



## El mercado del audio está bajo el hechizo de la inteligencia artificial

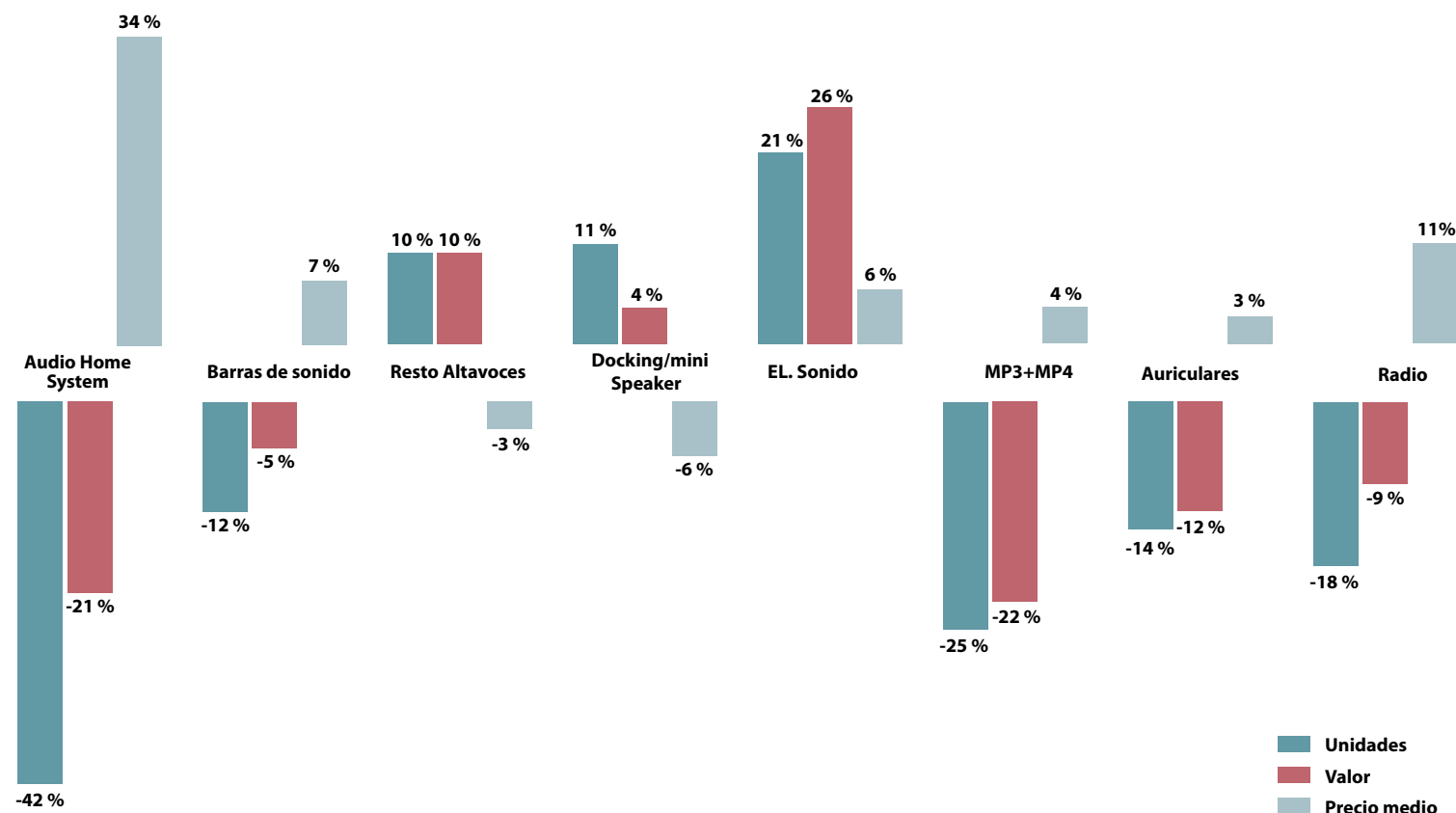
*Los usuarios marcan el compás de la escena sonora, exigiendo equipos tecnológicos que le sigan el ritmo ante la cantidad de inputs a los que intentan dar respuesta. Nos encontramos en un momento en lo que se prioriza es la rapidez, la inmediatez y la sobresaturación de contenido, de modo que los equipos utilizados están condicionados por estos factores y deben despuntar en el apartado tecnológico para embarcar al receptor en un viaje inmersivo, envolvente y que requiere altas dosis de concentración.*

**P**onte cómodo y dale al *play*, porque estamos a punto de iniciar el recorrido por los pilares que conforman este espacio conquistado por el sonido en todas sus formas de expresión. Desde que nos despertamos por la mañana y vamos de camino al trabajo nos sentimos arropados por el informativo radiofónico, los programas musicales, los *pódcast* o la música en *streaming*, y lo mismo pasa cuando regresamos a casa. Sea como una forma de comunicación, entretenimiento, aprendizaje o por motivos laborales, nos mantenemos en contacto con la voz de los interlocutores. Pero, ante tal avalancha de contenidos a la que estamos expuestos, cada vez es más difícil decidirse, de modo que se deben buscar fórmulas atractivas que capten la atención del receptor. Los audiolibros, los *pódcast* y la música bajo demanda han esquivado el ruedo mediático tradicional y no les ha ido nada mal. Según recoge el informe de *'Audible Compass 2023'*, más del 70 % de los usuarios en España ha escuchado un audiolibro o *pódcast* en el último año, lo que supone un crecimiento de un 4 % con respecto a 2022. Las razones que llevan a elegir estos modelos tienen que ver con el conocimiento, el entretenimiento o la relajación. En cuanto a los géneros que más les llaman la atención son: los misterios y *thrillers* (52%), historia (48%) y comedia (45 %) en el caso de los audiolibros, frente a la comedia (45 %), historia (43 %) y ficción (33 %) en los *pódcast*. Los participantes en el estudio también fueron preguntados acerca del criterio por el que se regían para decantarse por un contenido sonoro u otro. Así, un 86 % respondió que su decisión estaba marcada por el “*género que disfruta*”, un 85 % reconoció que era por el “*narrador atractivo*”,

un 80 % tuvo en cuenta el “*resumen del libro*” y un 76 % se ha dejado llevar por el “*contenido o una historia que les haya encantado en otros formatos (serie de TV, película o cómic, etc.)*”. Otro de los datos significativos del informe es la apertura de nuevos caminos para los oyentes, ya que “*el 88 % de los encuestados afirma que los audiolibros les han permitido conocer nuevos autores internacionales, mientras que el 71 % ha descubierto nuevas historias sobre su país a través de audiolibros y *pódcast**”. Asimismo, un porcentaje bastante alto de los participantes en el sondeo (88 %) asegura que mediante los audiolibros pueden ver incrementado el consumo de libros. En lo que respecta a las preferencias de escucha, un 61 % lo hace desde casa, mientras que un 46 % cuando viaja en coche, en el transporte público o cuando va caminando y un 18 % durante la práctica deportiva.

A la par que las anteriores formas de difusión, la música en *streaming* es otra de las actividades que va en aumento. El poder disponer de álbumes completos, componer la lista de reproducción según gustos, acceder a la de otros usuarios, descubrir nuevas bandas o estilos musicales, así como dejarse llevar por una *playlist* aleatoria que tenga en cuenta nuestras escuchas más recurrentes es una práctica enriquecedora y satisfactoria. La plataforma Spotify es la que mayor aceptación tiene, “*con casi 16 millones de usuarios únicos*”, seguida de “*YouTube Music, con casi cuatro millones, y Mi Music y Amazon Music, con más de tres millones y medio cada uno*”, tal y como refleja GfK DAM. Como bien apunta **Aida Méndez**, *directora de este medidor oficial de consumo digital en España*, esta manera de acceder a los contenidos digitales no ha hecho más que abrirse un hueco en el mercado para

## MERCADO ESPAÑOL DE AUDIO EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2022-2023



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

expandirse hacia nuevos horizontes: *“El consumo de pódcast y contenidos en audio está cada vez más asentado en los hábitos digitales de la sociedad. El consumo de contenidos es cada vez más multimodal y crossdevice y, en este sentido, el audio está teniendo un crecimiento constante en nuestro mercado. Prueba de ello es la apuesta que cada vez más entidades están haciendo por este formato, con producciones de altísima calidad que colocan a nuestro país en la punta de lanza de la creación de audio en general y pódcast en particular”*. Aunque la partida no ha hecho más que comenzar y, ante un estilo de vida tan cambiante y vertiginoso, es difícil saber a ciencia cierta lo que deparará el sector a futuro. Sin embargo, las previsiones que se arrojan en el *‘Informe Top Tendencias Digitales 2024’* de IAB son bastante alentadoras y los pódcast continuarán dando que hablar: *“Se verá un auge de pódcast de nicho que se centrarán en temas específicos, desde hobbies inusuales, hasta cuestiones sociales profundas. Estos pódcast no solo proporcionarán contenido altamente especializado, sino que también fomentarán la interacción y la participación de la comunidad”*. Por su parte, *“el podcasting corporativo y educativo continuará creciendo, con empresas y universidades utilizando esta plataforma para compartir conocimientos y llegar a sus audiencias de manera efectiva”*. Mientras que la IA irrumpe en el tablero de juego y se colará dentro del proceso creativo de estos programas hasta tal punto que no será

**Mordor Intelligence prevé que el mercado de los equipos de audio se sitúe en los 15,23 mil millones de dólares en 2024 y que continúe por este camino hasta 2029, año en el que se espera que supere los 21 mil millones de dólares**

necesario saber de idiomas. *“El último anuncio del acuerdo de Open Ai con Spotify para clonar las voces de algunos de los principales podcasters a otros idiomas, cambia las reglas del juego al permitir el acceso a esos contenidos sin necesidad de conocer el idioma de origen”*, exponen en el documento. Atendiendo a dispositivos, como auriculares y altavoces *“con capacidades de sonido espacial”*, aseguran que *“se volverán más asequibles y comunes, lo que permitirá una inmersión auditiva sin precedentes”* y, a su vez, reconocen que *“la comunicación remota se beneficiará de esta tecnología, ya que permitirá una percepción más natural de la ubicación de la voz de las personas durante las videollamadas y reuniones virtuales, creando una sensación de presencia más realista”*.

### Dame alas para volar

Si ya veíamos un crecimiento en las nuevas maneras de consumir audio, los festivales musicales tampoco se queda atrás. Caracterizados por ofrecer un cartel multidisciplinar y diverso de música en directo condensado en unos pocos días, han producido un gran impacto económico en el mercado al facturar 578 millones de euros en 2023. Esto es un 26 % más que en el año anterior, señalan en el informe *‘Impacto económico en la industria de la música en directo’* de la autora **Elena Mir**, profesora de OBS Business School. En relación a lo expuesto, Mordor Intelligence prevé que el mercado de los equipos de audio se sitúe en los 15,23 mil millones de dólares en 2024 y que continúe

por este camino hasta 2029, año en el que se espera que supere los 21 mil millones de dólares. La programación de festivales y conciertos en todo el mundo, la celebración de acontecimientos deportivos, la fuerte presencia de los dispositivos sonoros en la industria de los videojuegos, la posibilidad de trabajar desde casa y comunicarse con otros compañeros de la oficina, la digitalización de las escuelas y de los centros de trabajo, así como la demanda de equipos de calidad para los creadores de contenido, son algunas de las tendencias que contribuyen a dar impulso al sector, que cada vez gana más peso al abarcar más escenarios, según se recoge en su análisis. Dentro de sus aportaciones cabe hacer hincapié en que *“la llegada de los auriculares de realidad virtual y aumentada y la introducción del True Wireless Sound (TWS) con capacidades como la cancelación activa de ruido de las llamadas de voz, la reproducción de audio espacial, el modo de transparencia, etc., han aumentado las expectativas de los consumidores en torno a la calidad del audio y la tecnología del micrófono, lo que respalda aún más el crecimiento del mercado”*.

### Hagan juego

El espectáculo está a punto de comenzar. Ten a mano tu altavoz portátil y sírvete de las luces, el color y de un potente sonido que sobresale al exterior y prepárate para amenizar la fiesta. Con el altavoz ULT TOWER 10 de Sony conviértete en el rey de la pista de baile gracias a su sonido 360°, donde la música y la iluminación se mueven al mismo ritmo, y es capaz de detectar la presencia de ruido y realizar los ajustes pertinentes de forma automática para mejorar la nitidez. Viene equipado con un micrófono inalámbrico, existe la opción de conectar otro para marcarse un dueto, conectar una guitarra o utilizar el equipo como amplificador. Además, al vincularlo al televisor podrás disfrutar de unos graves más intensos y de una experiencia envolvente. Permite conectar hasta 100 altavoces compatibles mediante la función *Party Connect*. Si estás buscando un equipo más compacto, que te quepa en cualquier lugar, prueba con el We.Hear Pro de edición limitada, que surge de la colaboración en la firma especializada en audiovisual de lujo Loewe y el futbolista **Kylian Mbappé**. Es ligero, se presenta bajo un formato cilíndrico y en tres colores diferentes. Se caracteriza por proporcionar un sonido en estéreo con 100 vatios de potencia, brinda autonomía para un día de uso, es resistente al agua y al polvo, cuenta con correa ajustable, es posible sincronizarlo con hasta 14 altavoces a la vez y a través de sus controles se puede personalizar el sonido. Además, funciona como batería externa para poder cargar otros dispositivos en caso de necesitarlo. Trae un micrófono y cuenta con la función de manos libres. Trasladar la experiencia de la sala cinematográfica al salón particular cada vez es más frecuente ante las comodidades y tecnología que tenemos a nuestro alcance. Pantallas finas y de grandes dimensiones, el extenso catálogo audiovisual que brindan las plataformas bajo demanda, combinado con la amplia oferta de equipos sonoros, se convierte en pan comido. Las nuevas barras de sonido SG10TY, S70TY y SC9S de LG traen consigo la tecnología *AI Room Calibration Pro*, la cual adapta la configuración del aparato a la estancia en la que se instala empleando para ello un micrófono interno que estudia de forma precisa el entorno y corrige las distorsiones que pudiesen existir. A su vez, el modelo Bose Smart SoundBar Ultra dispone de un modo especial para los diálogos que a través de la IA impide que, cuando los personajes estén conversando, la información quede camuflada por la música o los efectos especiales.

## Tu compañero inseparable

Miremos para donde miremos hay alguien a nuestro alrededor que lleva puestos unos auriculares, ya sea en el ámbito laboral, en el metro, en el supermercado, cuando vamos al gimnasio o estamos paseando al perro en el parque. Y es que se han convertido en un accesorio indispensable: con ellos podemos escuchar música, entretenernos con un programa de radio, mantenernos comunicados, aprender un idioma o hacer ejercicio. Pero antes de dar con el elegido tiene que cumplir una serie de requisitos: deben ser reconocidos por su ligereza, ergonomía, contar con autonomía suficiente para responder a nuestras demandas y con cancelación de ruido incorporada. Un buen ejemplo son los Huawei FreeClip, un estiloso modelo con diseño abierto y llamativo en forma de C, donde cada auricular pesa 5,6 gramos. Son intercambiables, pudiendo colocarse indistintamente en el oído izquierdo o derecho, ofrecen cancelación de ruido por IA y nitidez en las llamadas y cuentan con una batería de larga duración. Por su parte, los LG TONE Free T90S ajustan el sonido según la posición de la cabeza del usuario, adecuando el sonido al movimiento, disponen de cuatro micrófonos, su estuche de carga puede ser utilizado como un transmisor *Bluetooth* para aquellos equipos tecnológicos que incorporan esta conexión y sus almohadillas de silicona son hipoalergénicas.

Por su parte, los dispositivos inalámbricos en formato diadema con micrófono flexible con certificación para Microsoft Teams, Zoom y Google Meet se posicionan como una solución ideal para entornos de trabajo profesional, tanto si la conexión se establece en remoto como en la propia oficina. Los auriculares Zone 305 de Logitech proporcionan un audio de calidad sin interrupciones, tienen un alcance de hasta 30 metros y gran autonomía. La sostenibilidad es otro de sus puntos fuertes al estar fabricados con un 55 % de plástico reciclado. Por otra parte, Audio-Technica ha lanzado recientemente unos auriculares inalámbricos con hasta 90 horas de

autonomía y cancelación de ruido digital que suprime el sonido de fondo. Además, incorporan una función que nos conecta con nuestro entorno cuando estamos pendientes de coger un tren o un vuelo o necesitamos formar parte de una conversación. Con el modo de baja latencia se mejora la fluidez durante la visualización de un vídeo o cuando se está jugando. En la actualidad, una gran parte del contenido que se genera para las redes sociales y las plataformas de vídeo bajo demanda se graba en los hogares. Los creadores de contenido necesitan un arsenal completo de accesorios para sacar adelante su trabajo: cámaras, iluminación, ordenador, programas de edición, etc. En medio de todos ellos destaca el micrófono, como el que se ha unido al catálogo de Sony. Se trata de un micrófono de solapa compacto con conector de 3,5 milímetros, caracterizado por su sonido de calidad y por una cápsula recubierta de latón mecanizado que acaba con las resonancias externas, favoreciendo una acústica nítida y clara. Pero este perfil de público no es el único que precisa disponer de estos aparatos, sino que los jugadores de videojuegos demandan equipos de calidad profesional. Es el caso del micrófono USB cardiode ROG Carnyx de Asus ROG, el cual viene equipado con un soporte antivibratorio, un botón de silencio, seis efectos lumínicos, ofrece un sonido de alta fidelidad y un filtro *antipop* con capas de espuma y malla que mitiga el impacto al aproximar el micrófono demasiado cerca de la boca para hablar. La tecnología más actual y el encanto por lo nostálgico se fusionan para dar lugar a un curioso artículo que se presenta como un maletín que contiene un tocadiscos de vinilo en su interior. De este modo, MT-207 DGB de Muse Europe lee vinilos y, al mismo tiempo, reproduce contenido de audio en *streaming* mediante *Bluetooth*, empleando una tableta, un portátil u *smartphone* e, incluso, convierte la música de los vinilos a formato MP3 y permite conectar el aparato a unos auriculares o altavoces sin que haga falta utilizar un cable. ▶

