

UNIVERSO MULTIMEDIA

ENRIQUE DANS

Director del Área de Sistemas y Tecnologías del Instituto de Empresa
<http://www.enriquedans.com>

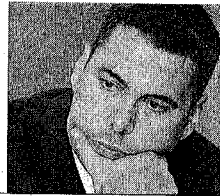
Un nuevo ecosistema

En biología, los patrones de colonización de nuevos ecosistemas, como una isla volcánica o un bosque tras un incendio, son un interesante objeto de estudio que abarca múltiples disciplinas. Todo un arsenal de ciencia y tecnología para estudiar un fenómeno aparentemente simple: cómo los organismos ocupan algo que previamente estaba vacío o ineficientemente ocupado.

La industria musical puede, en cierto modo, ser estudiada desde una perspectiva parecida. En los últimos años, el sector ha hecho las delicias de todo estudioso de gestión, proporcionando un laboratorio en el que probar teorías. Antes era preciso acudir a libros de historia para observar los cambios. Hoy en el ecosistema aparecen nuevas especies, mientras otras desaparecen. ¿Qué claves podrían estar marcando la evolución?

En primer lugar, el tipo de organismos. No cabe duda de que una compañía discográfica no es lo mismo que un supermercado o un fabricante de ordenadores. El comportamiento en el nuevo ecosistema depende de quién sea y qué vaya a hacer. Para algunos, la música no será un negocio, sino una forma de atraer visitas a otro negocio, como el cine.

Esto condicionará que puedan ofrecer precios bajos, provocando una tensión en la rentabilidad de otros competidores. Quien pretenda vivir de vender música, tendrá que convivir en ese ecosistema con esas llamadas "especies oportunistas", pero también con "competidores irracionales", que ofrezcan el mismo producto a un precio infe-



El nuevo ecosistema musical obliga a las discográficas tradicionales a adaptarse

rior. Dada la amplitud de la oferta, podemos pensar en competidores que, tras ofrecer numerosas canciones a un precio bajo, aplique sistemas de filtrado para ofrecer un servicio capaz de anticipar qué novedades van a hacer las delicias de mis oídos, por ejemplo. ¿Por qué no? En escasos meses, hemos visto servicios que permiten escuchar música gratis, pagarla si se descarga, servicios de tarifa plana y de suscripción. Un mundo nuevo en el que todo es posible.

¿Y los actores tradicionales? Vivir en un entorno como éste se hace aún más difícil cuando, además, cuentas con una estructura adaptada al ecosistema anterior. Lo que era valor añadido basado en la experiencia se convierte ahora en una pesada carga.

La compañía que no estudia el nuevo panorama con pasión de investigador se verá abocada al fracaso. Y, mientras tanto, algunos seguirán creyendo que el MP3 tiene una calidad lamentable o confundiendo la descarga de archivos con el top-manta. Lo único lamentable aquí será el futuro de los que nunca se supieron adaptar al cambio.