

Cruce de pantallas: la convergencia mediática en el cine

Flores Márquez, Dorismilda

Colegio de Estudios Sociales de Aguascalientes AC, México

dorixfm@gmail.com, <http://dorisfm.wordpress.com>

Abril 2010

“El espectador de cine es un invento del siglo XX”, señala Néstor García Canclini¹ y explica que con la construcción de salas, a partir de 1905, se formaron hábitos de percepción, asistencia, ritualidad colectiva —que implica sumergirse en salas oscuras, elegir la distancia de la pantalla, intercambiar impresiones y más—. Contra todos los pronósticos que anunciaban la muerte de las salas de cine, vemos que aún existen, en estos años del siglo XXI y que, entretanto, se transforman en muchos sentidos.

Quizá la transformación más evidente consiste en que encontramos salas cada vez más cómodas y pantallas de mejor calidad, que permiten ser partícipes de experiencias audiovisuales complejas. Las pantallas “normales” (lo que sea que eso signifique) coexisten con pantallas IMAX y 3D; las salas con butacas amplias y confortables comparten sus labores con salas VIP.

Pero una transformación importante opera en el terreno de los contenidos y no me refiero aquí a las narrativas cinematográficas en sí mismas, sino a la irrupción de espectáculos y deportes en espacios tradicionalmente exclusivos para la proyección de películas —no en vano decimos “vamos al cine”—. Desde principios de 2008, Cinépolis y Warner Music México se unieron para exhibir conciertos masivos grabados en digital². El 23 de marzo de 2010 se presentó el concierto “Thalía en primera fila”, en 14 salas de cine de distintas ciudades; la particularidad de la función es que incluyó una videoconferencia desde Miami, en la cual la cantante mexicana interactuó con sus fans.

Lo inmediato se ha hecho presente a través de los deportes en vivo... y en el cine —¿acaso tendría sentido ver un partido meses después, cuando ya es de sobra conocido el resultado?—. El 25 de octubre de 2009 fue el turno del partido Chivas-América, la transmisión fue vía satélite, con la tecnología de alta definición de Televisa y

¹ García Canclini, Néstor (1994b). “Del cine al espacio audiovisual”. En García Canclini, Néstor (coordinador). Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México. México: CONACULTA – IMCINE. Pp. 22-37.

² El Universal (2008, enero 15). Llevarán conciertos masivos al cine. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/474415.html>

pudo apreciarse en las salas 3D también de Cinépolis³. Ese mismo mes, la cadena mexicana de cines firmó un convenio para exhibir distintas peleas estelares de la World Wrestling Entertainment (WWE), lo que representa la llegada del “pago por evento” a las salas de cine; los boletos para estas funciones son más caros —aunque no tanto como el “pago por evento” en los sistemas de televisión satelital y por cable—, pero a cambio ofrecen imágenes de gran calidad técnica⁴.

Se aprecia así un fenómeno de convergencia; en el caso concreto de las salas de cine, hay una irrupción de contenidos que no han sido generados específicamente para cine; de otro lado, hay un desplazamiento de la asistencia a espectáculos y deportes, hacia la *televidencia* —para usar el término de Guillermo Orozco— y ahora hacia la *cinevidencia* de los mismos. Estar en un estadio disfrutando de un partido de fútbol implica la experiencia de lo colectivo; ver el partido en televisión, desde casa, significó llevar algo público a un ámbito privado; llevar el mismo partido a una pantalla de cine, es quizá también recuperar la experiencia colectiva, pero combinada con la mediación tecnológica.

Más allá de la experiencia, lo técnico es también importante: es evidente que nadie, en casa, puede ver un clásico en 3D en una pantalla de grandes dimensiones; tampoco hay posibilidades reales de conectarse en videoconferencia e interactuar con su cantante favorito al terminar el concierto. Habrá que releer a McLuhan, habrá que regresar a los planteamientos de su discípulo Derrick de Kerchove sobre las pantallas y a lo que ha señalado Hans Ulrich Gumbrecht sobre la producción de presencia. Y, por supuesto, habrá que retornar a Guillermo Orozco para repensar las audiencias en estos entornos cada vez más diversificados.

Obviamente, pensar una intersección de medios y contenidos como la anteriormente expuesta, implica mirar también lo estructural, cómo es que convergen Cinépolis, Warner, Televisa, la WWE y las que se acumulen.

Por lo demás, mucho se ha dicho ya que los medios no se desplazan unos a otros, sino que se integran en un ecosistema mediático bastante complejo. El cine no murió cuando nació la televisión, tampoco cuando nació el video y menos cuando emergió la internet. No murió el cine y es evidente que tampoco han muerto —ni morirán— las salas de cine.

³ Cine Premiere (2009, octubre 21). América contra Chivas... ¡en pantalla de cine y en 3D! Disponible en: <http://www.cinepremiere.com.mx/node/7462>

⁴ CNNExpansión (2009, octubre 12). Cinépolis se sube al ring de la WWE. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2009/10/09/la-wwe-llega-al-cine>