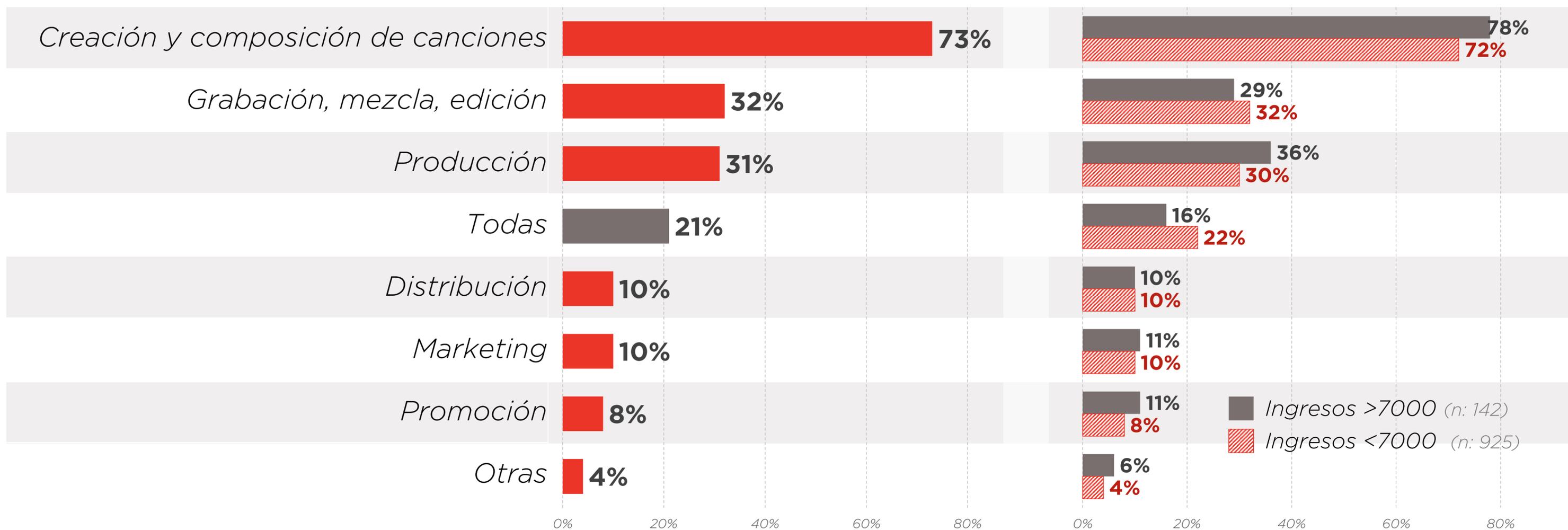


Necesidad de marco regulatorio por Áreas musicales

Se percibe como más perentoria la regulación y limitación del uso de IA en el área de la creación y composición de canciones. El resto de áreas presentan una menor urgencia en tanto en cuanto no se regule esta prioritaria.

Este sentimiento es muy similar para todos los grupos de análisis contemplados.

Áreas necesitadas de marco regulatorio

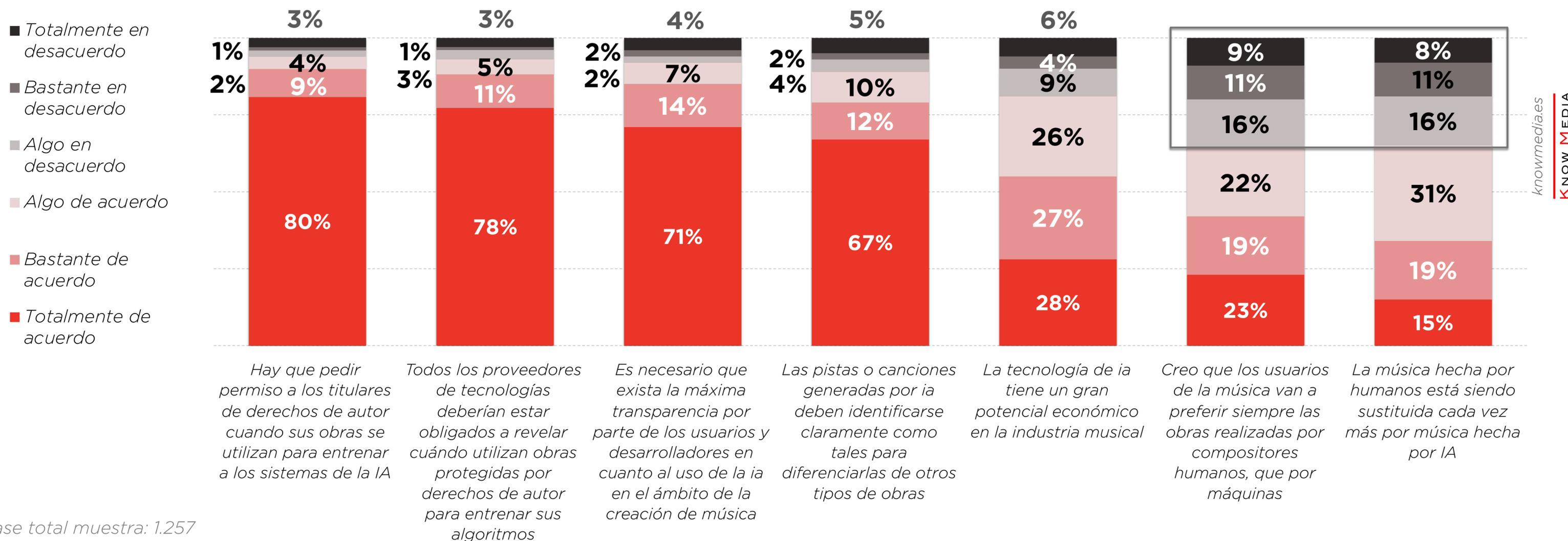


Base quieren marco regulatorio: 1.067

Actitudes hacia la legislación en materia de IA y derechos de autor

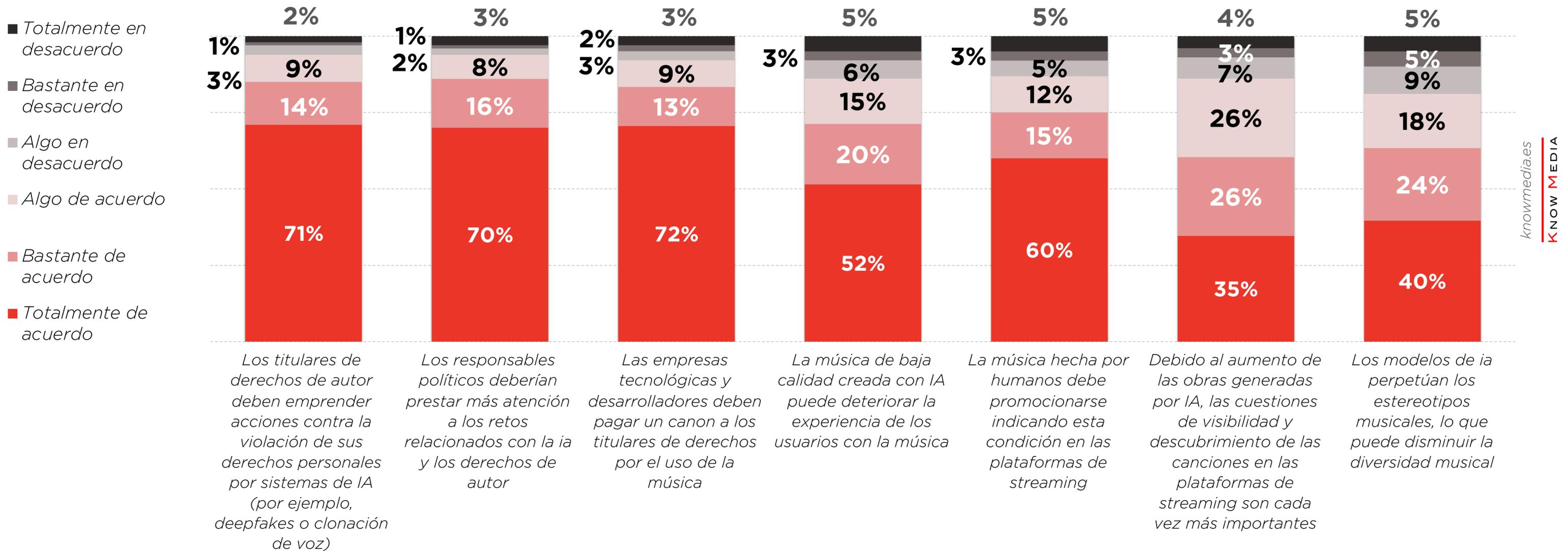
Los autores consideran de forma abrumadora que es necesario un sistema de autorizaciones expresa para que sus obras puedan ser utilizadas para el entrenamiento de la IA y demandan la transparencia de estos desarrolladores de software en relación con el origen de las canciones que generen.

Algunos autores comienzan a reflejar algunas dudas con respecto a la superioridad de la composición humana sobre la composición artificial y las preferencias de los oyentes.



Demandas y experiencias adicionales de los autores musicales

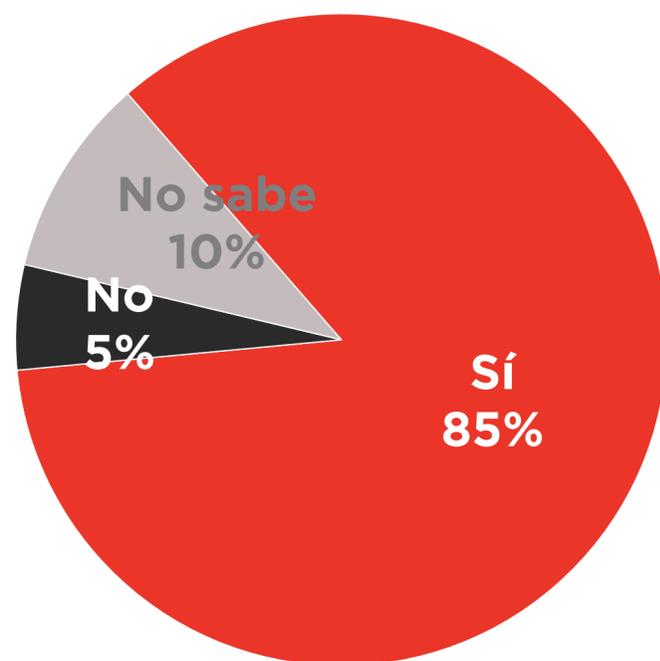
Los autores son muy exigentes con respecto a todo lo referido a los derechos de autor y la IA: tanto en la defensa de sus derechos, como por la exigencia a los políticos de una mayor atención. También demandan el pago de una compensación a las empresas tecnológicas que se están beneficiando de las creaciones musicales.



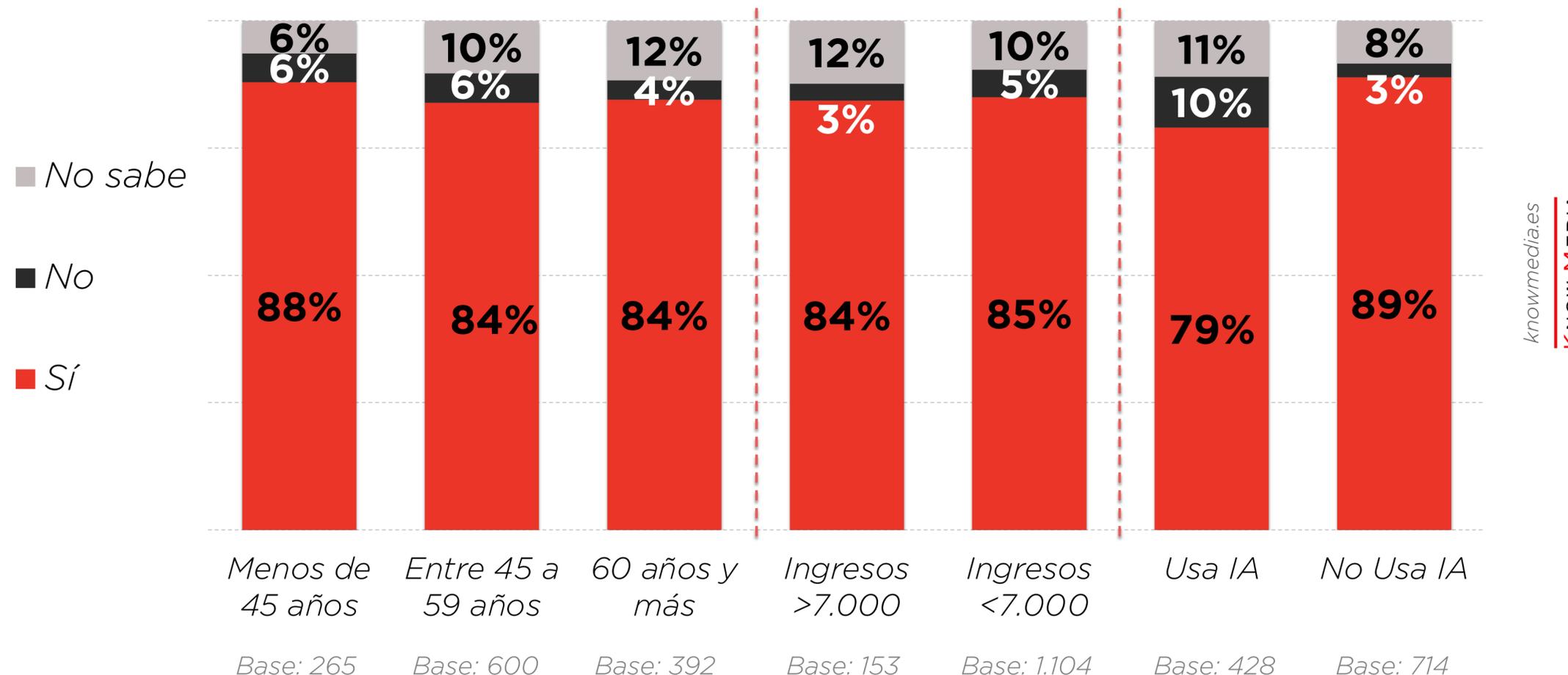
Base total muestra: 1.257

Regulación del uso de IA en servicios digitales

Es prácticamente unánime la exigencia de una regulación para que exista la mayor transparencia en los algoritmos de acceso a la música de los distintos servicios digitales musicales.



Base total muestra: 1.257



knowmedia.es
KNOW MEDIA

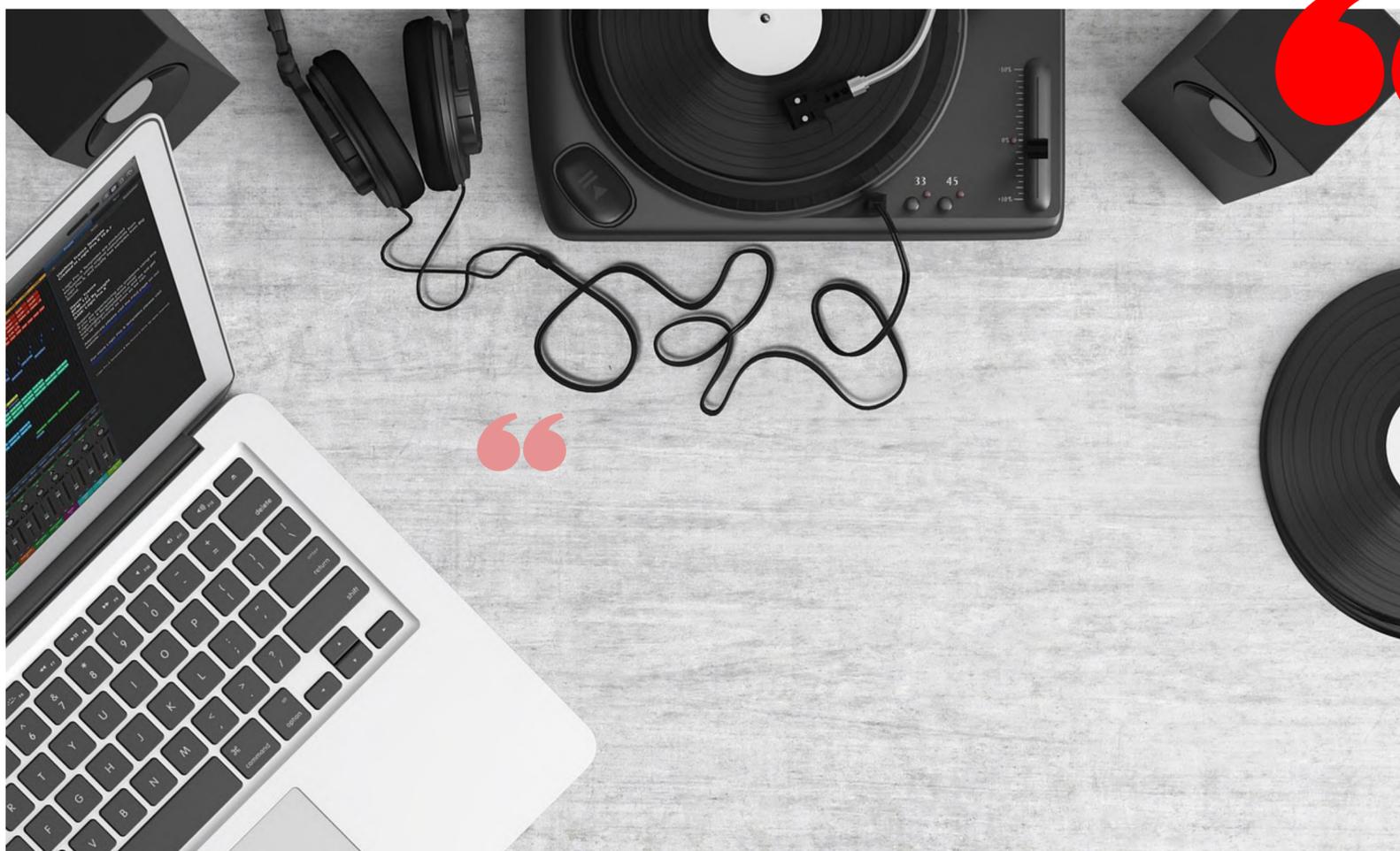


Análisis Cualitativo.

Entrevistas en profundidad

Panorama Actual de la IA en la Creación Musical

- La IA está transformando múltiples industrias, incluida la música.
- Su avance se compara con la revolución de Internet en los años 90.
- Existen posiciones polarizadas: algunos la ven como una amenaza, otros como una oportunidad.
- La IA ha permitido la proliferación de herramientas para composición, mezcla y producción automática.



"Este desarrollo tecnológico creo que va a ser una vuelta al punto com."

Alejandro Campoy - Microsoft

"El negocio va a cambiar, la pregunta es si los creadores vamos a beneficiarnos o solo las tecnológicas."

Juan Graña - Neurológica

"La tecnología ha ido cambiando el formato a una velocidad vertiginosa... hace diez años los vídeos eran una prioridad, ahora los vídeos cortos dominan el mundo."

Santiago Menéndez-Pidal - Warner Music



- Algunos creadores ven la IA como una herramienta de apoyo y experimentación.
- Otros temen la automatización y la pérdida de identidad artística.
- Se ha generado un intenso debate sobre la autenticidad y el valor de la música creada con IA.
- La adaptación es clave para aprovechar la IA en la industria musical.

“La IA va a ir hacia lo más común, lo más esperado musicalmente hablando. El humano buscará resultados más sorprendidos.”

Darío Palomo - Autor

“Antes tardaba horas en hacer ciertas armonías vocales; ahora la IA me ayuda a hacerlo en minutos.”

Sebastián Borromeo - Autor - Productor

POSITIVO

- Democratización de la producción musical.
- Mayor accesibilidad a la creación para nuevos artistas.
- Nuevas oportunidades en la personalización de contenidos musicales.

NEGATIVO

- Saturación del mercado con contenido generado automáticamente.
- Reducción de oportunidades laborales en ciertas áreas de la industria musical.
- Riesgos de efectos evidentes sobre la calidad y originalidad de la música.
- Menor diversidad.
- Prescindir de los autores.

“Sin tener mucho conocimiento, puedes escribir un libro o hacer una canción. Eso antes no estaba al alcance de todo el mundo.”

Alejandro Campoy - Microsoft

“El mayor riesgo es que la IA haga música funcional y anule la necesidad de compositores.”

David Santisteban - Autor

“Mi gran preocupación con la inteligencia artificial es la escalabilidad. Puede generar un catálogo de millones de canciones en semanas.”

Alex Loscos - BMAT

- La IA podría crear conciertos virtuales personalizados.
- A pesar de la tecnología, la experiencia en vivo sigue siendo irremplazable.
- Se prevé un crecimiento de los conciertos híbridos con IA.



“

“La música en directo es la música de verdad. Cada concierto es único.”

Paco Asensi – DeAPlaneta

“Evidentemente, puede resultar más sencillo para una IA replicar o crear pop y reguetón que a lo mejor grandes obras sinfónicas y jazz.”

”

- Autor de música

Necesidades y Demandas, Marco Legal

- Se requiere una regulación clara sobre los derechos de autor en obras creadas con IA.
- La industria musical necesita adaptarse a los nuevos modelos de negocio basados en IA y blockchain.
- Es esencial establecer licencias y sistemas de compensación para los creadores humanos.



“¿A quién pertenece? ¿Al dueño de la máquina, al dueño del software?”

Alejandro Campoy – Microsoft

“Si no tomamos medidas ahora, la IA definirá sola el futuro de la música.”

Paco Asensi – DeAPlaneta

“Hoy en día no sabemos si una canción en Spotify fue hecha por IA o por un artista real. Eso debería estar regulado.”

Paco Asensi – DeAPlaneta

“En un mundo ideal, el creador podría seguir la pista de su obra y decidir si la comparte o no.”

Santiago Menéndez-Pidal – Warner Music

- La IA no eliminará la creatividad humana, pero cambiará su rol.
- Es crucial que la industria se adapte y regule su uso de forma equitativa.
- La evolución del mercado musical dependerá de la actitud frente a la IA.



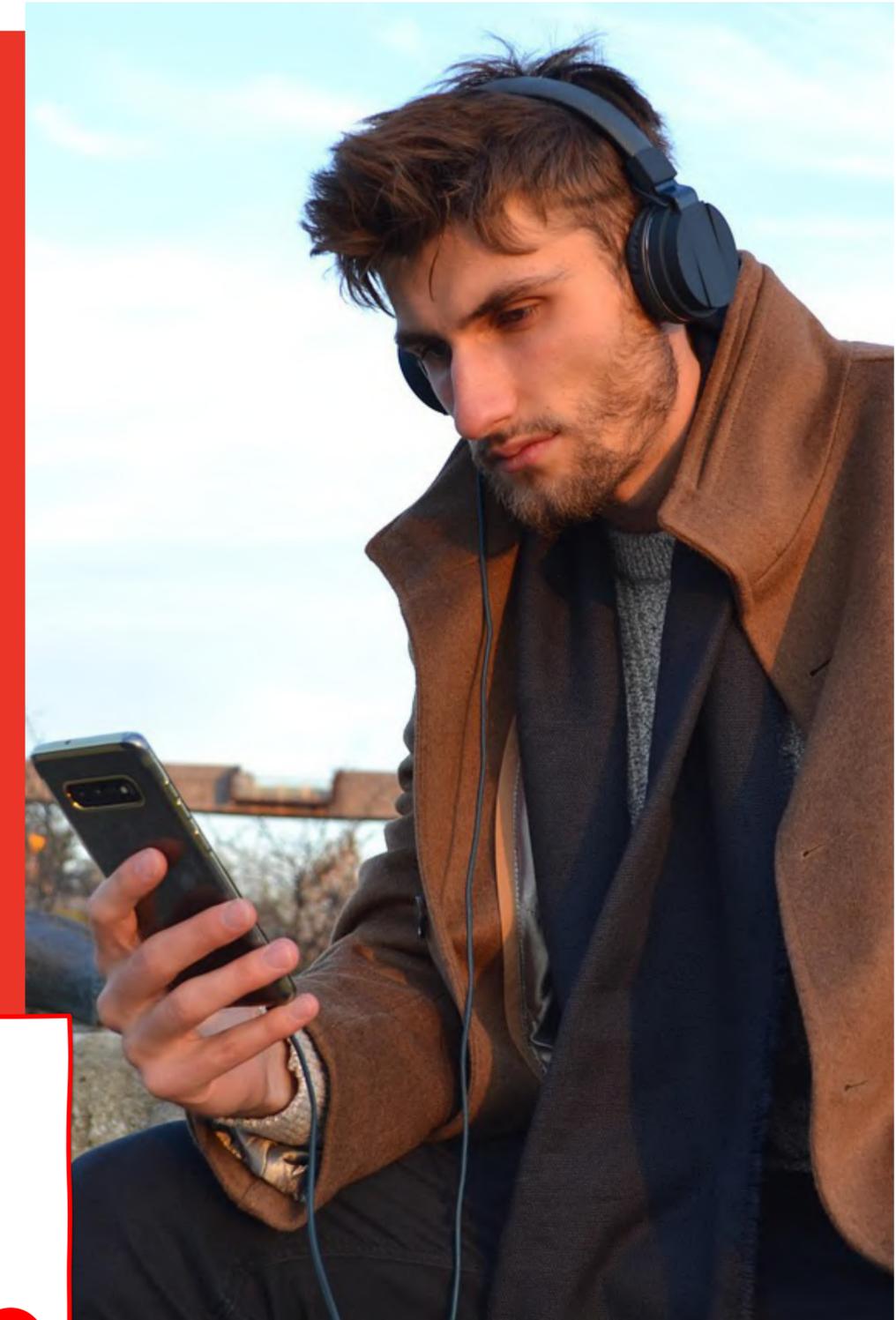
“Los que se adapten y usen la IA tendrán más oportunidades. No sustituirá al humano, pero sí obligará a redefinir su papel.” - Juan Graña - Neurológica

“La industria musical debe adaptarse a los cambios tecnológicos, buscando acuerdos para integrar la IA de manera ética y justa.” Edu Duque - Chordal

“Lo que he visto, hecho más o menos bien, es utilizar la inteligencia artificial como instrumento.” Santiago Menéndez-Pidal - Warner Music



- La IA está redefiniendo la música, pero el talento humano seguirá siendo clave.
- Es vital encontrar un equilibrio entre la innovación tecnológica y la protección de los creadores, reconociendo espacios exclusivos para la creación humana.
- Las entidades de gestión de derechos deben anticiparse al cambio. La IA ya es el presente, si los autores no defienden sus derechos corren el riesgo de quedar fuera de su industria.
- Se recomienda fomentar la educación para el uso ético de la IA en la música.
- La industria debe promover marcos de cooperación entre creadores y desarrolladores de IA, con licencias y retribuciones transparentes, y también con límites.
- Se puede integrar el uso de la IA como herramienta para la música, evitando los efectos abusivos y descontrolados.



“*“No podemos frenar la ola de IA, pero sí podemos adelantarnos a ella.” Alejandro Campoy (Microsoft)*

“Estamos todavía aprendiendo a digerir cómo va a actuar el mercado y la industria, y sobre todo, cómo vamos a legislar eso también.” David Santisteban – Autor

“Lo que me preocupa es que la IA solo produzca lo que ya sabemos que funciona.” Darío Palomo – Autor”

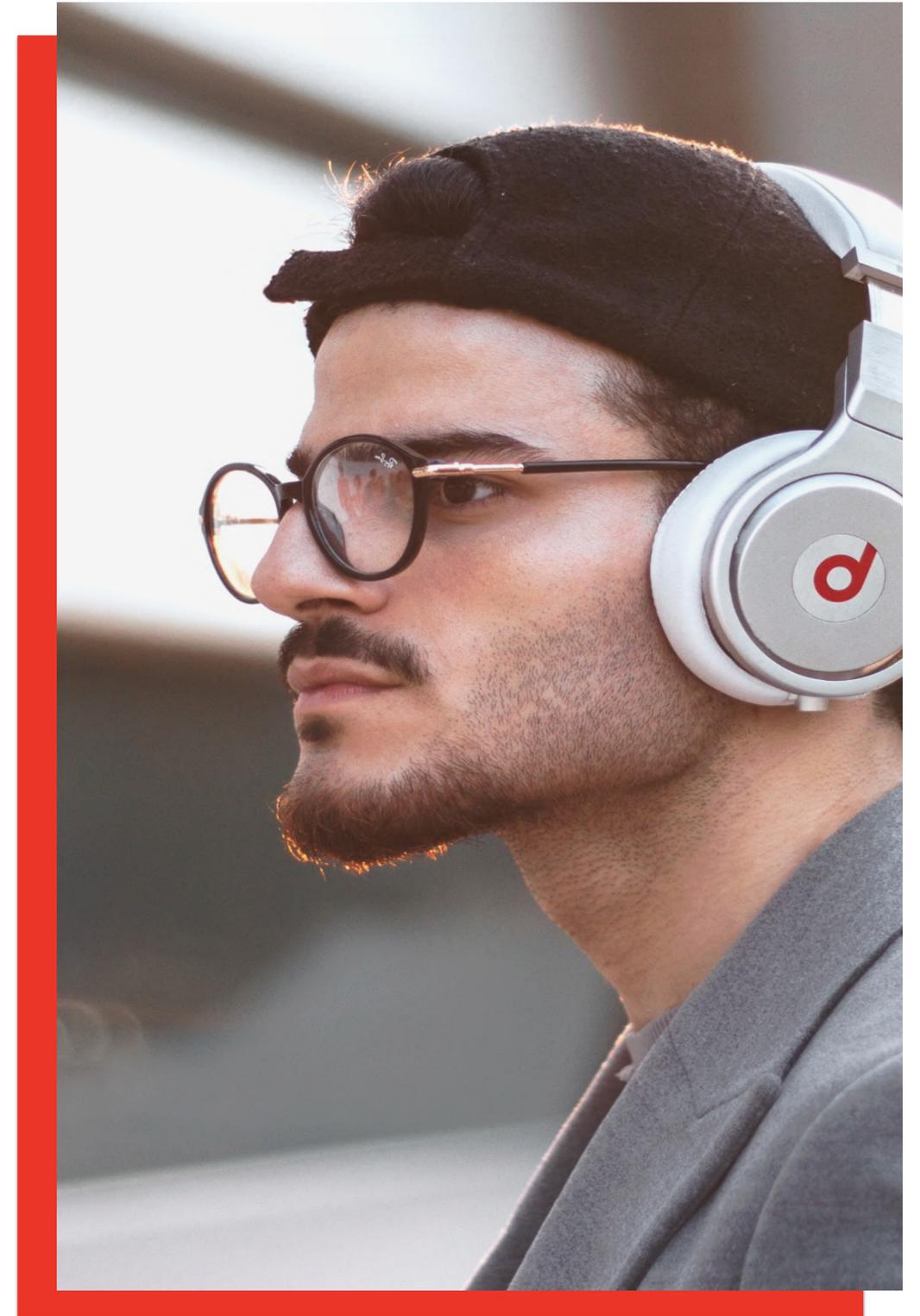
Principales Insights

- La IA amenaza los ingresos de los autores, es urgente regular, es necesaria una legislación clara para evitar que las plataformas usen contenido protegido sin remuneración.
- Exigir la trazabilidad de los datos de entrenamiento de la IA.
- Las plataformas deberán adaptar sus modelos de pago para incluir derechos sobre músicas generadas con IA.
- Los autores deben obtener beneficios de la explotación de su obra que hagan otros.
- La música generada por IA debe ser regulada, compensada y controlada.
- Reclamar mecanismos para que los autores puedan decidir si permiten que su música alimente sistemas de IA.
- Sin consentimiento explícito el uso de la música en IA debe considerarse una infracción a los derechos de autor.

“El futuro es prometedor, pero la clave es encontrar el balance correcto.”

Dario Palomo – Compositor

“En un mundo ideal, el creador podría seguir la pista de su obra y decidir si la comparte o no.” Santiago Menéndez-Pidal – Warner M.



Principales Insights

- La posible saturación del mercado con música generada por IA pone en riesgo la diversidad musical y la viabilidad de artistas emergentes.
- La IA no puede sustituir la emoción, la identidad cultural y la expresión humana.
- Se hace necesario limitar la explotación masiva de IA en la música comercial para proteger el valor de la creatividad humana.
- Las plataformas de música deben ser obligadas a etiquetar la música generada por IA para evitar la desinformación y proteger la autenticidad de artística.
- Se podría reclamar una tasa a las empresas tecnológicas que generen contenido musical con IA.



"Con IA, no solo me han robado la música sin consentimiento, ni compensación, sino que generan música que compite con la mía." Alex Loscos - BMAT

"Cualquiera de las entidades tiene que intentar, como han hecho hasta ahora, seguir yendo de la mano de la industria, seguir entendiendo los intereses de creadores, pero a la vez estar abierto al cambio inevitable que va a suponer." Edu Duque - Chordal

1. **Protección de derechos:** Urge una legislación clara que garantice remuneración justa a los titulares de derechos, trazabilidad del origen de los datos de que se sirve la IA para su entrenamiento y consentimiento explícito para el uso de obras.
2. **Equilibrio ético:** Promover marcos transparentes que regulen la cooperación entre creadores y desarrolladores de IA, protegiendo la creatividad humana y evitando efectos abusivos, como la explotación de las obras sin remuneración.
3. **Valor humano:** La IA no reemplazará la emoción ni la identidad cultural. El talento humano sigue siendo esencial.
4. **Sostenibilidad del mercado:** Convendría establecer límites a la música generada por IA para preservar la diversidad y viabilidad de autores emergentes y garantizar una justa retribución.
5. **Regulación y etiquetado:** Etiquetar contenido generado por IA es una información necesaria para el consumidor, como lo es regular un uso ético de esta tecnología.



Música creada V. Música generada

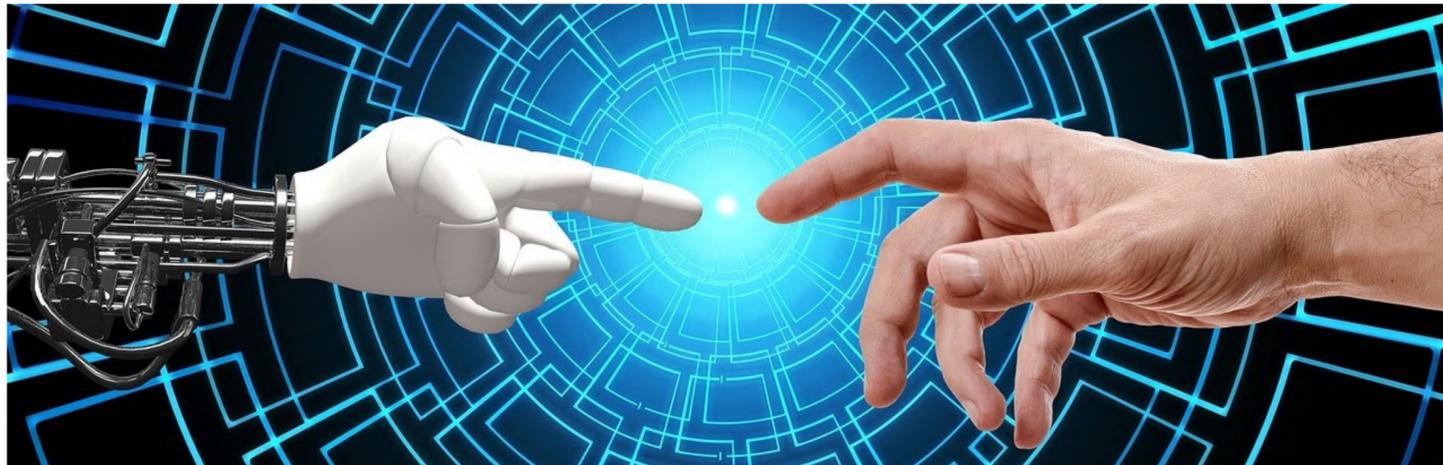
El desafío al creador: la creación de música artificial

- Muchos autores utilizan las herramientas que proporcionan el avance tecnológico para ayudarse en su trabajo, facilitar la realización de tareas mecánicas e incluso inspirarse en el desarrollo de una nueva línea creativa.
- Pero son cada vez más los casos en que la IA se emplea para suplantar de forma completa al creador y, bebiendo de las músicas de cientos de creadores, producir resultados musicales sin su intervención. Las últimas evoluciones de la inteligencia artificial generativa permiten de forma sencilla la generación de letras y melodías capaces de convertirse en sucedáneos de la creación humana y desplazar al creador.
- Pero este proceso no se detiene ahí y los procesos de aprendizaje de la IA a partir de la música de los creadores le proporcionan el potencial de abordar cualquier sector reservado a la creación humana. La sustitución del trabajo creativo humano por la máquina conlleva una alteración radical del ecosistema de la cultura y la pérdida de un segmento reservado a la actividad humana.

MUSICA CREADA V. MUSICA GENERADA

MUSICA CREADA CON AYUDA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (AI-ASSISTED-MUSIC)

La IA puede realizar tareas de composición siguiendo instrucciones humanas, liberando tiempo al creador en operaciones mecánicas de transposición de una partitura, cambios de ritmo, armonías, introducción de instrumentos.



MUSICA GENERADA POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL (AI-GENERATED-MUSIC)

Pero la IA puede obtener patrones de estilos, incluso de perfiles creativos individuales a partir de la ingesta y descomposición estadística de los datos de miles de canciones completados por la información de los impulsos y reacciones que provoca su escucha y, a partir de estos datos, generar música con instrucciones (prompts) sencillas. SIRI, ALEXA utilizan este mismo sistema de aprendizaje para dar respuestas aprendidas a cuestiones nuevas. La esperada Strong IA será capaz incluso de generar propuestas musicales trascendiendo los patrones previos o el desarrollo de un estilo identificado.

Garantizar el status de creador únicamente al ser humano significa:

1. Música artificial generada por IA no debería merecer protección en derechos de autor.
2. Salvaguarda de la creación humana como fuente cultural.
 - La necesaria revisión de las cuotas de protección cultural para la protección al creador
3. Transparencia y trazabilidad: requisito de responsabilidad.



Dos diferentes enfoques regulatorios: Antropocentrico v. Tecnofilo

Herramienta o generador

superior a “de minimis”

caso a caso: asistencia o generación: ¿predecible? ¿controlable?

La importancia de favorecer que el desarrollo innovador en la industria IA no se haga a costa de desproteger al creador.

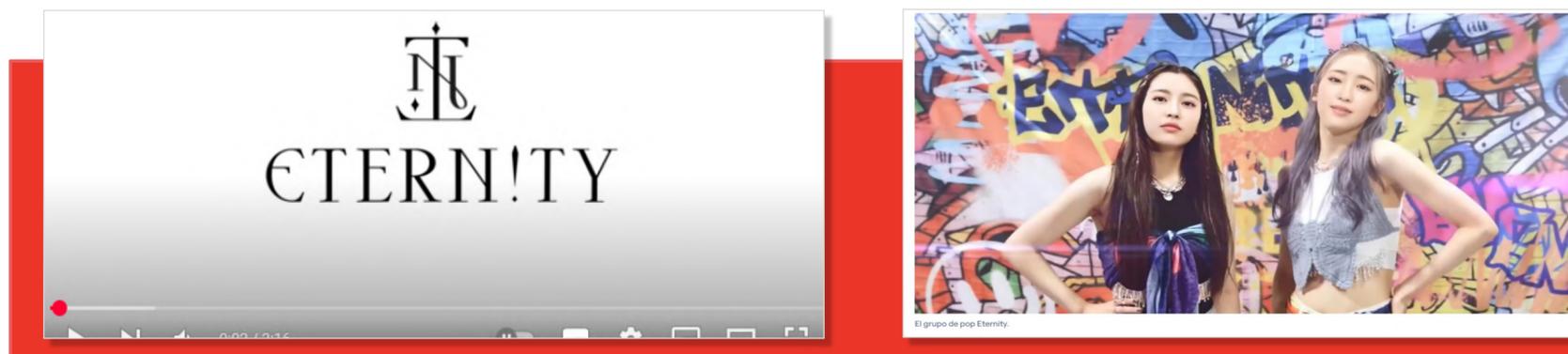


- Midjourney

El desafío a la sociedad: la cultura artificial y la sociedad

- Pero el fenómeno no sólo afecta al creador, sino también a la interacción de la sociedad con la cultura como elemento humano transmisor de sentimientos, valores, percepciones y concepciones de la realidad.

<https://youtu.be/XQMg8-Ku3JI>



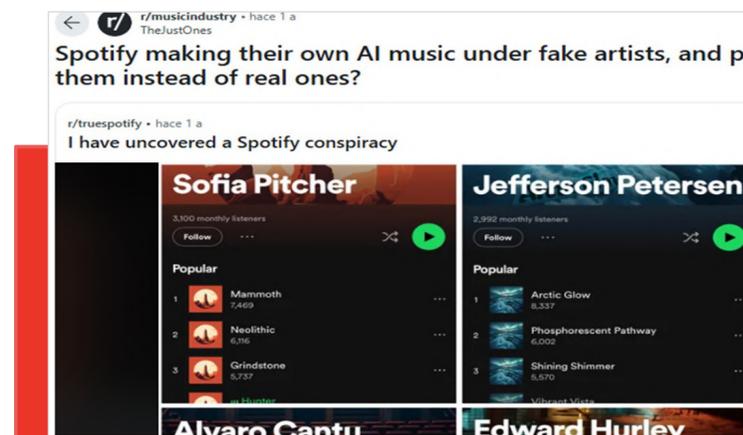
- En la actualidad, además el desarrollo de perfiles de consumidores y la determinación de sus gustos, la IA limita la exploración personal para convertir al consumidor en un objeto de gestión para conducirlo un resultado predeterminado.

• DERECHO DEL USUARIO/CONSUMIDOR A CONOCER IA GENERATED MUSIC/

Art. 18 Ley General para la Defensa de los Consumidores: derecho a información sobre las características, identidad de la música ofrecida como bien y del servicio a través del que se le ofrece la música

• DERECHO CULTURAL a RESIDENCIAR LA CULTURA EN LA CREACION HUMANA

Art. 3 Ley de salvaguarda del Patrimonio cultural protege el protagonismo de los individuos y comunidades en el desarrollo de sus manifestaciones musicales y llama a evitar las alteraciones cuantitativas y cualitativas de sus elementos culturales por elementos ajenos a sus protagonistas.





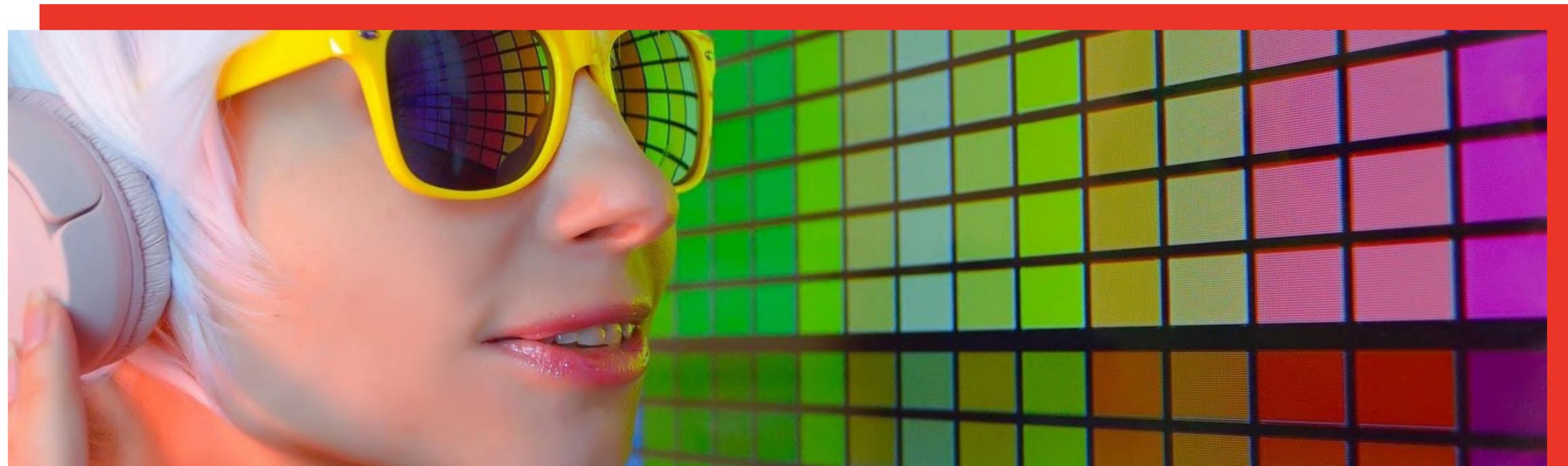
Conclusiones del estudio

- 1) Existe un elevado desconocimiento e inexperiencia de la IA en el ámbito musical. Sólo un tercio de los autores de obras musicales ha experimentado con ella. Es previsible que, en la medida que continúe evolucionando la introducción de la IA en la industria musical, las opiniones generales de los socios de la SGAE van a converger hacia la valoración que ya tienen hoy en día estos early adopters, si bien provienen de entornos actitudinales diferentes hacia la tecnología.
 - Este desconocimiento a nivel general provoca que una parte importante de la muestra se esté posicionando en una situación de indefinición, con elevadas tasas de respuesta de "no sabe" en algunos de los indicadores de impacto y evaluación. Otra parte importante de estos "desconocedores" adoptan una posición "reactiva/defensiva", proyectando un peor escenario que aquellos que ya han experimentado sobre la misma.
 - Entre los que ya han experimentado con la IA aparece todavía un uso esporádico y ocasional. La experiencia de uso influye claramente en sus perspectivas y valoraciones. Según crece el conocimiento se puede apreciar una actitud más favorable a sus posibles usos en la música en comparación con los que se declaran desconocedores de esta tecnología.

- 2) De momento, los usos más intensivos de la IA provienen de ámbitos alejados del Core de la composición musical (actividades de marketing y promoción, edición, masterización y actividades técnicas). Este hecho probablemente influye en que no se alcancen tasas más elevadas de amenaza y rechazo entre los desconocedores de la tecnología.
 - En este sentido, las áreas de la composición con mayor impacto a corto plazo son las relacionadas con la música de producción: Composiciones Audiovisuales, músicas de librería, etc...

- 3)** En la actualidad el sentimiento general del autor es negativo hacia la IA, percibiéndose como una amenaza y una forma de restarles ingresos. Esta sensación se observa con más intensidad en aquellos que no tienen experiencia en el uso de las herramientas IA, y algo más atenuado entre los que ya la han probado.
- Los usuarios de IA también son conscientes de sus amenazas, sólo que trasladan sus riesgos en mayor grado hacia el coste de adaptación y el riesgo de que se realice un mal uso de esta tecnología.
 - El target de autores que ahora mismo se siente más amenazado en sus ingresos son los de más de 7.000€ de facturación anual en derechos de autor. Casi el 50% de ellos considera que se reducirán sus ingresos, con descenso medio de en torno al 40%. Sólo el 8% de este grupo de autores consideran que aumentarán sus ingresos.
- 4)** Si bien todas las actividades musicales se encuentran en riesgo por la IA, la música en directo parece que se convierte en el refugio seguro del músico ante los nuevos retos de la irrupción de la tecnología. También muestran sentirse algo menos amenazados los autores que se mueven el ámbito de músicas más minoritarias y étnicas, como pueda ser el flamenco o la música folk.

- 5) La rapidez de introducción de esta revolución y los retos que supone, aderezado por este grado de conocimiento y uso de estas tecnologías de IA, provoca que la práctica totalidad de los encuestados se posicionen en una actitud demandante de mayor regulación, y de defensa de sus derechos adquiridos.
- Estas exigencias se demandan sobre todo para la actividad de creación y composición musical, siendo un poco más laxos para otras tareas más técnicas de la IA.
 - Demandan la colaboración no solo de las propias asociaciones de autores, sino la implicación real política, y el control eficiente de las empresas tecnológicas.



- Informar adecuadamente a los autores sobre las posibilidades de las herramientas de IA en la actividad musical. Jornadas de debate y formación.
- Mantener un seguimiento continuado de la colonización de la música artificial en áreas de creación.
- Establecer reglas para separar la música creada con ayuda de IA de la música artificial generada por la máquina.
- Profundizar en la reivindicación de un marco legislativo que garantice la creación humana con un espacio inmune a la IA que seguramente exige tres áreas de actividad:
 - (i) La responsabilidad de los desarrolladores de IA ante el uso de obra creativa y la exigencia de transparencia y trazabilidad en los procesos de aprendizaje con establecimiento de licencias y remuneración a los creadores.
 - (ii) Garantía del respeto a la creación humana con el reconocimiento de cuotas de no invasión de creación artificial que se establezcan en todas las líneas de producción y explotación de música.
 - (iii) derecho de las entidades de gestión colectiva a participar en mecanismos públicos o autorregulados para supervisar conjuntamente con los desarrolladores y plataformas el establecimiento de las reglas del nuevo ecosistema de convivencia de la industria y los creadores afectado por la IA.



- 1) Arenal, A., Armuña, C., Aguado-Terrón, J.-M., Ramos, S., & Feijóo, C. (2024). Retos de la IA en la era del streaming musical: un análisis desde la perspectiva de las personas creadoras. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(2), e26929. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.26929>
- 2) Crawford, K. (2023). *Atlas de IA: Poder, política y costes planetarios de la inteligencia artificial* (Vol. 2089). Ned ediciones
- 3) Du Sautoy, M. (2020). *Programados para crear*. Barcelona: Acantilado
- 4) Franganillo, J. (2022). Contenido generado por inteligencia artificial: oportunidades y amenazas. *Anuario ThinkEPI*, 16
- 5) Gallego, J. I. (2021). The value of sound: Datafication of the sound industries in the age of surveillance and platform capitalism. *First Monday*
- 6) Kulesz, O. (2018). *Cultura, máquinas y plataformas : La inteligencia artificial y su impacto en la diversidad de las expresiones culturales*. Documento de información UNESCO
- 7) Rikap, C. et al. (2024). *Recuperar la soberanía digital*. A collective proposal by the Democratic and Ecological Digital Sovereignty Coalition
- 8) Sadin, É. (2020). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo: anatomía de un antihumanismo radical*. Buenos Aires: Caja negra
- 9) Javier Lacort (2023) *La música se está titokizando*. Xataka.com

¡Muchas Gracias!

KNOW MEDIA

Escucha Idea Acción

C/ Gran Vía 62, 9º 2

www.knowmedia.es

Tfno. 91 176 42 41

 Raulddb

28013 Madrid

info@knowmedia.es

Móvil 649 94 91 32

 KnowMediaLab

