

---

Jay Z, Beyonce y Madonna presentan nuevo servicio de música en internet

31/03/2015



Mientras la industria todavía se lamenta por la muerte del CD y los consumidores todavía recurren con frecuencia al pirateo para conseguir las canciones más escuchadas, hoy fueron los artistas, que últimamente parecen condenados a centrar sus beneficios en las giras de conciertos y no en las ventas de álbumes, lo que decidieron poner en funcionamiento su alternativa a uno y otro modelo.

Jaz Z es el cerebro de la operación que se ha llamado Tidal y que ofrece, por 19,99 dólares al mes, un servicio de 25 millones de canciones sin anuncios, 75.000 vídeos musicales, identificador de melodías, gestor de redes sociales y listas de reproducción.

Todo ello, compatible con casi todos los sistemas operativos de teléfonos móviles y ordenadores, estará disponible en 31 países y promete una calidad de sonido superior a sus competidores, aunque también se ofrece una opción por 9,99 dólares para aquellos que quieran un sonido de calidad convencional.

Es decir, a la batalla directa a Spotify (plataforma que ha sido explícitamente rechazada por artistas como Taylor Swift) añade competencia indirecta con YouTube en la cuestión de vídeos, las redes sociales en cuestión de cercanía con los artistas y a Shazam en el reconocimiento de canciones que suenan en radio o televisión.

El famoso rapero y visionario productor consiguió, además de crear este proyecto, reunir en una misma sala y con

una puntualidad británica (a las 5 de la tarde de Nueva York (22.00 GMT) a los astros musicales con agendas más apretadas del mundo.

Madonna, Rihanna, Beyoncé, Daft Punk, Alicia Keys, dos miembros de Arcade Fire, Jack White, Kanye West, Nicky Minaj y Usher, entre otros, firmaron el manifiesto inicial de esta propuesta y, por videoconferencia, Chris Martin y Calvin Harris siguieron el momento histórico.

"Tenemos que escribir la historia por nosotros mismos", dice Jay Z en el vídeo promocional. "Si estos artistas han podido sentarse en una habitación juntos, el mundo puede cambiar. Y eso ha pasado hoy", añade.

Hoy en el edificio central de correos de Nueva York, fue Alicia Keys la que hizo las veces de maestra de ceremonias ante este "dream team" de la música internacional. "Parece una graduación", dijo.

"Nuestra meta es simple: queremos ofrecer un mejor servicio y una mejor experiencia tanto para artistas como para el público", dijo en un evento cuyo hashtag para Twitter e Instagram era #TIDALforALL.

"Buscamos la salud y la sostenibilidad de nuestra industria en todo el mundo", prosiguió Keys. "Es interés de todos preservar el valor de la música", añadió.

"Hoy es el día. El día en el que empezamos este viaje juntos. Todos como si fuéramos solo uno", concluyó.

En enero, Jay Z compró Tidal a la compañía sueca Aspiro por 56 millones de dólares y, desde entonces, ha estado dándole la vuelta a la plataforma para adaptarla a este modelo de negocio, que se suma a un sector, el de la música en "streaming" (escucha directa sin descarga) que, según la Asociación de la Industria de Grabación de Estados Unidos está valorada en 1.800 millones de dólares.

Según el New York Times, Spotify tiene ahora mismo 60 millones de usuarios en todo el mundo, de los cuales 15 millones pagan la suscripción y los otros utilizan el servicio gratuito con publicidad. Se prevé que Apple también ofrezca su servicio de música en "streaming" a lo largo de este año.