

Cultura

El modelo de consumo y producción cultural

El mercado está herido de muerte y todo empezó con Napster; así lo advierte Jeremy Rifkin

La cultura mató al CAPITA

PEDRO VALLÍN
Madrid

El coste marginal es lo que cuesta producir una unidad más. Es muy importante esta definición porque explica por qué el capitalismo está muriendo de éxito y por qué la industria cultural ha cambiado de arriba abajo y de forma irreversible en quince años. Imaginen una fábrica de coches que produce 500 unidades al mes. ¿Cuánto le costaría producir 501? Con la fábrica instalada y la plantilla en funcionamiento (costes fijos), añadir una unidad significaría un coste pequeño. La teoría económica clásica postula que la competencia obliga a reducir el coste marginal (aumentar la productividad), y que esto fomenta la innovación. Lo que ninguno de los teóricos del capitalismo sospechaba es que pudiera alcanzarse un coste marginal cero. Pero la tecnología lo ha hecho.

Hoy es una evidencia para los mercados culturales: proveer 10.000 ejemplares de un libro electrónico cuesta exactamente lo mismo que proveer uno. O mil millones. Sólo existen los costes fijos, porque el coste marginal de

trial, Paidós, 2011) en su nuevo libro, *La sociedad del coste marginal cero* (Paidós, 2014), y su respuesta es indubitada: sí, se extenderá a la práctica totalidad de los sectores; ya lo está haciendo, de hecho. Rifkin no cree en un desplome súbito del modelo capitalista sino en su progresiva pérdida de hegemonía en este siglo. No es un nostálgico comunista ni un ingenuo y asesora a la UE, la OCDE y Estados Unidos sobre las políticas económicas del futu-

OTRO MERCADO CULTURAL
El economista y sociólogo vaticina que el cambio en la industria cultural se extenderá a otros sectores

ro. Y por cierto, insistió mucho en Madrid en que la actual política económica española “está completamente equivocada”. Pero eso es asunto de otra sección.

“La lógica operativa del capitalismo lo hará extinguirse”. La razón por la que la desaparición del coste marginal causa el hundimiento del modelo es que en ese coste marginal descansan la fijación de precios y los beneficios empresariales. Es decir, cuando la innovación es tan innovadora

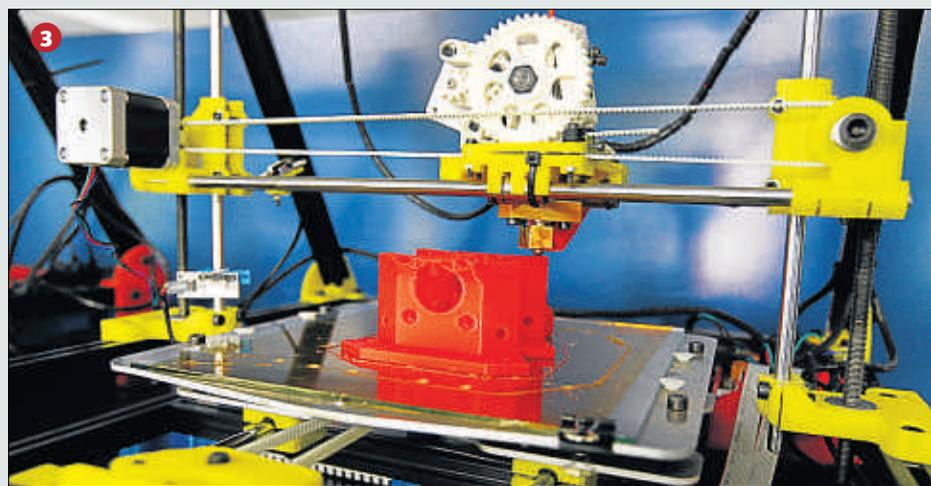
drástica— como antes Napster y luego iTunes o Spotify hicieron con las grandes discográficas.

Esta nueva concentración de poder es la que no deja dormir a Jaron Lanier, (*¿Quién controla el mundo?*, Debate, 2014), que ve en la gestión del *big data* (grandes conglomerados de datos) un gran riesgo para el futuro de la humanidad que aumenta las desigualdades y concentra el poder. Pone un ejemplo: antes, “si una aseguradora quería aumentar sus beneficios, la principal manera de hacerlo era asegurar a un número cada vez mayor de clientes. Tras la aparición del *big data*, los incentivos se invirtieron de una manera perversa, y la vía para incrementar los ingresos consistió en

asegurar únicamente a quienes los algoritmos indicaban que menos necesitaban contratar un seguro”. Aplica lo mismo a la NSA, la agencia de seguridad estadounidense, pillada espionando a todo bicho viviente. Hoy grandes empresas e instituciones pueden acceder a una información propia del Gran Hermano orwelliano sin siquiera personal para gestionarla, gracias al software y los algoritmos que evalúan y clasifican a los ciudadanos.



ARCHIVO



MARC ARIAS

1. Wall Street. Jack Ma, el Steve Jobs de China, en su desembarco bursátil

2. Jaron Lanier. El autor e informático alerta sobre el poder del *big data*

3. Impresoras 3D. Clave para que los consumidores pasen a ser prosumidores

4. Rifkin. “El cambio es tan crucial como el paso de la caza a la agricultura”

cada nueva unidad es cero. La pregunta obvia es si ese cambio de paradigma, que ha arrasado a la industria cultural tradicional —ojo, no a la creación ni al consumo—, puede hacerse extensivo a todo el orbe productivo. Sobre todo esto reflexiona el economista y sociólogo Jeremy Rifkin (autor de *La tercera revolución indus-*

que reduce el coste marginal a cero, los precios caen hasta acercarse a la gratuidad, explica Rifkin, y las industrias convencionales colapsan por falta de beneficios. Y los viejos oligopolios son sustituidos por otros: Amazon puede hacer desaparecer a los grandes grupos editoriales —y en todo caso los hace ya contraerse de forma

Rifkin admite que estos nuevos oligopolios ya se están produciendo incluso fuera de la cultura y advierte de los riesgos de seguridad de los datos. Pone como ejemplo monopolístico a Uber, la famosa *start-up* para compartir coches que ha puesto en pie de guerra a los taxistas de medio mundo. Pero opina que es fácil

de combatir, pues cualquier usuario puede crear otra aplicación similar sin depender de la compañía de San Francisco, financiada por fondos de capital riesgo. Aplicado al caso del espionaje: WikiLeaks no necesitó más que un servidor y dos informáticos para desarmar al Gran Hermano, gracias a millares de ciudadanos que

filtraban datos. Snowden, ni eso. Jeremy Rifkin incide, en ese sentido, en la brutal democratización de la creación y la innovación, que ya se está viendo en el campo cultural: el colapso de la industria no ha reducido la producción ni el consumo de música sino que los ha hecho crecer de forma exponencial. Es la factura-