

Bienvenidos a la era del 'streaming' de cine y televisión basura

DAVID MOSCROP :: 16/07/2024

Historia de desregulación y del modelo de capital monopolístico de las grandes finanzas, que entra con fuerza y, cuando se va, deja un rastro de devastación

Si hay una ley de hierro para el capitalismo del siglo XXI, es que el capital riesgo y el gran capital corporativo mierdificará todo lo que esté a su alcance. Recientemente, la clase financiera fue noticia por destruir la cadena Red Lobster, privándonos a los ciudadanos de a pie de una comida decente fuera de casa. Las mismas fuerzas también se han propuesto arruinar la industria del entretenimiento y a quienes trabajan en ella.

En *Harper's Magazine*, Daniel Bessner, editor colaborador de *Jacobin*, escribió «La vida y la muerte de Hollywood», un artículo imprescindible sobre Hollywood. En él deconstruye la industria del 'streaming', trazando la historia del cine y la televisión desde sus primeros años, pasando por la desregulación de los años ochenta y noventa, hasta la consolidación de la industria y la reducción de riesgos. Allí destaca la forma en que la promesa de creatividad, libertad y trabajo digno en la industria fue masacrada en el altar de la extracción de beneficios de la propiedad intelectual, la explotación de los trabajadores y la carrera por las ganancias.

Como escribe Bessner, la estrategia original del 'streaming' consistía en aumentar el número de abonados, dominar la cuota de mercado y hacer caja a gran escala. Pero la estrategia fracasó, sobre todo cuando el crédito se encareció, y ahora la industria se tambalea, estafando a sus guionistas y actores e imponiendo anuncios a los abonados en un grotesco regreso a algo muy parecido a la televisión por cable.

El país de la basura

En su artículo, Bessner relata la experiencia de la guionista Alena Smith en Hollywood durante la era del 'streaming' y el panorama no es nada halagüeño. Es lo que cabría esperar de Apple: exigir demasiado, ofrecer demasiado poco y exprimir al trabajador sin tenerlo en cuenta como ser humano.

Smith explicó a Bessner cómo la afluencia de dinero al 'streaming' acabó haciendo que los escritores se sintieran estafados. «Es como si todo un mundo de intelectuales y artistas recibiera una subvención multimillonaria del mundo de la tecnología», dijo. «Pero nos equivocamos y, francamente, nos manipularon activamente haciéndonos creer que era porque se preocupaban por el arte».

Si ves televisión o películas por Internet, conocerás las frustraciones actuales de este modelo. Se prometió que no habría anuncios y que la oferta sería infinita. En lugar de eso, obtuviste anuncios y, bueno, un sinfín de opciones, pero fue un trato fáustico.

Ahora, estás suscrito a media docena de servicios cada vez más caros, cada vez más respaldados por anuncios y cada vez más llenos de basura que acapara la propiedad intelectual (PI) y otras innumerables opciones que son indistinguibles entre sí y de lo que ofrecía el cable hace una o dos décadas.

La televisión por cable contraataca

John Koblin, en el *New York Times*, escribe

Cada vez es más difícil evitar los anuncios en los servicios de 'streaming'. Uno a uno, Netflix, Disney+, Peacock, Paramount+ y Max añadieron anuncios de 30 y 60 segundos a cambio de un precio de suscripción ligeramente inferior. Amazon activó los anuncios por defecto. Y los deportes en directo de esos servicios incluyen cortes publicitarios incorporados, independientemente del precio que pagues.

La razón es previsible: las empresas quieren obtener beneficios y tienen dificultades para conseguirlo. Sólo pueden recortar los costos laborales hasta cierto punto, algo que llevan intentando desde hace tiempo, incluso cuando guionistas y actores se declararon en huelga el año pasado. Y el mercado, ya de por sí saturado, no puede permitirse tantas subidas de precios. Los anuncios son una forma de mejorar el balance.

Otra fuente de efectivo, como señala Koblin, son los estándares baratos y de bajo riesgo: un enfoque de «callarse y apostar a los éxitos». Eso significa que las empresas de 'streaming' están, como él escribe, «encargando series de bajo costo, como dramas médicos, programas jurídicos y comedias de situación».

Si juntamos todo esto, resulta muy difícil distinguir el 'streaming' del cable, aunque la carga publicitaria sea menor en el primer caso. Sigue habiendo anuncios, el costo de las suscripciones equivale al de un paquete de televisión por cable y los programas son familiares y están repletos de los escenarios, tramas y tropos habituales.

La familiaridad no es casual. Los viejos actores de la televisión y el cine forman parte de la nueva industria del entretenimiento en 'streaming' tanto como los nuevos hermanos tecnológicos que se mueven rápido y rompen moldes. Y todos venden lo mismo. Lo mismo de siempre.

Como señala Bessner:

A principios de los años ochenta, seis enormes conglomerados —Disney, General Electric, News Corporation, Sony, Time Warner y Viacom— controlaban los principales estudios de cine y cadenas de televisión, así como una parte sustancial de las rentables empresas de cable. Los conglomerados se llevaban más del 85% de todos los ingresos del cine y producían más del 80% de la televisión estadounidense de máxima audiencia.

Paralelamente, señala que en los años siguientes, tres grandes empresas de gestión de activos pasaron a dominar las empresas cotizadas más valiosas de Estados Unidos. Ya se ve por dónde va esto: la historia del declive del 'streaming', de su mierdificación, es una historia de desregulación y del modelo de capital monopolístico de las grandes finanzas, que

entra con fuerza y que, cuando se va, deja un rastro de devastación.

Hollywood a vista de buitre

En 2022, la inversión de capital privado en el entretenimiento experimentó un fuerte descenso en comparación con los años anteriores. En 2021, los buitres vertieron la asombrosa cifra de 12.450 millones de dólares en la industria, pero al año siguiente esa cifra se desplomó a 10.600 millones. En 2023, la inversión alcanzó su nivel más bajo en seis años, con apenas 2.770 millones de dólares.

El sector atribuye este declive a varios factores: la falta de oportunidades publicitarias, la supuesta carga del escrutinio normativo y el difícil panorama de los servicios de 'streaming', que luchan por obtener beneficios dentro de los confines del nuevo modelo que ellos mismos crearon. Los costos del crédito y la inflación tampoco ayudan.

Esta tendencia refleja un periodo más amplio de austeridad para la industria en el que los trabajadores —escritores, actores y todos aquellos que hacen que la industria del entretenimiento funcione desde la base— luchan por salir adelante.

El capital riesgo y las grandes empresas dan capital y lo quitan. En esencia, se convirtieron en los árbitros de la fortuna en la industria del entretenimiento. Ahora, al cambiar la marea, nos encontramos con el peor de los mundos. La industria se hunde, los trabajadores soportan las consecuencias, los consumidores se ven inundados de anuncios y cargan con facturas cada vez más elevadas y el antaño vibrante paisaje de la creatividad se ve sofocado por una monocultura de bajo riesgo que explota la propiedad intelectual. Este sombrío panorama se ve agravado por el inminente espectro de la inteligencia artificial, que promete más de lo mismo, en el mejor de los casos.

Esperemos que todo el mundo disfrute de verdad con *Anatomía de Grey* y *Cita a ciegas*. Porque en un futuro previsible, será lo que nos quede de una forma u otra.

Jacobinlat

<https://www.lahaine.org/mundo.php/bienvenidos-a-la-era-del>