



La cultura pop se ha convertido en un oligopolio

por Adam Mastroianni

Un cártel de superestrellas ha conquistado el cine, la literatura y la música. ¿Cómo ha ocurrido y qué podemos hacer al respecto?

Quizá te has dado cuenta de que todas las películas populares estadounidenses de hoy en día son *remakes*, *reboots* (reinenciones), secuelas, *spin-offs* (programas derivados) o expansiones de un universo cinematográfico. En 2021, solo una de las diez películas más taquilleras —el filme de Ryan Reynolds *Free guy*— era original. Solo hubo dos originales entre las diez películas más taquilleras de 2020, y ninguna en 2019.

La gente culpa de esta tendencia a estudios de cine codiciosos o a unos espectadores tontos o a la competencia de Netflix o a que la humanidad se está quedando sin ideas. Algunos dicen que es una señal del fin del cine. Otros afirman que no hay nada nuevo en todo esto.

Algunas de estas explicaciones son totalmente erróneas; otras pueden contener una pizca de verdad. Pero todas son incompletas, porque esto no ocurre solo en el cine. En todos los rincones de la cultura pop —películas, televisión, música, libros y videojuegos—, un cártel cada vez más pequeño de superestrellas reclama una cuota de mercado cada vez mayor. La situación antes era que “los ganadores se quedan con algo”, luego pasó a ser “los ganadores se quedan con mucho” y ahora roza el “los ganadores se quedan con todo”. La palabra (muy tonta) para definir esto es oligopolio, como un monopolio pero con unos cuantos jugadores en lugar de uno solo.

Soy escéptico ante las grandes afirmaciones sobre cambios históricos. Hace poco publiqué un artículo en el que

demostraba que la gente sobrevalora cuánto ha cambiado la opinión pública en los últimos cincuenta años, así que normalmente estoy atento a sesgos similares en este caso. Pero este cambio no es una ilusión. Es grande, lleva décadas produciéndose y está ocurriendo en todas partes. Así que vayamos al fondo del asunto.

Películas

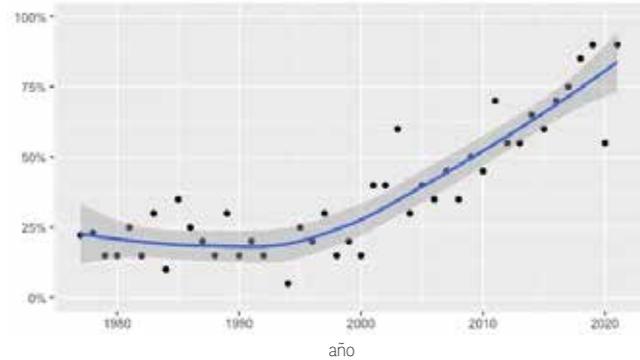
En los primeros puestos de la taquilla, las películas originales se han extinguido.

Analiqué las veinte películas más taquilleras desde 1977 y comprobé si cada una de ellas formaba parte de lo que los estudiosos del cine denominan “multiplicidad”: secuelas, precuelas, franquicias, *spin-offs*, expansiones del universo cinematográfico, etc. Esto requirió algunos juicios de valor. Muchas películas se basan en libros y programas de televisión, pero solo las conté como multiplicidades si estaban relacionadas con una película anterior. Así, *Las tortugas ninja* de 1990 no se categoriza como una multiplicidad, pero *Las tortugas ninja 2: El secreto de los mocos verdes* de 1991 sí, y lo mismo ocurre con el *remake* de *Las tortugas ninja* de 2014. También es probable que se me hayan pasado algunas multiplicidades, sobre todo en décadas anteriores, ya que a veces no es obvio que una película tenga alguna conexión con otra anterior.

En cualquier caso, el cambio es gigantesco. Hasta el año 2000, alrededor del 25% de las películas más taquilleras eran precuelas, secuelas, *spin-offs*, *remakes*, *reboots* o expansiones

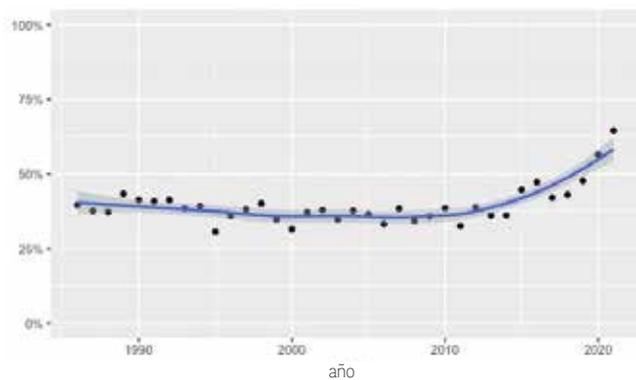
del universo cinematográfico. Desde 2010, ha sido más del 50% cada año. En los últimos años, se ha acercado al 100%.

Películas en el top 20 de ingresos que son precuelas, secuelas, spin-offs, remakes, reboots o expansiones del universo cinematográfico.



Las películas originales ya no son populares, si es que llegan a hacerse. Las películas más taquilleras también han empezado recientemente a acaparar una mayor parte del mercado. He extraído los ingresos de las veinte películas más taquilleras y los he dividido por los ingresos totales de las doscientas películas más taquilleras, remontándome hasta 1986. Las veinte películas más vistas acapararon alrededor del 40% de todos los ingresos hasta 2015, cuando empezaron a engullir aún más.

Porcentaje de ingresos que va a las veinte películas más taquilleras.

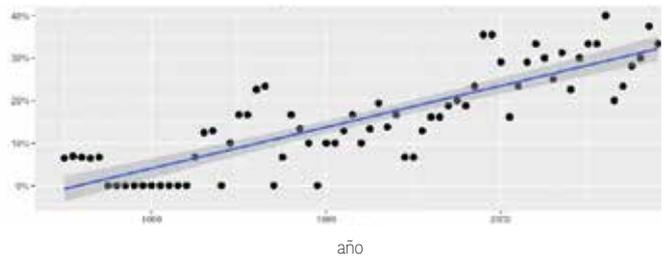


Televisión

Gracias a la televisión por cable y al *streaming*, hoy en día hay mucha más televisión que hace cincuenta años. Así que tendría sentido que unos pocos programas dominaran las primeras décadas de la televisión, y que ahora los nuevos programas se desplacen constantemente unos a otros en la cima de las listas de audiencia.

En cambio, ha ocurrido lo contrario. He analizado los treinta programas de televisión más vistos desde 1950 hasta 2019 y he descubierto que cada vez menos franquicias dominan una parte cada vez mayor de las ondas. De hecho, desde el año 2000 alrededor de un tercio de los treinta programas más vistos son *spin-offs* de otros programas en el top 30 (por ejemplo, *CSI* y *CSI: Miami*) o transmisiones múltiples del mismo programa (por ejemplo, *American idol* los lunes y *American idol* los miércoles).

Series de televisión en el top 30 (por audiencia) que son spin-offs de otros shows en el top 30 de ese año (por ejemplo CSI y CSI: Miami) o múltiples emisiones del mismo show (American idol los lunes y American idol los miércoles).



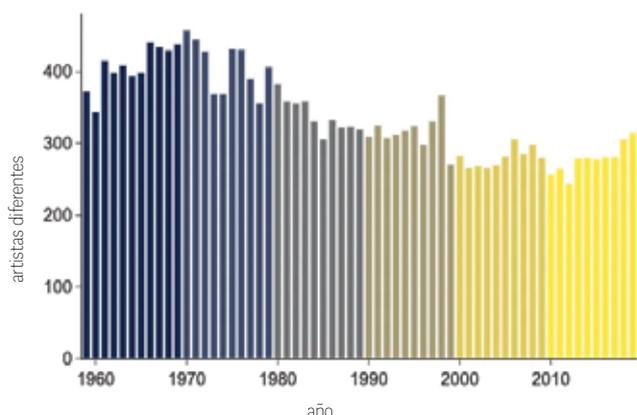
Dos advertencias sobre estos datos. En primer lugar, es probable que esté infravalorando ligeramente las multiplicidades de décadas anteriores, en las que las conexiones entre programas podrían ser más difíciles de entender para un espectador moderno como yo; por ejemplo, puede que un hombre presentara varios programas diferentes. Y en segundo lugar, las clasificaciones de Nielsen que estoy utilizando comenzaron hace poco a medir con precisión la audiencia en las plataformas de *streaming*. Pero de todo el contenido que se vio en 2019 en Estados Unidos, un 14% fue en *streaming*, por lo que estos datos no se equivocan mucho.

Música

Antes era común que solo unos pocos creadores dominaran las listas de éxitos –The Beatles, The Eagles, Michael Jackson–, mientras que hoy es una batalla campal, ¿verdad?

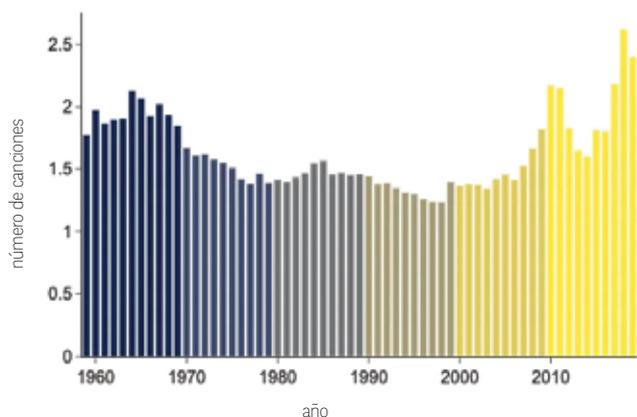
Pues no. Un científico de datos llamado Azhad Syed ha hecho el análisis y ha descubierto que el número de artistas en la lista Billboard Hot 100 ha ido disminuyendo durante décadas.

¿Cuántos artistas diferentes llegan al top 100 de éxitos al año?



Y desde el año 2000, el número de éxitos por artista en el top 100 ha ido en aumento.

¿Cuántas canciones tiene un artista del top 100 en la lista cada año?

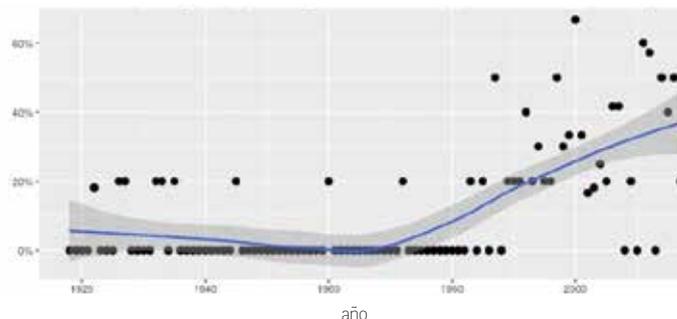


Un pequeño grupo de artistas encabeza las listas de éxitos y produce la mayoría de ellos. La música también se ha convertido en un oligopolio.

Libros

La literatura parece un mundo diferente al del cine, la televisión y la música, pero la tendencia es la misma. Utilizando la lista de *Literary Hub* de los diez libros más vendidos de cada año desde 1919 hasta 2017, he descubierto que el oligopolio también ha llegado a la edición de libros. Hay un par de maneras de ver esto. En primer lugar, podemos ver el porcentaje de autores que repiten en el top 10, es decir, el número de libros en el top 10 que fueron escritos por un autor con otro libro entre los diez primeros.

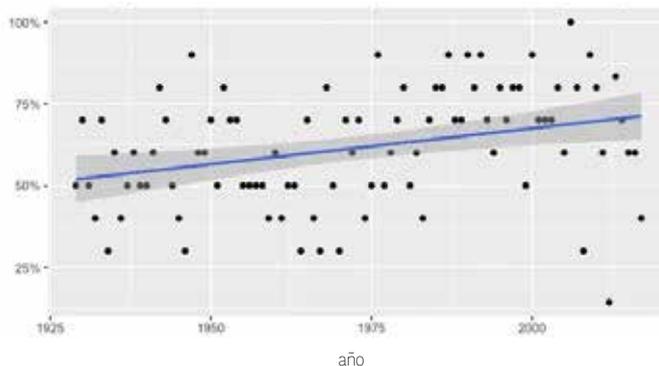
Libros en el top 10 (por ventas) escritos por un autor con múltiples libros en el top 10 ese año.



Antes era bastante raro que un autor tuviera varios libros entre los diez primeros en el mismo año. Desde 1990, ocurre casi todos los años. Ningún autor había tenido tres libros entre los diez primeros en un año hasta que Danielle Steel lo consiguió en 1998. En 2011, John Grisham, Kathryn Stockett y Stieg Larsson consiguieron dos libros cada uno.

También podemos observar el porcentaje de autores que ya eran famosos, es decir, que habían publicado un libro entre los diez primeros en los últimos diez años. Este porcentaje también ha aumentado con el tiempo.

Libros en el top 10 (por ventas) escritos por un autor que tenía otro libro en el top 10 en los últimos diez años.



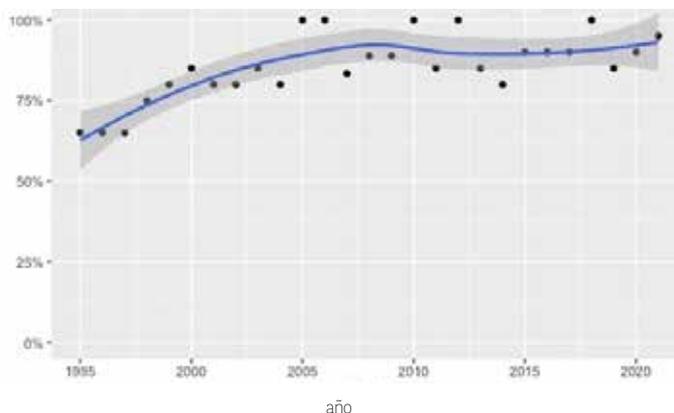
En los años cincuenta, algo más de la mitad de los autores que figuraban entre los diez primeros habían estado antes en esa lista. Hoy en día, la proporción se acerca al 75%.

Videjuegos

He rastreado los veinte videojuegos más vendidos de cada año entre 1995 y 2021 y he comprobado si cada uno pertenece a una franquicia de videojuegos preexistente. (Algunos juegos, como *Harry Potter y la piedra filosofal*, pertenecen a franquicias ajenas a los videojuegos. Para estos etiqueté la primera entrega como original y cualquier entrega posterior como juego de franquicia.)

El oligopolio también gobierna los videojuegos:

Videjuegos en el top 10 (por ventas) que son parte de una franquicia.



A finales de los noventa, el 75% o menos de los videojuegos más vendidos eran entregas de franquicias. Desde 2005, todos los años superan el 75%, y a veces llegan al 100%. En lo más alto de las listas, todo es *Mario*, *Zelda*, *Call of duty* y *Grand theft auto*.

¿Por qué ocurre esto?

Cualquier explicación del auge del oligopolio pop tiene que responder a dos preguntas: ¿por qué los productores han empezado a producir más de lo mismo y por qué los consumidores lo consumen? Creo que las respuestas a la primera pregunta son *invasión*, *consolidación* e *innovación*. La respuesta a la segunda pregunta es la proliferación.

Invasión

El software e internet han facilitado más que nunca la creación y publicación de contenidos. La mayoría de las cosas que hacen aficionados al azar son basura y nadie las ve, pero una pequeña proporción tiene mucho éxito. Esto puede hacer que los gigantes de los medios decidan producir y promocionar cosas que los bichos raros independientes nunca podrían, como una película de *Los Vengadores*. Esto no puede explicar por qué la oligopolización comenzó hace décadas—YouTube no se lanzó hasta 2005, por ejemplo, y la mayoría de los estadounidenses no tuvieron banda ancha hasta 2007—, pero podría explicar por qué se ha acelerado y se ha mantenido.

Consolidación

A las cosas grandes les gusta comerse a las pequeñas, derrotarlas y competir con ellas. Por eso, con el tiempo, las cosas grandes se hacen más grandes y las pequeñas desaparecen. De hecho, los estudios de cine, las discográficas, las cadenas de televisión y las editoriales de libros y videojuegos se han consolidado. Tal vez sea inevitable que los grandes productores de cultura absorban o destruyan a todos los demás, dejando solo superestrellas y éxitos de taquilla. De hecho, tal vez el oligopolio cultural no sea más que un estado de transición antes de llegar al monopolio cultural.

Proliferación

La invasión, la consolidación y la innovación pueden, creo, explicar el oligopolio pop desde el lado de la oferta. Pero las tres requieren un público dispuesto. Entonces, ¿por qué la gente está más dispuesta a experimentar lo mismo una y otra vez?

A medida que se multiplican las opciones, resulta más difícil elegir. No puedes evaluarlo todo, así que empiezas a confiar en pistas como “en esta película sale Tom Hanks” o “me gustó *Red dead redemption*, así que probablemente me gustará *Red dead redemption 2*”, lo que hace que cada vez sea menos probable que elijas algo desconocido.

Otra forma de verlo: más oportunidades significa mayores costes de oportunidad, lo que podría llevar a una menor tolerancia al riesgo. Cuando la única forma de ver una película es elegir una de las siete que ponen en el cine de tu barrio, puede que te arriesgues con algo nuevo. Pero cuando hay un millón de películas entre las que elegir, escoger una opción segura y conocida parece más sensato que apostar por una original.

Esto podría estar ocurriendo en toda la cultura a la vez. Las películas no solo compiten con otras películas. Compiten con cualquier otra forma de pasar el tiempo, y esas formas son infinitas y van en aumento. Ahora hay 60.000 libros gratuitos en el Proyecto Gutenberg, Spotify dice que tiene 78 millones de canciones y 4 millones de episodios de podcast, y la humanidad sube quinientas horas de vídeo a YouTube cada minuto. Así que sí, la película de Tom Hanks suena bien.

¿Qué hacemos al respecto?

Algunos pueden pensar que el auge del oligopolio pop significa el declive de la calidad. Pero el oligopolio aún puede hacer arte: *Red dead redemption 2* es un juego estupendo, “Blinding lights” es una gran canción y *Toy story 4* es una película bastante buena. Y si echamos la vista atrás y nos fijamos en el material popular de hace una generación, hay mucha basura. Hemos olvidado las novelas del Oeste y los romances insípidos que llegaron a las listas de los más vendidos, mientras que libros como *El gran Gatsby*, *Un mundo feliz* y *Rebelión en la granja* no lo hicieron. *American*

idol no es tan diferente de los concursos de talentos televisados de los años cincuenta. La cultura popular siempre ha sido una mezcla de lo brillante y lo banal, y nada de lo que te he mostrado sugiere que la proporción haya cambiado.

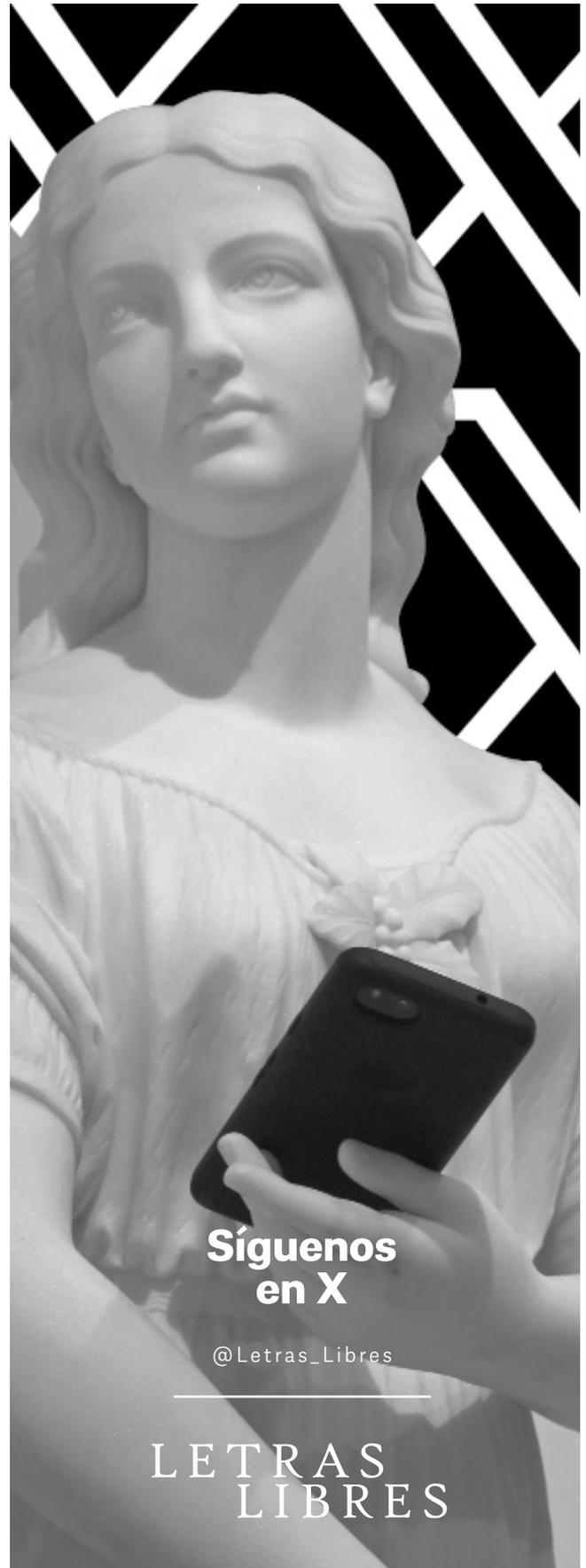
El problema no es que la media haya disminuido. Es que la varianza se ha reducido. El cine, la televisión, la música, los libros y los videojuegos deberían expandir nuestra conciencia, despertar nuestra imaginación y presentarnos nuevos mundos, historias y sentimientos. A veces deberían alienarnos, enfadarnos o hacernos pensar. Pero no pueden hacer nada de eso si solo nos alimentan con secuelas y *spin-offs*. Es como comer macarrones con queso todas las noches para siempre: puede ser cómodo, pero al final te va a dar escorbuto.

Aún no nos hemos dado cuenta de lo que el oligopolio cultural puede estar haciéndonos. ¿Hasta qué punto atrofia nuestra imaginación jugar a los mismos videojuegos que jugábamos hace treinta años? ¿Qué mensaje envía el hecho de que una de las canciones más populares de la década de 2010 trate de cómo una estrella de rock de los setenta era realmente guay? ¿Hasta qué punto embota nuestras ambiciones ver en 2021 *The Matrix: Resurrections*, de 2021, donde la escena más interesante es la de Neo viendo la *Matrix* original de 1999? ¿Hasta qué punto es inspirador ver pequeñas variaciones de los mismos procedimientos policiales y *reality shows* año tras año? Mis padres crecieron con la primera película de *Star wars*, que tuvo la audacia de crear todo un universo. Mis sobrinos están creciendo con la novena película de *Star wars*, que aspira a vender productos. Alimentarse exclusivamente de comida cultural reconfortante no puede hacernos reflexivos, creativos o valientes.

Afortunadamente, existe una cura para nuestra anemia cultural. Mientras la cima de las listas se ha oligopolizado, la base sigue siendo una vibrante anarquía. Hay libros raros, películas divertidas y música de todo el mundo. Dos de los videojuegos más interesantes de la última década te ponen en la piel de un funcionario de inmigración y un perito de seguros. Todas las cosas extrañas, maravillosas y terribles están a tu disposición, pero se extinguirán si no las alimentas con tu atención. Para encontrarlas hay que rebuscar y excavar, y luego tendrás que digerir sabores muy extraños y desconocidos. Eso es bueno. Aprender a que te gusten las cosas desconocidas es una de las búsquedas humanas más nobles; crea empatía con la gente desconocida. Y enciende ese fuego delicado y precioso que llevamos dentro: sin él, podríamos ser algoritmos. No solo de pan vive la humanidad, ni nuestros espíritus pueden sobrevivir mucho tiempo a base de reposiciones. ~

*Traducción del inglés Ricardo Dudda.
Publicado originalmente en Experimental History.*

ADAM MASTROIANNI es estudiante de doctorado en el departamento de psicología de la Universidad de Harvard.



Síguenos
en X

@Letras_Libres

LETRAS
LIBRES