La incógnita del futuro de nuestro ocio

POR **SAMUEL MARTÍN BARBERO**

Editorial Fundación Autor. José María Álvarez Monzoncillo.
El futuro del ocio en el hogar
Madrid, 2004

Si algo queda claro después de la lectura de este libro es la ausencia de una respuesta precisa o concreta sobre la arquitectura interior y quizás, también exterior de la ?casa ociosa del futuro? apoyada por las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación). Por supuesto, se sobrentiende que el marco o hábitat natural de este lujo se encuadra dentro de la sociedad de consumo.

Este libro, en gran parte recopilatorio de datos no del todo actualizados pero con un excelente glosario explicativo de tecnicismos como apéndice, aglutina en ocasiones unas interesantes interpretaciones del autor fruto fundamentalmente retrospectivo de su estudio sobre la televisión (pública y privada ?incluye la de pago?) como industria con impacto social en España; estructura u organización, segmentaciones de mercado (audiencias), producción, contenidos, distribución, propiedad intelectual y en menor medida regulación. Es con este bagaje con el que se generan inmersiones y se establecen paralelismos con otros sistemas o instrumentos comunicativos (?ventanas de ocio?) de hoy, como el teléfono fijo, el teléfono móvil (con sus diversas generaciones), el ordenador personal, la televisión, el cine, el vídeo, la videoconsola y el reproductor o lector de DVD; y del mañana, como el PVR (integrador del decodificador/descodificador o *set top box* propio de la televisión de pago, bien vía satélite o cable junto a un video digital con capacidad de grabación y reproducción): ?No estamos ante dispositivos que compiten, sino ante sistemas complementarios. La interactividad y las nuevas prestaciones de los terminales permiten nuevas aplicaciones, pero conservando sus especificidad y sus usos principales?. Reconoce para ello que el gran sueño de las empresas implicadas en el sector telemático (informática y telecomunicaciones) es convertir la televisión en un ?centro comercial?.

Como atestigua Álvarez Monzoncillo, si bien es cierto que diversas iniciativas empresariales

Fundación Telefónica
Telefónica

han mostrado en los pasados años un optimismo irreal sobre la convergencia e integración de tecnologías (sin olvidar las redes de alta velocidad), de protocolos (básicamente, el de Internet) y de contenidos (exportables o no entre soportes) para lanzar proyectos de hogares ?domóticos?, éstos no han cuajado debido a un consumidor todavía reticente o reacio a modificar su forma de vivir dentro de sus cuatro paredes, pagando por ello además (batacazo de las expectativas empresariales de ingreso por servicios de pago por visión o PPV en la televisión) un plus desorbitado en plataforma para un beneficio cuestionable (un PVR ronda los 1.000 euros). De aquí que parezca complicado, al menos en un tiempo estipulado de unos diez años, concienciar a pesar de las tendencias individualistas del comportamiento humano sobre el control por medio de un único mando a distancia gracias a una red doméstica (*home network*, inalámbrica, generalmente) desde fuera (espacio público) o dentro (espacio privado) del domicilio particular, la temperatura del frigorífico, el centrifugado de la lavadora, el sistema de riego, el cierre de las persianas y contraventanas, el accionamiento del mecanismo de VOD (vídeo bajo demanda) para programar el visionado de una película (contenido estrella junto al deporte) a una hora determinada, etc.

Mundo interior «versus» mundo exterior

En su conjunto, la obra podría catalogarse como un estado del arte ameno, nítido, divulgativo (en ocasiones, recurre a presupuestos teóricos de Miège, Touraine y Giddens, entre otros) y a veces disperso (algunos conceptos sin desarrollar o contextualizar como la comunidad virtual y la personalización de productos y servicios dentro del *marketing*, y otros fenómenos sin mencionar como el ?apagón analógico? en España): un acercamiento y recorrido reciente de las distintas etapas y ramas socio-económicas de un tronco aún flácido denominado ?convergencia multimedia?, con un muy aceptable hincapié especial en la producción, distribución y exhibición de la música y del cine fuera y dentro de Internet, y con notas de color como las definiciones de *BoBos* (bohemio y burgués) y del nuevo hombre ?metrosexual? (heterosexual y moderno, pero que desempeña actividades femeninas): ?Frente al mundo físico el control de la Red es mucho más complicado y el acceso está más individualizado. En el mundo virtual los productores de contenido no pueden restringir tan fácilmente el acceso de los competidores y es, por tanto, posible pensar que la cadena de valor se inclinará más por la producción que por la distribución?.

En definitiva, echamos en falta saber, al menos con circunscripción española o europea y aprovechando el conocimiento científico del autor en la materia abordada, su apuesta personal por enunciar cuáles son las costumbres y actividades colectivas o individuales que desaparecerán del mundo exterior (al aire libre) para formar parte del mundo interior (dentro del hogar), y en qué medida éstas trastocarán las relaciones familiares del individuo en la sociedad actual.

Está claro que casi siempre el advenimiento de tecnologías fruto de la innovación acarrea tras de sí una polémica (aprobación y renuncia), siendo las finalmente asentadas las que modifican o incluso hacen aflorar nuevas acciones y conductas del ser humano. Las empresas aprovechan con sus técnicas de *marketing* dicha adicción o costumbre estrenada para producir y vender incentivando o acuciando las necesidades de un consumo convertido a veces en

Fundación Telefónica

esencial. Sin embargo, esta vez, la saturación, sobrecarga o desbordamiento informativo que vivimos en los países más desarrollados junto a la cada vez más creciente desproporción o desajuste de la ?brecha digital? podría frenar el auge del ?ocio tecnológico? tanto fuera como dentro de casa, hasta convertir el dicho popular ?quiero desconectar? en el reclamo adherido a cualquiera que pretenda disfrutar de su tiempo libre. Siempre habrá excepciones, como Bill Gates, pero hasta él recientemente ha reconocido el desfase por el que atraviesa su ?residencia digital? en la ciudad de Seattle puesto que en lugar de un ordenador central para controlar todos los dispositivos que almacenan sus muros, puertas y su electrónica de consumo, requiere la asistencia de una multitud de ellos encargados cada uno de una función diferente.

Aunque atado en gran parte a la tecnología, el futuro de nuestro ocio sigue siendo una incógnita dentro de una dinámica laboral que arrastra al individuo a trabajar ubicuamente cada vez más horas.

Fundación Telefónica
Telefónica