

El negocio del Entretenimiento (1)

Por Antonio Ambrosini

En el año 2000 las rentas que produjo el mundo del entretenimiento rondaron 500.000 millones de dólares. Para el 2007 la industria generó un volumen de negocios de 1,4 billones de dólares. A este ritmo es probable que para el 2010 se alcancen los tres billones incluyendo en esa cifra tanto los gastos de los consumidores como los aportes comerciales y publicitarios. Estos valores crecen rápidamente en Europa, Estados Unidos, Medio Oriente y Latinoamérica y geoméricamente en Asia. Cada vez es más extenso el territorio del entretenimiento en la medida que existe una convicción mayor que actividades tan “serias” como aprender y producir pueden expandirse si se realizan en un marco lúdico.

El negocio del entretenimiento ha evolucionado de la mano de un cambio sustancial en la mirada penalizadora de la sociedad (“ganarás el pan con el sudor de tu frente”) sobre los “pasatiempos” o las actividades divertidas. Este cambio moral fue posible porque en forma paralela asistimos a una irrupción tecnológica que ha abierto campos insólitos para descargar la pulsión natural por la diversión.

La gente está más dispuesta a pagar por ser entretenida que por ser informada. La gente está más dispuesta a pagar por lo que quiere que por lo que necesita. No se trata de un juicio de valores, sino simplemente de una descripción de la realidad.

El mundo se ha transformado drásticamente en las últimas décadas. Por primera vez en la historia de la humanidad, las mujeres trabajan de igual modo que los hombres, compiten abiertamente y ocupan posiciones jerárquicas. Las jornadas laborales se han reducido y cada vez más, dedicamos sin avergonzarnos tiempo al ocio y al entretenimiento. Las familias cambian su dibujo tradicional, el espacio laboral derriba fronteras y paradójicamente son cada vez más lo que trabajan y producen sin salir de las paredes de su hogar. En el mundo occidental hay más personas que viven solas que en parejas. Nada es lo que fue.

Desde la segunda guerra mundial en adelante se producido una revolución económica sin precedentes. Y el pujante desarrollo de Estados Unidos se ha emparentado el crecimiento europeo y posteriormente el desembarco de las economías japonesas, los tigres asiáticos y ahora China y la India. La revolución industrial fue seguida por una revolución tecnológica que parece no tener fecha de finalización.

La irrupción tecnológica

Esta síntesis entre tiempo y recursos disponibles y la irrupción tecnológica puso en marcha acelerada a la industria del entretenimiento. Al cine se le sumó la televisión, el cable, el satélite, los VHS, los DVD. Al negocio de los discos de vinilo en tres velocidades le explotó los CD y la calidad de las emisoras en frecuencia modulada que desplazaron para siempre la radio AM. El reciente desembarco de los I.Pod y los MP3 le dieron otra vuelta de tuerca a la música que de los comedores, pasó a las habitaciones, a los vagones de subte y cuándo no, a las clínicas y hospitales.

Por lo pronto en el 2007 la inversión publicitaria en Internet en los Estados Unidos ya le ganó en facturación a la radio. Y van por la televisión. Se estima que para antes del 2010 las empresas destinarán más fondos en la Web que en la TV, quien viene liberando el rubro desde más de medio siglo. El director de la consultora especializada MGroup, Adam Smith (vaya nombre para dar pronósticos) asegura que para fines del 2008 la publicidad en la red representará casi el 30% de los flujos publicitarios ya que Internet, mejor que cualquier otro medio, ofrece un combo imbatible de clasificados, búsquedas especializadas y calidad expositora.

La evolución tecnológica y el entretenimiento

La escritura la habían inventado los sumerios hace unos 5.000 años. Luego, tuvieron que pasar 3.500 años antes que el hombre diera otro paso gigante en su evolución, cuando Gutenberg inventó la imprenta de tipos móviles. Menos de 500 años pasaron antes que se diera el siguiente y también extraordinario paso, la creación de la computadora personal a cargo de IBM. Es posible que este avance sea el más relevante de la historia, no sólo en cuanto a las posibilidades de desarrollo que permite, sino por el olvidado flanco de las libertades individuales. De la mano de Internet, las libertades de expresión y opinión han tenido un crecimiento fantástico, desconocido desde los albores de los sistemas democráticos y republicanos hacia fines del siglo XVIII.

La telefonía móvil con sus aplicaciones interminables, para concentrar en un dispositivo electrónico que encerramos en un puño casi toda nuestra vida. Nuestros contactos, nuestras imágenes, los compromisos y la agenda futura y ha multiplicado en forma exponencial nuestro universo. Desde cualquier lado entramos en la WWW y, sin pasaportes, llegamos a cualquier punto del planeta, de éste planeta, por ahora.

Las PC con sus posibilidades de juegos electrónicos han generado negocios extraordinarios, que ya superan largamente a los exclusivos del cine o de la televisión. Existen sitios de Internet para cualquier forma de entretenimiento, para bajar música (Napster, MPEG) o también para ingresar en la mayor cinemateca mundial (You Tube) que descarga por día 200.000 películas. La llegada del TiVo permitió incluir a los ansiosos de grabar en forma digital contenidos de televisión que luego se ven sin tediosos comerciales. Los jóvenes pasan más horas frente a la PC que frente a la televisión. Pero las tecnologías van confluyendo hacia un solo monitor donde jugar, escuchar música, ver películas, chatear, trabajar y aprender.

Si bien la industria editorial fue sacudida por la evolución tecnológica y cada vez menos gente lee diarios y revistas, también es cierto que ha emergido un nicho de mercado para publicaciones exclusivas. Las que responden a particulares aficiones: *fitness*, medio ambiente, deportes amateur, turismo alternativo, autos antiguos, esoterismo, cocina, por ejemplo. De tal magnitud, que en pocos años, la cantidad de títulos llegó al a friolera de 20.000 magazines diversos para cualquier pasión humana.

Paralelamente, el escenario de las nuevas formas de entretenimiento ha evolucionado. Desde los jóvenes que pasan horas con sus Play Station en sus hogares, hasta el parque temático, los *shopping* fuera de las ciudades que se han convertido en centros comerciales pero también de diversión, los multicines, los recitales que cada vez más desdeñan los teatros para ofrecerse en estadios de fútbol, playas, parques o centros históricos.

Ahora bien. Los medios se zambullen en el mundo audiovisual. Y esto es una bomba. **En los próximos cinco años, cambiarán las comunicaciones más que lo que han hecho en los últimos cincuenta años.** Piensen por ejemplo la telefonía móvil y lo que representa. La telefonía tardó 75 años en cubrir el 70% de la población en los Estados Unidos, la radio 39 años, la televisión 25 años e Internet lo logró en 7 años.

Todo esto ocurre frente a un hecho inédito. Por primera vez conviven en un mismo tiempo y espacio dos generaciones distintas: los de la Galaxia Gutenberg y los de la galaxia audiovisual. La primera creció con los libros como centro de su formación cultural, con un aprendizaje lineal, secuencial. Primero las letras, los números, luego las palabras, las operaciones simples, luego la sintaxis y las oraciones o las operaciones complejas. Es decir, como a la construcción de una casa, los cimientos, las paredes, luego los techos, en fin. Ahora no. Pero para la segunda, para los de la galaxia audiovisual **el aprendizaje es una intersección fenomenal**

entre imágenes electrónicas, musicales, videoclips, MP3, videojuegos, Internet, telefonía móvil. El libro ha perdido el eje, ha sido descentrado de la comunicación y del aprendizaje.

Este artículo es el primero de una serie extraída del libro de Antonio Ambrosini, recientemente publicado “La Cultura del Entretenimiento”, Universidad de Palermo-Nobuko, Buenos Aires, 2008.