

# DINERO

dinero@nuevo excelsior.com.mx

## Los lucrativos

# 80

EN MÉXICO, COMO  
EN EL RESTO DEL MUNDO,  
LOS ADULTOS DE MAYOR PODER  
ADQUISITIVO QUIEREN RECORDAR  
SU ADOLESCENCIA: SON UN  
SEGMENTO RENTABLE >06



Sendero Luminoso intensifica sus ataques.



nueva época.

■ El Pitcher mexicano de los Dodger de Los Ángeles, Fernando Valenzuela fue reconocido como novato del año.



Una pareja sale del cine. Es de noche. Mientras camina por calles desérticas, él empieza a contar a su novia una historia de terror. Sin darse cuenta, entran en un panteón donde los muertos se levantan de sus tumbas y empiezan a atacarlos. Aterrada, ella ve que su novio se convirtió en un zombie.

Son escenas de *Thriller*, que en 1982, bajo la interpretación de Michael Jackson, revolucionó la industria del disco y al naciente MTV. Se inauguraba la década de los 80: el rock en español tomaba su segundo aire en días que para muchos pertenecieron a una década perdida, pero para otros fueron un punto de quiebre debido a los cambios económicos, políticos y sociales que se manifestaron alrededor del mundo.

Perdida o no, los 80 constituyen una década que hoy es la nostalgia de muchos: los adultos con mayor poder adquisitivo pasaron entonces por su adolescencia y están dispuestos a pagar por revivirla. Las empresas lo saben y construyen negocios alrededor de esa generación. De acuerdo con los especialistas, la tendencia durará alrededor de tres años más.

#### De marca

Aquí una prueba sobre la popularidad que han cobrado los ochenta: las marcas. Los nombres comerciales que en esos tiempos tuvieron su auge vuelven a colocarse en las preferencias de los consumidores quienes ahora ven en Converse, Calvin Klein, Edoardos, Reebok, Lacoste y Ocean Pacific a los nuevos gurús de la moda.

Mientras que otras como Halston, Jordache, Gloria Vanderbilt, Sergio Valente, Sasson, Top Sailer, los pantalones Cavaricci, los Magicientos y el entonces muy popular gel para el cabello Súper Punk, pasaron a la historia o simplemente perdieron popularidad y prestigio.

“(El regreso) se debe a ciclos normales. Pero hay algunas cualidades de esta década que podemos señalar: en los ochenta nos creíamos muy progresistas, modernos y liberados, pero ahora nos parece una época llena de ingenuidad. Aún no teníamos internet, celulares, *reality shows*, ni la obsesión por lo extremo como ahora. Éramos más ingenuos y eso hoy es algo que muchos buscan”, considera Emilio Betch, mercadólogo y catedrático de la Universidad Iberoamericana.

Añade que los ochenta además representan una década de transición y crisis muy similar a la que vivimos en este nuevo siglo. Fue cuando la Guerra Fría llegó a su fin con la caída del Muro de Berlín, y el fin de la Unión Soviética. La manifestación

# Los adolescentes ochenteros tienen casi 30 millones de mexicanos según la población que concentra los mayores de decenas de industrias que en variados em

POR JULIANA FREGOSO/juliana.fregoso@



... muy similar a la que vivimos en el nuevo siglo. Fue cuando llegó a su fin con la caída de Berlín, y el fin de la ideología. La manifestación de la diversidad sexual que la libertad y protección ante la epidemia del SIDA. El paso de ser una industria a ser una industria informática.

... de la clave del regreso de la población que consume los mayores ingresos, de los últimos años —casi 30 millones de personas según el INEGI— fue un descenso en los 80 y la década de los 90 años mozos los hace un potencial para el mercado de consumo.

... por ciento de quienes se encuentran en este rango de edad, perdidos y tres salarios mínimos mensuales, “Es el segmento de mayor consumo en el país”, apunta el investigador de De la Facultad de Economía.

... que esa década marcó la pauta para muchas de las reglas que rigen la sociedad actual. En los 80 los pasaron de ser delgadas a ser delgadas, pues la moda de las blusas y los ejercicios de Jane Fonda lo que en lo que a ropa se refiere la necesidad de cumplir con las expectativas de quienes se ejercitan así como nace la tendencia de la moda deportiva, hoy entendida como una mentalidad inteligente, ordenada y un estilo de vida más acelerado combinado con el trabajo.

... modas regresan, pero en el siglo 21, hay algo muy especial: la moda. La generación de esa época pasó muy bien, todo era divertido, romántico... resaba en la moda, la música era las chicas sólo quieren divertirse, todo era muy alegre. Se tornaron más melancólicos, eso puede influir para toda la vida de los 80 dure más que lo que han regresado”, afirma la diseñadora de la marca Ática.

## Es lo de hoy

“Hoy, como entonces, también vivimos una serie de coyunturas que nos están llevando a un nuevo orden mundial”, compara Betech.

Hace 26 años las hombreras y la ropa holgada eran la moda, así como los colores en tonos fuertes; sin embargo: “A partir de 1987 se revaloró la figura femenina y las tendencias cambiaron; se utilizaba la ropa ajustada, para las noches los vestidos al tobillo. Algo que se está repitiendo en cuestiones de moda hoy. Podemos observar que la moda es cíclica y repite las tendencias en un 70 por ciento”, dice Daniel Smith, mercadólogo del Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Las recientes pasarelas de moda exhiben la influencia del *punk rock* y la *new wave*, chaquetas de cuero, *jeans* deslavados y *T-shirts*, muy característicos de la primera mitad de los 80.

Para los expertos, los regresos naturales del mercado pueden durar de uno a dos años, pero dada la influencia de los 80 en la sociedad actual, el regreso puede prolongarse por cuatro o cinco años más, lapso

en el que se espera que surjan nuevas tendencias de vanguardia y menos nostálgicas.

Como ejemplo de que los ochenta son negocio, la tienda de discos Mix Up, tiene en su catálogo 51 compilaciones de música de esa época y en su lista de más vendidos en inglés de esta semana, el grupo ochentero Depeche Mode con su álbum *Live in Milan* ocupa el lugar número cinco.

En su lista de éxitos en español, el grupo mexicano Moderatto, integrado por ex miembros de bandas ochenteras como Fobia y Microchips y que se dedican a regrabar temas de esa época ocupa con su álbum *GR-RR*, el lugar número cuatro.

Otra cantante surgida de un grupo de los 80, Mecano, Ana Torroja, ocupa con el disco *Me cuesta tanto olvidarte*, el octavo sitio.

“Vendo mucho esos discos (compilaciones de los 80 en CD y acetatos de la época), de los discos grandes (acetatos). Hay gente que viene y me pide que le busque los originales de Michael Jackson, de Iron Maiden”, afirma Raúl, un vendedor de discos del centro de la Ciudad de México. Podemos encontrar productos co-

mo el Ford Mustang —que ahora retoma un estilo *retro*— y contrató a Brooke Shields, uno de los íconos de los 80, que en la frase promocional decía: “Cuando lo conocí me enamoré de él; ahora tengo la edad para manejarlo”.

De igual forma, Adidas maneja una línea *retro* en donde mantiene el estilo y características que la hicieron famosa en esa época.

Ambas marcas se encuentran en el Top 30 de las marcas más buscadas en subastas electrónicas. Según datos de mercadolibre.com, Mustang ocupa el séptimo lugar y Adidas el 30.

La popular actriz Jennifer López acaba de rechazar un papel, en la película *Dinastía*, un intento de revivir a la vieja serie el drama de una familia petrolera que paralizaba a Estados Unidos a principios de los ochenta.

Madonna, quien surgió en esa época, ha sido el ejemplo de las nuevas divas de la música como Britney Spears y su moda de pulseras collares, encajes, terciopelos ahora regresa al clóset de las adolescentes del siglo XXI.

## Industria mediática

Una empresa nacida en los ochenta y considerada como ícono de esa época es MTV, tras 25 años de existencia reúne a más de 300 millones de suscriptores en el mundo.

En realidad, con el surgimiento de los videoclips e íconos de la farándula considerados “de alto consumo” esa década se reconoce como una generadora de ingresos multimillonarios en lo referente a la industria del entretenimiento.

“Luego de haber vivido el *retro setentero*, ahora las nuevas generaciones se asoman al fosforescente mundo de los ochenta, y encuentran algo muy distinto y llamativo. Para los que lo vivimos, es una mirada de nostalgia, y para los nuevos consumidores de hoy en día, es un descubrimiento totalmente kitsch”, reflexiona el experto de la Universidad Iberoamericana.

Los 80 también fueron un parteaguas en el entretenimiento. En 1985 salió el videojuego que cambió el curso de la historia. Super Mario bros.

Mientras los anteriores de la especie sólo contenían unas pocas pantallas que se repetían en un bucle y

el objetivo simplemente era hacer una alta puntuación, este juego desarrollado por Nintendo, supuso un estallido de creatividad, por primera vez había un objetivo y un final en el videojuego.

En los años posteriores, una enorme cantidad de compañías emularon su estilo. A partir de aquí aparecieron los videojuegos de plataformas como los conocemos hoy en día.

Para quienes duden que los 80 están de regreso, Betech tiene más pruebas: “El reencuentro de Timbirich en las películas *Los Ángeles de Charlie* y *Miami Vice*”.

En otros países, algunas marcas han reutilizado sus *jingles* ochenteros con un enorme éxito. ¿Te imaginas que Gansito reeditara su canción de aquella época, con la canción que todos conocemos “Gansito, Gansito, qué rico pastelito... ¡Recuérdame!”, asegura.

Cabe mencionar también que en Briz, una nueva marca de refrescos sin calorías, utiliza como su campaña promocional *Las chicas sólo quieren divertirse*, éxito de Cindy Lauper que dominara las listas de popularidad en 1985.

Ilustración: Cristina Medrano y Angeles Barajas



## 1986

- La drástica caída de precios internacionales del petróleo lleva al mundo a una nueva crisis económica.
- El dirigente libio Muamar Kadafi se convierte en la cara de la noticia al ser víctima de intento de derrocamiento por parte de Estados Unidos.
- Se celebra el Mundial de Fútbol en México.

## 1989

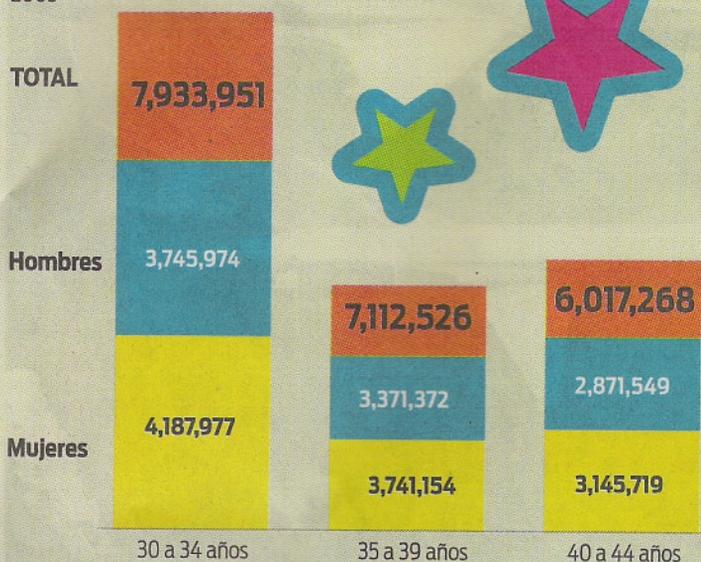
- Cae el Muro de Berlín, símbolo de la Guerra Fría.



### LOS ADULTOS DE HOY

Así se distribuye el grupo poblacional en México marcado por los ochenta.

Grupos de edad  
2005



Fuente: INEGI.

### LAS MÁS VISTAS

Entre las películas que dominaron las pantallas de cine de los 80 destacan:



■ VOLVER AL FUTURO

- BABY BOOM
- NACIDO EL 4 DE JULIO
- COCODRILO DUNDEE
- BAILE CALIENTE
- LLUVIA PÚRPURA
- CARA CORTADA

Los mercadólogos consideran que la publicidad de los 80 cumplía con valores de armonía y menor exigencia, por ello muchas marcas están volviendo a las viejas fórmulas.

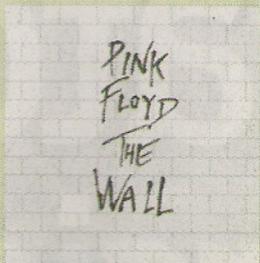
**Añorados y vaticinados**

### OLDIES BUT GOODIES

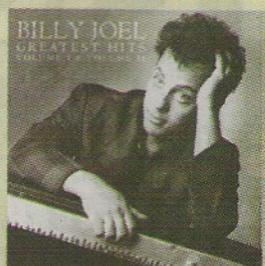
Los discos más vendidos de los 80\*



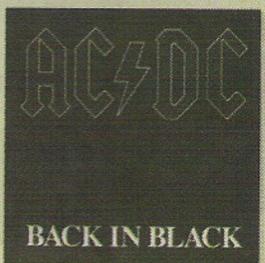
**MICHAEL JACKSON**  
Thriller 26 millones



**PINK FLOYD**  
The Wall 23 millones



**BILLY JOEL**  
Greatest Hits 1&2 21 millones

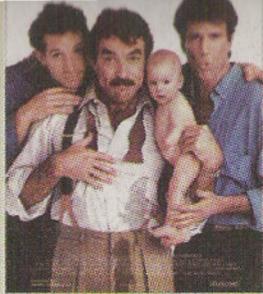


**AC/DC**  
Back in Black 19 millones



**BRUCE SPRINGSTEEN**  
Born in the USA 15 millones





## ■ TRES HOMBRES Y UN BEBÉ

Fuente: Wikipedia.

“Y es que también es más fácil reciclar algo ya probado que crear algo inédito. Por otro lado, las tendencias *retro* ofrecen seguridad y calidez a un grupo de consumidores que se sienten cada vez más enajenados con los cambios en el mundo. Para los niños y jóvenes, es una manera de reírse de cómo se peinaba su mamá, una burla aparente, porque la niña también quiere peinarse así, pero entonces lo toma como algo ridículo pero atractivo”, reitera Betech.

Según Smith, por la red navegan miles de coleccionistas ochenteros dispuestos a pagar hasta el triple por cartuchos de juegos Atari o por los primeros *walkman* (los abuelitos de los iPod) fabricados por Sony. El Rubik es otro de los objetos del deseo.

“Son productos codiciados y que si se encuentran en buenas condiciones pueden valer mucho más que cuando fueron adquiridos. Principalmente son personas interesadas en productos tecnológicos de la época y que marcaron una tendencia en el mercado”.

Un estudio elaborado por De la Riva sobre tendencias de consumo, el adulto contemporáneo actual

ficción (¿no es redundante?) en la que el estado omnipresente obliga a cumplir las leyes y normas a los miembros del partido totalitario mediante el adoctrinamiento, la propaganda, el miedo y el castigo despiadado.

La novela introdujo los conceptos del siempre presente y vigilante Gran Hermano, que dio origen a la televisión de realidad a principios de este siglo. Muchos comentaristas detectan paralelismos entre la sociedad actual y el mundo de 1984, sugiriendo que estamos comenzando a vivir en lo que se ha conocido como sociedad Orwelliana.

El protagonista termina sacrificando sus convicciones para someterse a los designios del sistema, lo cual para muchos es una analogía de la alienación que vino al terminar los 80.

“Tiene la necesidad de momentos de esparcimiento que den tranquilidad o que permitan la evasión y catarsis” por ello se ha generalizado la compra de objetos que le traigan buenos recuerdos por ello el mercado de la nostalgia es negocio.

“La necesidad de divertirse y desfogarse se hace más patente por el estrés generado por la cada vez mayor competencia y por la coyuntura económica incierta”, resalta, “rechaza comerciales que exageran y que contengan violencia (se identifica) con comerciales que no sólo los retratan como proveedores sino también como personas con necesidades individuales”.

Los mercadólogos consideran que la publicidad de los 80 cumplía con estos valores, por ello las marcas vuelven a las viejas fórmulas.

Como nadie es monedita de oro, los ochenta también tienen detractores: en el canal Telehit se transmitía hasta hace unas semanas un segmento llamado *Los horribles 80*, dedicado a criticar cantantes y modas de esa época. Para los detractores la mala noticia es que los ochenta están tomando su segundo aire.



## SOUNDTRACK

Purple Rain

13 millones



## WHITNEY HOUSTON

Whitney Houston

13 millones



## BRUCE SPRINGTEEN

Live 1975-1985

13 millones



## BON JOVI

Slippery when wet

12 millones

\* Copias vendidas en Estados Unidos.  
FUENTE: Recopilaciones de las compañías disqueras, lista de los 50 álbumes más vendidos en la historia.