



El motivo: lo complicado de las negociaciones, costos y logística entre las disqueras y los desarrolladores de los portales de música. Además, muy pocos conocen los sitios de Tarabú y Beon. “Hicimos un *focus group* con jóvenes sobre música en Internet y ninguno conocía los portales mexicanos. El más conocido fue iTunes, porque es muy fácil descargar la música de ahí”, dijo Fernando Hernández, presidente de la Amprofon.

A pesar de ser el sitio más conocido, en México es imposible comprar canciones en iTunes. “Yo soy la más interesada en que iTunes llegue a México, pero es muy difícil decir cuándo lo hará”, dice Eleonora Casas, la nueva directora de Apple México en una entrevista con *El Universal*. Dicho sitio (iTunes) vendió cuatro mil millones de canciones en 2007 y ha vendido hasta el momento siete millones de películas en Estados Unidos y Europa, que es donde opera oficialmente este servicio de descargas en línea.

Al parecer, el problema es la falta de negociación entre las diferentes

empresas de música, además de la necesidad de que las transacciones sean regularizadas por el gobierno. “En realidad, la respuesta a por qué iTunes no está en México es simple y con mucha lógica”, dice un fanático mexicano de Apple. Para que un usuario en México compre una canción en línea intervienen varios actores en esa transacción: “si bajas una rola de Belanova, la casa productora debe pagar regalías al grupo, una parte del dinero de la compra es para ella misma

y otra parte es para Apple, pero tener todo ese proceso bajo control hace necesario que exista un acuerdo entre las empresas de música en México, como Sony y EMI, y si agregamos que ya es posible rentar películas o series de televisión, pues también las productoras

y televisoras que operan en México deben ponerse de acuerdo”. Además, debe existir una regulación legal supervisada por instancias del gobierno.

Pero a pesar de que sólo existen en México dos sitios para comprar música digital, durante el primer

2.1
millones
de iPods

se estima que
hay en el país



semestre de 2007 el total de venta alcanzó la cifra de más de seis millones de descargas, superando en más de cinco veces el volumen registrado durante el mismo periodo de 2006, año en el que comenzó a desarrollarse el mercado de la música digital en México.

Según la Amprofon, lo obtenido por dichas ventas fueron alrededor de 66 millones de pesos, siete veces más que en el primer semestre de 2006.

“Aunque los resultados muestran un importante crecimiento, el volumen de ventas aún se concentra en tonos reales y canciones o álbumes que son precargados en teléfonos celulares, debido a que en nuestro país no se han abierto sitios específicos para venta directa al público de estos productos”, se lee en un informe de Amprofon, y sigue: “Las descargas de canciones o álbumes desde Internet a través de los dos sitios mexicanos, reflejan un crecimiento, aunque éste ha sido limitado por el alto índice de piratería P2P y la desconfianza para realizar operaciones en línea con tarjeta de crédito”.

