

El futuro digit@l del cine

POR FERNANDO HUERTAS

La digitalización permite integrar al cine, la televisión, el vídeo y la informática en un único universo. Las pequeñas y medianas producciones verán modificadas sus rutinas y su repercusión. La digitalización hará desaparecer las barreras espaciales e idiomáticas en la distribución y la exhibición no sufrirá cambios estructurales, sino una mera puesta al día tecnológica.

La continua evolución y mejora de las posibilidades que proporciona el desarrollo tecnológico y la permanente disminución de costes, hace fácil vaticinar que, en un periodo muy breve de tiempo, el cine en toda su extensión será digital. Este pronóstico, no obstante, es preciso matizarlo.

El cine digital aparece como un conglomerado de potencialidades de todo tipo, que sólo el paso del tiempo podrá delimitar con precisión. Es una realidad poco definida, en la que se vislumbran algunos perfiles modelados más por lo que nos gustaría que fueran que por lo que son. Hablar, en la actualidad, de cine digital es hacer referencia a dos realidades que conviene diferenciar; el cine cibernético, que recoge los ?net films?, los ?Dfilm? o los ?film.com?, producciones de corta duración realizadas íntegramente en digital y distribuidas y exhibidas, exclusivamente, en Internet, o en ámbitos similares, y el cine convencional realizado con tecnología digital; esta situación es más ambigua y confusa, ya que se mezclan los soportes, los procesos y las tecnologías más modernas con las más tradicionales. En la primera hay una búsqueda de identidad, de especificidad, como si de un nuevo medio se tratase, mientras que en la segunda hay un proceso de transformación en el que se pretende que el cine de la gran pantalla deje de ser analógico para ser digital.

Reservaré la denominación ?cine digital? para hacer referencia al cine convencional realizado con tecnología digital y comercializado en los circuitos habituales; salas, televisión, vídeo, mientras que ?cine cibernético? definirá el conjunto de producciones pensadas y realizadas con



las posibilidades expresivas de la nueva tecnología, que busca su especificidad y cuyo destino final único es la Red o similares.

El cine digital sería, entonces, una tecnología nueva aplicada a un medio de expresión centenario, que, ya sea analógico o digital, a través de los canales convencionales de difusión, de las más modernas pantallas o de la red de redes, seguirá siendo, por mucho tiempo, el medio que fascine, con sus historias, a la humanidad.

La consecución de imágenes por ordenador significó una auténtica revolución, la imagen dejaba de ser la huella de un objeto fijada en un soporte fotográfico y se convertía en información, en un conjunto de datos fácilmente manipulable de forma instantánea. Esta circunstancia abría un nuevo horizonte, de extraordinario valor, en el mundo de los efectos visuales.

La industria cinematográfica, consciente de las posibilidades de la nueva tecnología, pronto la incorporó a sus producciones. Steven Spielberg, en «Jurassic Park», fue uno de los primeros que utilizó imágenes creadas por ordenador y la compañía de efectos especiales de George Lucas, la Industrial Light and Magic, introdujo la tecnología digital en todos sus ámbitos de trabajo, así, gran parte de las imágenes del Episodio I de «The Phantom Menace» fueron producidas por ordenador e integradas con otras filmadas en negativo de 35 mm.

Al margen del ámbito de los efectos especiales, hoy es técnicamente posible producir una película con calidad cine, transmitirla por cable o satélite y proyectarla en la pantalla de una sala, todo ello en digital; sin embargo, el estado actual de la tecnología hace que no sea rentable.

El vídeo como base del cine digital

El vídeo está en la base del cine digital; es, en realidad, la evolución tecnológica de éste, aunque desde el ámbito cinematográfico exista una gran resistencia a reconocerlo y se esfuercen en marcar las diferencias, ya que el concepto vídeo lo asocian a productos televisivos de consumo masivo, de inferior calidad y exentos de interés, y les cuesta aceptar que el vídeo, en poco más de cuatro décadas, se ha convertido en un medio hegemónico que, no sólo puede desplazar al todopoderoso negativo, sino hacerlo desaparecer del universo audiovisual.

La grabación o filmación de imágenes en vídeo digital puede hacerse con muy diferentes sistemas.

– Alta gama. Las cámaras de alta definición proporcionan una calidad similar al negativo de 35 mm. Su coste es aún muy elevado. Su manejo exige profesionales cualificados y los equipos de personal técnico, iluminación y otros son muy parecidos a los utilizados en una filmación convencional por lo que no hay mucha diferencia, al menos económica, entre utilizar un soporte u otro.

– Nivel profesional. Equipos Betacam digitales. Coste inferior. Más manejables, en cuanto a dificultad y tamaño. Respuesta inferior al negativo de 35 mm., pero muy apropiada para televisión y posteriores «transfer» a negativo.

– Nivel empresarial y doméstico. Equipos miniDV, DV, o DVCPRO. Coste muy bajo, pequeño tamaño, fácil manejo, una respuesta muy satisfactoria, casi superior al Betacam analógico. Muy apropiado para informativos, documentales y otros programas de televisión. Ofrece una buena calidad a muy buen precio.

El vídeo digital de gama baja iba dirigido, en su origen, al mercado doméstico y nunca se planteó como formato profesional. Sin embargo, la calidad que ofrecía era similar al Betacam analógico y con un ahorro considerable, ya que, no sólo las cámaras, sino también los equipos de edición eran mucho más baratos. Esto hizo que la CNN, la BBC, la MTV, las incorporarán a sus cadenas y emitieran programas realizados en el nuevo formato, lo que supuso el reconocimiento y el lanzamiento del vídeo digital.

El vídeo digital, además de suponer una importante reducción de costes, ofrece una serie de ventajas dignas de destacar, como son: equipos ligeros y versátiles que favorecen la movilidad y la adecuación a situaciones difíciles de trabajo, sencillez de manejo, buena respuesta en condiciones adversas de iluminación, amplias posibilidades de experimentación, equipos de trabajo más reducidos, una concepción menos rígida del trabajo con técnicos y actores, durante el rodaje. En cuanto a la postproducción se eliminan todos los procesos de laboratorio, lo que reduce los tiempos de producción, se multiplican las posibilidades de manipular el material con efectos visuales, texturas, o cualquier cosa que nos sugiera la imaginación. Es evidente que todo esto proporciona nuevas posibilidades narrativas y creativas a los cineastas que opten por el cine digital.

¿Qué diferencia hay entre vídeo digital y cine digital? El vídeo digital se convierte en cine digital por la forma de concebir y abordar el proyecto. La diferencia fundamental radica en «grabar» o «filmar» y no es una cuestión de terminología, sino de concepción. Directores como Wenders, Ripstein o Subiela que han utilizado el soporte vídeo en sus últimas películas, mantuvieron una postura muy similar a la hora de llevar a cabo su proyecto: para ellos no existieron diferencias en cuanto a la importancia del trabajo, al nivel de exigencia o a la forma de afrontar la narración. El vídeo digital se transforma en cine digital, aun compartiendo la misma tecnología, cuando se adentra en los cauces narrativos del cine, incluso aunque lo haga con propuestas transgresoras. La forma de hacer, el talante de los cineastas, la propia concepción del proyecto, son las fuerzas que transforman al vídeo en cine.

Del cine analógico al digital

La digitalización y la evolución de las tecnologías permitirá integrar al cine, la televisión, el vídeo y la informática, en un universo único: el digital. El paso de analógico a digital es un proceso imparable. Vivimos, en estos momentos, una transición en la que se dan productos híbridos en los que coexisten, mucho mejor de lo que podíamos imaginar, dos soportes, dos conceptos y dos tecnologías muy diferentes.

Las imágenes digitales producidas por ordenador se integran con otras filmadas en fotográfico de 35 mm. Películas filmadas en soporte digital son transferidas a fotográfico para su distribución y exhibición comercial. Spots publicitarios se ruedan en negativo y la postproducción y emisión televisiva se hace en digital. Los efectos visuales y la banda sonora son digitales e incluso, en algunos procesos de laboratorio como el etalonaje, se están empleando técnicas digitales. En estos momentos se combinan las más modernas tecnologías con las más convencionales y se aprovecha lo mejor de cada una de ellas.

La incorporación de las tecnologías digitales

El cine no había sufrido hasta ahora el ataque frontal de la digitalización, la gran cantidad de intereses de todo tipo que existen lo han mantenido en su inalcanzable pedestal. Desde hace años, sin embargo, las técnicas digitales se fueron introduciendo en diferentes procesos, la moviola dejó paso a la edición digital en Avid o equipos similares, el sonido, la animación o los efectos visuales son otros ámbitos en los que la tecnología digital se ha implantado y ha demostrado que sus posibilidades son muy superiores a las analógicas. La digitalización es un proceso imparabile que cada día absorbe más parcelas y culminará con la sustitución del negativo fotográfico por el soporte digital. Esto, sin embargo, ni es lo más importante, ni será inmediato.

La permanencia del negativo

Los continuos avances en la digitalización de la imagen pueden hacernos pensar que la desaparición del soporte fotográfico será una realidad no muy lejana; sin embargo, el negativo, por muchas e importantes razones, permanecerá todavía bastante tiempo, su sustitución no es tan fácil, ni va a ser tan rápida. La filmación digital, con calidad similar al negativo de 35 mm., requiere equipos cuyo coste es aún elevado. Existen, por otra parte, empresas muy importantes cuya razón de ser es el soporte fotográfico; los laboratorios de procesado y, sobre todo, Kodak como fabricante hegemónico, que están haciendo grandes esfuerzos por mantenerlo. El negativo seguirá siendo el punto de partida desde el que se desarrollen el resto de los procesos, que en su mayoría serán digitales.

La continua mejora y abaratamiento de los procedimientos que permiten digitalizar un negativo y volver a kinoscopar un material digital ya tratado, es uno de los factores que permitirán alargar la vida del negativo. La propuesta que subyace en este supuesto es filmar en negativo y revelar. Luego digitalizar las tomas seleccionadas y con ese material hacer toda la postproducción hasta obtener un máster digital que, por una parte, se volverá a transferir a un negativo de 35 mm., a partir del cual se obtendrán las copias de distribución y, por otra, se sacarán del máster digital todos los submáster necesarios para su comercialización en vídeo, televisión u otros medios. Este planteamiento es muy válido y de hecho se utiliza, con frecuencia, en publicidad donde el metraje es reducido y la postproducción digital, en cuanto a efectos visuales, ofrece muchas posibilidades. Sin embargo, trasladar este sistema de trabajo al cine y digitalizar de todo el material válido de un rodaje no es aconsejable, no sólo por los

problemas de almacenamiento y manejo de tanta información, sino por los muy elevados costes que tendría.

El negativo fotográfico no se acaba en el formato de 35 mm. que, sin duda, se verá mermado con la incorporación de los soportes digitales, existen otras posibilidades, como el de 70 mm. que incrementará su presencia con el resurgimiento del cine espectáculo, algo imprescindible si se quiere competir con el digital. Esta posibilidad generará un espacio al que, de momento, le resultará muy difícil acceder a la nueva tecnología y el negativo seguirá estando presente en lo más alto del pedestal.

La producción. La próxima gran revolución

La llegada de la tecnología digital al ámbito de la producción modificará, sustancialmente, el panorama actual y, aunque los procesos de elaboración no varíen, surgirán nuevos espacios de producción. Emergerá con fuerza un cine espectáculo basado en la mejora del sistema analógico actual, es decir, en el soporte fotográfico y, en el ámbito digital, un cine independiente con propuestas más o menos innovadoras y un cine alternativo más transgresor. Todos ellos dentro del contexto del cine narrativo, del cine que cuenta historias y necesita de un público que las escuche.

Grandes producciones

En las producciones de gran presupuesto, los capítulos de película y laboratorio, aun siendo cuantiosos, no dejan de ser insignificantes, si se los compara con cualquier otro. Por otra parte, la extraordinaria calidad de imagen que se exige en estas producciones, sólo se obtendría, en soporte digital, utilizando cámaras de alta definición y medios muy parecidos a los que habitualmente se emplean en rodajes con negativo fotográfico, lo que hace que la diferencia de coste sea mínima y absolutamente despreciable en un contexto de tal magnitud económica. Sustituir, por ello, el negativo por un soporte nuevo, con resultados menos contrastados, supone unos riesgos nunca justificables por razones económicas, por lo que, en este segmento de la producción, la filmación seguirá siendo en negativo, aunque que el resto de los procesos, montaje, sonorización, postproducción, etc., e incluso la distribución y exhibición puedan ser digitales.

En este ámbito de las grandes producciones se potenciará el cine espectáculo, los sistemas omnimax, imax,... ?formato de 70 mm. y a 48 ft/ seg.?, en el que la hegemonía seguirá siendo del negativo, es decir, de Kodak, por lo que la batalla entre las multinacionales del sector digital y del fotográfico no se producirá, al menos frontalmente, habrá más espacio y un nuevo reparto.

Producciones medias y bajas

El cine digital tendrá, en este segmento de producción, su ámbito de implantación y desarrollo más importante, su terreno específico, donde se originarán los cambios más significativos. El

ahorro que supone, en casi todos los capítulos, hacer una película en soporte digital es tan importante que puede depender de ello que el proyecto se lleve a cabo o no. Hacer una película digital no es sólo cambiar el soporte, sino el concepto de la producción que exige una postura y unos planteamientos distintos; equipos más reducidos y con diferente funcionalidad, menos tiempo de rodaje, procesos más rápidos.

El cine digital ha iniciado ya su singladura en el ámbito de la producción de medio y bajo presupuesto y las películas realizadas se han integrado en los canales de distribución y comercialización del cine convencional. Durante un tiempo, hasta que las salas dispongan de proyección digital, será preciso hacer un ?transfer? a negativo fotográfico de 35 mm., para su exhibición en salas comerciales.

Otro campo en el que la tecnología digital se impondrá de forma rápida y rotunda es el de la producción de películas para televisión. Los estándares de calidad que se necesitan, en cuanto a parámetros técnicos, pueden alcanzarse con facilidad con cualquier equipo digital de gama media.

Producciones alternativas

Surgirá un nuevo segmento en la producción de películas. Un espacio alternativo dedicado a la producción de películas de muy bajo presupuesto dirigidas a nuevas formas de comercialización. Emergerán canales de distribución no existentes hasta ahora; nichos cibernéticos en la Red, salas de exhibición alternativas para películas de «arte y ensayo» digital, pequeñas estaciones de televisión. Canales que, por importantes que sean, no dejarán de ser residuales, ya que los grandes mercados y los más rentables seguirán estando en manos de los grandes.

Este ámbito de producción será muy importante para probar nuevas formas narrativas, experimentar innovaciones estéticas y, sobre todo, para descubrir a nuevos valores; guionistas, actores, técnicos, directores, que tendrán en estas producciones una manera de mostrar sus inquietudes y sus capacidades.

La distribución. Un nuevo concepto

«Es vertiginoso pensar que un satélite podrá brindar simultáneamente a millares de salas una señal digital permitiendo la visión de una película por millones de espectadores. Son fácilmente imaginables los riesgos de concentración y de obstaculización de la libre difusión de obras que podrán resultar de esos dispositivos técnicos si no están previamente regulados» (Tasca). (01)

La distribución es, sin duda, el sector que sufrirá una mayor transformación. Las bobinas metidas en sus correspondientes latas metálicas y transportadas a cualquier lugar del mundo, en sacos especialmente diseñados para ello, será, en poco tiempo, una imagen más de

nuestra memoria histórica.

La transmisión de cine con tecnología digital es, ya, una realidad. La compañía de telecomunicaciones Cisco y la cinematográfica Twentieth Century Fox llevaron a cabo, en junio de 2000, el primer envío de una película, «Titán», de costa a costa de los Estados Unidos, a través de una red IP (Internet Protocol), diseñada con la última tecnología, en cuanto a capacidad y seguridad, por Cisco. La experiencia permitió proyectar, en un cine de Atlanta, una película que se transmitía desde el otro extremo de los Estados Unidos.

La tecnología digital permitirá la transmisión, por cable o satélite, de una película, en diferentes idiomas, desde un centro único a cualquier lugar del mundo. No habrá ni barreras espaciales, ni idiomáticas, ni limitaciones de capacidad. Podrá llegar a cualquier sala de exhibición, televisión, centro o lugar, que disponga de un sistema de recepción y proyección o almacenaje de la señal.

La distribución digital puede convertirse, en manos de las grandes multinacionales, en una valiosa herramienta para monopolizar, aún más si cabe, el mercado mundial. Si en estos momentos tienen una situación hegemónica, con la posibilidad de estrenar o colocar simultáneamente sus productos en un número infinito de salas a un coste casi cero, ¿quién podrá frenar el colonialismo cultural americano?

Internet, la Red de redes

El cine digital encontrará en la Red nuevas y diferentes posibilidades de distribución y comercialización de las películas.

La Red como transporte

La Red, en su despliegue de cable o con sistemas combinados de satélite y cable, será el medio de transmisión y distribución del cine por excelencia. Aunque en estos momentos las limitaciones de capacidad no permitan la transmisión a gran escala de películas, ni su exhibición con buena calidad, no significa que la solución no vaya a ser la Red. Existen muchas dificultades para gestionar películas de cine con calidad fotográfica, pero estas limitaciones, originadas por el grave problema de almacenar y transportar grandes cantidades de información, se superarán con la mejora en los sistemas de compresión y la banda ancha, lo que posibilitará el envío de imágenes de gran calidad a muy alta velocidad, con lo que la circulación de películas, de un lado a otro del mundo, será una realidad.

La Red como mercado

« ¿La Internet llega para cambiar las cosas o para reforzar el statu quo de la distribución? »
(Walter Salles).

Internet será, también, un canal más de consumo en el que se exhiban todo tipo de películas,

tanto las producidas para la gran pantalla, como las realizadas para el mercado de Internet. Los primeros filmes creados con este propósito fueron *Quantum Project* del argentino Eugenio Zanetti y *Shaky Carmine* del español Chema de la Peña.

La Red ofrece un mercado global de magnitudes inconcebibles, que puede proporcionar suculentos beneficios a las empresas que sitúen bien sus productos. Poner una película en la Red será sencillo y barato y estará colocada en el escaparate del mundo. Sin embargo, la Red es, en sí misma, una simple herramienta que permite establecer un mercado, pero si la demanda no se genera desde fuera con apoyos publicitarios, los resultados comerciales serán escasos y fruto del azar. El usuario-cliente tiene que saber de la existencia del producto, de sus cualidades y cómo acceder a él, para lo que será necesario desplegar todas las acciones informativas y promocionales, dentro y fuera de la Red, que hagan del producto un objeto de deseo por parte del consumidor. El consumo a gran escala de películas en la Red estará predeterminado y dirigido por las grandes campañas publicitarias que se hagan y sitúen el producto, de forma preferente, en el ámbito de consumo del espectador. Una vez que esto suceda, el internauta buscará la película y podrá verla, directamente, o bajarla de la Red a su ordenador.

La Red puede ser una alternativa comercial para el cine de bajo presupuesto, ya que ofrece un mercado, que, aun en su nivel más residual, es muy amplio y abierto, y con razonables expectativas económicas. Pero si estas películas no tienen el adecuado apoyo publicitario no existirán de cara al potencial consumidor y, por interesantes que sean, quedarán perdidas en algún nicho cibernético al que sólo tendrá acceso un público minoritario. El cine independiente tendrá que crear sus espacios propios que permitan su fácil localización.

Los presupuestos publicitarios se incrementarán, pues a las inversiones habituales en prensa, radio y televisión, habrá que añadirle las de la Red, lo que reproducirá, de forma aumentada, la situación actual en la que los mercados importantes están en manos de las grandes empresas que pueden afrontar inversiones millonarias en promoción y publicidad. La clave estará, de nuevo, en el poder económico que con la ayuda de la tecnología podrá controlar mejor todos los mercados, los importantes y los residuales. Internet permitirá a las multinacionales del sector invadir con sus productos hasta el último rincón de la tierra. Gracias a la tecnología los grandes serán mucho más grandes y los pequeños sólo un poco menos pequeños.

Los problemas de la Red

La Red, que emerge como protagonista principal de la distribución y comercialización del cine del futuro, presenta muchos problemas y ha entrado en crisis antes de hacer su aparición. La euforia inicial se ha tornado en prudente espera. Las limitaciones técnicas son aún muchas, tanto en la transmisión como en la descarga de las películas, la calidad que ofrece es muy baja y los tiempos muy largos; la solución pasa por sistemas de compresión más potentes, la banda ancha y las líneas telefónicas digitales, pero la implantación de esta tecnología requiere tiempo y multimillonarias inversiones, si a esto le unimos la crisis económica en la que están entrando las empresas del sector de las telecomunicaciones y las ¿punto.com?, podemos deducir que la Red va a necesitar bastante tiempo para acondicionarse a las exigencias del cine convencional. Por otra parte, la industria cinematográfica no está preparada para afrontar el reto de un

mercado global en el que tanto la demanda como la oferta adquieren unas dimensiones difíciles de imaginar y, por supuesto, de gestionar y controlar. A las dificultades técnicas reseñados, hay que añadirle tres problemas: el formato, los derechos de autor y el pirateo, la sombra de Napster ¿el servidor musical? sobrevuela las cabezas de los ejecutivos americanos que no desean, por nada del mundo, que sus productos caigan en manos de los piratas informáticos. La Red tendrá que esperar hasta que se superen los graves problemas que tiene, no sólo técnicos, sino de gestión y seguridad.

La exhibición

La industria de la exhibición es la que sufrirá menos cambios estructurales. Su funcionamiento será muy similar al actual, de hecho el espectador apenas notará la diferencia entre una proyección fotográfica y una digital. Las salas sólo necesitarán una adaptación tecnológica, tendrán que incorporar un nuevo equipamiento que les permita recibir las películas por cable o satélite, almacenarlas y proyectarlas digitalmente.

Existe, en la actualidad, casi un centenar de salas en todo el mundo que han incorporado proyectores digitales y los resultados han sido muy satisfactorios. En España, desde el mes de julio del pasado año, se están realizando proyecciones digitales en algunas de las salas de los cines Kinépolis de Madrid y Cinesa Diagonal de Barcelona. La tecnología utilizada en los proyectores digitales es DLP, desarrollada por Texas Instruments, que ofrece una resolución de 1.280 líneas horizontales por 1.024 en vertical. Las películas que se han proyectado con esta tecnología, además de en su versión analógica, son *Dinosaur*, *Star Wars 1*, *Phantom Menace*, *Tarzan*, *Toy Story 2*,... Las diferencias entre los dos tipos de proyección son mínimas, e incluso las que hay son a favor del sistema digital que ofrece más claridad, mejor brillo y una resolución muy alta. Otros aspectos importantes de la exhibición digital son:

- a) La posibilidad de proyectar la misma película en diferentes salas a la vez, desde un único disco duro preparado para enviar la señal a distintos puntos.
- b) El desgaste cero de las «copias», independientemente del número de veces que se proyecten, lo que garantiza la mayor calidad posible en todas y cada una de las proyecciones. Ya no habrá rayas o manchas en la imagen, todas serán perfectas.
- c) La proyección de una película en distintos idiomas simultáneamente, con lo que el espectador podrá seleccionar, desde su butaca, el que desee y escucharlo por cascos.

El cambio es posible, pero precisa una enorme inversión. Un proyector digital está en torno a los cincuenta millones de pesetas, lo que triplica el coste de uno analógico. No obstante, esta diferencia se reducirá sustancialmente por la producción en serie de estos equipos y el abaratamiento continuo de la tecnología digital que cada día ofrece más posibilidades a precios más reducidos.

La película, en su soporte de celuloide, desaparecerá. Ahora estará en el interior del disco duro

de un ordenador y su manejo será limpio y sencillo, no habrá que cargar las grandes y pesadas bobinas, será suficiente con pulsar un teclado o programar una consola. Durante el periodo de transición del óptico al digital se dispondrá de películas en los dos soportes.

El cine digital, ¿un nuevo espejismo?

«Todo el mundo dice que el digital permite hacer esto o aquello, sin decir lo que efectivamente se hizo. El digital permite ser libre, ¿pero libre para hacer qué? ¿En qué momento? En verdad, pocas cosas cambian» (Godard).

El cine digital servirá de revulsivo a todas las cinematografías que tendrán que tomar posiciones ante la nueva situación. Será la salvación de las producciones independientes de bajo coste y de las cinematográficas de países donde el cine no tiene una estructura industrial sólida o es una actividad periférica, con escasos medios y subyugada a los dictámenes del cine dominante. Puede dar pie a un cine más beligerante y más comprometido socialmente.

Las posibilidades que ofrece la tecnología digital para poner al alcance de un mayor número de personas los medios de comunicación se considera un paso decisivo en la democratización de la sociedad. La gran expectativa creada es similar a la que en su momento provocó la aparición del 16 mm., el Super 8, el vídeo o la proliferación de canales de televisión. La diversidad y proximidad de los medios iba a permitir, al menos en teoría, escuchar una amplia pluralidad de voces, lo que no dejó de ser otro espejismo cuando todos estos medios acabaron anulados o controlados por las todopoderosas empresas de comunicación que impusieron una voz uniforme y vulgar.

El cine digital será una importante alternativa expresiva a las limitaciones que imponen los elevados costes de producción de una película, pero la incorporación de la tecnología digital no lo cambiará todo; aunque la inversión sea menor y disminuya el riesgo, la viabilidad del cine digital pasa por disponer de los cauces de distribución y comercialización adecuados para recuperar las inversiones, y los grandes mercados seguirán estando en manos de los mismos, sus tentáculos llegarán a los lugares más remotos intentando invadir, con sus productos y sus arrolladoras campañas publicitarias, todos los espacios posibles, ya sean convencionales o alternativos. No obstante, la enorme cantidad de canales de distribución que promoverá la tecnología digital y su extremada fragmentación hará más difícil su control.

El mercado, en mayor o menor escala, volverá a imponer su criterio y lo más probable es que el cine digital cambie menos las cosas de lo que esperamos y todo haya sido un nuevo espejismo, ya que como dice T. Vinterberg, ¿El cine es el arte más conservador. Cambia muy lentamente y será más o menos lo mismo de aquí a cien años?.

La tecnología no es suficiente

¿La idea de que debido a la tecnología cualquiera puede hacer una película es absurda? (De

Palma).

La producción de imágenes estará al alcance de todos, cualquiera con una cámara doméstica podrá hacer una película y ponerla en la Red a disposición de una audiencia millonaria, pero no es suficiente con tener acceso a un medio barato y de sencillo manejo, es necesario el talento. Una cámara que proporcione imágenes de buena calidad no basta para hacer una película, para contar una historia.

El cine ha cumplido cien años gracias a las historias que durante todo ese tiempo ha contado y no por que se haya hecho con un soporte u otro, y la literatura ha permanecido y permanecerá, independientemente de que se escriba con estilográfica u ordenador. Lo importante no es la tecnología, sino las ideas, la cabeza que está detrás, la visión diferente del mundo que el autor es capaz de presentarnos, la emoción que nos transmite y eso sólo unos pocos elegidos pueden hacerlo. Todos sabemos escribir y leer, nos han enseñado las reglas para hacerlo con corrección, pero eso no quiere decir que estemos capacitados para escribir *Cien años de soledad*. Aunque el cine estuviera al alcance de todos, como la literatura, y hubiéramos recibido una formación al respecto, al igual que no todos podemos escribir una magistral novela, tampoco cualquiera podrá hacer una interesante película. El talento, la sensibilidad y la capacidad no los proporciona la tecnología.

Los precursores

Las primeras películas rodadas en soporte vídeo digital que han tenido una importante repercusión han sido *Celebration* de Thomas Virterber y *Los idiotas* de Lars Von Tiers, ambas pertenecientes al movimiento DOGMA, que, curiosamente, no incluye entre sus postulados que las películas tengan que hacerse en vídeo, sino que proponen el clásico negativo de 35 mm. Este movimiento, al margen de los planteamientos éticos y estéticos que tiene, ha demostrado que se pueden contar historias interesantes con muy pocos medios y ponerlas en funcionamiento dentro de los circuitos comerciales establecidos.

La filosofía de abaratar costes está en la esencia misma del cine digital y éste tiene que desarrollarse en el seno del cine narrativo convencional. En este sentido ha empezado a abrirse camino de la mano de cineastas inquietos como Wenders, Ripstein o Subiela, que han descubierto en el cine digital una posibilidad de seguir contando sus historias.

Arturo Ripstein ha realizado, íntegramente, en digital *Así es la vida*, primera película latinoamericana con esta tecnología que la incorpora como una simple y natural evolución del cine. Ripstein evita la palabra vídeo y cualquier término como 'grabar', porque le remite a la televisión que es algo muy diferente al cine. Ha resaltado los aspectos más positivos de rodar una película en digital, '...el resultado del guión es distinto a los guiones que yo había tenido antes, las opciones de riesgo, de juego de formato eran completamente distintas, desde la óptica de la versatilidad que nos permitía el Cine Digital, ... el guión, curiosamente, era mucho más alado, ... yo siempre tuve la inquietud de tener una cámara que volara?.'

La película se rodó con un equipo reducido de personas ¿en torno a las veinticinco?, con cámara en mano y resuelta en planos secuencia o de larga duración. Dotó a la cámara de gran libertad y la introdujo en la ficción como si se tratase de un personaje más hasta el punto de que es detectada por los participantes en la acción. La cámara deja de ser un elemento invisible como en el relato clásico, para adquirir un protagonismo y una presencia que perturba a los personajes. A Ripstein no debió irle muy mal la experiencia digital cuando ha vuelto a emplearla en su siguiente película, *La perdición de los hombres*, con la que obtuvo la Concha de Oro en el Festival de cine de San Sebastián en su edición del año 2000.

Eliseo Subiela ha realizado, también en vídeo digital, su película *Las aventuras de Dios* y admite que el cambio de soporte no le ha supuesto grandes modificaciones en su forma de concebir y realizar la película, y que fue posible hacerla gracias al ahorro que suponía la nueva tecnología.

En nuestro país se han rodado varias películas con tecnología digital y una concepción de cine independiente de bajo presupuesto; *Rewind*, N. Muñoz, (1999), *Érase otra vez*, J. Pinzás (1999), *La espalda de Dios*, P. Llorca (2001). Todos los directores coinciden en valorar muy positivamente la experiencia, sobre todo por la libertad que supone trabajar con equipos reducidos que se pueden desplazar sin problemas y rodar en lugares en los que no sería fácil hacerlo sin muchos medios y los correspondientes permisos. Por otra parte, saber que el coste del material es casi inexistente te permite repetir, improvisar, experimentar casi sin límite; además, la fase de postproducción ofrece muchas más posibilidades de manipulación que el fotográfico.

En el ámbito de la producción industrial la primera película de cierta envergadura económica realizada en digital ha sido *Lucía y el sexo*, J. Meden (2001). En este caso las más de ochenta horas grabadas por Meden es una prueba de las posibilidades que ofrece esta tecnología.

En la actualidad, todas las películas realizadas en soporte digital tienen que ser transferidas a negativo de 35 mm. del que, posteriormente, se obtienen las copias en soporte fotográfico para su distribución y exhibición en salas comerciales.

La acogida

«El cine digital abre una puerta a un territorio inexplorado, y eso es incitante. Es un camino a la diversidad y la democratización del cine. No importa que esto vaya a generar mucho material poco interesante, la posteridad decidirá lo que vale y no vale» (Ripstein).

El cine digital ha tenido una inesperada buena acogida. Festivales de primera línea y profesionales de reconocido prestigio han demostrado su interés en sesiones especiales y foros de debate en los que se ha reflexionado sobre el futuro digital del cine. En el marco del Festival de Cannes 2000, se organizó, una semana antes de que éste diera comienzo, y en colaboración con el diario *Le Monde*, el seminario *Le cinéma à venir*, en el que participaron

profesionales de más de 20 países con situaciones cinematográficas muy diferentes, lo que proporcionó un variado escenario en el que el cine digital aparecía como una realidad polisémica. La tecnología digital podía dar paso a la diversidad o a la monopolización más absoluta, hacer que el cine dejara de estar en manos de las grandes compañías y estuviera al alcance de todos, o proporcionar una herramienta de extraordinario poder para controlar todos los mercados. Optimismo y escepticismo se manifestaron de igual manera en cuanto a la magnitud de la transformación que el cine digital iba a suponer en la conservadora industria cinematográfica. Una muestra de la importancia de este encuentro fue la intervención en la apertura de Catherine Tasca, ministra de la Cultura y de la Comunicación, y en la clausura del primer ministro socialista, Lionel Jospin.

La irrupción del cine digital en el seno del séptimo arte ha provocado todo tipo de reacciones; sorpresa, entusiasmo, apoyo incondicional, recelos y muchos interrogantes. La propuesta es tan sugerente y atrevida que no ha dejado indiferente a nadie. Es evidente que, para que el cine digital sea hegemónico como ahora lo es el fotográfico, es necesaria una importante mejora de la situación tecnológica actual, pero es sólo cuestión de tiempo, los caminos están trazados y, simplemente, hay que seguirlos.

Una transformación de tal envergadura que afecta en mayor o menor medida a toda la industria cinematográfica, exige enormes inversiones y un importante cambio en la concepción de algunas de las actividades que ahora se realizan. ¿Qué puede justificar un esfuerzo de tal magnitud? El argumento más poderoso a favor de la digitalización es de carácter económico; una importante disminución de costes y un extraordinario incremento del mercado, lo que supondrá un fabuloso aumento de los beneficios de las grandes compañías. Si este argumento es cierto, el cine será digital. La historia nos demuestra que los grandes cambios producidos en el seno del cine, como la incorporación del sonoro, la aparición del color o los grandes formatos, han sido, siempre, originados por razones económicas y no va a ser diferente ahora.

Fuentes: (Referencias obligadas)

CINE DIGITAL

www.dfilm.com

www.adamwilt.com

www.dvcreation.com

www.dvcentral.org

www.cinematography.net



TODO SOBRE TECNOLOGÍA DIGITAL

www.dvddemystified.com

www.digitaltelevisión.com

www.pathcom.com

www.creativemac.com

www.sonic.com

www.dvgear.com

www.DLP.com

www.cinedc.com

CINE EN INTERNET

www.atomfilms.com

www.ifilm.com

www.pitchtv.com

www.newvenue.com

www.imdb.com

www.fire.kspace.com

www.film.com

www.imdb.com

INFORMACIÓN DIGITAL

www.apple.com

www.info.apple.com

www.dv.com



www.beachtek.com

www.promax.com

www.datavision.co.uk

www.holdan.co.uk

www.lynxdv.co.uk

www.smartdv.co.uk

www.collin.org/dv

www.desktopvideo.about.com

www.macworld.zdnet.com

www.2-pop.com

www.unreal.co.nz

www.digitalfilmmaking.com

EQUIPOS/CÁMARAS/ESTUDIOS COMPARATIVOS

www.videography.com

www.spedwatch.com

www.sel.sony.com

www.canondv.com

www.panasonic.com

www.mediadesign.net

MERCADO DIGITAL

www.dvfilmmaker.com

www.digitalfilmmaking.com



www.desktopvideo.miningco.com

REVISTAS PROFESIONALES

www.cinevideo20.com

www.fcmultimedia.com

www.sonyonair.com

REVISTAS DE CINE E INFORMACIÓN GENERAL

www.navegante.com

www.elamante.com

www.rinconlatino.com

www.cibernauta.com

www.excelsior.com

www.4777cine.com

www.film.com

www.elcine.com

www.movies.go.com

www.mouse.cl

www.enredando.com

www.porlared.com

