

21 de noviembre de 2013•14:26



## Internet, otra forma de ver cine

El mundo del cine se enfrenta, como el resto de los sectores de la cultura, a los de internet que ha transformado la forma de hacer, distribuir y ver películas pero que, sobre todo, ha dado una "oportunidad maravillosa" para acceder a cintas a las que no se habría podido llegar en otra época.

Así lo pusieron de manifiesto varios expertos en una mesa redonda sobre el impacto digital y el futuro del cine en Iberoamérica, moderada por Susana de la Sierra, directora del Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales dentro del V Congreso Iberoamericano de la Cultura que se celebra en Zaragoza (noreste de España).

Según los datos facilitados por De la Sierra de una plataforma de vídeo bajo demanda en internet, el 40 % de los usuarios visionan las películas en tabletas, el 32 % en ordenadores, un 23 % en televisión y un 5 % en el móvil.

El fundador de la plataforma de películas en internet Filming, Juan Carlos Tous, aseguró que es ahora cuando se consume más cine debido a la facilidad de acceso y a la maximización de la oferta en internet, "una gran oportunidad para la gente que ama el cine".

"Las formas que el público tiene de acceder al cine han cambiado por completo. Antes solo se acudía a las salas de cine y ahora es la gente la que decide lo que quiere ver, cuándo, cómo y dónde ve una película", indicó Tous.

Son muchos los factores, destacaron los expertos, que han llevado a los espectadores a ver películas en lugares diferentes de las salas de cine.

Entre estas circunstancias están los cambios de hábitos de ocio, que se centran más en las casas, el precio de las entradas de cine, la menor oferta de las salas de exhibición y la lejanía del centro de las grandes ciudades, señaló Marta Sánchez, que promociona el cine independiente español y latinoamericano en universidades de Estados Unidos y Canadá.

Pero -coincidieron- ni todas las películas son para salas de cine, ni todas para verlas en un ordenador.

Así, internet ha creado un nuevo formato a partir de patrones de consumo donde funcionan las películas de menor duración, dentro de lo que se ha denominado "el formato youtube".

Pero, señalaron que en este momento de transición, las salas de cine han perdido la riqueza de oferta y están copadas por 4 ó 5 películas.

"Si se mantiene la homogeneización de la cartelera de las 300 películas que se ruedan al año solo se estrenarán la mitad. Ahí es donde internet se convierte en una ventana maravillosa para los que tienen problemas de distribución", dijo Tous.

Y las salas de cine, apuntó Sánchez, tendrán que ofrecer un valor añadido ya que mientras hace unos años comprar una entrada de cine era suficiente, ahora tiene que ser un evento que dé algo más: una banda de música, una fiesta..."