

El cine del futuro

Antonio Carballo

RESUMEN

Tras referirse a la acepción más corriente del término cine, el autor pasa revista a la situación que en la actualidad presenta el panorama cinematográfico en sus variados ámbitos de producción, exhibición... y las transformaciones que están experimentando y que se introducirán próximamente en el cine y en la industria audiovisual en general merced a los inevitables desarrollos de las tecnologías digitales.

INTRODUCCIÓN

Para aproximar una definición de cómo será el cine del futuro, habría primero que perfilar el concepto de cine y también ponerle fechas, aunque amplias, a ese futuro. Si nos restringimos a la evolución posible en los próximos 10-15 años, quizá incluso veinte, ya podríamos entrar de lleno en la predicción de los cambios que podrían sobrevenir para las distintas acepciones de cine.

Desgajemos, primero, del término cine su acepción más corriente: la que se refiere a la producción de programas audiovisuales. Aquí los cambios serán pocos en cuanto al contenido de los programas para consumo de espectadores pasivos. Crecerán en número y presupuesto aquellos destinados a la televisión y, muy especialmente, los diseñados para las cadenas de pago. Reducirán su número y aumentarán notablemente en presupuesto unitario (como ya viene siendo la tendencia dominante desde hace varios años), los destinados a las salas de exhibición, otras de las acepciones de la palabra cine, de la que nos ocuparemos más adelante.

En cuanto a los programas producidos específicamente para ser disfrutados de forma activa, apoyándose en las nuevas tecnologías cuya aplicación se ha iniciado recientemente, su número y presupuesto crecerá ad infinitum: me refiero, claro está, a los programas especialmente diseñados para los soportes interactivos, desde un simple disco óptico para visionar en la pantalla del televisor hasta el más complejo de los programas de simulación, sólo operable desde cabinas cada vez más perfeccionadas y similares a los objetos representados (coches, aviones, etc.). En el límite, llegaremos por ese camino a los programas integrales de realidad virtual, con transmisión de sensaciones no sólo ópticas y acústicas, sino también otras capaces de excitar nuestros restantes sentidos (frío, calor, humedad, presión, olor, ...).

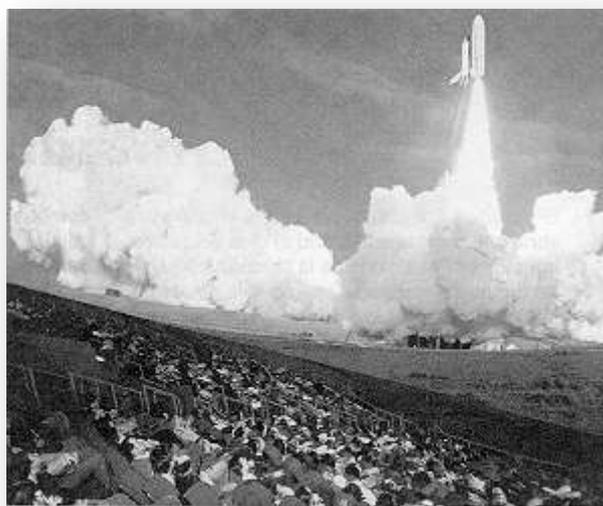
INCREDULIDAD DE NUESTROS INVERSORES

Mi visión para el conjunto de esta actividad productiva, desde el ámbito de la creación española, es pesimista. En el área de las nuevas tecnologías, las pocas pero bien cualificadas empresas que ya operan en España se estrellan contra la habitual incredulidad de nuestros inversores, aún anclados en la época de la inmobiliaria y los bienes tangibles. La prueba más evidente de esto es que prácticamente el 100% de los juegos interactivos que se consumen en España son de procedencia extranjera, producidos fuera de nuestro país y –lógicamente- en un solo idioma: el inglés. Nada se hace, ni a nivel público ni a nivel de asociaciones privadas, para frenar esta invasión que de año en año incrementa su volumen.

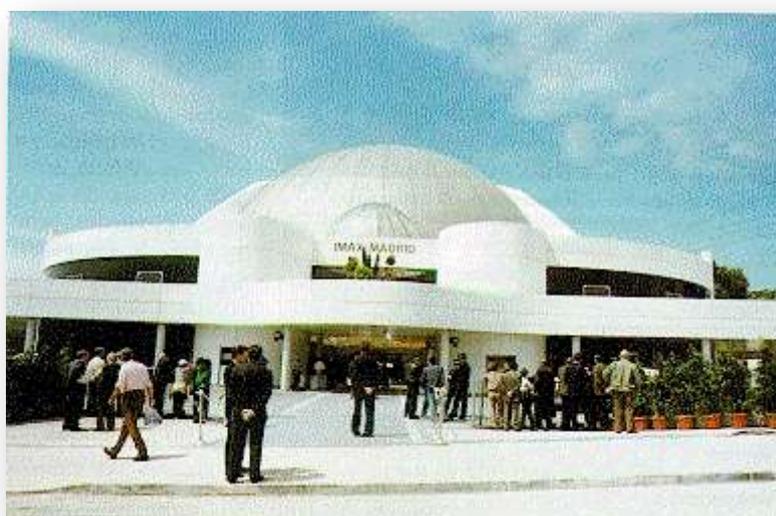
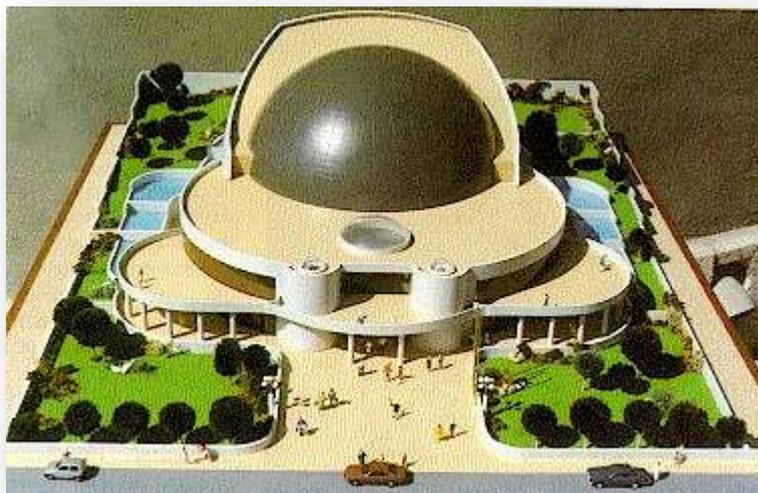
En cuanto a la producción audiovisual tradicional (la destinada a los espectadores pasivos), es probable que se pueda mantener un cierto nivel de fabricación industrial para su consumo en las emisoras de televisión generalistas y de recepción gratuita; en el caso de la producción para salas de cine y cadenas de TV de pago, nuestra industria quizá vaya encogiéndose lentamente y sólo quede vivo el segmento que sepa aprovechar las ventajas de entrar en los grandes grupos multinacionales europeos, hoy en fase embrionaria (y en los que sin duda también habrá capitales de procedencia extraeuropea). Hasta aquí lo que se puede otear para el cine – producción en el horizonte de los 10-15 años a los que me he referido antes.

El otro sentido de la palabra cine en español, el lugar público donde un grupo de espectadores se reúne para visionar un programa, no desaparecerá, pero sufrirá muchos cambios. El aparato de televisión doméstico reducirá su volumen, crecerá en superficie de pantalla (o será sustituido por proyectores de alta luminancia) y aumentarán sus prestaciones: TV cable, TV interactiva, vídeo bajo demanda..., obligando de nuevo a mejorar el equipamiento de las salas públicas.

El número de éstas continuará creciendo durante los próximos 4 años (hasta llegar a una cuota aproximada de una pantalla por cada 14.000 habitantes, es decir, unas 3.000 pantallas para el conjunto del territorio español), y luego comenzará una fase de adaptación a los nuevos tiempos, con varias salas de un mismo complejo siendo convertidas en una de mayores dimensiones, para conseguir un nivel de espectacularidad que supere con creces lo que la TV pueda ofrecer. Crecerá el tamaño de la pantalla, la calidad del sonido, la confortabilidad de los asientos, la posibilidad de tomar en la propia sala algún tipo de comidas ligeras, en ciertas salas se podrá incluso fumar, serán habituales las proyecciones en 3D...



El todavía reciente estreno de la primera película de largo metraje en el sistema Imax no es más que el indicador de que esta carrera ha comenzado ya. Larga vida pues a la gran sala, entendiendo como gran sala la que oscila entre las 400 y 600 butacas.



UNA GRAN SALA DE TELEVISIÓN

En cuanto al otro sector de gran importancia para la industria audiovisual, la distribución, se verá reducido a la mínima expresión operacional –que no estratégica- al desaparecer las copias de las cintas a exhibir. Los cine del futuro recibirán por cable su programa codificado y lo proyectarán en pantallas de enorme tamaño con unos niveles de calidad similares a los que hoy se consiguen con las copias en 35 ó 70 mm., gracias a unos proyectores electrónicos de muy alta definición y luminancia. El cine-exhibición se convertirá así en algo parecido a una gran sala de televisión donde se ofrecerán para disfrute coletivo los más modernos y costosos programas que habrán previamente producido unos cuantos –no más de una docena- grandes holdings multinacionales.

El abaratamiento de costes físicos en distribución a través del cable podrá propiciar entonces una reducción en el precio de las entradas. Gracias a la distribución por cable, más de 50.000 salas de exhibición en el mundo podrán estrenar, el mismo día, una misma película. De hecho, los más grandes acontecimientos sociales a nivel planetario vendrán por aquí, y no sería

extraño que incluso las grandes competiciones deportivas acaben siendo pasadas en este circuito de privilegio. ¿Se imaginan el poder que supondrá ostentar la propiedad de esa red de cable? Un solo operador, o un grupo reducido de ellos, tendrá la llave para imponer modas, cambiar hábitos...

Naturalmente, las agencias de publicidad y grandes centrales de medios no van a quedarse fuera en el control de este circuito. Crecerá hasta límites todavía hoy insospechados el product placement (publicidad indirecta dentro de los programas) y los anunciantes podrán elegir –en tiempo real- las salas en las que desean sea proyectado su bloque publicitario en función del programa previsto, el número de entradas prevendidas para cada día y sesión (audiencia controlada a través de sistemas informáticos), la ubicación de cada sala, etc.

Resumiendo, como siempre ha sucedido en toda actividad comercial, quien tenga el control de la distribución tendrá el control del producto y consecuentemente del mercado... y no sería nada extraño que esta nueva red de distribución caiga en manos de los grandes agentes del mundo de la publicidad.

Pero no se alarmen excesivamente quienes lean esto y se sientan directamente afectados: la existencia, hoy, de los complejos multisalas está propiciando –al igual que la proliferación de canales de TV- una fragmentación de las audiencias. Yo hago votos por el crecimiento de esas audiencias todavía hoy minoritarias que disfrutan viendo películas diferentes con algo dentro; si acertamos con las fórmulas apropiadas para fidelizarlas, en ese posible futuro de dentro de 10 ó 15 años, quizá quede un trozo de tarta para las películas de creación y, por lo tanto, para los pequeños productores, distribuidores y exhibidores independientes.