

UN ITINERARIO TÉCNICO PARA UN CINE MODERNO

DOMIN CHOI

1. UNA EDAD DE LA IMAGEN

Se ha dicho una y otra vez que la imagen en general no existe, ya que aparece siempre “inscripta en una *historia*, una *historia técnica*”. Así, Bernard Stiegler (véase Derrida y Stiegler 1998) señala tres invenciones técnicas clave en cuanto a la producción masiva de la imagen: la fotografía (imagen analógico-químico-indicial), el cine como una prolongación de esta (imagen analógico-químico-indicial en movimiento) y la imagen digital (imagen síntesis o imagen calculada) que “gramaticaliza” lo visible real: simulación total del movimiento que invade no sólo las pantallas sino también las experiencias vividas, “interactivamente”. Al considerar estas invenciones en una sucesión diacrónica podemos observar zonas de influencias y transformaciones en el mundo de las imágenes: si la fotografía transformó definitivamente a la pintura y posibilitó a su vez la invención del cine, la imagen digital parece amenazarlo desde su matriz genética. Pero, mientras tanto, en la actualidad, el cine se metamorfosea mostrando su habilidad para incorporar las innovaciones tecnológicas, tal vez sin saber que está dando paso a “otra cosa”. Pero, ¿qué estatuto podemos otorgarle a esta metamorfosis? Porque si *el pasado del cine es la fotografía* su futuro no parece poder residir, sin más, en la tecnología numérica y en el cálculo.

Flash-back 1. Cuando André Bazin concebía su teoría basándose en su creencia en la vocación realista del cine, arribaba como resultante a una moral y a una estética mediante una ley fundamental: “Todas las veces que es posible encerrar en un mismo cuadro dos elementos heterogéneos, el montaje está prohibido” (Bazin 1966). No sólo se trata –como señala Daney– de una justificación técnica de la imagen: la liberación de la profundidad de campo, el nacimiento del *cinemascope*, o el aumento de la movilidad de cámara que permite recorrer el espacio guardando la homogeneidad; lo que está en juego es el *estatuto* de lo filmado. El plano-secuencia debía estar en función de un riesgo que encierra dos seres heterogéneos cuya contigüidad acarrearía ciertamente problemas (sobre todo, para uno de los “elementos” figurados en el plano): el tigre y la estrella, el niño y la bestia, el cocodrilo y la garza... La prohibición del montaje está en Bazin en función de este riesgo. Y como dice Daney “es la posibilidad de filmar la muerte lo que en ciertos casos prohíbe el montaje” (Daney 1996). Más allá de desembocar, en última instancia, en una cierta banalidad sobre la función de la imagen cinematográfica –los “peligros” de la filmación tanto detrás como delante de la cámara, el cine como mera participación del mundo, etc.–, Bazin promovía con esta teoría la estricta filiación de la concepción realista del cine como horizonte de realización histórica: indefectiblemente, el cine como arte del registro. Como se sabe, parte de esta concepción repercutió directamente en las estéticas de la *nouvelle vague* al mismo tiempo que prefiguraba el “cine de lo directo” (Cassavetes, Pialat, Garrel, Rivette, entre otros), que hacía pasar el momento de la verdad del film por el rodaje mismo.

De este modo, lo documental y la ficción quedaban imbricados ineluctablemente en la poética del cine moderno: la *arché* de la traza dada por el dispositivo fotográfico –a través del que paradójicamente Bazin esperaba la prosecución de una historia sagrada–, y su lado *logológico*: encuadre, montaje, iluminación... Esta combinación posibilitó la idea de la “cuestión de moral” (Moulet-Godard) y de la “abyección” (Rivette) a partir de un simple movimiento de cámara sobre un carril. Vale decir, la imagen-arte y la imagen-pensamiento del cine establecieron una correlación fundamental y creativa entre estos dos polos para sus desarrollos.

Flash-forward 1. Tomemos ahora una de las últimas escenas de *Jurassic Park*, cuando los personajes elegidos (y salvados) por Spielberg se ven rodeados por los “velocirraptores” –todos ellos, es decir humanos y animales, cohabitando en rigurosos planos secuencia–: en ese momento irrumpe como salvador el *Tyrannosaurus rex* y junto a él cae un cartel que indica su nombre. El efecto realista logrado por la digitalización es de un grado tal que incluso la

película puede permitirse, en este momento clave, un gesto de distanciamiento con el cartel. Se podría decir que se trata de un pseudo *Verfremdungseffekt* que funciona incluso como un desafío prepotente respecto del público: el film parece decir “la ilusión realista es tan perfecta que me puedo dar el lujo de poner elementos distanciadores”; entonces, en este film la técnica ya no está en función de captación y revelación de lo real, sino que produce una “percepción real” por cálculo. Este resultado se ve subrayado, además, por la arbitraria salvación de los personajes por parte del dinosaurio en la que es posible leer incluso un desprecio por el guión a favor de la técnica visual. Es el fin del “montaje prohibido” y el comienzo de la “cohabitación monstruosa” y digital. Pero, en última instancia, no se trata sólo de simular un posible real –la cohabitación–, sino de *mostrar* un estado, una edad, de la técnica. Así, una de las atracciones del cine en la actualidad pasa por la *exhibición* de lo visual y su técnica, de ahí que el complemento de este tipo de imágenes ya no esté en relación con la crítica sino que se *conecte* a “la visita a la fábrica” (de la imagen) como nueva forma de espectáculo (Deleuze 1995).

Flash-back 2. Por otro lado, en el cine de creación, los grandes autores parecen haber plasmado en sus obras, cada uno a su manera, si se nos permite la expresión, dos tipos de *sacrificios*, uno *material* y otro *logológico*. Deleuze distingue así dos tipos de fuera de campo: uno homogéneo (Renoir) y otro heterogéneo (Hitchcock) respecto del contenido representado. Este fuera de campo gravitacional de la imagen cinematográfica, definido por Bazin como *cache*, se bifurca, si es posible decirlo así, en el cine moderno en dos tendencias. Por un lado, están los cineastas que remiten al fuera de campo como un “todo como relación”:¹ es el caso de Hitchcock que conecta el “campo ciego” a un tejido de relaciones, sacrificando la materialidad del espacio; de este modo, el pensamiento que pasa por el montaje estaría en función de una *inteligencia* que remite a lo no visible y abierto. Por otro, en el caso de Rossellini –más claramente que en Renoir– en vez de hacer pasar el *todo* por el montaje y el fuera de campo por las relaciones, se tiende a sacrificar la parte *logológica* en provecho del *registro* y de la *creencia* en la realidad. Pensamos que la imagen-tiempo tal como surge en el neorrealismo está en función de este *sacrificio logológico*, la famosa “ganancia de realidad” no se produce sino sobre este retraimiento. El cine no es entonces un mero fenómeno de *creencia* como la religión, sino un *saber del cine* sacrificado y subordinado a la *creencia sobre el mundo*.

Flash-forward 2. Pero ¿en qué atañe la imagen digital –o el cine de animación– al cine de creación? Para algunos se trata de una “bifurcación técnica decisiva”, dado que la *incertidumbre* del pensamiento-cine se confronta

directamente con la *certeza* del cálculo de la imagen-digital, un pensamiento “definido” por excelencia.² Por otro lado, si la matriz del cine pasó por la invención y la existencia del cuerpo en la imagen y a través de estas supo movilizar “eficazmente los poderes sensibles en su formalismo” (Renaud 2000), con la irrupción de la tecnología digital y su poder de permutación y simulación, el “lado sensible” del cine podría hasta anularse, ya que esta nueva técnica no sólo forma parte accesoriamente del cine sino que pretende dominarlo directamente en su totalidad. Esta voluntad de dominio de la tecnología digital sobre el cine parece trastornar también al estatuto del fuera de campo. Si, como ya lo marcamos, el cine de creación construye su pensamiento remitiendo a lo no visible –por ejemplo, la cuarta o quinta dimensión espiritual de Dreyer o Bresson–, en filmes como *Jurassic Park* esta dimensión parece agotarse en un mero cálculo. El fuera de campo ya no requiere un ojo mental (Hitchcock), ni convoca a una creencia sobre el mundo (Rossellini), sino que remite a las computadoras con sus respectivos profesionales... La parcialidad del cuadro cinematográfico que fundaba los posibles juegos de miradas, a través del *cache* y los límites sensibles del cuadro, se transfiguran en otro estatuto. No queremos decir que en *Jurassic Park* ya no exista literalmente el fuera de campo y que estén vedados los juegos de miradas, sino que parece primar una única mirada, la virtual que asedia y controla todo el film con todos los detalles. Se trata de una imagen-técnica cuyo poder de absoluto control ya no convoca a un juego de miradas parciales sino a la mera captura del ojo por la computadora.

2. CLÁSICO, MODERNO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD (EL ITINERARIO DE DANÉY)

No obstante, el cine ha atravesado en su historia varios acontecimientos de los que ha salido transformado, definitivamente. Haciendo un balance, en el final de *La Rampe*, Serge Daney (1996) periodiza las etapas de la imagen cinematográfica y define la primera fase como “la edad de oro de la escenografía, el triunfo paradójico de una escenografía sin escena”: es la edad en que se escamotean los accidentes de rodaje, las escenas necesariamente perdidas, mediante el *coup de force* del montaje, la elección del cuadro... Es “el arte de balizar” los recorridos para los espectadores en un laberinto de *raccords*, dice Daney. El encadenamiento de las imágenes responde a la lógica del deseo con sus cebos correspondientes, y a la profundidad deseada, dado que cada imagen es la promesa de ver más, ver lo que hay detrás. Con el cine moderno este pacto se quiebra: “ojos reventados”, puertas que no llevan a ningún lado,

“lenguaje intransitivo y plano”. “Nada se esconde detrás de la imagen ya que todo está dado a ver”: así, la escena de la tortura, en 1944, de *Roma ciudad abierta* que testimonia ese *goce del otro* que va a caracterizar al cine moderno, de ahí en adelante.

Ahora bien, si el cine clásico trató de capturar la mirada a través de la imagen-deseo mediante la pregunta “¿qué hay que ver tras la imagen?”, la pregunta que lanza el cine moderno es “¿puedo sostener la mirada de lo que de todos modos veo y que se despliega en un solo plano?”. A esta pregunta corresponde la más alta espiritualización del mundo. Se trata de proseguir, en efecto, con el cine luego de los acontecimientos de la Segunda Guerra, es decir, de proseguir con el cine cuando ya no es posible estetizar el mundo, ni embellecer la naturaleza. En este sentido, como subraya Deleuze, el cine de Resnais es el más sintomático; el único tema cinematográfico del autor de *Hiroshima, mon amour* es hacer retornar a los muertos de los acontecimientos fundadores de la modernidad. Pero otra vez, como el cine clásico, este cine “muere” por condiciones externas: la publicidad y la televisión. Sin embargo, en la colisión del cine con estas nuevas formas de imágenes van a surgir unas “figuras” ambiguas. Por un lado, tenemos el nacimiento de un híbrido que se llama “telefilm”, una especie de mal encuentro entre cine y televisión. Es en esta etapa cuando Daney se ve obligado a distinguir entre la *imagen* y lo *visual*: “Llamo *imagen* a lo que se apoya aun sobre una experiencia de la visión y *visual* a la verificación óptica de un procedimiento de poder de cualquier tipo (tecnológico, político, publicitario, militar). [...] Evidentemente, lo *visual* concierne al nervio óptico, pero aun así no es una imagen” (Daney 1991).

En otro texto, Daney se interna en las diferencias de funcionamiento entre el cine clásico y la televisión. Si la profundidad de la pantalla y el travelling eran en el cine clásico elementos movilizadores del deseo, y posibilitaban la aparición de la estrella bajo una luz, y permitían el acercamiento y el alejamiento del campo a través de una movilidad que imprimía una temporalidad del deseo en el espacio, la “estética” de la televisión se desmarca de esta lógica para ubicarse en la técnica del zoom: ya no es movilizador de ningún deseo, sino un medio de la difusión de la fobia, es como “tocar con el ojo” (Daney, 1998). Por otro lado, si el cine llevó a un extremo su pensamiento y sus posibilidades de composición mediante el fuera de campo –la erotización de los bordes y de los límites– la televisión es el reino por excelencia del *campo único*, “el desprecio [de la televisión] por el cuadro no tiene límites”, apunta Daney respecto de los filmes que se pasan por televisión y que por ello pierden sus bordes. Por último, si el cine clásico llevó el arte del *raccord* a su máximo refinamiento, la televisión funciona por *insérage*, algo así como inserción aleatoria de los planos: la televisión se toma el derecho de ha-

cer suceder las imágenes según las necesidades de su cualidad de lo “directo”.

Es teniendo en cuenta estas diferencias (la imagen y lo *visual*, el *travelling* y el *zoom*, el fuera de campo y el campo único, el *découpage* y el *insérage*) que debemos pensar el paso del cine moderno por la televisión y por el video. Y llama la atención que, para Daney, la televisión realiza el proyecto del cine moderno, “como herramienta de vigilancia”, pero naturalmente traicionándolo, ya que “el horror frente a la indiferencia que confería a los filmes de Godard el *pathos* del sobresalto moral, se ha convertido en la televisión en indiferencia pura y simple frente al horror”. Aquí surge la necesidad de redefinir el cine: “Ser moderno no significa conmover un lenguaje (idea ingenua), sino saber que ya no se está solo” (Daney 1998). La aparición de un “monstruo más voraz” pone en duda así el estatuto del cine como el “arte impuro” por excelencia. De ahí las derivas de Rossellini (*La edad del hierro*, *La prise du pouvoir par Louis XIV...*) y Godard (*France tour detour deux enfants*, *Six fois deux*) por la televisión, el rodeo por el video de Wenders (*Nick's Movie/Lightning Over Water*), Antonioni (*Il mistero di Oberwald*) y otra vez Godard (de *Comment ça va* a *Histoire(s) du cinéma* y *Elogio del amor*)... que paradójicamente confieren al cine moderno un rostro “videificado” y televisado.³

Pero, dejemos al cine moderno por un momento y preguntémosnos qué ha pasado por el lado de la publicidad. Aquí los límites se hacen de alguna manera difusos, porque ya no se trata de que el cine elabore una técnica de venta como en el cine clásico, sino que la técnica de venta –la publicidad– elabora una estética en el cine. Aquí nos encontramos en los albores de los años ochenta con los Annaud, los Beineix y los Besson. La característica de estos nuevos realizadores consiste en trazar una delgada línea entre la “creación” y la técnica publicitaria: se puede divisar así la voluntad de dotar de una falsa dignidad a la publicidad y a los nuevos “creativos” del mundo de la imagen: los publicitarios. Entonces, aquí tenemos en vez de una “videificación” del cine moderno, una pretendida “cinematografización” de la técnica de venta. A pesar de las protestas de algunos sectores de la crítica, lo nuevo en el cine francés en la década de 1980 vino por esta vía: pero, no se trata de ningún modo de reconocer abiertamente al cine como mercancía, como arte industrial, sino que el discurso que moviliza la circulación de mercancías, la publicidad, se vuelca masivamente sobre el cine. Con esta tendencia lo que condiciona al cine desde adentro ya no solamente reside en la *reproductibilidad técnica* (Benjamin) o en el *dinero* (Deleuze), sino en las *formas* mismas del capital que moldean las *formas* mismas del cine: es el estadio más refinado del fetichismo de la mercancía, “la estética del capital” de *fondo* y *forma*. La pregunta de Daney que corresponde a esta edad de la imagen es: “¿Cómo insertarse, como desli-

zarse entre las imágenes ya que toda imagen se desliza hacia otras imágenes, dado que el fondo de la imagen es ya otra imagen?”. Es la edad en la que el arte ya no embellece la naturaleza ni la espiritualiza sino que rivaliza con ella: pérdida de mundo y, sobre todo, pérdida de la creencia sobre este mundo.

Ya en la década de 1980 Daney ajustaba cuentas con el cine publicitario de *Diva*, *Azul profundo* y *El amante*. El primero sería el síntoma inicial que se generaliza en los años subsiguientes: “El éxito de *Diva* residió en que Beineix fue el primero que ha querido moralizar la herencia publicitaria proponiendo una nueva línea de división entre lo invendible (el alma, la creación) y lo pre-vendido (los objetos, los clisés)” (Daney 1997). El Bien en *Diva* estaría del lado de los objetos y los clisés, en tanto que el héroe –el joven cartero melómano–, que desarma las intrigas y que lleva la historia a su *happy ending*, es alguien que sabe desenvolverse entre los objetos, y también es alguien que, además, sabe teorizar sobre un canapé de caviar. A través de esta lógica el film se convierte en un museo guiado de objetos personales. Ahora bien, ¿qué resiste a este cine publicitario? Según Daney, lo que no puede filmar la publicidad es “lo que hay *entre* los seres y los objetos”, porque es lo que la publicidad no puede recordar; es decir, la historicidad de las relaciones entre los hombres y las cosas. Pero, si Beineix todavía tiene o intuye una (mala) conciencia de esta transición entre los seres y los objetos, Luc Besson “utiliza el ropaje del cine para producir esos *seres de síntesis* que son los individuos posmodernos”. En este sentido es el verdadero cineasta pospublicitario. Todo en *Azul profundo* remite a lo prefabricado; Besson sabe definitivamente “a qué se parece el mar, un buceador, una mujer, un delfín, un italiano (incluso, los peruanos)” (Daney 1997). Pero, bajo este saber predigerido, el film presenta un mito fundador: un autómatas que se autolegitima, que no tiene necesidad de nadie y que sólo quiere sumergirse en el fondo del mar porque ya nada hay para ver en este mundo. Daney lee en ese gesto el fin del cine como aventura de la *mirada* que caracterizó a la *nouvelle vague*. Ahora bien, este nadador-mutante que afirma no tener ya nada que *ver* en tierra, ya nada tiene que ver con “la vieja categoría de *persona* (posguerra, neorealismo) o de *sujeto* (post-1968, *nouvelle vague*)”. Este nuevo ser que se sumerge en las profundidades para deshacerse de los lazos sociales y de la mirada reclama también una nueva categoría de *sujeto* –si es que le cabe todavía esta categoría–, algo así como un nuevo mito fundador del individuo posmoderno y publicitario que tiene que ver con un retorno al agua.

Si Luc Besson es considerado como el verdadero cineasta “pospublicitario”, Jean Jacques Annaud es sin más el primer “poscineasta”, es decir, “aquel que no sabe nada de aquello que el cine supo” (Daney 1992). Este saber del cine se relacionaba con los afectos y las experiencias de las personas, moldea-

dos por personajes y por modelos narrativos que mediante mecanismos de encadenamientos daban como resultante una historia. Es este saber el que, según Daney, cae en un “continente negro” en el cine publicitario de Annaud, de donde emergen solamente operaciones retóricas de clisés que convierten las “experiencias” del cine en meros datos exteriores: “efecto cromático” de imágenes publicitarias que no se encadenan en absoluto o que se encadenan mal. En este sentido, en una de las escenas iniciales de *El amante*, hay un primer plano del zapato del chino, es un plano que dura y brilla al mismo tiempo; luego nos damos cuenta en el plano siguiente de que esos zapatos no eran de cualquiera. Pero, en la transición de un plano a otro hay una pequeña reneguería, un falso empalme. Lo que señala Daney en esta operación es que, si históricamente el falso empalme cargaba con una dimensión histórica de las formas —es el caso del primer Godard—, aquí hay una simple autonomización de los planos. Cada uno de ellos “brilla” como una imagen independiente sin ninguna necesidad de encadenamiento: es “la tragedia del falso empalme”, concluye Daney. Entonces, estos zapatos no revelan ya ninguna experiencia ni sirven para abrirnos a un mundo, aquí el cine se convierte en una mera práctica de lo *visual*.

Pero, de todos modos, ¿cómo opera el cine de Annaud? Si Besson intenta fundar un mito del individualismo posmoderno sobre la base de un mutante acuático, Annaud trata de fundar un nuevo cine a través de la publicidad, sepultando definitivamente la historia del cine, lo cual hace de él un *operador en jefe* de “los comienzos de la Humanidad (*La guerra del fuego*), de la Edad Media (*El nombre de la rosa*), de los comienzos de la vida de un animal joven (*El oso*) y de los de la vida erótica de una muchacha (*El amante*)” (Daney 1992). Estas respectivas “fundaciones” ponen así fin al cine de la cinefilia. De este cine de la publicidad ya sólo brotan los “seres de síntesis” con sus “emociones de síntesis” que funcionan con lo pre-construido y lo pre-consumible. En este cine ya nada llega a los hombres porque es incapaz de plantear la pregunta por el destinatario: porque si “los grandes manipuladores del público —de Hitchcock a Tati, de Chaplin a Leone— fueron, además, grandes lógicos que contaban también con el orgullo que nosotros, los espectadores, teníamos derecho a sentir por haber aprendido a ver, a deducir o a imaginar, a partir de los acertijos que nos proponían” (Daney 1992), ese orgullo parece liquidarse con el cine de la publicidad que reemplaza esta experiencia por el goce de los “efectos cromáticos”.

Por el lado del cine de Hollywood el perfeccionamiento de esta tendencia (con tecnología numérica) que comienza con *Jurassic Park* parece refinarse al extremo con *Matrix* y sus secuelas. Sobre todo, porque es la imagen di-

gital de última generación que aloja en su matriz una crítica de la imagen a favor de lo real; es la paradoja más perfecta, el autolímite que la estética del capital se impone a sí misma para continuar. Aquí tenemos de un solo golpe el espectáculo y su crítica, alcanzamos así el estadio en que la crítica de la imagen puede ser vivida al mismo tiempo como el espectáculo tecnológico más refinado. De este modo, el cine, siendo una máquina del siglo XIX, continúa en la actualidad como medio de masas privilegiado para la exposición de los avances de las tecnologías digitales. Tal vez habría que interpretar este cine como una de las *fantasmagorías* más poderosas del siglo XXI en filiación directa con las *Exposiciones Universales* del siglo XIX de las que habla Benjamin. En estas condiciones sólo nos queda preguntar qué nuevo arte surgirá de la permutación del pensamiento por el cálculo; en fin, qué nuevo cine surgirá de la pérdida de mundo y de su creencia.

NOTAS

1. Deleuze distingue tres niveles de coexistencia cinematográfica: el nivel de la determinación de conjuntos que pasa por el encuadre, la determinación del movimiento o de los movimientos dada por el guión técnico (*découpage*) que se distribuye entre los conjuntos, y el “todo” expresado por el montaje (en el caso de la imagen-movimiento) o por la presión del tiempo en el plano (en el caso de la imagen-tiempo) que atraviesa la variación de ambos niveles (el de los conjuntos y los movimientos) imposibilitando el cierre. De tal manera, “cuando se habla de espacios ‘en off’ se quieren decir dos cosas: por un lado, que todo conjunto determinado forma parte de un conjunto más amplio, de dos o tres dimensiones; pero también que todos los conjuntos se hallan inmersos en un todo de naturaleza distinta, en una cuarta o quinta dimensión que varía constantemente a través de los conjuntos que atraviesa, por muy grandes que sean” (Deleuze 1995). Este espacio en *off* puede ser material o espiritual, siendo ambos aspectos complementarios.
2. Esta certeza se expresa, por ejemplo, en que en la imagen digital ya no existe el fuera de foco: la nitidez de la imagen le es siempre inherente.
3. La periodización propuesta por Daney responde evidentemente a una inspiración lacaniana: la edad clásica del cine, la edad del *deseo*, propondría al espectador una lógica del fantasma con su correspondiente *objet-petit-a* como cebo. En cambio el cine moderno, con su atravesamiento de la pantalla y su superficie sin profundidad, lleva a cabo una *travestía del fantasma*: ya no es posible cualquier deseo, la propia mirada del espectador es devuelta como una especie de bumerán en provecho de una pedagogía. Con la televisión, llegamos a la etapa lisa y llanamente de la *pulsión*; el ojo ya no responde ni a una lógica del deseo con su cebo correspondiente como en

el cine clásico ni a una pedagogía de la mirada con su correspondiente travesía del fantasma como en el cine moderno, sino que se expone a un estímulo sin objeto (a) ni pensamiento. Es la época que Daney denomina "visual".

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAZIN, A. (1966) *¿Qué es el cine?* Madrid: Rialp.
DANEY, S. (1991) "Avant et après L'image", *Revue d'études palestiniennes*, 40.
— (1992) "El amante o la ignorancia del cine", *Punto de vista*, 44, Buenos Aires.
— (1996) *La Rampe*. París: Cahiers du cinéma - Gallimard.
— (1997) *Devant la recrudescence des vols de sac à mains*. Lyon: Aléas.
— (1998) *Ciné Journal I*. París: Cahiers du cinéma.
DELEUZE, G. (1995) *Conversaciones*. Valencia: Pre-Textos.
DERRIDA, J. y STIEGLER, B. (1998) *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires: Eudeba.
RENAUD, A. (2000) "L'après-numérique du cinéma", *Cahiers du cinéma*, 550.

ABSTRACT

A short excursion through the history of movies from a technical point of view. The article develops the "meeting" of modern cinema with digital technology, publicity and television through the theorizations of Bazin, Daney, and Deleuze.

Domin Choi es profesor de Semiología y de Teorías de la comunicación en la Universidad de Buenos Aires (Facultad de Filosofía y Letras). Sus publicaciones se centran sobre todo en las problemáticas del cine. E-mail: dominchoi@yahoo.com

SILVIA PRIETO Y EL "OTRO" NUEVO CINE ARGENTINO

FERNANDO LA VALLE

Como heredero de una de las tres cinematografías nacionales de América latina que contó en su momento con un sistema de estudios y producción industrial, el cine argentino sigue una trayectoria en la que pueden rastrearse aún hoy continuidades, rupturas y reminiscencias de cines argentinos del pasado. Tras el ocaso de los estudios tradicionales en la década de 1950, la cinematografía argentina tuvo como muchas otras en todo el mundo un florecimiento autoral: la ola mundial de un *nuevo cine* también rompió en estas costas en los años sesenta; se inició entonces un camino que conjugaba en algunos casos los géneros de un modo nuevo, levemente irónico; en el que el estilo indirecto libre introducía nuevas maneras de decir "yo", cinematográficamente hablando; en que una voluntad de nuevas formas se aliaba con una visión crítica de la realidad, derivando incluso en una corriente que más tarde, en los años setenta, se diferenciaría en un cine estrictamente político, antes del silencio impuesto por la dictadura militar.

Salvando las distancias y los años, una nueva generación de cineastas jóvenes —en sentido amplio, con edades entre los veinte y los cuarenta años—, junto con cierto auge contemporáneo de la educación audiovisual en el país y una Ley del Cine de controvertida instrumentación que introdujo subsidios a mediados de los años noventa, han hecho que en los últimos tiempos el cine argentino se sobrepusiera al punto muerto creativo y comercial de la década anterior y volviera a ser visitante asiduo y en algunos casos exitoso de