

Una crisi provocada per les tecnologies ▶ Els invents

Pàgines 48 i 49 <<<

L'equació de l'èxit

Empreses arrelades a Barcelona encapçalen les noves tecnologies per fabricar 'hits' ≡ Prometen accelerar les vendes a través d'internet i dels telèfons mòbils

M. T.
BARCELONA

Francisco J. Martín és candidat a la figura del *Bill Gates* de les noves tecnologies que sacsegen els fonaments de la indústria discogràfica. Aquest científic de 34 anys, amb una vena emprenedora insòlita en el seu gremi, és el fundador de Musicstrands, firma que en els últims mesos ha brillat en la premsa internacional.

Ha aparegut en el *Wall Street Journal* i en el *New York Times*, ha estat portada en l'*International Herald Tribune* i ha merescut una pàgina dominical del *USA Today*. El seu mèrit: un software matemàtic que redueix a paràmetres els gustos musicals del consumidor i que, per tant, pot *receptar-li* cançons que siguin del seu gust. Es preveu que aquesta prestació revolucionarà la comercialització dels títols a internet i als mòbils.

CREACIÓ DE LLISTES

Els softwares permeten organitzar col·leccions de milers de títols

«Les botigues en línia i els operadors de telecomunicacions poden suggerir al client la compra de títols que aquest desconeixia però que són del seu interès», diu Martín. Al final, es tracta que les discogràfiques vinguin més.

Martín parla de «tecnologies de la recomanació». «La gent necessita ajuda per saber què li pot agradar i també per ordenar les seves col·leccions: imagina que tinc 5.000 cançons dins el meu PC i vull fer una selecció de 50 títols superromàntics». El seu software intel·ligent podria ser incorporat pels fabricants de reproductors de mp3: «Si en el teu iPod hi tens 10.000 cançons, ¿com pots saber què vols escoltar en aquest moment? Sense ajuda, has de dedicar molt de temps a construir llistes de reproducció».

Musicstrands té seu a Oregon (EUA) i oficina a Barcelona, ciutat



GUILLERMO MOLINER

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



REUTERS / ERIN SEGAL

▶▶ Norah Jones, el dia 9 passat, de qui Polyphonic va anticipar l'èxit.

en què Martín va crear el 1999 la companyia Isoco, especialitzada en les webs semàntiques, que optimitzen la recerca a internet. Isoco dona feina a 180 persones. Musicstrands té suport de firmes de capital risc i ja en té 50 en nòmina.

'Music intelligence'

També estan vinculades a Barcelona dues firmes precursors més del que als EUA s'ha anomenat *music intelligence*. Es tracta de Polyphonic, amb seu al Parc Tecnològic del Vallès (Cerdanyola), i de Platinum Blue, fundada per Mike McCready, un antic treballador de l'anterior, que treballa una part de l'any a la capital catalana.

Les dues empreses vaticinen *hits* amb els seus programes: comparen els trets de la cançó en estudi amb els dels èxits de les últimes dècades. Els clients són discogràfiques i artis-

tes. Si Musicstrands influeix en la distribució del producte, Polyphonic i Platinum Blue li donen forma: amb els seus càlculs, els segells es decideixen per uns autors i per uns títols en concret.

Només George Orwell havia predit una tecnologia similar a la seva novel·la 1984, escrita el 1949. Es tractava del «*versificator*», que generava música per a unes dissortades masses. Amb aquell enginy, el do humà per a la creativitat musical resultava innecessari. Aquestes empreses no arriben tan lluny. Al contrari, el que venen és una eina per combatre l'avversió al risc. Que ho preguntin a Frederic Monneron, un editor de llibres eqüestres d'un poblet normand. Va gravar 12 balades romànticopolítiques després d'una ruptura sentimental. Va pagar a Polyphonic perquè analitzessin les seves cançons i va resultar que tenien ganxo. Un segell francès ha llançat 200.000 còpies de *Fred's Pentagone*.

Polyphonic pertany al grup AIA, que fa 20 anys que és al sector de la intel·ligència artificial. En són socis

POLÍTICA-FICCIO

L'enginy que fabricava música a '1984' d'Orwell ja és gairebé una realitat

fundadors Regina Llopis i Antonio Trias, units en matrimoni i en la seva passió per la ciència. Llopis és doctora en matemàtiques per Berkeley i Trias és doctor en física *cum laude* per la UAB. Així no és gens estrany que hagin batejat la tecnologia de la seva filial com a *hit song science*, la «ciència del hit».

Descobriments

«Cada 20 mil·lions de títols, fem una gran quantitat de càlculs», diu el director comercial, Roger Cortal. La firma es vanagloria d'haver anticipat el fenomen Norah Jones. Polyphonic cobra 5.000 euros per analitzar un CD d'entre 10 i 15 títols.

Les noves tecnologies també estan ajudant Vodafone i Orange a crear *ringtones*. I els litigants en casos de plagis musicals.

Martín creu que el brou de cultiu és la «sobreabundància de continguts: milers de cançons de un sol clic». «Quan em vaig mudar a Oregon el 2003 vaig deixar enrere els meus CD. Comprava a iTunes i vaig trobar a faltar un sistema per ordenar les descàrregues. Així va néixer Musicstrands.»

FRONTA LA SABBIA.
TO EL TURIA.

VALENCIA FROM 5€ TRAYECTO.

COMPRING EN www.vueling.com/

FLY A LAS 07.00!

vueling

Preços per fragment. Viii milers d'èxit. Cargu de gestió e impugnetes. Para més informaciuu consulta nuestra web. En cada de oferta se beneficia (200 22 22) 36 mes per fragment (Vueling)