

9

DE LOS CAMINOS DEL CINE: LA "DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN" COMO DEVALUACIÓN ARTÍSTICA Y DIFUSIÓN DESREGULADA O LA GRAN PARADOJA DE LA ERA DIGITAL

Recibido: 20/03/2014 • Aprobado: 25/03/2014

José I. Fernández del Castro
Licenciado en Filosofía y en Psicología, Universidad de Oviedo

Daniel Aparicio González
Doctor en Ciencias de la Información
Profesor e investigador en la Universidad Complutense de Madrid
y en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

"El cine ya no se ve en las salas; cuanto antes lo admitamos antes tendremos la oportunidad de encarar la penosa situación económica en la que nos movemos. El cine que es reflejo de una sociedad, el que es referente tanto externo como interno de una población, el cine que busca compaginar arte e industria ha desaparecido de las salas. Hay que rescatarlo, como lo hace Enrique Iznaola en Jaén, como lo hacen las iniciativas de las universidades (la de Sevilla, con su programación en el CICUS). Hay que crear Cines Públicos en cada ciudad que permitan que el espectador pueda ver el cine que se ha hecho pensando en él, no en su dinero. La digitalización de las salas viene en nuestra ayuda. Volvamos a ver cine para comentarlo. Volvamos a reinventar la barraca, esta vez, a nuestro gusto."
(Javier Paisano, 2013: 7)

Preámbulo en muchas salas vacías: ¿Una muerte anunciada?

Marzo, 1994[1]: un profesor de Bachillerato de un afamado instituto situado en los límites del centro urbano de una ciudad española media, participa con su alumnado de Ética (tres centenares de chicos y chicas entre 14 y 17 años), en las sesiones escolares matutinas que las distribuidoras internacionales de *La lista de Schindler* (Steven Spielberg, 1993) habían programado en unos multicines. Al volver a las aulas e iniciar el trabajo sobre la experiencia fílmica se encuentra con una sorpresa: para algo más de la mitad de quienes habían acudido a la proyección, ésta había sido su primera incursión en una sala comercial de cine.

Diciembre, 2014: en el aula de una prestigiosa escuela superior de audiovisuales de una gran ciudad española, un profesor pregunta a sus estudiantes, cantera del futuro mundo de la comunicación, cuál fue la última vez que habían ido a una sala de cine y/o cuál había sido la última película en DVD que habían comprado. ¿Respuestas?: un cruce de miradas perplejas, como de "haber sido pillados en falta", que desembocaron en risas ante el silencio imperante.

Las *salas vacías* parecen acoger ahora sólo a cinéfilos o allegados (como estos dos profesores) y lloran la ausencia de un público joven cuyos hábitos de ocio apuntan a otros contextos. Las *salas vacías* constituyen quizá la mejor imagen posible a la hora de representar la actual situación del cine. *Posmoderno*, *e-cinema*, o como queramos denominarlo,

se desplaza de las salas clásicas de exhibición a los nuevos circuitos propiciados por las tecnologías (Internet, Home cinema, tablets, etc.), mientras evoluciona en un contexto marcado por los mercados globales y por la democratización de la producción.

Queremos reflexionar acerca de si ese cine que ha decidido salir de las salas vacías lo hace para multiplicarse en pluralidad de voces, o si, por el contrario, sólo ha adaptado su *uniforme* y sus discursos a los nuevos entornos de distribución. Y sobre el papel que a la ciudadanía como espectadora (y también como potencial creadora de discursos) le corresponde en este cambiante panorama.

1. La democratización digital como paradoja

En la *sociedad digital*, cualquier ciudadano puede (incluso, con un simple teléfono móvil) producir sus propias *representaciones icónicas del mundo*. Efectivamente, producir es relativamente fácil (y barato), pero (siempre hay un pero) exhibir es difícil (y caro). La creación audiovisual se hace accesible con las tecnologías digitales, lo que conlleva dos fenómenos paradójicos: por un lado, un aumento de las producciones aficionadas, en muchos casos con endeble soporte técnico y artístico (véase, por ejemplo, Miles, 2012, o, Peris, 2012) y, por otro, una devaluación artística de las producciones cinematográficas tradicionales, donde los grandes formatos se reservan ya, prácticamente en exclusiva, al *cine de evasión* producido y distribuido por las grandes *industrias transnacionales de la cultura*.

La exhibición, por tanto, sigue siendo el gran reto para estas pequeñas producciones. Decenas de películas quedan cada año sin posibilidades de pase en sala (o con estrenos meramente testimoniales), y aunque Internet se ofrezca como el gran escaparate global, no es fácil que una producción independiente tenga repercusiones de público significativas.

Por tanto, aunque cabe hablar de cierta democratización de la producción, si los principales circuitos de exhibición están ocupados por las grandes productoras clásicas (*majors* principalmente), no parece que de cara al discurso global podamos hablar de múltiples representaciones, ni por tanto de *democratización* del cine. Parece que aún seguimos lejos de la utópica participación ciudadana en el discurso público, en el sentido de *(re)escritura de las representaciones sociales de la realidad* por la propia *ciudadanía* (en la línea, por ejemplo de Barnes, González y Quintar, 2014).

2. La evolución del negocio

El *negocio del cine*, si se puede seguir hablando en esos términos (tal como apuntan, por ejemplo, Squire, 2006, o Fuertes, 2008), vive horas bajas[2]. De hecho, en España se mueve en parámetros que nos retrotraen a los años ochenta del pasado siglo (véanse Belinchón, 2013b, o Herbera, 2014) y fuerzan una reflexión profunda sobre el *qué hacer*...

2.1 La debacle de la exhibición en sala

La exhibición en sala ha sufrido una constante disminución de pantallas (y butacas) desde finales de los años sesenta del pasado siglo[3], que no ha impedido, sin embargo, que las actuales salas de los minicines se encuentren con frecuencia casi vacías[4]. De la desaparición de las redes de cines de pueblo y de barrio[5] en la segunda mitad de los años setenta, se pasó a la conversión progresiva de los grandes cines metropolitanos en restaurantes *fast food* o en tiendas de ropa, y a la apertura de *multicines* frecuentemente insertados en grandes superficies comerciales, donde las películas pasaban a ser una oferta de consumo más. Paralelamente, asistimos a una concentración de la propiedad de esas salas que se vincula directamente a los modelos de expansión de las grandes distribuidoras. Así que son las grandes corporaciones las que encabezan, casi siempre con un dominio apabullante, los *rankings* de espectadores y de películas más vistas.

Y, a pesar de esa concentración las entradas al cine son relativamente caras[6] (véase, por ejemplo, Koch, 2014), y conforman una alternativa de ocio que, en su relación entre precio y tiempo de disfrute, se aleja de las posibilidades de muchos espectadores, especialmente de la juventud (con excepción de las jornadas festivas del cine, a las que nos referimos más adelante).

2.2 El impulso de los formatos físicos digitales: del DVD al Blu-ray en territorio pirata

Por otra parte, la digitalización audiovisual ha derivado en la promoción de soportes físicos de gran calidad para su distribución en masa (de las viejas cintas magnéticas se pasó a los *DVD* y *Blu-ray* y a los archivos informáticos para descarga o reproducción en *streaming*), a la vez que ha facilitado la reproducción de contenidos fuera del mercado regulado[7]. Y parece ser desde aquí desde donde puede afrontarse la reflexión sobre el *qué hacer* en pro de la *posibilidad* y *sostenibilidad* del *gran cine*. Un contexto en el que quepan las grandes producciones internacionales y las pequeñas producciones locales.

2.3. La distribución on-line: ¿Un futuro en la nube?

No deja de ser curioso que este camino comience a ser explorado (evidentemente, por la necesidad de buscar resquicios para la exhibición) por las producciones más locales y pequeñas[8]. Sin duda abre la puerta a un futuro posible de la exhibición, mediante acceso vía *cloud computing*, donde los contenidos pueden ser vistos sin ocupar espacio físico en ningún soporte personal y a unos precios más razonables. Puede ser un buen impulso a la hora de producir cine para comunicar, de degustar cine para comprender.

3. El producto cinematográfico en tiempos de "ascenso de la insignificancia" y de las leyes de la Organización Mundial del Comercio y del IVA cultural

Pese a esas oportunidades, no parece que los tiros vayan precisamente por ahí y de hecho no es fácil encontrar catálogos disponibles de películas de interés[9]... Así que, más allá de optimismos y buenas voluntades (Belinchón, 2013a; Boyero, 2013), de pequeños síntomas y empeños, parece que hasta ahora el mercado, precisamente en el mejor momento de *producir cine para comunicar, de degustar cine para comprender*, sigue controlado por las corporaciones de siempre, sin que haya atisbo de que cedan terreno.

Las experiencias de micromecenazgo (*crowdfunding*) tampoco parecen haber consolidado iniciativas sólidas de producción independiente o alternativa (aunque sí que hay experiencias aisladas reseñables[10]).



Nacho filmando en el Reina Sofía. Foto Queli.

El mercado, por tanto, sigue dominado por *blockbusters* y por producciones que, en la precaria estela de las *majors,* se sitúan en un plano de mera *reproducción industrial de imaginarios convenientes* al mínimo coste (siempre ligado, en cualquier caso, a la garantía de un efímero efectismo lo suficientemente caro para expulsar otras alternativas del mercado). Una *apariencia*, en fin, que, alejándose de cualquier afán artístico en beneficio de esa atmósfera cultural que Castoriadis (1996) consideró presidida por *"el ascenso de la insignificancia"*, asfixia las pequeñas historias y los riesgos narrativos de las producciones locales (españolas o, incluso, europeas y, por supuesto, latinoamericanas, africanas o asiáticas) que tengan alguna pretensión de situarse en la estela del viejo cine de *autor*.

La presión del *neoliberalismo* "de nuevo cuño", a través de organismos como lo *Organización Mundial de Comercio (OMC)* y su paso de los acuerdos de liberalización comercial de mercancías (*GATT* de 1945-47) a los servicios (cuya "ronda Uruguay" determinará en 2004[11] las directrices en las que básicamente seguimos instalados) derivan en un proceso de *competencia desigual* que culminará, aquí y ahora, con el aprovechamiento de la llamada *crisis*[12] para establecer una subida

mortal de la imposición sobre los productos culturales (IVA, principalmente) que acrecienta la sonoridad del vacío en las salas de cine, sobre todo cuado se contrasta con los excelentes resultados de taquilla y el éxito de películas locales en las sucesivas "Fiestas del Cine", con bajada espectacular de las entradas (Belinchón, 2014b).

En esta situación, el mercado cinematográfico parece encaminarse a un panorama de salas de cine reservadas únicamente para la proyección de grandes *blockbusters* del cine norteamericano, *cine pop corn* sazonado con megaestrellas populares, películas de animación (con o sin 3D), y macroefectos especiales impactantes, entre los que sólo se podrán colar, muy de vez en vez, las excepciones locales más asimilables por esa industria, más "competitivas" desde los *parámetros ideológicamente económicos* de la *OMC*. Precisamente las menos susceptibles de ser consideradas *excepción* (o, tan siquiera, *especificidad*) *cultural*. Nos referimos, por citar algunos ejemplos concretos, al cine del sudafricano Gavin Hood, los mexicanos Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón, o los españoles Pedro Almodóvar, Alejandro Amenábar y Juan Antonio Bayona, entre tantos otros.

4. Y, aquí y ahora, ¿aún hay refugio para un *cine comunitario*?

Si recuperamos el *sentido del cine* como un *sistema de producción de historias en imágenes de y para todos* (es decir, un *cine común, comunitario*), ¿cómo contribuir a recuperar ese sentido colectivo, participativo, que debe tener tanto la producción como la distribución y recepción? ¿Cómo hacerlo, precisamente, cuando la generación de la juventud actual ha perdido (si alguna vez lo ha tenido) el hábito de ir al cine como forma de ocio (o, incluso, su mera percepción como una alternativa a considerar)?

4.1. Las series televisivas como sostén de pequeñas productoras

La ficción audiovisual que la juventud "consume" pasa hoy más por las series televisivas coyunturales, servidas por guionistas prendidos de las audiencias, o los *cortos fast food* en Internet, del mismo modo que su visión del documentalismo se ciñe a los *realities* más abyectos y tramposos (por guionizados). El poco cine que, en general, ve nuestra juventud procede de descargas ilegales. El cine, como fenómeno colectivo, ha quedado fuera de su *balanza valor-precio del ocio*, con el consiguiente cambio en las costumbres respecto a las generaciones anteriores.

Y, sin embargo, gracias a estas series y realities televisivos sobreviven aún un nutrido grupo de buenos profesionales audiovisuales y algunas pequeñas y medianas productoras.

4.2. Apoyo público a la exhibición de pequeñas producciones

En cualquier caso, no habrá producciones audiovisuales alternativas diversas, de todos (comunitarias), sin miradas ávidas y oídos atentos. Por eso es tan importante que los poderes públicos y la sociedad civil organizada recuperen redes de distribución y exhibición autónomas que permitan crear espacios en cada ciudad[13], en cada institución cultural y educativa, para recuperar la diversidad de los mensajes audiovisuales y ensayar, desde la controversia, miradas críticas capaces de decodificarlos (en el sentido, por ejemplo, de Giroux, 1994, 1999, 2002; o Imbert, 2010) para usarlos como una herramienta útil en la *aprehensión colectiva de la realidad*.

Tampoco en este sentido ha ayudado mucho, tal como hemos venido comentando, la *pseudodemocratización digital de la producción y del acceso a la tecnología*, que privilegian el consumo individual del cine (*home cinema*). Se fulmina la mirada en los espacios públicos y compartidos (como las salas de cine), que posibilitan y hasta exigen el diálogo y la *controversia de imaginarios*, para dirigirla hacia los espacios privados (salas de estar), donde las lecturas empiezan y terminan en uno mismo (en el ámbito familiar, en el mejor de los casos). Y a estos espacios privados podemos sumarles los destinos en movilidad (móviles, tablets, consolas, etc.). Multiplicidad de pantallas que siguen apuntando al consumo/ mirada individualista. Paradójicamente, una *multiplicidad* que *divide* públicos.

4.3. Hacia una nueva retórica audiovisual más allá del *fast food* digital

Porque, digámoslo ya, nadie ve ni mira *objetivamente*. Los *objetos* son siempre *múltiples y complejos,* y son *percibidos* por un *sujeto*, inevitablemente *colectivo* (aunque sólo sea por el *contraste presente e histórico* de las percepciones propias de

cada cual). En todas las *pantallas* que nos rodean la *realidad compleja* se *encuadra* para seleccionar y privilegiar unos elementos, ocultando y relegando otros. El *tiempo de la acción* se distorsiona para ajustar intencionalmente los *hechos descritos* a una *narración icónica* necesariamente llena de *elipsis*. Son *artificios,* en definitiva, que definen la *sintaxis* del *lenguaje cinematográfico* y remiten a una *semántica,* como *representación subjetiva de la realidad* que, a su vez, se inserta en una *pragmática* tornada, en su misma *proyección social* como *propuesta artística*, en *pedagogía pública* patrocinada por la *industria cultural* para incidir en el *imaginario colectivo*.

El cine, lejos de la clásica metáfora sociológica que lo definía como *espejo social,* emplea sus imágenes como *máscara* que cubre y descubre, que desfigura y configura la realidad para *(re)interpretarla*. Una reinterpretación que puede ser interesada o no, casual o intencional, conveniente o no, pero que sin duda configura estilos de vida y modelos de pensamiento.

Si repasamos la lista de las películas más vistas en España desde que comenzamos la década de 2010, encontramos los siguientes desgloses[14]:

2010

- AVATAR (James Cameron, EEUU)
- TOY STORY 3 (Lee Unkrich, EEUU)
- ALICIA EN EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS (Tim Burton, EEUU)
- LA SAGA CREPÚSCULO: ECLIPSE (David Slade, EEUU)
- ORIGEN (Christopher Nolan, EEUU)
- SHREK FELICES PARA SIEMPRE (Mike Mitchell, EEUU)

2011

- TORRENTE 4 (Santiago Segura, España)
- LA SAGA CREPÚSCULO: AMANECER. Parte I (Bill Condon, EEUU)
- PIRATAS DEL CARIBE EN MAREAS MISTERIOSAS (Rob Marshall, EEUU)
- AVENTURAS DE TINTÍN SECRETO DEL UNICORNIO (Steven Spielberg, EEUU)
- HARRY POTTER Y LAS RELIQUIAS MUERTE Parte II (David Yates, Reino Unido)
- ORIGEN DEL PLANETA DE LOS SIMIOS (Rupert Wyatt, EEUU)

2012

- LO IMPOSIBLE (Juan Antonio Bayona, España)
- LA SAGA CREPÚSCULO: AMANECER Parte II (Bill Condon, EEUU)
- LAS AVENTURAS DE TADEO JONES (Enrique Gato, España)
- EL HOBBIT: UN VIAJE INESPERADO (Peter Jackson, EEUU)
- INTOCABLE (Olivier Nakache, Eric Toledano, Francia)
- MARVEL. LOS VENGADORES (Joss Whedon, EEUU)

2013

- LOS CROODS (Kirk De Micco, Chris Sanders, EEUU)
- GRU 2, MI VILLANO FAVORITO (Pierre Coffin, Chris Renaud, EEUU)
- EL HOBBIT: LA DESOLACIÓN DE SMAUG (Peter Jackson, EEUU)
- GUERRA MUNDIAL Z (Marc Forster, EEUU)
- FROZEN, EL REINO DEL HIELO (Chris Buck, Jennifer Lee, 2013)
- MONSTRUOS UNIVERSITY (Dan Scanlon, 2013)

2014 (primer trimestre)

- OCHO APELLIDOS VASCOS (Emilio Martínez Lázaro, España)
- EL LOBO DE WALL STREET (Martin Scorsese, EEUU)
- 300 EL ORIGEN DE UN IMPERIO (Noam Murro, EEUU)
- LA LEGO PELÍCULA (Philip Lord, Chris Miller, Chris McKay, EEUU)
- LA LADRONA DE LIBROS (Brian Percival, EEUU)
- LAS AVENTURAS DE PEABODY Y SHERMAN (Rob Minkoff, EEUU)



Las películas más vistas no reflejan la realidad que vivimos.

Basta echar un vistazo rápido a esta muestra, pequeña pero significativa, para comprobar que el cine más consumido no es precisamente diverso en cuanto a miradas sobre la realidad, ni tampoco pasaría por ser el mejor ejemplo de cine comprometido con la realidad social (exceptuando algún caso aislado como el de *Intocable*). Viene respondiendo a un modelo, que hemos ido describiendo, de películas de entretenimiento, de gran factura técnica, y de consumo rápido y escapista. Por supuesto, en su inmensa mayoría son de producción norteamericana. La escasa representación de títulos españoles (no hay ninguna europea, salvo la francesa *Intocable* y la británica *Harry potter y las reliquias muerte*) tampoco parecen remitir a un cine muy diferente de la media en cuanto a género, contenidos y tono (hablamos de *Torrente*, *Las aventuras de Tadeo Jones*, *Lo imposible* y *Ochos apellidos vascos*).

Los *contextos icónicos* en los que como público nos movemos tienen, por tanto, un considerable poder de determinación sobre los modos en los que vemos *representado el mundo*. Una adecuada diversidad posibilitaría el debate sobre *actitudes y modelos de comportamiento*. El cine supone, por tanto, un medio privilegiado para la *alfabetización audiovisual crítica* más o menos informal, pues a través de sus *textos culturales* (y sobre todo, claro está, de su *reescritura colectiva*) facilita el desarrollo de capacidades para la *decodificación y reformulación* de cada película en distintos niveles de la producción (guión, secuencias, enfoques, montaje, personajes, etc.) y de creación de sentido. Esta alfabetización posibilitaría una *contranarrativa* necesaria frente a las *políticas de representación dominantes* (ya sean manifiestas o encubiertas). *Reescribir*, reinterpretar y *narrar a la contra* exige la apropiación colectiva de conocimientos sobre la narrativa audiovisual y el lenguaje de la imagen, así como de una permanente voluntad de denuncia de lo estereotipado, de rescate de lo silenciado, de devolución de su complejidad a lo simplificado por las producciones audiovisuales al uso.

Reconociendo, por tanto, la poderosa *actividad* del cine como confirmador de *imaginarios colectivos*, parece conveniente apostar por una nueva *diversificación* de sus mensajes, para (re)insertarlos en las *pedagogías públicas*. Será una saludable forma de re(pensar) todas las esferas de la vida y contribuir a unas *formas de ver (individuales y colectivas) y actuar en el mundo* más críticas, más allá de los discursos únicos (entretenimiento light, superhéroes salvadores de la Tierra) y evasivos (comedias ligeras, cuentos amables, aventuras exóticas)[15]. Más allá de la *patronización de géneros, ritmos y apuestas estéticas, narrativas y argumentativas* (Torterola y Lobo, 2010) que ha conllevado la *mundialización* del cine.

Conclusiones en pantallas inciertas: ¿otro cines es posible?

Nos resistimos a pensar que otro cine no sea posible, pero habrá que luchar mucho por él. De momento, no nos creemos que la vociferada democratización tecnológica haya significado nada nuevo en este sentido. Más bien lo contrario, como hemos intentado argumentar en estas líneas. En la nueva caverna platónica el viejo esclavo es capaz, sí, de producir sus propias sombras, pero se torna, paradójicamente, en mero cliente (audiencia) en un mundo simbólicamente globalizado que impone, de forma más intensa y monolítica que nunca, las nuevas sombras (imágenes) producidas industrial e inten-

cionalmente para extender y apuntalar las cosmovisiones e imaginarios del mundo tradicionalmente consolidadas. Por el momento, el presente ecosistema cinematográfico supone una nueva forma de censura que privilegia la taquilla sobre la mirada, y los imaginarios convenientes sobre la diversidad necesaria de cosmovisiones.

Hasta ahora, el único resultado visible tras la proliferación de vídeos ciudadanos producidos para redes (youtube, vimeo, twitter, etc.) es la creación de una estética amateur (fruto casi siempre de las limitaciones presupuestarias) que con frecuencia el gran cine adopta por conectar con estas audiencias en buena parte identificadas con cierta estética *friki*. Pero, por encima de eso, no hay apenas nada. Y estamos desaprovechando la gran oportunidad de dejar escuchar las voces e imágenes ciudadanas a través del vídeo, porque nunca como hasta ahora fue tan fácil producir audiovisual. Si la historia de la música cambió al hacerse *popular* (*música pop*), quizá hace ya tiempo que la gran industria esté impidiendo que florezca la era del *video-pop*, con la ciudadanía al frente como potencial vanguardia artística.

No es que nadie censure lo que podemos ver o lo que podemos crear como ciudadanía. Cualquiera tiene libertad para *producir* lo que quiera. Lo paradójico llega cuando quizá luego sólo pueda exhibirlo en los rinconcitos del *tótum revolútum* de YouTube. Cabe preguntarse cuántas películas del mejor cine de autor del pasado siglo (Truffaut, Godard, Buñuel, Cassavetes, Fassbinder, Coppola, Cimino, etc.) tendrían posibilidad de sobrevivir en el ecosistema actual. La realidad de hoy nos invita a pensar que se diluirían, perdiéndose para la Humanidad, en el marasmo de las salas cerradas, de la fragmentación de pantallas digitales y de los consumos individuales, o malviviendo del mínimo eco que le otorgaran los festivales especializados.

En definitiva, cuando el cine se *homogeniza* como *medio de consumo masivo,* resulta urgente alimentar y demandar desde la propia ciudadanía *"otro cine",* más o menos acabado y profesional, desde el que se puedan cuestionar las propias experiencias como *audiencia,* asumiendo *la* crítica de nuestros patrones como *consumidores de pantallas* y de las *apuestas emocionales* que, a través de ellas, realiza nuestra mirada.

Otro cine, pues, será posible sólo cuando se inserte en una *didáctica pública de la buena comunicación* en la que cada *mirada* se convierta en *voz* capaz de gritar *"¡acción!"* para elaborar propuestas de *mensaje ciudadano,* que desborde las *limitaciones del discurso dominante*. Ver, analizar y producir cine con voluntad social transformadora, rescatando para la era digital las consolidadas prácticas de los clásicos cine-forum.



Nacho en la historia del cine. Foto Queli.

Al fin y al cabo, siempre nos quedará la esperanza final a la que se agarró el malhadado Vladimir Maiakovski en su grito de *"¡Socorro!"* (1927). Frente al viejo monopolio de la producción ejercido por Sovkino para el control previo de los guiones y el rechazo de todo cine experimental, manifestó: *"Un consuelo para los trabajadores del cine: «Los supervisores pueden cambiar; el arte permanece»".*

Notas

[1] Parafraseamos aquí con devoción el inicio de todas las historias sicilianas de la memorable Sophia Petrillo, encarnada por Estelle Getty (Nueva York, 25-7-1923/ Los Ángeles, 22-7-2008) para *The Golden Girls* (Susan Harris para la NBC, 1985-1992).

[2] Véase, por ejemplo, el *Informe de la Fundación SGAE 2013* disponible en versión digital en http://www.anuariossgae.com/anuario2013/home.html

[3] Hemos pasado, según datos del informe de la Fundación SGAE en su apartado dedicado al Cine (2013: 10) de las 7.761 pantallas de 1968 a las 3.990 de 2.012, con el agravante de que las viejas pantallas correspondían al vijo modelo de gran sala (véase, por ejemplo, Fernández, 2014) y las actuales corresponden al modelo de *minicine*... Pero además, para las mismas referencias anuales hemos pasado de una frecuencia de asistencia al cine de 11'33 a 6'56 veces per capita (y año).

[4] Alfredo Manteca (2013), por ejemplo, nos cuenta como el negocio de la exhibición vive en la práctica de las concesiones para la venta de palomitas y refrescos y, mientras en Estados unidos comienza a experimentarse con caras entradas VIP que garantizan la exclusión de vecinos glotones alrededor de la butaca propia, aquí y ahora no es raro oír o leer en los medios a exhibidores confesando que, pese a que puedan ser poco partidarios de las palomitas y refrescos en el patio de butacas, la mera posibilidad de mantener abierta la sala depende de esos consumos (que ya se empiezan a ver reforzados con una oferta *fast food* de pizzas y *hot dogs* al estilo de los autocines).

[5] Principal responsable del ocaso del *cine popular* o de *serie B* (pese a que eminentes directores del sector, como Jesús Franco o Ricard Reguant/ Richard Vogue, echen toda la culpa del asunto a la llamada *Ley Miró*).

[6] En la última década su precio ha crecido casi el doble de lo que lo ha hecho el IPC.

[7] La llamada piratería, que, desde luego, no es el gran problema del negocio del cine, aunque pueda resultar un añadido molesto en un declive que resta impulsos a la creación y expectativas de negocio a la producción y distribución.

[8] *Carmina o revienta* (Paco León, 2012), aunque no sea el ejemplo perfecto de indie que triunfa, pues es obra de un personaje muy popular de las series televisivas, supone una apuesta "familiar" de su director que apenas costó 40.000 euros. Fue la primera película española estrenada simultáneamente, y con gran éxito, en 20 salas cinematográficas, 8 plataformas de descarga legal (con precios entre 1'95 y 4 euros) en Internet, donde batió todos los records (8.000 usuarios adquirieron, sólo en la web de Filmin, derechos de acceso por 72 horas durante la primera semana), dos plataformas de televisión a la carta y en DVD... ¡Con unos niveles de piratería casi anecdóticos!. (Ver datos y cifras, por ejemplo, en http://www.abc.es/20120710/cultura-cine/abci-carmina-revienta-cifras-201207092008.html, http://cultura.elpais.com/cultura/2012/07/08/actualidad/1341770707_022067.html o http://cultura.elpais.com/cultura/2012/04/24/actualidad/1335285982_834986.html.

[9] Por ejemplo, ejemplares con una reciente joya del surrealismo transgenérico español como *Lo más importante de la vida es no haber muerto* (Olivier Pictet, Marc Recuenco y Pablo Martín Torrado, 2010).

[10] Para muestra, se recomienda revisar Llorca (2012).

[11] Sin que ni siquiera allí Europa hablase con una sola voz, enfrentando las tesis de la "*excepción cultural*" que propugnadas por Francia, pretendía dejar la cultura (y el audiovisual en concreto) fuera de esos acuerdos liberalizadores, a las de la "especificidad cultural" que, propugnadas por Gran Bretaña, defendía la inclusión de la cultura en los acuerdos (¿para evitar su sometimiento a la "ley del más fuerte"?) estableciendo luego cuantas especificidades se considerasen de razón. Para más información, remitimos a Aparicio (2008).

[12] Que también para el sector audiovisual ha resultado una estafa.

[13] Algunas iniciativas ciudadanas sí han surgido ante el panorama del desmantelamiento y cierre de los cines. *Cinemes Girona* o el *ZumZeig* (Barcelona), *CineCiutat Palma* (en Palma de Mallorca), *Cines Zoco Majadahonda* (Madrid) o el colectivo Salvemos los cines han apostado por algunas vías de resistencia: apertura de micro-salas para cinéfilos, recuperación de salas cerradas, ampliación de cartelera cinéfila con otros espectáculos visuales, etc. Para conocer y ampliar algunas de estas alternativas se recomienda ver el reportaje "El cine en el cine" del programa Días de cine (RTVE).

[14] Fuente: elaboración propia sobre datos de taquilla de Anuario SGAE (años 2010-2012), Cinemanía (2013), Factoría del Cine (2014) y Filmaffinity (datos director y nacionalidad)

[15] Ampliamos el tema de los usos pedagógicos del cine en el artículo "*Usos alternativos del cine como pedagogía formal y no formal: de la consolidación de imaginarios convenientes a una educación emancipadora*" en este mismo número de Ábaco.

Referencias bibliográficas

APARICIO, Daniel (2008): *"La ficción en la lógica de la manipulación"*. En TUCHO, Fernando (coord.): *Manipulación y medios en la sociedad de la información*. Madrid, Ediciones de la Torre: 133-156.

BALLESTEROS, Isolina (2001): *Cine (ins)urgente: Textos fílmicos y contextos culturales de la España postfranquista*. Barcelona, Fundamentos.

BARNES, Carolina- GONZÁLEZ, Leandro- QUINTAR, Aída (2014): *"Cine y video comunitario: un aporte hacia una mayor democratización de la participación social". Congreso ASAECA (Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual)*, Rosario (Argentina).

CALVO HERRERA, Concepción (2009): *Distribución y lanzamiento de una película*. Madrid, Alcalá.

CALVO HERRERA, Concepción (2011): *Explotación de películas*. Jaén, Zumaque.

CASTORIADIS, Cornelius (1996): *El ascenso de la insignificancia*. Madrid, Cátedra,1998.

CUEVAS RODRIGUEZ, Jesús Manuel (2009): *Filmosofía. Cine y Filosofía: Cuestionando la realidad*. Madrid, Opera Prima.

FERNANDEZ DEL CASTRO, J.I. (2008): *"Cine, ciudadanía y valores"*. En AA.VV.: *Salud y ciudadanía. Teoría y práctica de la innovación* (pp. 212-221). Asturias, Centro de Profesorado y de Recursos de Gijón.

FUERTES Jaime (2008): *Un negocio de cine: La cara menos conocida de la mayor industria de ocio*. Córdoba, Almuzara.

FUEYO, A. (2010): *"Cine y Pedagogía. La escuela en el cine, el cine en la Escuela"*. En AAVV: *Los saberes y el cine*. Barcelona, Tirant Lo Blanch.

FUNDACIÓN SGAE ("013): *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2013*. Madrid, SGAE.
http://www.anuariossgae.com/anuario2013/home.html (consultada el 21 de Marzo de 2014).

GIROUX, Henry (1994): *Placeres inquietantes: aprendiendo la cultura popular*. Barcelona, Paidós, 1996.

GIROUX, Henry (1999): *El ratoncito feroz: Disney o el fin de la inocencia*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2001.

GIROUX, Henry (2002): *Cine y entretenimiento. Elementos para una crítica política del filme*. Barcelona, Paidós, 2003.

GISPERT. Esther (2009): *Cine, ficción y educación*. Barcelona, Laertes.

IMBERT, Gerard (2010): *Cine e imaginarios sociales: El cine posmoderno como experiencia de los limites (1990-2010)*. Madrid, Cátedra.

LINARES PALOMAR, Rafael (2009): *La promoción cinematográfica: estrategias de comunicación y distribución de películas*. Madrid, Fragua.

LLORCA, Germán (2012): *"El crowdfunding y el cross-media ante los retos del audiovisual."* En FRANCÉS I DOMENEC, Miquel. *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*. Madrid: Instituto Radio Televisión Española: 127-159.

MAIAKOVSKI, Vladimir (1927): *"¡Socorro!"*. En V. MAIAKOVSKI: *Escritos sobre Cine*. Madrid, Nevsky: 45-50.

MILES, Jay (2012): *Conquistar You Tube*. Madrid, Anaya Multimedia.

PAISANO, Javier (2013): *"¿El fin de la barraca?"*. En *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2013: Cine*. Madrid, SGAE: 5-7.
http://www.anuariossgae.com/anuario2013/anuariopdfs/05_CINE.pdf (consultada el 21 de Marzo de 2014).

PERALES BAZO, Francisco (2008): *Cine y publicidad*. Madrid, fragua.

PERIS, Alvar (2012). *"Los discursos sobre la calidad en los contenidos audiovisuales para Internet y móvil"*. En FRANCÉS I DOMENEC, Miquel. *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*. (pp. 127-159). Madrid: Instituto Radio Televisión Española

SQUIRE, Jason E. (Ed.)(2006). *El negocio del cine. El juego de Hollywood*. Madrid, T&B, 2013.

TORRENT, Ramón (2002): *"La «excepción cultural» en la Organización Mundial del Comercio (OMC): la base de la política audiovisual en Cataluña"*. En *Quaderns del CAC (Consell de l'Audiovisual del Catalunya), 14 (Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural)*. Barcelona, Septiembre-Diciembre:19-27.

TORTEROLA, Emiliano y LOBO, Ana Laura (2012): *"Reconfiguración del séptimo arte en el cambio de siglo: El cine en la*

cultura digital". Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, 93. 2012: 34-45

ZIZEK, Slavoj (2013): *Lacrimae Rerum: Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio.* Madrid, Debate.

Referencias periodísticas

BELINCHÓN, Gregorio (2013a): *"¿La creatividad? Bien, gracias".* En *El País, Cultura,* 19 de Diciembre.

BELINCHÓN, Gregorio (2013b): *"Cine en España: otro año de terror".* En *El País, Cultura,* 31 de Diciembre.

BELINCHÓN, Gregorio (2014a): *"A vueltas con lo de la radiografía del cine español".* En *El País, Cultura,* 21 de Marzo.

BELINCHÓN, Gregorio (2014b): *"Los seis días de oro en las salas".* En *El País, Cultura,* 3 de Abril.

BOYERO, Carlos (2013): *"Sigue vivo, aunque digan que se muere".* En *El País, Cultura/ Opinión,* 20 de Diciembre.

FERNÁNDEZ, Carmen Rosa (2014): *"Cines con memoria histórica".* En *El País Semanal,* 24 de Enero.

HERBERA, Juan: *"España 2013: Un mercado de hace treinta años".* En *rtve.es,* Blog *Desde la taquilla,* 10 de Febrero. *http://blog.rtve.es/estrenos/2014/02/espa%C3%B1a-2013-un-mercado-como-el-de-hace-treinta-a%C3%B1os.html* (consultada el 31 de Marzo de 2014).

KOCH, Tommaso (2014): *"Una entrada para ir al cine cuesta un 45'2% más que hace una década".* En *El País, Cultura,* 19 de Febrero.

MANTECA, Alredo (2013): *"La revolución silenciosa".* En *Duckspeaking*, 24 de Septiembre. *http://duckspeakingblog.wordpress.com/2013/09/24/la-revolucion-silenciosa/* (consultada el 25 de Marzo de 2014).

SUCASAS, Ángel Luís (2014): *"El puzle de la recaudación del cine español".* En *El País, Cultura,* 12 de Febrero.