OPINIÓN

Universal Music vs TikTok, ¿Riesgo a la gratuidad en internet?

Por Ernesto Ángeles · 8 de febrero de 2024 · 7 min de lectura



Si usas la red social de videos cortos conocida como TikTok, seguramente habrás notado la ausencia de ciertas canciones o la aparición de anuncios sobre contenido eliminado, la razón detrás de esto es debido a que TikTok no logró renovar un acuerdo con la compañía musical Universal Music Group, la cual representa a artistas tan importantes como Taylor Swift, Ariana Grande, Bad Bunny o Drake.

Naturalmente, este acontecimiento ha motivado una serie de preguntas tales como: ¿Qué pasó y por qué? ¿Quién se verá más afectado? ¿Qué sigue después? ¿Qué implicaciones tiene esto? Y ¿Cómo situar este suceso en un contexto más amplio?

El primer día de febrero, millones de usuarios de TikTok descubrieron que varias canciones que antes amenizaban videos de tendencias virales en la plataforma habían desaparecido, esto incluye la música de artistas como Taylor Swift, Bad Bunny, Harry Styles, The Weeknd, Romeo Santos, Kali Uchis, Drake, Billie Eilish, Ariana Grande, Justin Bieber; entre otros.

La razón detrás de tal ausencia se debió a que TikTok no logró llegar a un acuerdo para extender el contrato que habían firmado con Universal Music, mismo que expiró el 31 de enero; por lo que, al no lograr un acuerdo, la música de artistas representados por esta última empresa dejaría de estar disponible en la red social.

Entre los argumentos presentados por Universal para no renovar el contrato están: la paga que la red social hace por el uso de los derechos musicales es menor a la que hacen otras plataformas como Instagram; así como la poca atención que TikTok tiene con la promoción de música sintética creada a partir de Inteligencia Artificial, la cual es lesiva para los derechos de sus artistas representados.

Por su parte, TikTok se quejó de la avaricia de la empresa y señaló que ha llegado a acuerdos centrados en el artista con otras empresas musicales; asimismo, la red social lamentó la actitud de Universal al no darse cuenta del servicio de promoción masiva que provee TikTok de manera gratuita.

Resulta importante señalar que Universal Music posee más del 34% del mercado de la industria musical, mientras que TikTok es usada por más de mil millones de usuarios, algo así como 1 de cada 7 personas en el mundo usa la red social. Sin embargo, según Universal, las ganancias contractuales que reciben de TikTok no van más allá del 1% del total, por lo que no consideran que esto pueda ser tan perjudicial para sus ganancias.

Entonces, ¿Esto va a afectar irremediablemente el negocio de TikTok? No, ya que tiene convenios con Sony y Warner Music, lo que implica la presencia de artistas como Madonna, Maluma, Dua Lipa o Shakira; además, la plataforma no sólo se usa por la influencia musical, sino que también incluye tutoriales, activismo, tendencias no musicales, contenido creado por profesionales y amateurs; entre otros. Sin embargo, es bastante probable que las horas de uso de los consumidores disminuyan, el número dependerá de distintos factores.

Si se cree lo contrario, sobra con analizar un caso que ya sucedió en el pasado, cuando Warner Music quitó su música de YouTube durante nueve meses, lo cual tuvo poco impacto en el negocio de la empresa propiedad de Google.

En el mediano plazo esto puede ser benéfico para la red social y la industria musical en general, ya que TikTok puede convertirse en el semillero de nuevos talentos musicales, los cuales enfocarán sus esfuerzos en hacer sus creaciones amigables para el entorno de TikTok: rítmico, fácilmente bailable, fuertemente emotivo o pegajoso. El peor de los escenarios, al menos para la música en general, sería que TikTok tuviera éxito en su conducta permisiva con la música creada con IA.

Por su parte, Universal verá una disminución en los medios por los cuales promociona la labor de sus artistas, así como el acceso a una plataforma que se caracteriza por la viralidad, algo que afectará más a artistas emergentes; por lo que es bastante probable que la empresa aumente la cooperación con Instagram o Snapchat.

A nivel general este conflicto invita a la reflexión; por ejemplo, si una empresa como Universal Music se queja porque una red social como TikTok quiere “construir un negocio basado en la música, sin pagar un valor justo por la música”, ¿Qué ocurre con el caso de otras redes sociales y plataformas que se han convertido en negocios basados en la información sin pagar por la información? ¿Será acaso que la música se debe convertir en un bien más libre o es que no se ha protegido adecuadamente la labor de creación intelectual como textos, imágenes o videos?

Esto cobra bastante sentido si se analizan posturas como las de Washington Post contra Open AI por el uso de su contenido para entrenar a su modelo de IA, ChatGPT, quienes en este momento están enfrentados en juicio; así como también ha ocurrido entre el gobierno de Canadá y Meta, los cuales también se enfrascaron en una pugna debido a que la plataforma se negó a pagar a los editores de noticias por la transmisión de su contenido en la red.

Lo anterior pone de relieve el proceso de revaloración de los datos y la información en un momento en el que el internet privatizado (por unas cuantas empresas que extraen un gran valor debido a su posición estructural), se esfuerza por continuar con su modelo de negocio extractivo a costa de la producción de valor de otros de manera gratuita, indirecta o incidental, ahora con el fin de alimentar sus grandes modelos de IA.

Una de las consecuencias de lo anterior es que en el futuro cercano se erigirán nuevos muros de acceso e interoperación a lo largo y ancho de internet y el sistema digital, en donde el usuario será uno de los más afectados, dado que tendrá que pagar por el acceso o verse limitado en el contenido y herramientas de las que dispone debido a barreras técnicas y legales.

Asimismo, mientas que las empresas encarecerán y dificultarán el acceso a sus datos, volviéndose más opacas, otros actores se enfrentarán a una mayor sobre explotación de datos, lo que resultará en diferentes impactos:

En el caso de los Estados, las instituciones y actores políticos, la transparencia es una obligación en el régimen democrático; esta situación usualmente juega a favor de las empresas y otros actores privados, dado que la transparencia obliga al Estado a proveer datos gratuitos de manera constante sobre su población, funcionamiento y territorio, lo que, sumado a las capacidades sensoriales y predictivas de los grandes modelos de IA, puede mermar las capacidades de negociación y acción de los Estados frente a las empresas y otros países. No hay que olvidar que en este escenario el Estado se encuentra impedido para acceder a información relevante de las empresas que afectan a su población, tal como la imposibilidad de acceder al algoritmo, el código fuente o las métricas internas de las plataformas.

Por otro lado, está la población en general, la cual verá su privacidad e intimidad cada día más erosionada, ya sea por una nula o deficiente regulación, o debido la tecnologización de su entorno y la aparición de nuevas tecnologías, algo que indirectamente obliga a las personas a integrarse, tal como sucedió con las redes sociales y la necesidad de auto publicitarse. En este proceso la población no sólo verá sus datos sobre explotados, sino también malbaratados. Y dado que es un sinsentido culpar la irresponsabilidad de uso del usuario, el Estado tendría que adoptar una conducta regulativa más rígida y positiva para la población.

En conclusión, este caso es una muestra más del cambio tecnológico y social que lentamente se está presentando a nivel mundial, lo que vuelve imperativo que el Estado responda para defender el interés nacional y a su población en el sistema digital y del sistema digital; así como también, la necesidad que el Estado aumente sustancialmente su presencia digital y la digitalización de su operación e instituciones.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/universal-music-vs-tiktok-riesgo-a-la-gratuidad-en-internet
Descargado el 21 de noviembre de 2026.