

Estrategias de la industria musical ante la IA: usar, denunciar, vender y regalar

Los músicos apuntan y aseguran que los modelos de IA han sido entrenados con su trabajo.

Efe

El boom de la inteligencia artificial (IA) generativa ha hecho que sea difícil para el oído humano distinguir entre una canción creada por un ser humano o por una máquina, y esta nueva faceta del mundo musical supone nuevos retos para la industria y da lugar a estrategias comerciales diversas.

Hace años que la IA se adentró en los estudios para ayudar a componer a los músicos y productores, con herramientas tan conocidas como la del "autotune" -que se usa para modificar el tono de voz del cantante-, utilizada en icónicos temas como 'Believe' de Cher o 'Apeshit' de Jay-Z y Beyoncé.

Pero la IA generativa lleva la intervención de la máquina a un nivel superior. Para que funcione, primero, los desarrolladores tienen que analizar un vasto conjunto de datos; luego, los desarrolladores vierten esa información en un modelo de aprendizaje donde se entrena a la IA para que pueda, por ejemplo, distinguir cuáles son los aspectos claves del pop o los de la bachata.

Una vez programada, la IA usa esos patrones para, basándose en un fragmento de audio o un mensaje de texto, generar un tema.

Estas funciones son de gran



EL ACELERADO DESARROLLO DE ESTA TECNOLOGÍA HA GENERADO ENORMES ZONAS DE FRICCIÓN CON LA INDUSTRIA MUSICAL.

utilidad para docentes de música en sus clases, así como para cantantes, músicos y productores que busquen componer algo rápido, introducir más pistas en sus temas o incluso ayuda para sus letras.

Modelos gratuitos como Suno y Udio son algunos de los más populares, ya que permiten crear canciones de cualquier estilo, sobre cualquier tema y en varios idiomas.

Los resultados aún pecan de cierta simpleza: a la petición de un tema sobre lo que es ser

periodista en Nueva York, genera letras como "en la ciudad que nunca duerme, mi pluma busca la verdad" o "cada historia un nuevo reto, con mi libreta en mano voy desde Brooklyn hasta Manhattan".

LA IA A LOS TRIBUNALES

Uno de los problemas de la IA es que puede replicar casi a la perfección canciones que ya existen, como el tema navideño de 'All I Want For Christmas Is You' de Mariah Carey.

En tanto, los músicos

apuntan y denuncian que los modelos de IA han sido entrenados con su trabajo, ya que pese a que algunas empresas tienen cuidado de entrenar a sus modelos solo con datos autorizados, otras utilizan todo lo que pueden conseguir en internet, señalando que todo lo que sea de acceso público se considera un uso legítimo para este propósito.

En enero, más de 200 artistas, incluidos Billie Eilish, Pearl Jam y Katy Perry, pidieron a las empresas de tecnología que

dejaran de usar la IA para "infringir y devaluar los derechos de los artistas humanos".

Bajo esa premisa, la Asociación de la Industria Discográfica de Estados Unidos (RIAA), demandó a Suno y Udio por "infracciones deliberadas de derechos de autor a una escala casi inimaginable" al copiar su música para entrenar a sus IA.

En las respuestas presentadas el 1 de agosto, tanto Suno como Udio admitieron que sus modelos se entrenaron con canciones protegidas por dere-

chos de autor, pero afirmaron que el entrenamiento fue legal.

Según el Financial Times, YouTube ha pedido a las principales discográficas de EE. UU. que le permita entrenar legalmente sus herramientas musicales de IA a cambio de "grandes sumas de dinero".

El objetivo de la plataforma de video de Google es poder expandir Dream Track, una función de IA generativa que lanzó el año pasado que es capaz de producir música al estilo de artistas como Charli XCX, John Legend y T-Pain.

USO DE IA POR CANTANTES

También ha habido polémicas entre los propios artistas, el ejemplo más sonado este año fue el del rapero canadiense Drake, quien utilizó IA para recrear las voces de Snoop Dogg y el fallecido Tupac Shakur. Tuvo que retirar el tema tras quejas del propio Snoop Dogg, que no había dado su permiso, así como de los familiares de Tupac, que amenazaron con ir a los juzgados.

Muy distinta estrategia adoptó la cantante canadiense Grimes: ella invitó a creadores a utilizar versiones de su voz generadas por IA para hacer nueva música y anunció que dividiría el 50% de las regalías de cualquier canción exitosa generada por esta tecnología que use su voz. ☞