

Una crisis provocada por las tecnologías ▶ Los inventos

Páginas 48 y 49 <<<

La ecuación del éxito

Empresas arraigadas en Barcelona encabezan las nuevas tecnologías para fabricar 'hits' ≡ Prometen acelerar las ventas a través de internet y de los teléfonos móviles

M. T.
BARCELONA

Francisco J. Martín es candidato a la figura del *Bill Gates* de las nuevas tecnologías que sacuden los cimientos de la industria discográfica. Este científico de 34 años, con una vena emprendedora insólita en su gremio, es el fundador de Musicstrands, firma que en los últimos meses ha brillado en la prensa internacional.

Ha aparecido en el *Wall Street Journal* y en el *New York Times*, ha sido portada en el *International Herald Tribune* y ha merecido una página dominical del *USA Today*. Su mérito: un software matemático que reduce a parámetros los gustos musicales del consumidor y que, por tanto, puede recetarle canciones que sean de su agrado. Se prevé que esta prestación revolucionará la comercialización de los títulos en internet y a móviles.

CREACIÓN DE LISTAS

Los 'softwares' permiten organizar colecciones de miles de títulos

«Las tiendas *on line* y los operadores de telecomunicaciones pueden sugerir al cliente la compra de títulos que éste desconocía pero que son de su interés», dice Martín. Al final, se trata de que las discográficas vendan más.

Martín habla de «tecnologías de la recomendación». «La gente necesita ayuda para saber qué le puede gustar y también para ordenar sus colecciones: imagina que tengo 5.000 canciones en mi PC y quiero una selección de 50 títulos superrománticos». Su software inteligente podría ser incorporado por los fabricantes de reproductores de mp3: «Si en tu iPod tienes 10.000 canciones, ¿cómo puedes saber qué quieres escuchar ahora? Sin ayuda, tienes que dedicar mucho tiempo a construir listas de reproducción».

Musicstrands tiene sede en Oregon (EEUU) y oficina en Barcelona.



▶▶ Francisco J. Martín, en una reciente visita a Barcelona.



▶▶ Norah Jones, el pasado día 9, cuyo éxito anticipó Polyphonic.

GUILLERMO MOLNER

artistas. Si Musicstrands influye en la distribución del producto, Polyphonic y Platinum Blue le dan forma: con sus cálculos, los sellos se deciden por unos autores y por unos títulos en concreto.

Solo George Orwell había predicho una tecnología similar en su novela 1984, escrita en 1949. Se trataba del «versificator», que generaba música para unas desdichadas masas. Con aquel ingenio, el don humano para la creatividad musical resultaba innecesario. Estas empresas no llegan tan lejos. Al contrario, lo que venden es una herramienta para combatir la aversión al riesgo. Que se lo pregunten a Frederic Monneron, un editor de libros ecuestres de un pueblecito normando. Grabó 12 baladas romántico-políticas tras una ruptura sentimental. Pagó a Polyphonic para que analizasen sus canciones y resultó que tenían gancho. Un sello francés ha lanzado 200.000 copias de *Fred's Pentagon*.

Polyphonic pertenece al grupo AIA, que lleva 20 años en el sector de la inteligencia artificial. Son so-

POLÍTICA FICCIÓN

El ingenio que fabricaba música en '1984' de Orwell ya es casi una realidad

cios fundadores Regina Llopis y Antonio Trias, unidos en matrimonio y en su pasión por la ciencia. Llopis es doctora en matemáticas por Berkeley y Trias es doctor en física *cum laude* por la UAB. Así no es de extrañar que hayan bautizado la tecnología de su filial como *hit song science*, la «ciencia del hit».

Descubrimientos

«Cada 20 milisegundos de un título, hacemos una gran cantidad de cálculos», dice el director comercial, Roger Cortal. La firma se vanagloria de haber anticipado el fenómeno Norah Jones. Polyphonic cobra 5.000 euros por analizar un CD de entre 10 y 15 títulos.

Las nuevas tecnologías también están ayudando a Vodafone y a Orange a crear *ringtunes*. Y a los litigios en casos de plagio musical.

Martín cree que el caldo de cultivo es la «sobreabundancia de contenidos: miles de canciones a un solo click». «Cuando me mudé a Oregon en el 2003, dejé atrás mis CD. Compraba en iTunes y eché en falta un sistema para ordenar las descargas. Así nació Musicstrands». ≡

ciudad en la que Martín alumbró en 1999 la compañía Isoco, especializada en las webs semánticas, que optimizan la búsqueda en internet. Isoco emplea a 180 personas. Musicstrands tiene apoyo de firmas de capital riesgo y ya tiene en nómina a 50.

'Music intelligence'

También están vinculadas a Barcelona otras dos firmas precursoras de lo que en EEUU se ha dado en llamar *music intelligence*. Se trata de Polyphonic, con sede en el Parc Tecnològic del Vallès (Cerdanyola), y de Platinum Blue, cofundada por Mike McCready, un antiguo empleado de la anterior que trabaja parte del año en la capital catalana.

Ambas empresas vaticinan *hits* con sus programas: comparan los rasgos de la canción en estudio con los de los éxitos de las últimas décadas. Los clientes son discográficas y

FROM LA RAMBLA. TO EL TURIA. VALENCIA FROM 5€ TRAYECTO. COMPRING EN www.vueling.com. FLY A LAS 07.00!

Precio por trayecto, sin incluir tasas, cargo de gestión e impuestos. Para más información consulta nuestra web. En caso de reserva telefónica (902 33 39 33), 7€ más por trayecto. ¡Vuelo!