

México, su cine y los medios emergentes, reflexiones con Román Gubern – 2011

México, it's cinema and emerging media, reflections with Román Gubern – 2011

Mexico, seus filmes e mídia emergente, reflexões com Román Gubern – 2011

Andrés Barradas Gurruchaga

Instituto Tecnológico y de Estudios superiores de Monterrey (México)

arbarradas@itesm.mx

Fecha de recepción: 18 de julio de 2017

Fecha de recepción evaluador: 31 de julio de 2017

Fecha de recepción corrección: 5 de agosto de 2017

Resumen

Este artículo integra un panorama general de México y del mercado audiovisual, particularmente en la etapa de la exhibición y la evolución de las pantallas como herramientas de alcance a nivel mundial; la inquietud por abordar estos temas surge a partir de un intercambio epistolar con el Dr. Román Gubern a manera de entrevista en la ciudad de México en 2011. Con la mirada puesta en la evolución de la exhibición de los audiovisuales y, el interés en ciernes de la *Metamorfosis de la lectura* propuesta por Gubern en su libro homónimo, la charla informal se transformó en una oportunidad única para el intercambio epistolar con base en la experiencia y teorías de este gran investigador. Por mi parte, las aportaciones en este escrito remiten a otros autores e investigadores contemporáneos que me permiten generar algunas líneas de pensamiento prudentes al caso, ya sea a manera de conclusión o como hipótesis de investigación para pesquisas futuras.

Palabras clave: Gubern, Cine, Exhibición, México, Pantalla, Internet.

Abstract

This article approaches an overview of Mexico's audiovisual market, particularly focused on exhibition and the evolution of the screens as the worldwide reach cinema tools. The interest on these issues emerge from an epistolary exchange with Dr. Román Gubern once I interviewed him in Mexico City in 2011. Looking closely at the evolution of audiovisuals exhibition and based on the *Metamorfosis de la lectura* proposed by Gubern at his book, this chat with him became a great opportunity for the epistolary exchange within the experience and theories of this great investigator. By the other hand, my contributions in this article are referred to generate some pertinent lines of thought supported by other authors and contemporary researchers, either as a conclusion or as research hypothesis for future research.

Keywords: Gubern, Cinema, Exhibition, Mexico, Screen, Internet

Resumo

Este artigo integra uma visão geral do México e do mercado audiovisual. Principalmente na fase da exposição e evolução das telas e ferramentas globalmente. A idéia para abordar estas questões surge a partir de uma troca epistolar com Dr. Román Gubern quando eu o entrevistei na Cidade do México em 2011. Com um olho sobre a evolução da exposição de interesse audiovisual e com base em *Metamorfosis de la lectura* proposto por Gubern em seu livro de mesmo nome, la conversação informal tornou-se uma oportunidade única para a troca epistolar com base na experiência e teorias deste grande pesquisador. Pela minha parte, as contribuições neste artigo referem-se a outros autores e pesquisadores que me permitem gerar algumas linhas de pensamento prudente para o caso contemporâneos, quer como uma conclusão ou hipóteses de pesquisa para futuras pesquisas.

Palabras-chave: Gubern, Cinèma, Mexico, Internet

Gubern: Director de tesis doctoral, mentor

El presente artículo retoma un extracto de la entrevista que le hice al Dr. Román Gubern en la ciudad de México en 2011, oportunidad que aprovechamos para un intercambio epistolar del que pude extraer algunos puntos importantes y conclusiones. Autor de más de cuarenta libros y uno de los especialistas en estudios sobre la imagen, el Dr. Gubern ha estudiado al cine y la comunicación audiovisual, es reconocido mundialmente por sus aportaciones traducidas en ensayos, artículos de investigación, conferencias e incluso guiones.

Además del profundo interés por el cine en cuanto a industria e historia que comparto con Gubern, hay algo más que nos une, y es que tuve la fortuna de contar con

él como director de mi tesis doctoral en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Quizá por eso es que durante la entrevista quedaron un poco de lado las formalidades habituales de entrevistador y entrevistado, convirtiendo la ocasión en una charla entre dos personas que gustan de abordar al cine y cuya primera ocasión de colaborar juntos fue en el desarrollo de mi tesis que llevaba por título: *Exploración de la época de oro del cine mexicano. La influencia directa o indirecta del desarrollo del país en la evolución de la industria del cine mexicano.*

Este texto tiene como premisa la presentación del libro *Metamorfosis de la lectura* escrito por el Dr. Gubern, que retoma la postura inicial de un lenguaje escrito propuesto, de inicio, para las publicaciones impresas y su posterior metamorfosis.

De igual forma, se aborda el modelo y renovación del espacio audiovisual particularmente en la industria cinematográfica mundial, con sus múltiples facetas como la distribución, exhibición, y adaptación a los medios digitales tanto por parte de la industria como del espectador promedio. También contiene opiniones respecto al marco sociopolítico de México y la situación de violencia vivida en esa primera década del siglo XXI. Ante todo, consideré prudente y beneficioso el compartir parte de esta entrevista para cualquier interesado del área; no todos los días se tiene la oportunidad de escuchar o leer a un investigador de la talla de Román Gubern.

La vanguardia de Barcelona como punto de partida

Al matricularme en el doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UAB no sabía qué esperar, realmente conocía poco acerca del área de la comunicación audiovisual ya que mis estudios de licenciatura de México pertenecían al área de administración empresarial. Mi acercamiento previo del área audiovisual se limitaba a mi participación en algunas producciones cinematográficas, televisivas, teatrales, y en haber visto muchas películas en cines de México y España; desde pequeño la afición de ir al cine fue inculcada por mis padres, transformándose poco a poco en una pasión desbordada por el cine que me hizo involucrarme en procesos prácticos y teóricos de la industria.

La primera vez que escuché el nombre de Romà Gubern fue durante la asignatura de *Historia del cine español* impartida por el Dr. Josetxo Cerdán, en esa clase leí por primera vez a Román en la obra: *Del bisonte a la realidad virtual*,¹ en donde realiza un acercamiento histórico de las imágenes y su evolución, del lenguaje icónico, de la mano de las nuevas tecnologías y de las múltiples plataformas de comunicación. El tiempo me llevaría a culminar un trabajo de investigación bajo su tutela, mismo que defendí el día 14 de julio de 2010. Un año después ya trabajaba como director de la carrera de comunicación y medios digitales en el Tecnológico de Monterrey campus Santa Fe, en la ciudad de México. Qué grande fue mi sorpresa cuando uno de mis superiores me comentó que el Dr. Gubern visitaría México para dar un par de conferencias en el norte del país,

de inmediato me puse en contacto con él para agendar una reunión en un hotel de la colonia Cuauhtémoc, en el centro de la ciudad.

En este artículo se presentan fragmentos de la entrevista tanto en las preguntas que realicé como en las respuestas que el Dr. Gubern me compartió, acompañados por comentarios que consideré pertinentes *ad hoc* al rubro en particular que abordamos a lo largo de la misma, con numeralia acerca de la industria y conclusiones al caso.

Román y su relación con el Tecnológico de Monterrey

Andres Barradas: Bienvenido doctor a México una vez más; gracias por este espacio, sabemos lo apretada que es su agenda, ¿qué lo trae a México en esta ocasión?

Román Gubern: Bueno, me trae una invitación de una universidad de Monterrey, en donde aprovecho para dar también la conferencia del Tec de Monterrey Campus Monterrey. La primera vez que estuve en el Tec de Monterrey fue hace como ya quince o veinte años, en un congreso sobre comunicación. Pero luego he estado varias veces, en esta ocasión vengo invitado por la editorial, hay una cátedra Anagrama de la universidad de Monterrey. Aprovecho y hago dos conferencias: En el Tec voy a hablar de cine y literatura, encuentros y desencuentros; y en la otra universidad voy hablar de hábitos de lectura en el siglo XXI: el tema de la lectura en las tabletas, el ebook.

El Tecnológico de Monterrey es una institución que ha apostado siempre por mantener un nivel académico de competitividad internacional, no era raro saber que Román había participado ya con esta casa de estudios como parte de un proyecto estudiantil.

Las conferencias que había dictado en el pasado habían dejado huella en gente como el Dr. Enrique Tamés, quien en su papel como director de la escuela de humanidades y ciencias sociales del Tec de Monterrey en la ciudad de México me había comentado de la visita de Gubern para 2011, y me había preguntado si podría generar un espacio para entrevistarlo.

Metamorfosis de la lectura, del papel a la pantalla

Barradas: De hecho, una de sus últimas publicaciones aborda estos temas: Metamorfosis de la Lectura. (Gubern, 2010)

Gubern: He publicado cuarenta y dos libros hasta la fecha, ése que mencionas es el penúltimo. Hubo un congreso aquí en México hace dos o tres años organizado por Fondo de Cultura Económica, que es una editorial muy importante del estado, sobre el futuro del libro. Había la cuestión del libro electrónico, las tablets, lectura en pantalla, etcétera. A mí me encargaron una conferencia sobre la evolución de los soportes de la lectura, el cómo habían evolucionado a lo largo de la historia...

...En la primera fila estaba sentado Jorge Herralde, director de Anagrama; y cuando terminé mi conferencia vino en seguida a verme y me dijo: “Quiero que me hagas un libro sobre esto que has contado”. O sea que fue a nivel encargo. Expandí un poco el

libro, está un poco expandida la conferencia, pero en fin lo esencial está ahí. En la cátedra Anagrama de Monterrey vine en esta ocasión para hablar acerca de la lectura en el siglo XXI, los retos de las nuevas formas de lectura y nuevos soportes de lectura; como afectan al lector como afectan a la industria, etcétera.

Barradas: Sí, y de hecho sabíamos que el tema precisamente había surgido en una conferencia, con base en ese contacto con la gente.

Gubern: Si, reescrita exactamente.

Román había publicado recientemente un ensayo: Metamorfosis de la lectura, “Magníficamente documentado y plagado de datos curiosos, el tramo final del libro repasa las nuevas posibilidades de estructuración y uso de hipertextos, blogs y soportes multimedia...” (Contreras, 2015).

Así que aprovechando la oportunidad, dirigí la conversación hacia ese punto, quería saber cómo había surgido la idea de ese ensayo.

En ese mismo año 2011, la UNESCO en su II Foro mundial preparaba un debate sobre la Cultura y las Industrias Culturales, con temas enfocados en la economía del libro digital, los derechos de autor en la era digital, o la biblioteca digital. Con Gutenberg, el proyecto de la primera biblioteca digital en el mundo (1971) comandado por Michael Stern Hart fue la Declaración de Independencia de los Estados Unidos el primer libro digitalizado y por tanto electrónico en la historia; a partir de ese momento surgirían empresas e iniciativas relacionadas al libro y su incursión en un mundo de reciente creación: el mundo digital. Cuarenta años después, Amazon reportaba que por vez primera las ventas de sus libros digitales superaban las de los físicos (Sánchez Onofre, 2011).

Al día de hoy en 2017 la tendencia es otra, artículos de medios prestigiosos como The Guardian, NY Daily News o El País² apuntan algunos causales como el aumento de precios en la versión digital de los libros del mercado de Reino Unido, la fatiga visual de las multipantallas, y el hecho de que el libro físico permita un escape de la utilización habitual de contenidos digitales en smartphones, tablets y portátiles, para determinar el por qué de la caída de ventas en el libro digital vs el incremento en ventas del libro físico.

En la sociedad post-industrial, a la que Daniel Bell definía como sociedad del conocimiento, se había hecho patente la adaptación por parte de lectores y del entorno de la lectura mismo que, de un soporte físico, se transportó al ecosistema digital con las posibilidades de un texto convertido en ocasiones en hipertexto, con aplicaciones que llegan a facilitar el acceso a este tipo de lectura para distintos formatos de los que tanto migrantes como nativos digitales, hacen uso a través de multipantallas, aunque es probable que o se haya medido a detalle la adaptación psicológica-cognitiva como parte del proceso mental involucrado en el conocimiento colaborativo en el día a día de las redes sociales y los medios digitales.

México en la mirada de un investigador de talla mundial

Barradas: Doctor, antes de arribar a México, estará enterado del contexto político-social-económico del país. ¿Qué diferencia encuentra de su última visita? y ¿Cómo cree que este contexto pueda afectar tanto a la producción cinematográfica como industria, y a la temática de las películas?

Gubern: Bueno vamos a ver, no sé si lo que voy a decir es muy pertinente pero ya que me has preguntado me obligas a hablar de eso. Lo más llamativo para mí efectivamente es el escandaloso o llamativo auge de la criminalidad y el narcotráfico. Esto obviamente, en Europa leemos la prensa y cuando vemos lo que ocurrió en el Casino Royale de Monterrey, lo que está ocurriendo en Veracruz ahora mismo, etcétera-- No voy a mentir, es muy llamativo. En muy pocos países del mundo tienen una tasa de criminalidad organizada como la que hay aquí. Hay intereses financieros, hay corrupción policial seguramente, hay intereses norteamericanos; de Estados Unidos que es el gran mercado de la droga porque eso que ocurre aquí es para venderlo allá ¿no? Lamentablemente la imagen de México está un poco manchada sin me permites la metáfora, por este fenómeno de criminalidad colectiva; no hay antecedentes en la historia de México tan llamativos. Las causas son complejas y las soluciones son complejas, pero eso es lo que más me llama la atención. Y lo hablo con amigos y todos me cuentan la alarma que produce esa criminalidad indiscriminada; que matan a mujeres y a niños, que les cortan la cabeza; temas que son de cine terrorífico.

2011 resultó un año complicado para México. En el estado de Veracruz, comentado por Gubern, la tasa de incidencia delictiva por entidad federativa de ocurrencia por cada cien mil habitantes había incrementado de 19,867 (2010-2011) a 22,579 de acuerdo con datos oficiales proporcionados por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, s.f.) mientras que en España el ministro del interior reportaba un bajón en el número de infracciones penales conocidas en relación con la población total (elmundo.es, s.f.) aunque los comentarios de la gente incluso al calce de la nota, eran opuestos a esa postura.

La realidad es que en la República Mexicana hubo diversos acontecimientos violentos que golpeaban en el ánimo de la gente y que se vieron reflejados en el imaginario cinematográfico, con producciones como *El infierno* (2010) de Luis Estrada, con una historia en la que se hacían patentes los lazos familiares, los credos, las complicidades entre autoridades-narcotraficantes y en general, la situación que no se percibía como ficción, sino como una de tantas historias que iban de boca en boca en el espectador promedio.

Antes incluso de que la violencia despegara de forma importante en el país, la cinta que realiza una propuesta fresca: distinta en términos de lenguaje audiovisual, abierta con respecto al tratamiento de la violencia en su argumento, y que muestra las diferencias socioeconómicos en la gran urbe es *Amores perros* (2000), ópera prima de Alejandro González Iñárritu que a la postre se convertiría en el bastión de varios mexicanos talentosos que migraron a otras industrias para consolidar sus carreras.

De 2011 destaca *Días de gracia* de Everardo Gout, ganadora de ocho premios Ariel entre ellos Mejor ópera prima, fotografía y actor; la historia relata las causas y efectos de tres personajes en un ambiente confinado de violencia y corrupción; y *Heli* (2013) de Amat Escalante ganadora Ariel a mejor dirección, premio como mejor director en Cannes, premios Fénix, Luminus, y Platino con una historia que involucra las instituciones de gobierno, los cárteles, y una historia de amor imposible que no puede darse en medio de esta atmósfera. La propuesta de estas dos cintas resulta desgarradora, asfixiante en cierto punto con situaciones bastante cercanas a la realidad que se vivía en el país con secuestros, cuerpos sin cabeza colgados de los puentes, familias afectadas de pueblos lejanos a las grandes capitales, que remiten por momentos a las levas de la Revolución o a la desintegración familiar ocasionada tanto por narcotraficantes como por supuestas autoridades, emblemas atemporales de lo que ha distinguido tradicionalmente a la violencia en el país con orígenes enraizados en la búsqueda por el poder y el dinero.

Mutación de la exhibición cinematográfica, evolución del negocio

Barradas: En términos de crítica; el cine como un fenómeno resulta un ritual, un ritual social para muchas personas. Medios como internet o en su momento la televisión, parecen restarle cierto protagonismo. ¿Cuál será el futuro de las salas de cine en su opinión?

Gubern: Bueno ha habido una mutación fundamental, aparte de internet que me mencionas y la televisión; ha sido la reconversión de las salas de cine que antes eran unos grandes palacios, con cortinas de terciopelo, con mármoles y espejos. Y se llamaron en esos años veinte palacios, con ese nombre justamente. Se han ido extinguiendo. Yo preguntaba antes, me decían que en el DF aún quedaba un antiguo cine, pero los demás ya se han extinguido. Porque la fórmula de las multi-salas mini-cines, que ha remplazado la forma. Es decir, si el cine sigue vivo en el espacio público es porque hay mini cines que nacen por una razón económica. Que diversifican el riesgo económico, es decir una película va mal, pero hay dos que va muy bien. Esto promedia y además elimina gastos de personal, un proyccionista atiende a seis salas, un taquillero atiende a seis salas. Es una fórmula económica de minorar los riesgos y optimizar los gastos; además hay leyes que obligan a tener cuotas de cierto valor. Una película mexicana compite con una gran película de Hollywood con muchas estrellas, pero bueno está ahí. Lo que ocurre, es que por tanto la fórmula de multi-salas mini cines es la fórmula fundamental que ahora, además está mutando de otro modo que son las proyecciones digitales...

En efecto, parte de la historia mundial de cine se formó gracias a lo llamativo del invento: la imagen en movimiento, la incorporación de audio, las noticias de lo que pasaba en otro continente, la posibilidad de asistir a ver otra realidad, distinta a la que vivimos en el día a día. Muchos querían formar parte de ese fenómeno, buscaban asistir a las proyecciones en el cine de su preferencia, o en el que estuviera disponible en su localidad. Por ello los primeros empresarios, dueños de estos locales, adquirían grandes infraestructuras para albergar a la mayor cantidad de personas. La exhibición se realizaba de la mano de la distribución, la cual dependía de contar físicamente con los rollos de

película para proyectar determinado film. A veces los pueblos que eran muy cercanos se repartían los días de proyección con una sola copia.

Poco a poco tanto distribución como exhibición fueron evolucionando, y si al inicio se proyectaba un solo film varias veces, después se hacían tres proyecciones que solían ser en este orden: la estelar en primer y tercer lugar, con una película que solía ser de serie B (menor calidad, presupuesto...) en segundo lugar; la permanencia era voluntaria. Entonces los grandes cines, algunos de ellos llamados “palacios”, se vieron reducidos en público, por lo que sostener una sala tan grande se volvía un problema para los propietarios. Así nacieron las mini salas, multi salas, en donde la oferta de películas era mayor, aunque la permanencia ya no era voluntaria, se comenzó a pagar un boleto no solo por entrada, sino por entrada con tiempo limitado, es decir, para ver un solo film. Hoy en día, además de las multi salas, también hay multi precios, dependiendo de la sala y el horario en que se acude al cine (2D, 3D, 4D, IMAX, etcétera).

En México recientemente uno de esos grandes palacios vivió el cese de actividades en 2016: El Palacio Chino; en la entrada de sus instalaciones puede verse a indigentes que acostumbran pasar tiempo ahí, aprovechando la ubicación de las instalaciones en el cuadro central de la ciudad de México. Muchos otros grandes palacios se transformaron con el tiempo en estacionamientos, bodegas, centros de comercio minorista, etc.

Uno de los grandes avances en cuanto al modelo de negocio de la exhibición, se ha dado a través de los medios digitales como reacción al esquema que imperaba en las salas de cine: dominio del mercado por parte de unos cuantos con prácticas monopólicas o de oligopolio, lejanía de las salas de cine que fueron integradas a grandes centros comerciales en las afueras de las ciudades a las que solo es posible acceder en automóvil o servicio público de transporte, horarios fijos de las proyecciones, precios altos tanto en boletaje como en dulcería, la definición de una cartelera por parte de la compañía exhibidora, entre otros factores.

Es así que plataformas digitales como la popular Netflix aprovecha estas áreas de oportunidad para generar un producto que se distingue por empoderar al espectador con la posibilidad de elegir qué quiere ver y en qué horario, si por alguna razón la proyección debe ser detenida es el espectador quien decide si puede verla otro día en otra hora e incluso verla desde un principio, a diferencia del DVD rentado que debe ser devuelto en pocas horas, y sin necesidad de comprar el producto y tenerlo como parte de una videoteca que solo quita espacio de casa.

Además, para el exhibidor resulta un gran negocio el hecho de que dos o más personas puedan ver el mismo contenido al mismo tiempo, y además utilicen sus recursos propios como electricidad, internet, mobiliario, etc. Empresas como HBO o Amazon se han sumado a este tipo de plataformas que ofrecen series y films para ver desde cualquier

dispositivo con los videos conocidos como Video On Demand (VOD) Video Bajo Demanda (VBD), con la catarsis que ocasiona en el espectador un rompimiento del fenómeno o rito social de asistir al cine, al rito de acceder a una aplicación en un Smartphone, Tablet, computadora o Smart tv.

Las plataformas digitales surgidas como negocio de exhibición y las plataformas que se asentaron como redes sociales han encontrado un ámbito de exploración: la producción audiovisual. Los ejemplos más claros con Netflix y Facebook; desde su lanzamiento en 2013 House of Cards se ha convertido en el ariete de Netflix, en tanto que Facebook parece que comenzaría a realizar producciones audiovisuales de corta duración, más aún con la incorporación a esta empresa por parte de Mina Lefevre otrora directiva de contenidos de MTV.

Reconversión de las salas de cine: de las multisalas a las multipantallas

Gubern: No sé si aquí también ha llegado, pero ha llegado a todas partes, la alta definición digital, lo cual abarata costos también. Lo que ocurre es que el tamaño de la pantalla comparado con el tradicional de palacio, que era una gran pantalla enorme, gigantesca. Y cuando él y ella se besaban a la pantalla los dos primeros planos te llenaban la retina, vamos, una inmersión en espacio virtual junto a la pareja que se besaba. Claro el tamaño de las pantallas por razones obvias es un tamaño aceptable para ver una película de Woody Allen o para ver una película de Éric Rohmer, pero no es aceptable para ver 2001 o Gladiator, por tanto, algo hemos perdido. Puedes ver cine intimista sin ningún problema, como las películas francesas tan aficionados que son los problemas de la pareja, pero si uno quiere entrar en una película de gran épica, muy solemne, de ciencia ficción, de viaje al espacio; bueno pues aquí me falta espacio. En el caso de internet hay mucha piratería y demás, con mucha frecuencia ponen una cámara y graban directamente de la pantalla, es decir mala calidad visual, pésima calidad acústica. Pero es verdad que muchos jóvenes cinéfilos que han nacido a la cinefilia con estos sistemas ya están acostumbrados, y antes de que la película se estrene, antes de que llegue a las salas ya ven. Con Anticristo, de Lars Von Trier, recuerdo que yo estaba cenando en casa de una amiga y la película estaba anunciada que se iba a estrenar. Y dije: “Tengo muchas ganas de ver esa película”. Y me dijo una niña de quince años, dieciséis años “Yo ya la he visto” –“¿Cómo la has visto? –Ya está en internet”. Están desapareciendo los estándares de DVD porque todo se compra por la red prácticamente. En el último viaje que hice a Nueva York, -yo siempre gusto de comprar libros y música y películas- no encontraba tiendas de DVD, ni librerías y finalmente encontré dos clubes de video, pero era porque eran clubs de gays. Porque un video club gay no solo es un punto de reunión, de encuentro, de ligue, de relación social, de interpersonal pero los dos únicos que encontré y tuve que ir al MOMA que estaba muy lejos de hotel para poder comprar unos cuantos libros. Pero es significativo que los únicos abiertos que encontré eran dos porque eran dos videos clubs gays que tienen una función más allá del video club.

La primera década del siglo XXI resultó muy importante en términos de avances, ruptura y generación de nuevos paradigmas, quiebre de algunos esquemas de negocio y surgimiento de propuestas distintas en el mercado audiovisual. En México, la transición del sistema analógico al de la televisión digital se preparaba en como un proceso para ser llevado a cabo entre 2011 y 2015, así lo daba a conocer Felipe Calderón en 2010 al

informar los cambios por venir tanto para consumidores como para generadores de contenidos audiovisuales, se tenía contemplado el apagón analógico en 2012 en ciudades como Tijuana, con miras a culminar dicho proceso a nivel nacional en 2015. En el tema de radio digital, Grupo Imagen Multimedia anunciaría en 2011 su oferta digital y en alta definición.

Gubern se mostraba inquieto por la experiencia como espectador al ver films de gran envergadura en términos de presupuesto con todo lo que eso incluye: crew de altísimo nivel, talento actoral delante de cámaras, postproducción con gente y equipo técnico de desarrollo e innovación digital. Pero la innovación como herramienta en este espacio virtual no solo ha generado otras oportunidades para el espectador, sino también para los productores o aspirantes a directores audiovisuales. Actualmente la producción audiovisual exige más creatividad y menor presupuesto, al menos para los que inician su carrera en un área tan competida como ésta. Festivales como Smart films, cinephone, Mobile Film Festival de L.A., permiten una exploración e incursión en el mercado audiovisual, con las posibilidades de ganar algún certamen y además tener presencia en el mercado; la espectacularidad ya no se mide solamente en una gran cantidad de extras, sino en la calidad de las historias que son contadas.

También con la evolución digital llegaron otras posibilidades de piratería, si antes los films eran grabados al interior de una sala de cine con muy mal audio, mala imagen y sombras de algún espectador, hoy es posible encontrar en el mercado de la piratería las llamadas cintas “clonadas” que se venden en DVD’s físicamente, pero además en internet es posible encontrar sitios que ofrecen descargas gratuitas de producciones cinematográficas sin permiso de los dueños de los derechos, tanto para la distribución como para la exhibición de las mismas, tal es el caso de kickasscom.mx, sitio que fue cerrado por la División Científica de la por agentes federales en México en el año 2016.

En 2010 la empresa Blockbuster anunciaba la bancarrota solicitando apoyo al gobierno de Estados Unidos, aunque mantuvo sus locales abiertos con la idea de recuperar sus finanzas; su feroz competencia fue Netflix y su alquiler de DVD’s por suscripción y su naciente industria de entretenimiento por streaming. Dos años después el director general de Blockbuster en México declaraba el lanzamiento de su servicio de streaming, “Estamos viendo (en internet) una oferta transaccional y por suscripción, pero lo percibimos en México como un negocio que apenas está empezando, que va a ser muy competitivo, pero con poco margen. Las condiciones comerciales no son tan favorables para el lanzamiento” (Sánchez Onofre, 2012)

en agosto de 2012 la empresa planeaba la apertura de más tiendas. En pleno 2017 Alaska es un lugar en donde Blockbuster sí le está ganando la competencia al streaming de acuerdo con un reportaje de CBS News, en el que se define la razón: el servicio de internet es excesivamente caro.

México y el futuro de la exhibición

Empresas que tradicionalmente dedicaban sus esfuerzos a la exhibición como Cinépolis han incursionado exitosamente en el negocio de la distribución, compañías de televisión como Televisa se involucraron también en ese proceso de distribución de películas (videocine) con una buena participación en la industria.

Tabla 1. Participación de las compañías distribuidoras en los estrenos nacionales (2015)

Distribuidoras	Asistentes %
Videocine	71.80
Cinépolis	8.62
Warner Bros	8.38
Universal	4.28
Distribuidoras con 1 película	14.08

Fuente: Anuario Estadístico IMCINE, 2015

En el mismo anuario estadístico de IMCINE 2015 queda establecido que “...de 47 empresas que participaron en la distribución de las producciones mexicanas, 30 ya han distribuido más de una de película en los últimos años, en tanto que 17 fueron creadas exprofeso para la distribución de una sola película...” (Barradas Gurruchaga, 2016). Para 2016 el top ten de asistencia a salas de cine incluyó producciones cinematográficas americanas con sus respectivas distribuidoras.

Tabla 2: Asistencia a cines

FILM	DISTRIBUIDORA	PANTALLAS	ASISTENTES	INGRESOS (pesos)
Capitán América. Civil War	Walt Disney Int'l	5, 422	14, 523, 084	728, 156, 354
Batman vs Superman. El origen de la Justicia	Warner Bros Int'l	4, 677	13, 259, 960	630, 763, 242
La vida secreta de tus mascotas	Universal Int'l	3, 596	10, 882, 564	421, 597, 696
Buscando a Dory	Walt Disney Int'l	3, 966	10, 167, 369	460, 011, 839

Escuadrón Suicida	Warner Bros Int'l	3, 706	9, 938, 442	514, 743, 874
El libro de la selva	Walt Disney Int'l	2, 952	9, 514, 036	428, 366, 014
La era del hielo. Choque de mundos	Fox Int'l	3, 529	9, 326, 032	417, 583, 116
El conjuro 2	Warner Bros Int'l	4, 204	8, 194, 711	380, 643, 342
Deadpool	Fox Int'l	3, 213	8, 098, 619	351, 491, 757
Zootopia	Walt Disney Int'l	2, 823	7, 719, 766	306, 008, 586

Tabla hecha con datos del Anuario Estadístico de IMCINE 2016 y comScore

La hegemonía del cine realizado en Estados Unidos queda patente en su participación en el mercado de exhibición en México, con los indicadores de asistencia e ingresos. La mayoría de los films conforman una oferta para un público familiar con Disney y Warner como las distribuidoras que dominan este listado de los 10 films más taquilleros.

El mercado cinematográfico está definido en parte por las exhibidoras y por condiciones de exhibición que han evolucionado con el tiempo, como la cuota de pantalla que desde hace muchos años ya exigía un número determinado mínimo de producciones mexicanas en las salas de cine, o el virtual print fee, que emulando un modelo proveniente de Hollywood para que los exhibidores recuperen los costos invertidos en la transformación de sus salas análogas a unas con las condiciones digitales requeridas, exige un fee de (800 dólares) por cada pantalla en la que un film es exhibido "... En mi opinión, productores y distribuidores seremos quienes vamos a pagar la digitalización de las salas de exhibición con esa cuota", manifestó el director de cine Everardo González" (Gutiérrez, 2012). Este pago se aplica en Estados Unidos desde 2006, en México se comenzó a cobrar a partir del 2012 con la intención de mantener esta condición a lo largo de 8 años, con un costo de 800 dólares.

En cuanto a los formatos técnicos de la imagen, estos obedecen a la evolución tecnológica; antaño el formato película imperaba en el mercado cinematográfico, conformando rollos de película que se medían en metros.³ El formato digital ha imperado con producciones en Full HD, 4k UHD, 8k. Para tener una mejor idea de las diferencias entre estos formatos digitales, los televisores Full HD cuentan con una resolución de 1920 líneas horizontales y 1080 líneas verticales. Los televisores en 4k UHD ofrecen 3840 líneas horizontales por 2160 líneas verticales, con lo que la imagen puede verse a mayor detalle; mientras que los 8k muestran una resolución con 7680 líneas horizontales por 4320 líneas verticales.

Todo esto modifica no solo los modelos de negocio de exhibidores sino las posibilidades de producción, distribución y exhibición tanto para la industria como para el espectador promedio. Las salas de cine ya son digitales e incluso la distribución comienza a abandonar el espacio físico para invadir el espacio virtual, vía satélite desde hace algunos años. Incluso en el pasado festival de cine de Cannes se vieron representadas las posturas a favor y en contra de que producciones cinematográficas exhibidas en Netflix puedan concursar en Cannes sin haber sido exhibidas en una sala de cine: Pedro Almodóvar con una postura en contra, y Will Smith declarando su postura a favor; el evento fue muy conocido y comentado en el mundo que muy probablemente, desconocía que Smith había participado recientemente en una producción que será estrenada en diciembre de 2017.⁴

Las posturas varían dependiendo de la región que se trate, aunque en general, se puede hablar de una tendencia en torno al modelo de negocio de la distribución y exhibición de los audiovisuales: la oferta es cada vez más personalizada en términos de variedad de los productos, disponibilidad de horarios, e incluso la duración de los mismos. En su momento, Manuel Castells acuñaría el concepto de *sociedad red*, estructura social definida por este autor como una “forma social planetaria pero con manifestaciones específicas en cada una de las sociedades en las que vive la gente a partir de historias y culturas diversas.” (Castells M., 2007, pág. 12). Los consumidores han evolucionado a la par de los medios emergentes, digitalizando la multiplicidad de ofertas y facilitando su acceso en cualquier lugar que cuente con una conexión a internet.

La repartición del mercado audiovisual digital es disputada entre plataformas y productoras televisivas por igual; con un marco competitivo en el que se encuentran Netflix, HBO, Amazon, MTV, Facebook, TNT entre otros. Las producciones propias de quienes nacieran como plataforma de distribución/exhibición (Netflix y su estrella Kevin Spacey), versus las compañías que antaño se plantarían en el mercado de la televisión de paga y se extendieron al servicio de streaming (HBO GO, y su producto estelar *Game of thrones*), acompañadas por la competencia feroz de modelos distintos de negocio que responden al mercado millennial (Showtime y su miniserie *The Putin Interviews*, con Oliver Stone entrevistando al presidente ruso Vladimir Putin –no disponible en México).

Incluso los intermediarios de publicaciones impresas ya entraron en este mercado audiovisual digital con fuerza, (Amazon, y su serie *Mozart in the Jungle*, con Gael G. Bernal); redes sociales como Facebook se inserta en principio, como un medio informal de producción audiovisual, pero manteniendo el hilo conductor con la interacción con sus usuarios en tanto que YouTube, además de mantenerse como una de las redes sociales más solicitadas, ha generado una opción para escuchar música en tu Smartphone por una módica cantidad mensual.

Como nunca antes la innovación en los modelos del negocio audiovisual había avanzado tan vertiginosamente, esto se debe principalmente a dos factores íntimamente relacionados: por una parte, la evolución de la tecnología tanto en software traducido en aplicaciones o sistemas operativos como en el hardware que pueda albergarlos, sostenido en la palma de la mano. Por la otra, la sensación de metamorfosis constante entre rangos generacionales cada vez menores; esto último haría reflexionar: ¿el cambio generacional depende de la sociedad y su adaptación en el mundo basado en sistemas de gobierno, o ha sufrido una metamorfosis dependiente de los gadgets tecnológicos, que permiten no solamente modelos de negocio alternos en el mercado digital, sino además, estilos de vida alternos, tan cambiantes como un software que resultó innovador solo unos meses atrás.

Referencias

Libros

Castells, M., Tubella I., Sancho T., Roca M. La transición a la sociedad red. Ed. Ariel. Barcelona, 2007

Gubern, Román. Metamorfosis de la lectura. Ed. Anagrama. Barcelona, 2010

Internet

Barradas, Andrés (2016). 2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 132, 165-182

Blockbuster: la renta de películas se hace en físico. Sánchez Onofre, Julio. (2012). Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/08/29/blockbuster-renta-peliculas-se-hace-fisico>

IMCINE (2015). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Recuperado de http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d593e05abc55000247/53ce9ce49d727985f20002be/files/ANUARIO_2015_PDF_JS.pdf

IMCINE (2016). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Recuperado de http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/58c56cab9d7279400e00114c/files/Anuario_estadistico_de_cine_mexicano_2016.pdf

Línea de tiempo, la historia del e-book. Sánchez Onofre, Julio. (2011). Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2011/09/18/linea-tiempo-historia-e-book>

Metamorfosis de la lectura. Rubén Contreras. (2010). Recuperado de http://www.anagrama-ed.es/libro/argumentos/metamorfosis-de-la-lectura/9788433963093/A_410

Nueva amenaza para el cine mexicano. Gutiérrez, Vicente. (2012). Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/06/04/nueva-amenaza-cine-mexicano>

Paper book sales raise as e-book plunge. Ariel Scotti. (2017) Recuperado de <http://www.nydailynews.com/life-style/paper-book-sales-rise-e-books-plunge-article-1.3123726>

Paperback fighter: sales of physical books now outperform digital titles. Recuperado de <https://www.theguardian.com/books/2017/mar/17/paperback-books-sales-outperform-digital-titles-amazon-ebooks>

Notas

¹ Gubern, Román. Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto. Ed. Anagrama, 2007

² Para conocer más, es recomendable consultar las columnas de Ariel Scotti (NY DAILY NEWS), Zoe Wood (THE GUARDIAN), Jesús Ruiz Mantilla (EL PAÍS)

³ 90 minutos equivalen aproximadamente a unos 2700 metros

⁴ Se dice que Netflix pagó más de 90 millones de dólares por los derechos de distribución/exhibición de la cinta, una cantidad nada desdeñable para defender una postura a favor de dicha empresa.