

Y después del digital, ¿qué?

Pedro Matute
Universidad de Guadalajara (México)
pmatute@prodigy.net.mx

Resumen: Ya es bien sabido todos los beneficios que ha traído la nanotecnología y la digitalización para poder expresarse a través del lenguaje audiovisual, que ha hecho posible que cualquier persona con una mínima inversión en equipo y deseos de hacer las cosas, pueda crear una película o video, con lo que se puede afirmar que uno de los mayores logros de estos avances tecnológicos es que abre la puerta a la democratización de los medios audiovisuales de comunicación que son los que más impacto tienen entre el público y alcanzan las mayores audiencias.

Pero el problema total sigue siendo el mismo: La difusión y exhibición de los productos audiovisuales, ya que este sector sigue cooptado por las grandes empresas transnacionales que se encuentran organizadas oligárquicamente respondiendo solo a los intereses de la rentabilidad económica y la ideología dominante formando un contubernio con los diferentes gobiernos nacionales en el que solo dejan que las audiencias vean lo que ellos quieren, creando la figura de una censura disfrazada. Ante estas circunstancias lo único que queda es buscar nuevas formas de difusión para que sus productos lleguen al gran público, encontrándose algunas alternativas en la renta de salas, el internet y la piratería. Pero esto no se termina ahí porque siempre habrá que explorar más canales de difusión.

Palabras clave: digital, películas, audiencias, exhibición, alternativas

Abstract: It is well known all the benefits it has brought nanotechnology and digitization to express themselves through visual language, which it has made possible for anyone, with a minimal investment in equipment and desire to do things, to create a film or video , so that we can say that one of the greatest achievements of these technological advances is that it opens the door to the democratization of communication media are the most impact are in the audience and reach the widest audience.

But the main problem remains the same: The distribution and exhibition of audiovisual products, because this sector is co-opted by large transnational corporations that are organized oligarchic just responding only to the interests of the economic and the dominant ideology forming a conspiracy with the various national governments in which only let the audience see what they want, creating the figure of a disguised censorship.

Under these circumstances the only thing left is to seek new forms of delivery for their products reach the public, finding some alternatives in the rent of movie theater, the internet and piracy. But this situation does not end there because there will always be to explore more channels of distribution.

Keywords: digital, movies, audiences, exhibition, alternatives

1. Contextualización

Hace un poco más de cien años, cuando los hermanos Lumière dieron a la luz su maravilloso invento: El Cinematógrafo, en el cual pocos creían, se inició una era de comunicación audiovisual, que con el paso del tiempo ha ido evolucionando hasta convertirse actualmente en el principal medio masivo que utiliza la humanidad.

Las innovaciones tecnológicas y las formas de difusión por las que ha transitado el cinematógrafo para convertirse en lo que muchos llaman ahora Lenguaje Audiovisual, han sido vastas y muy variadas. No es un secreto que la nanotecnología, la fibra óptica y la banda ancha, más las que se vayan acumulando, son los artífices principales de la democratización en que se encuentra este medio de comunicación.

Pero esta democratización se centra mucho más en la producción de mensajes audiovisuales que en la recepción de ellos, debido principalmente a la reducción en sus costos como por ejemplo todo el equipo que se necesita (cámaras de excelente resolución, tripies, equipos de edición que incluso pueden hacer algunos efectos ópticos, equipos de sonido y la eliminación de gastos que antaño eran indispensables y actualmente son completamente prescindibles, como tramoyas, equipo de iluminación, sets, procesos de laboratorio y reduciendo sustancialmente el personal, con lo que los costos de producción dieron una caída drástica. Actualmente con la módica suma de 8,000.00 dólares americanos se puede adquirir un equipo de producción de muy buena calidad, además de que siempre queda el recurso de pedir prestado. El rodaje de una película de aceptable manufactura no sobrepasa los 10,000.00 dólares americanos. Ahora la parte más costosa en la elaboración de una película es el proceso Tape to Film.

Además, con la versatilidad de las nuevas cámaras se pueden hacer tomas espectaculares de los más recónditos lugares y extraordinarios movimientos de las mismas que hace poco tiempo eran inimaginables, que si le agregamos todos los efectos que se pueden hacer en la edición, utilizando una simple computadora casera con el software adecuado, nos puede dar por resultado una magnífica película, con una inversión inferior a los 10,000.00 dólares, lo que democratiza el acceso a la producción cinematográfica, ofertándola a una gran gama de personas interesadas en expresarse a través de él. Actualmente el que no hace cine (por decirlo de esta manera, aunque ahora se llama video) es porque no quiere.

Pero desgraciadamente por el otro lado tenemos que estos mismos adelantos tecnológicos sirven por igual a los verdaderos cineastas que a las grandes compañías norteamericanas que actúan formando una oligarquía en la cual dominan la distribución y la exhibición de sus producciones con leoninos concretos de exclusividad que relegan a las películas locales e impiden la circulación de los films de diversos países alrededor del mundo y si tomamos por ejemplo el caso de México, más del 80% del material que se exhibe es norteamericano y alrededor de la mitad de la producción nacional nunca llega a las pantallas. La razón es muy simple, todo gira alrededor del dinero y los gringos quieren quedarse con lo más que puedan.

Además ellos han desarrollado al máximo estas nuevas tecnologías para incorporarlas a sus producciones que son costosísimas y lograr un verdadero espectáculo audiovisual, solo disfrutable en las salas de exhibición (en televisión, internet y otro

tipo de pantallas, no se aprecia en lo absoluto), en el cual el contenido es lo de menos. Por ejemplo “Titanic” que se trata de una irrelevante y común historia de amor que sucede en un barco que todos sabemos que se va a hundir. Se trata pues de una hermosísima caja con una envoltura preciosa para regalo, que al abrirla nos damos cuenta que esta vacía.

Para realizar una excelente película no se necesitan grandes presupuestos, lo que se necesita es talento, creatividad, conocimientos, tener una historia interesante que contar y un mensaje importante que transmitir y como ejemplo anoto el film “El sueño del Caimán” que costo solo 40,000 dólares.

Esto nos lleva claramente a diferenciar dos vertientes:

Una vertiente, la de los oligarcas del Audiovisual que provienen de Hollywood cuya única finalidad es obtener la máxima rentabilidad económica por sus productos e implantar su ideología dominante y para lograrlo han establecido alianzas con los oligarcas en pequeño del audiovisual de los países en desarrollo y en algunos casos con los gobiernos de algunos de estos países, para controlar primordialmente la distribución y exhibición en las salas cinematográficas, haciéndole también de una censura velada no tanto en la cuestión moral, como sucedía antes, sino basándose en parámetros económicos que les dan prioridad a las producciones norteamericanas. Además, siguiendo el mismo esquema, gran parte de lo que se transmite por televisión abierta (películas y series) son manufacturados en Hollywood, y no existe ningún canal de la televisión de paga que sea mexicano o en el mejor de los casos latinoamericano, ya se imaginaran de donde provienen todos. Y no contentos con esto, el pulpo alcanzo con sus tentáculos la industria del DVD, para que estas películas en formato digital y destinadas a la venta para ser vistas en los hogares, distribuir las y en muchos casos manufacturarlas, con lo que la ganancia para el productor del film es una bicoca (alrededor del 10%) y el costo para el publico demasiado elevado (30 Dólares en promedio, lo que para México es una cantidad bastante significativa), que provoco que surgieran otras posibilidades de adquirirlas a precios totalmente accesibles y con una calidad aceptable.

La persona que provoco la debacle de la industria del cine mexicano fue Carlos Salinas de Gortari, entonces presidente de México, Al firmar el TLC con Canadá y Estados Unidos, entregándoles a estos últimos en bandeja de plata la industria del audiovisual, al proclamar una nueva ley de cinematografía que reducía el tiempo de pantalla de los films nacionales del 50% al 10%, autorizaba en su totalidad el doblaje de las cintas extranjeras tanto para cine como para televisión y desincorporaba del estado lo que aún le quedaba de la industria cinematográfica.

La otra vertiente es la de los llamados “independientes”, es decir de aquellos que trabajan al margen de la industria cinematográfica, e incluso en parte dentro de ella, pero sus objetivos son muy diferentes: son verdaderos creadores que buscan expresarse a través de sus films persiguiendo la estética como uno de sus principales objetivos, en el que obtener premios y reconocimientos en festivales es una de sus prioridades, experimentan con diversas formas de narración fílmica, la rentabilidad económica es algo secundario, y como necesitan dinero para realizarlas aunque en menor cuantía que las producciones industriales acuden a instituciones gubernamentales, fundaciones, coproducción con otros países, amistades, forman cooperativas, etc. Para conseguir el financiamiento para sus films que a veces tardan

varios años en terminarlos según vayan cayendo los dineros. Tal sería el caso de Paul Leduc, Arturo Ripstein y otros más en México, preocupados más en su reconocimiento personal como cineastas excelsos, que además transmiten contenidos interesantes, que sus películas lleguen a las grandes masas de público, deslindándose por completo de la distribución y exhibición de las mismas por cualquier medio.

Y también existen otros en su gran mayoría jóvenes, que por lo que se mueren de ganas es por hacer películas y adquieren los equipos necesarios para hacer sus sueños realidad, dichos films son baratísimos y si bien no alcanzan la calidad de una película industrial, sus contenidos son sumamente interesantes, abordando en cualquier tipo de género, desde el documental hasta la farsa, problemáticas sociales, políticas, culturales, económicas, etc. Vigentes, que la población debería de enterarse de ellas y hacen todo lo posible por transmitirlos, siendo las universidades y los medios de estas los únicos que hasta el momento les han dado cabida. Esta por demás decir que estos jóvenes cineastas, su sueño es emular a los grandes directores de cine.

LA AUDIENCIA:

Por otro lado y muy poco tomada en cuenta tenemos a la audiencia, que son los que hacen posible que se produzcan películas, ya que ellos al pagar el boleto, sintonizarlas por televisión y adquirir el DVD, hacen posible que la fabriquita de sueños siga funcionando.

Pero que pasa en una sociedad económicamente asimétrica donde hay muy pocos ricos, algunos más clasemedios y la gran mayoría pobres, que no les alcanza para pagar la entrada al cine, tener televisión de paga y comprar DVDS?, pues buscar los mercados alternativos para adquirirlos en tianguis y mercados y así poder gozar de su diversión favorita.

LA ECONOMIA:

Volviendo a un tema que ya he esbozado anteriormente, que se puede hacer en una competencia cuando los jugadores son desiguales (una pelea de Boxeo entre un peso pesado y un mini mosca, un partido de futbol entre el Barcelona contra uno de la tercera división, una carrera de velocidad entre Usain Bolt contra un cojo, etc.): casi nada. Aunque siempre existe la imaginación para resolver estos problemas.

En el sector de la industria cinematográfica, cooptados todos los medios posibles de exhibición por las majors norteamericanas y sus asociadas mexicanas, ¿que puede hacer un cineasta ante este muro infranqueable? ¿de qué sirve que el Instituto Mexicano de Cinematografía que apoya proyectos, a guionistas, produzca y coproduzca películas, las promueve en festivales tanto en México como en el extranjero, si al fin de cuentas alrededor de la mitad quedan enlatadas y es incapaz de convencer a las grandes cadenas de exhibición que programen los films que el mismo produjo y los dejen en cartelera el tiempo adecuado para que recuperen en parte su inversión (en México la publicidad que mejor funciona para nuestras películas es la de boca en boca requiriendo un mínimo de tres semanas de estar en cartelera para que empiece a dar resultados y no solo el fin de semana para que alcance los ingresos estipulados).

Solo aquellas películas que tuvieron la fortuna de ser adquiridas por las grandes compañías transnacionales y Videocine, son las que tendrán la oportunidad de acceder

a la exhibición, siempre y cuando no se haya agotado el tiempo de pantalla destinado al cine nacional.

Y no solo en el cine sucede esto, sino en todas las industrias culturales en las cuales al productor le dan un mísero 10% (salvo honrosas excepciones de las grandes figuras reconocidas en cualquier campo que parecen ser un cheque al portador), quedándose con la tajada del león el distribuidor.

Entonces ¿de qué ha servido la tecnología digital, que logró que prácticamente dar acceso a la producción de películas a todo aquel que quisiera realizarlas, lo hiciera, pero que no pudiera exhibirlas por ningún medio masivo de comunicación?

Algunos ejemplos con imaginación

1.- Hace 40 años sucedió aquí en Guadalajara que a un exhibidor independiente (o sea que tenía que pagarle al gobierno para tener acceso a que le alquilaran películas), le dejaron como garantía de una deuda una película norteamericana. Nunca le pagaron y decidió exhibir la cinta por su cuenta, contraviniendo toda la reglamentación vigente, (previo pago a los inspectores de inspección y vigilancia del Ayuntamiento de Guadalajara), el film duro en cartelera más de seis meses, obteniendo grandes sumas de ingreso.

2.- La delegación del sindicato de autores y compositores llegó a la universidad rasgándose vestiduras, con el propósito según decían ellos de defender el trabajo intelectual de aquellos escritores que se quemaban las pestañas para escribir sus textos. Se instaló en el auditorio la asamblea con autoridades, maestros y alumnos y los de Autores y compositores iniciaron su perorata con la finalidad de que la universidad impidiera fotocopiar los libros so pretexto de que estaban perjudicando gravemente a aquellos que los producían. En eso se levanta un maestro, toma la palabra y dice: “Yo soy uno de los que ustedes dicen que nos perjudican, A mi me dan como a todos solamente el 10% de regalías. El libro de texto lo venden en más de quinientos pesos y mis alumnos no tienen los recursos suficientes para adquirirlo, por eso sacan fotocopias y de esta forma les sale en treinta pesos. Por mi parte a mi no me den nada y pongan a la venta mi libro a precios competitivos. De la manera tradicional los únicos que ganan es la industria editorial en todas las modalidades y los únicos que pierden son los muchachos que si necesitan abreviar de esos conocimientos”. La asamblea se levanto ipso facto.

3.- Allá por los años ochenta, en una entrevista en la televisión mexicana que le hicieron a Joan Manuel Serrat, después de las preguntas iniciales el conductor le pidió que cantara unas canciones y Serrat le contestó que a él lo habían invitado a una entrevista y no a cantar. Posteriormente le pregunto que si no le preocupaba y afectaba que su obra se divulgara por otros canales que no fueran los establecidos, a lo que contestó: “A mí lo que me interesa es que mis canciones se escuchen, más que compren mis discos que en algunos casos alcanzan precios elevados que yo no sugiero. Por lo que a mí respecta que las graben en casetes, que los regalen, que los vendan baratos, que hagan lo que quieran, lo que me importa es que mi obra se divulgue y se escuche sin importar la forma y el medio.”

4.- La distribución alternativa de películas, que se da en tianguis y mercados ha cumplido su cometido, pues además de que se pueden obtener una mayor gama de

films provenientes de todo el mundo, ha obligado a que la distribución tradicional de DVDS baje sustancialmente sus precios al público y de films muy buenos. Ahora se pueden conseguir en librerías y tiendas departamentales en cuatro dólares y a veces en menos (no todos, claro está), con lo que queda de manifiesto que se puede terminar con la voracidad de los oligarcas de las industrias culturales establecidas.

5.- De la mano de la situación anterior se encuentra una canción de Molotov llamada “Yofo” que la describe a la perfección ya que en una de las estrofas de su letra dice: “Acabamos de sacar un disco pero cómprenlo pirata, no sea que la disquera les vaya a meter la reata”.

6.- En alguna ocasión más o menos reciente, un turista de Sonora vino de vacaciones a esta denominada “Perla de Occidente” y realizo la visita obligada al mercado de San Juan de Dios y con una cámara casera pero digital le llamo la atención una birrieria de nombre “La Chiva Loca” que está decorada con todo lo habido y por haber con motivos del club de fútbol Guadalajara (el más popular de México y que cuyos jugadores deben ser mexicanos, no utilizan ningún extranjero para resaltar el mexicanismo), le gustó mucho y grabó un buen tiempo todo lo que le gustó de ese local. De regreso a Hermosillo le mostro su material a algún productor de la televisora local que le pareció interesante y lo conjugó con imágenes y datos del mencionado equipo de fútbol que le apodan “Las Chivas” y que en una época le llamaron “el campeónísimo”, porque siempre quedaba en primer lugar e hicieron una capsula que transmitieron por algún tiempo en la televisora local, no paso nada y lo sacaron del aire.

Con el material ya elaborado el realizador tuvo la idea de subirlo a You Tube, y lo dejo ahí, a disposición de quien quisiera verlo y se olvidó de su existencia. Pasado más de un año le llaman para decirle que su video había tenido más de cien mil visitas y que había empresas interesadas en anunciarse en él y que le pagarían una buena cantidad de dinero, .lo que acepto inmediatamente.

7.- También es digno de mencionarse el caso de un cineasta mexicano que cuando salió a la venta el DVD de su película, le etiquetaron un precio bastante alto con el resultado imaginado: casi no se vendía. Por lo que este realizador que lo que le interesaba era que se viera su obra, se dio a la tarea de sacarle copias y venderlas personalmente a tres dólares cada una.

8.- Y por último quiero comentar una experiencia que me platico la Dra. Tais Rios Salomeo de la Universidad de Sao Paulo. Un cineasta independiente brasileño realizo una película llamada “Reflexiones de una Licuadora” y como era de esperarse no la pude exhibir hasta que se le ocurrió la maravillosa idea de rentar un cine, y poco a poco el público acudió a verla, durando varias semanas en cartelera y repitiendo el experimento en otras ciudades de Brasil, con lo que recuperaron su inversión, obtuvieron utilidades y lo más importante, lograron que el publico apreciara su film.

2. Conclusiones

Cierto que todos estos avances tecnológicos o revolución tecnológica como a algunos les gusta llamarla (para poder aplicar el síndrome del gatopardismo: de que se

necesitan para que todo siga igual), han sido muy útiles para mejorar las comunicaciones (entre otro mar de cosas) entre los humanos, para que se les facilite transmitirse mensajes entre ellos y con la posibilidad de recibir retroalimentación en algunos medios (internet, por ejemplo), pero lamentablemente el control de las mismas sigue en las mismas manos de aquellos que detentan los diversos bloques de poder.

Así que podemos hablar de una democratización en la producción de mensajes y contenidos a través de los distintos medios sobre todo el audiovisual, al bajar sustancialmente de precio los equipos necesarios para elaborarlo y ponerlo prácticamente al alcance de un gran número de la población, incluso las instituciones gubernamentales apoyan su producción de diversas formas para mantener a los cineastas y videoastas tranquilos haciéndolos creer que el estado cumple con su obligación de fomentar las manifestaciones artísticas y no hay nada que reclamarle. Lo cual es totalmente falso porque en la distribución y exhibición que es donde está la rentabilidad económica y que los contenidos de las obras audiovisuales lleguen a las masas de gente, no se ha tocado en beneficio de los creadores.

Si realmente el (los) gobierno(s) tuviera la intención de apoyar a las industrias audiovisuales de su país solamente debería legislar para cambiar las leyes que las rigen y elaborar una que las protegiera, lo que parece ser imposible, ya que cuando se hizo ese intento, una cartita amenazante enviada por Jack Valenti entonces presidente de la American Motion Pictures of América, al presidente de México Vicente Fox, en la que le decía que si intentaba cambiar la ley de cinematografía, se retirarían de México muchas inversiones norteamericanas, además de que el gobierno de USA lo vería muy mal y podría haber algunas represalias. Y ante estas circunstancias nunca lo va a hacer.

Entonces lo único que les queda a los artistas del audiovisual para que su obra sea apreciada es la distribución alternativa en mercados y tianguis, tener sus propias salas para ir creando circuitos alternativos de exhibición y sobre todo el internet, mejorando la forma para redireccionar a los usuarios a sitios donde se encuentren sus obras y puedan apreciarlas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GARCÍA RIERA, Emilio (1974): *“Historia Documental del Cine Mexicano”*, Guadalajara (México), Ed. Universidad de Guadalajara e IMCINE

GARCÍA RIERA, Emilio (1998) *“Breve Historia del Cine Mexicano”*, México, Ed. Mapa. México, 1998

LAY, Tonatihu (2008): *“La ley mexicana de cinematografía”*, Guadalajara (México), Ed. Universidad de Guadalajara

SIMONNE, Rafaele (1999): *“La Tercera Fase”*, México, Ed. Taurus

VV.AA. (2011): *“Cinema México”*, México, Ed. Imcine

VV.AA. (2011): *“Anuario Estadístico del Cine Mexicano”*, México, Ed. Imcine

Entrevistas:

- 1.- Edgar Méndez Demos, exhibidor cinematográfico, 2008
- 2.- Ángel Moreno Ramos, distribuidor y exhibidor cinematográfico, 2008
- 3.- Alejandro Leyva Gómez, director del mercado San Juan de Dios, 2011.
- 4.- Dra. Tais Ríos, Investigadora Brasileña. 2010
- 5.- Oscar Palacios, cineasta. 2011.