

**COOPERATIVAS INDEPENDIENTES ENTRE LA
EXHIBICIÓN CINEMATOGRÁFICA Y LA GESTIÓN
CULTURAL: EL CINE CIUDADANO EN LA
PERIFERIA DE LA INDUSTRIA***

**INDEPENDENT COOPERATIVES BETWEEN FILM
EXHIBITION AND CULTURAL MANAGEMENT:
CITIZEN CINEMA AT THE INDUSTRY'S PERIPHERY**

Robert Arnau Roselló
Universitat Jaume I, España
rarnau@uji.es

Cómo citar / Citation

Arnau Roselló, Robert (2016). "Cooperativas independientes entre la exhibición cinematográfica y la gestión cultural: el cine ciudadano en la periferia de la industria". *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 11(2): 419-439.
doi:10.14198/OBETS2016.11.2.02

Resumen

A partir de la organización de cierto número de personas en cooperativas culturales, los llamados *cines ciudadanos* implementan una estrategia similar a la de la guerrilla de la cultura, reabriendo locales cinematográficos en quiebra o reflojando proyectos de salas de cine que habían quedado estancados. El motor esencial de estas experiencias se alimenta de la posibilidad de abrir un espacio en la periferia de la industria cinematográfica, gestionado directamente por los socios, capaz de rescatar películas que no podrían tener distribución comercial y quedarían sin proyectar en el cajón de alguna distribuidora residual. Por ello, estos espacios dinamizados por los movimientos sociales se configuran como una alternativa real a las censuras que promueve por naturaleza el sistema de distribución comercial cinematográfica.

*El presente estudio ha sido financiado con la ayuda del Proyecto de Investigación de la convocatoria Universitat Jaume I-Bancaja, con el título "La crisis de lo real: la representación documental e informativa en el entorno de la crisis financiera global", código 111301.01/1, para el periodo 2014-17, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici.

Palabras Clave: Exhibición cinematográfica; Cooperativas culturales; Movimientos sociales; Cine ciudadano; Independiente; Distribución alternativa.

Abstract

From the organization of a number of people in cultural cooperatives, called citizens cinemas implemented a similar strategy of guerrilla's culture, reopening bankrupt film locals or cinema projects that had been stalled. The key driver of these experiences is fed by the possibility of opening a space in the periphery of the film industry, directly managed by the partners, able to rescue films that might not have commercial distribution and would not projecting in the drawer of a residual distribution. Therefore, these spaces energized by social movements are configured as a real alternative in front of censures promoting by the film commercial distribution system.

Keywords: Film exhibition; Cultural cooperatives; Social movements; Citizen Cinema; Independent; Alternative distribution.

Extended Abstract

In recent years is perceptible an increase in certain types of initiatives in the field of film exhibition that retrieve and update strategies from past experiences in time such as film clubs or arthouse rooms. The tradition of a certain associative film goes far back in time, almost to the origins of film exhibition, but in the seventies when the film clubs organized around social political movements whose main objective is to organization of film screenings in all types of screens, lives its moment of greatest splendor.

The circulation of films by these alternative distribution channels, fueled mostly by films banned by the censorship in Spain or films made by film militant groups in the period, it is a window to the outside (and inside) for many viewers who can not access these contents otherwise. The distribution system has its cracks and their own censorship, so that the subversion of the dominant models highlights the need for renewal of some imposed methods that eliminate the decision-making capacity of the viewer. Schedules (ideologies) imposed by the multinationals of the distribution (the American majors) that propose social, cultural, political models and eliminate any possibility of interference from other narratives cornered look through the screen quota. On the other hand, in the eighties the rise of the arthouse rooms had allowed to find a certain kind of film that had no place in commercial cinemas. The precipitous rise and fall of these screens takes place in just two decades, but the spirit that encourages those who initiated these wanderings survives in some current organizational models, as here try, so-called Citizens Cinemas.

Today, from the organization of a number of people in networks and cultural cooperatives, citizens cinema implements a similar strategy of guerrilla's culture, reopening bankrupt film locals or cinema projects that had been stalled. The key driver of these experiences is fed by the possibility of opening a space in the periphery of the film industry, directly managed by the partners, able to rescue films that might not have commercial distribution and would not projecting in the drawer of a residual distribution.

It is, in short, a grassroots movement with a clear horizontally inspiration derived from the experiences of recent movements Occupy Wall Street or the

15-M. Reorganized spaces by these groups are set up as a real alternative (now working normally in some Spanish cities) to the censorship that naturally promotes commercial film distribution and serve as an engine of socio-cultural initiatives in a citizens recovered area. Through the analysis of the genesis of some pioneering projects in Spain, as CineCiutat, Cines Zoco Majadahonda or Numax, we will try to outline the horizon on which the movement seems to develop at present updating the role of the film clubs.

I. INTRODUCCIÓN: CINES CIUDADANOS Y ACTIVISMO POLÍTICO-SOCIAL. NUEVAS ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS EN LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA DIGITAL

En estos últimos años es perceptible el incremento de cierto tipo de iniciativas en el campo de la exhibición cinematográfica cuya inspiración nuclear proviene principalmente de dos ámbitos complementarios, pero diferenciados: por un lado recuperan y actualizan estrategias derivadas de experiencias anteriores en el campo de la exhibición cinematográfica tales como los cineclubes o las salas de arte y ensayo; por otro, desplazan a la gestión cultural los esquemas organizativos y estructurales que alentaron los recientes movimientos sociales globales, tales como *Occupy Wall Street* o el 15-M en España.

Estos dos focos principales de inspiración, en cuyo seno conviven la gestión cultural independiente y la horizontalidad heredada de las organizaciones sociales asamblearias protagonistas del 15-M, han precipitado el ensanchamiento de una grieta en el actual sistema de distribución cinematográfica que, aún en proceso de mutación por la irrupción de la tecnología digital, suscita innumerables incógnitas y presenta enormes desafíos de adaptación dada su naturaleza esencialmente conservadora. Lo curioso en este caso, por infrecuente, es que dichos desafíos procedan del exterior de la institución cinematográfica, del ámbito de lo civil, para el cual hasta ahora no había espacio filmico específico construido por –y para– sí mismo.

Es paradójico que el cine, tradicionalmente punta de lanza ideológica de las Industrias Culturales, esté siendo uno de los últimos sectores en adaptar su sistema de exhibición a la realidad digital y lo haga de un modo tan lento, a pesar de que la evolución del parque de salas, el número de espectadores y la recaudación de taquilla sea efectiva (Izquierdo, 2010, p. 21). Una de las razones que explica esta aparente contradicción, y también la génesis de los cines ciudadanos, es que la industria cinematográfica representa un caso paradigmático en cuanto a la concentración de medios se refiere. La posición de dominio de las *Majors* estadounidenses en el sector no proviene, como suelen argumentar desde las propias compañías, de una mayor identificación del público con el cine norteamericano o una ventaja competitiva en términos de calidad técnica y grado de espectacularización, sino de una restricción efectiva de la capacidad

de elección de los espectadores a través del control del mercado de la distribución, la cartelera y las cuotas de pantalla.

Además, la estructura oligopólica de dichas empresas, sobre todo en EEUU, concentra en manos de unas pocas compañías (y sus filiales más o menos explícitas) más del 90% del mercado norteamericano. Sin embargo, en Europa, aunque el dominio es significativo, la atomización del mercado causado por la fragmentación de las audiencias impide tal situación. Las compañías locales no pueden hacer frente a los gigantes de las *Majors*, de modo que hasta el 60% del mercado autóctono europeo se ve copado por producciones de Hollywood y su arquetípico *blockbuster*. Y es que, como sostiene Bagdikian (2004), los productos audiovisuales poseen costes estructurales que benefician la creación y consolidación de mercados oligopólicos, de tal forma que para las estructuras de cierta envergadura, una vez el producto audiovisual ha generado ingresos por el valor de su coste producción, cada ingreso adicional es beneficio bruto. Así, para combatir la incertidumbre de un mercado de base creativa, estas empresas optan por producir un número anual de películas (pongamos, por ejemplo, 10) que garantice, por simple probabilidad, el éxito en taquilla de un par de ellas, y permita cubrir las pérdidas de las ocho restantes (Pardo y Sánchez-Taberner, 2012, p. 42).

De ese modo, las compañías hegemónicas con mayor presencia en las pantallas, implementan estrategias abusivas sustentadas por su posición ventajosa en el mercado y su poder en el sector. No es de extrañar, pues, que la propia OCDE, desde finales del siglo pasado, advierta de que las salas que no están integradas en una estructura vertical o no forman parte de una gran multinacional pueden sufrir desventajas competitivas importantes, de muy diversa índole.

Una situación de agravio que viene condicionada por numerosos factores dispersos como la preferencia de los productores por reservar los estrenos más populares para las salas con mayores ingresos (normalmente aquellas propiedad de grandes complejos), las exigencias de los periodos de programación amplios, el otorgamiento de derechos exclusivos de distribución que aseguran la audiencia a costa de las salas menores cercanas (*zoning*), la adquisición obligatoria de filmes mediocres que se venden conjuntamente con las grandes producciones (*block booking*), o incluso la adquisición a ciegas del film por parte del exhibidor (*blind bidding*), lo cual acrecienta las desventajas de los pequeños y medianos exhibidores (OCDE, 1996, p. 9) que ven amenazado su modelo de negocio por el insaciable *show business*.

Ciertamente, esta presión que ejercen las *Majors* sobre las industrias cinematográficas de otros países, no sólo tiene un carácter económico, sino también, y sobre todo, socio-cultural (Sánchez Ruiz, 2007). Se trata de un cine que com-

bina la voluntad de recepción masiva, cuyo objetivo final es ser entendible por todo el mundo, con la necesidad de exportación de modelos políticos, económicos y culturales a través de estrategias de distribución basadas en las más agresivas técnicas de mercadotecnia (Wasko, 2003). De hecho, su modelo de implantación hace que sea la propia distribución la que configure la industria del cine como tal, ya que a medida que aumenta la demanda de películas, aumenta la producción, relación que no funciona en sentido contrario. La saturación de las pantallas con películas de temática y planteamiento narrativo homogéneo y las dificultades para la entrada en los circuitos de producciones alternativas, hacen que sea necesaria una alta dosis de creatividad para distribuir (y rentabilizar mínimamente) algunas películas (Izquierdo, 2010, p. 51).

Es en este contexto complejo, precisamente, donde hay que encuadrar las iniciativas de los cines ciudadanos (Community Supported Theatres, en EEUU), en el tiempo de las secuelas provocadas por la tremenda crisis económica de 2008, de las redes sociales y la participación ciudadana a través de la herramientas propias de la web 2.0, de los movimientos sociales *Occupy*, de la sociedad-red. Sin embargo, pese a su reciente génesis, estas iniciativas ciudadanas hunden sus raíces en las huellas dejadas por intentos de organización y distribución alternativos a los circuitos comerciales muy anteriores en el tiempo.

La tradición de un cierto cine asociativo se remonta muy atrás en España. Ya durante la etapa republicana se experimentó un profundo auge del movimiento cineclubista en las principales provincias españolas que, sin embargo, se vio truncado por la Guerra Civil y el posterior régimen dictatorial franquista (Ruiz Muñoz, 2012).

Pero en la década de los setenta el cineclubismo, organizado en torno a movimientos sociales de carácter político cuyo objetivo fundamental consiste en la organización de proyecciones cinematográficas en todo tipo de locales como excusa para actos clandestinos de los militantes antifranquistas, vive su momento de mayor esplendor. La circulación de películas por estos circuitos alternativos de distribución, alimentados en su mayoría por películas prohibidas por la censura en España o filmes militantes realizados por colectivos cinematográficos del periodo, supone una ventana al exterior (y al interior) para muchos espectadores que no pueden acceder a estos contenidos de otro modo.

Así, se convierten catalizadores de este “otro” cine entre un público heterogéneo que accede a una destacable variedad de espacios de exhibición marginales. En 1974 la Central del Curt (CDC) se funda como la primera plataforma alternativa de distribución cinematográfica de las prácticas independientes y/o militantes en el estado español (aunque en el terreno del cine independiente cabe señalar la importancia del llamado *Volti*, la red de locales del sin-

dicato CCOO en las que se proyectaba material clandestino o prohibido por el régimen). Como distribuidoras autogestionadas por sus miembros, contribuyen de manera significativa a la configuración de una red cinematográfica de información y debate ideológico-político en una sociedad civil que presenta una absoluta necesidad de este tipo de productos culturales dado el contexto institucional de desgaste del régimen y de evolución política profunda que se vive en esa década. En sus propuestas programáticas se entiende el trabajo de un modo integral, en el que se combinan la distribución con la búsqueda ininterrumpida de puntos de exhibición a través de la inmersión en las problemáticas de los barrios, sindicatos y otras agrupaciones sociales. En definitiva, se trata de la materialización de un grupo de gente que desde el ámbito cinematográfico pretende incidir en el contexto político del momento (Arnau, 2006, p. 232).

Sus miembros, por tanto, se sienten ideológicamente identificados con los diversos conflictos y demandas sociales, tienen en sus manos material cinematográfico y siempre existe un nexo común con las demás redes de movilización, de forma que es posible difundir ciertas imágenes negadas desde la televisión estatal o el principal aparato de propaganda del régimen, el noticiero No-Do. Durante casi ocho años, la CDC posibilita la difusión de unos 120 films que no circulan por los canales de exhibición comercial del Aparato Cinematográfico Industrial y producidos al margen de él, además de una media de unas 600 contrataciones de films por año de existencia, una cifra nada despreciable, asimilable a una distribuidora comercial del sector nacional en ese momento. El sistema comercial de distribución tiene sus grietas y sus propias censuras, de modo que la subversión de los modelos dominantes pone en evidencia la necesidad de renovación de algunos métodos impuestos que eliminan la capacidad decisoria del espectador. De este vacío, emergen las prácticas colectivas ciudadanas.

Por otro lado, a partir de 1967 el auge de las salas de Arte y Ensayo (los *repository cinemas* –*arthouse cinemas*– en EEUU), al tiempo que anuncia la crisis del cineclubismo (que se desencadena entonces, pero acaba prácticamente con la componente crítica del movimiento unas décadas después) permite encontrar en las pantallas un cierto tipo de cine que no había tenido cabida hasta ese momento en las salas comerciales. Su papel precursor, aunque en menor grado que el movimiento cineclubista, resulta del hecho de alzarse contra el imperio de las distribuidoras en busca de films de muy distinto carácter al de aquel comercializado y consumido por el gran público. Proyecciones de películas clásicas o de culto, documentales o films independientes que tratan de mantener viva la idea del cine como arte y artefacto cultural de transformación social, al servicio de las inquietudes de la sociedad civil frente al avasallamiento (y el vaciado de sentido) de la industria *mainstream*. El ascenso y caída estrepitosa

de estas salas tiene lugar en apenas dos décadas, tanto su auge como su declive son instantáneos, pero el espíritu que alienta a los que iniciaron estas andaduras pervive en algunos modelos organizativos actuales como los que a continuación trataremos, de los llamados Cines Ciudadanos.

2. METODOLOGÍA E HIPÓTESIS DE TRABAJO

El planteamiento metodológico de este estudio se ha estructurado en torno a varios tipos de fuentes, de diverso carácter y procedencia. La revisión bibliográfica se centra, por una parte, en el repaso de estudios destacados sobre la distribución cinematográfica y la concentración de medios (Gomery, Izquierdo, Pardo y Sánchez-Tabernero, Bagdikian, Augros), así como informes realizados por organismos públicos para ubicar la investigación en el terreno concreto de la exhibición filmica (OCDE, ICAAV). Por otra, en aquellos estudios que analizan los recientes movimientos sociales, y las redes tanto sus especificidades como sus estrategias políticas o comunicativas (Giménez, Piñero-Otero, Christakis, Castells).

El debate (y la discusión científica) acerca del papel desempeñado por estos focos de distribución en la industria (secundarios, si tenemos en cuenta las dimensiones del sector), se ubica precisamente, en el terreno de confluencia entre la distribución cinematográfica y el papel de estas organizaciones colectivas frente a la estructura oligopolística del negocio filmico a través del intento de superación el tradicional contexto de concentración de medios. Nuestra aportación pretende incidir en este aspecto particular sin olvidar, desde luego, algunas otras cuestiones relevantes (como las trazas de estas iniciativas, etc.). Las referencias al sector de la distribución son, pues, seminales para apuntalar este estudio, ya que fuera de este ámbito no se producen tales sinergias. Resultará esencial, por tanto, tal como propone Ruíz, enmarcar las actividades que aquí se describen en el contexto de una lectura indefectiblemente ligada a la función social e ideológica que desempeñan en paralelo a la evolución social (Ruíz Muñoz, 2012).

Como decíamos más arriba, la génesis de los cines cooperativos puede ser abordada desde diversas perspectivas y desde el análisis de muy diversos factores, pero para profundizar en el funcionamiento de estos grupos es necesario en primer lugar realizar un trabajo de campo que permita contrastar las escasas fuentes bibliográficas sobre el particular y complementarlas, en su caso. Esta tarea no puede ser obviada en un trabajo de estas características puesto que lo que nos interesa es estudiar las innovaciones que estos grupos aportan al ámbito de la autogestión y la producción cultural, y no hay otra manera de hacerlo que no sea a través del contacto directo con la gestión cotidiana de dichas asociaciones.

Por ello, para el trabajo de campo se ha accedido a fuentes documentales de un modo directo al contactar con las cooperativas que forman parte de la muestra (asociaciones abiertas y documentos públicos) y entrar en los *mailings* de las listas de información de los socios. Dossieres de prensa, actas de las asambleas, estatutos de las asociaciones y demás documentos internos han sido la fuente principal en este ámbito específico. Aún así, cabe señalar que la propia esencia horizontal, pública y transparente de dichas cooperativas garantiza un acceso a las fuentes sin ninguna restricción ya que las asambleas son públicas, transcritas y enviadas a los socios, así como las cuentas. De otra parte, el escrutinio de la actividad de estos movimientos asociativos se ha realizado a través de entrevistas electrónicas a determinados socios y miembros de las juntas directivas, lo que a efectos metodológicos supone un contraste con las herramientas analíticas precedentes, no obstante, el acceso al trabajo interno de estos grupos no es posible, ni deseable, de otro modo. Además, los distintos acercamientos hacen aflorar en el texto cuestiones diversas, complementarias, cuya consideración individual resultaría incompleta, ligeramente descontextualizada.

Precisamente, a la hora de determinar nuestras hipótesis de trabajo hemos tratado de acotar el objeto de estudio desde dos planteamientos y enunciados básicos: en primer lugar, los Cines ciudadanos no pueden ser entendidos sin comprender la trayectoria y alcance del movimiento cineclubístico en España, porque son, entre otras cosas, la actualización del papel que aquellos desempeñaron anteriormente; en segundo lugar, la gestación de las experiencias actuales a partir de los modelos organizativos promovidos desde los movimientos sociales *Occupy* o el 15-M ha abierto espacios a un tipo de manifestación cultural que se encontraba al margen de las pantallas, recuperando el papel protagonista y proactivo de la sociedad civil.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN: PLATAFORMAS COLABORATIVAS Y REDES DE CINES ASOCIATIVOS EN ESPAÑA

Una aproximación a las experiencias de los cines ciudadanos no debe pasar por alto la enorme diversidad de planteamientos que lo impulsan, y la variedad de modelos con los que toma forma, para lo que debe tener muy presente que se trata de un fenómeno multiforme, cambiante, en permanente desarrollo (como un *Work in Progress*) que a pesar de iniciar muy recientemente su andadura en nuestro país, parece tener un largo recorrido por delante. Esta diversidad se manifiesta en diferentes maneras de hacer, modos de organización alternativos, composiciones y dimensiones distintas de los grupos, hasta en la propia naturaleza de las asociaciones que lo promueven y de las iniciativas que implementan.

Así, para establecer un marco que escape a las particularidades de cada experiencia (que más adelante trataremos específicamente), podemos identificar determinados factores que han condicionado de un modo global la existencia de tales experiencias, que han servido de estímulo o allanado el terreno para la emergencia de un movimiento de tales características.

Como primer punto de atención cabe señalar el resultado devastador de la crisis económica de 2008 y sus efectos “colaterales” en el sector audiovisual, particularmente en España. Las consecuencias de la caída en 2007 de *Lehmann Brothers*, la banca de inversión más importante –y más endeudada– del mundo, desencadenan una crisis financiera internacional cuyas dimensiones no tienen precedente en la historia. Las repercusiones se extienden por todo el planeta vertiginosamente, hasta el punto de generar el colapso de varias economías nacionales (algunas de la zona euro: Islandia, Irlanda, Grecia) en pocas semanas. En nuestras fronteras el impacto es también inmediato, pero sobre todo, radical. De los fastos del sector de la construcción y los créditos fáciles, a las más pura ruina a través de un rescate financiero para un sector bancario endeudado y esquilmo por sus responsables. Reforma laboral, servicios sociales suspendidos, sanidad y educación decapitadas, hundimiento del consumo, empresas cerradas, todo ello casi de la noche a la mañana. En un país inundado de servicios, apenas quedaron comercios abiertos.

Por supuesto, el sector cinematográfico no es ajeno a este proceso de desintegración económica y vive, por añadidura, sus propios desafíos internos para adaptar su modelo de negocio a la demanda digital. Como se desprende de los datos del informe del ICAAV, en el año 2014 todavía se identifica un parque del 20% de las salas de cine que están pendientes de adaptar sus equipos a la proyección digital, con el gasto que esa operación supone, mientras el descenso de los espectadores es manifiesto (el aumento del IVA al 21% impuesto por el gobierno del PP es la puntilla definitiva) y se intenta paliar ese descenso de recaudación y afluencia con actividades como la “Fiesta del cine” (con pases entre semana a precios reducidos). Los exhibidores ven mermar sus ingresos rápidamente al tiempo que deben afrontar los gastos de la digitalización de sus salas, situación que desemboca en innumerables casos en una estrepitosa quiebra de la empresa y un cierre inmediato de las salas. De las doscientas salas que llega a ofrecer la cadena Renoir en toda España, apenas resisten cuatro en las zonas urbanas de mayor población. Esas cifras se disparan en el caso de los cines de tamaños reducidos, el cierre de salas se precipita en cadena, sin que los propietarios puedan emprender acciones para evitarlo (ICAAV, 2014). El sector sufre un impacto arrollador, desprotegido, se va disgregando hasta prácticamente desaparecer (un ejemplo extremo lo encontraríamos en el caso de ciudades

medianas como Pontevedra, Tarragona o Jaén – de más de cien mil habitantes– que se quedan en apenas unos años sin puntos de exhibición cinematográfica).

Tampoco la sociedad civil es ajena a tamaña convulsión económica, de hecho es la clase trabajadora la que más sufre los efectos perniciosos de la crisis, por cuanto repercute despiadadamente en aquellos sectores de población más expuestos a las desigualdades. La situación que arrastra el país se torna insostenible para una parte de la población que, harta de conformarse con el *statu quo*, se organiza independiente y colectivamente para reclamar abiertamente una sociedad más justa, menos corrupta, cuyas prioridades se encuentren al servicio de los ciudadanos. A raíz de la publicación en mayo de 2010 del ensayo ¡Indignaos!, de Stephan Hessel, se va fraguando una corriente de opinión política –sobre todo en Europa, pero también en EEUU– en torno al concepto de Ciudadanos Indignados que canaliza gran parte del malestar de la sociedad civil por la situación económico-política. El 15 de Marzo de 2011, lo que empieza siendo una acampada espontánea de medio centenar de personas en la Plaza del Sol de la ciudad de Madrid, se va extendiendo por el país hasta convertirse en un movimiento social de dimensión internacional conocido como Movimiento de los Indignados. El aliento de la convocatoria, promovida desde la plataforma ¡Democracia Real YA!¹ y simultánea a las revueltas sociales agrupadas bajo la etiqueta de Primavera árabe (2010-2013), cruza el atlántico y contagia la emergencia de movimientos similares de trascendencia global como *Occupy Wall Street* (a raíz de la ocupación del Zucotti Park en la ciudad de Nueva York, EEUU). No parece haber dudas acerca de las líneas programáticas que son comunes a estas protestas (Giménez, 2011, p. 12)., pero en el caso del 15-M en España el orden de las exigencias revela el grado de hartazgo de la sociedad española, zarandeada por una crisis catastrófica amplificada por unos gestores incapaces e indecentes Reivindicaciones como la supresión de los privilegios de la clase política, la reforma de las leyes electorales, las medidas reales contra la corrupción, la educación pública, la mejora de las condiciones laborales, la regulación de la banca y el sistema financiero o la instauración de sistemas de democracia directa condensan el espíritu de estos grupos y ponen de manifiesto el potencial de una sociedad civil organizada para liderar un cambio político que la tenga en consideración.

El papel que desempeñan las redes sociales en el impacto de estas mutaciones es, sin duda, el primer desencadenante de las transformaciones sociales

¹ La información generada por el propio grupo sobre la génesis y el rol de esta plataforma en la configuración inicial del movimiento 15-M puede ampliarse en: <http://www.democraciarealya.es/>

que acarrear. El concepto de red social como conjunto organizado de ciudadanos en el que se integran las personas y las conexiones entre ellas (Christakis, 2010, p. 27), ha vivido un desarrollo exponencial paralelo al de las TIC que ha transformado, ampliándolo, su espectro de aplicación. Como sostiene Piñero-Otero (2012), estas redes, dinamizadas por relaciones no mediadas tecnológicamente entre sujetos proactivos (generalmente procedentes de espacios de reivindicación tradicionales), se han convertido en el principal espacio de discusión de los movimientos sociales, culturales, vecinales, o políticos que han empleado la web 2.0 como herramienta de suma relevancia para la movilización social, llegando a constituir el principal medio de los actores sociales para actuar, informar, organizar o dominar (Castells, 2001, p. 66).

De alguna manera, todos estos factores combinados generan un contexto específico muy concreto, por esa razón, limitamos nuestro estudio al caso español, en el que se conjugan por un lado, los vacíos del ámbito de la exhibición cinematográfica, con la creciente movilización social alentada por una cada vez más nutrida red de ciudadanos organizados colectivamente. La exhibición filmica se ha convertido en estos últimos años en uno de los puntales de la industria que más necesita actualizar su modelo para evitar ser desplazado por los nuevos patrones de consumo nacientes, atomizados, deslocalizados, bajo demanda, móviles, ubicuos. Lo que la industria consideraba su principal amenaza, el negocio de la piratería, ha resultado una anécdota en comparación con el desafío que supone la adaptación a estos nuevos consumos. El reto es, hoy, adaptarse a las tendencias de un sector que ya no dirige sus esfuerzos a la captación de nuevos espectadores, sino que trata de facilitar el retorno y fidelización de los ya existentes a través de la diversificación de la oferta, ya no importa tanto qué consumimos, sino las dinámicas que pautan nuestro consumo audiovisual.

El cierre de las salas y la paralización de la exhibición en muchas ciudades parecía presagiar un panorama repleto de salas multiplex en grandes centros comerciales y poco más, pero poco a poco los antiguos espectadores se agrupan y comienzan a organizarse para abrir cines en diferentes ciudades españolas. Las iniciativas son colectivas, pero también individuales, cooperativas y empresariales (de pequeñas dimensiones), de este modo, la cinefilia y la militancia socio-política se ligan para iniciar un camino nuevo, es el momento de cristalización de los diferentes proyectos de cines ciudadanos. Aunque trataremos los casos más relevantes individualmente, cabe señalar, como pionero en la puesta en marcha de una iniciativa ciudadana paradigmática, la trascendencia del proyecto CineCiutat en la definición y posterior desarrollo del modelo asociativo al hacerse cargo a través de una asociación de vecinos de la gestión de los cines Renoir en Palma de Mallorca.

A esta experiencia autogestionaria inicial se sumarán otras casi inmediatamente, como la propia creación de la asociación Xarxa Cinema para la administración de los Renoir de Palma, los Cines Zoco de Majadahonda en Madrid (también antiguos Renoir), el cine Groucho de Santander, la cooperativa Númax en Santiago de Compostela, la cooperativa Aragó Cinemas en Valencia, el Cine Aranda en Burgos y otros proyectos complementarios de salas independientes *arthouse*, como Zumzeig en Barcelona, Pathé en Sevilla. Su unión, a través CineArte, la Red de Cines Independientes para la cultura y el arte, se configura como un elemento esencial en el desarrollo, puesta en marcha y federación de las iniciativas, así como en la cristalización definitiva de un movimiento aglutinado en torno a ella que se va consolidando poco a poco en algunos puntos del país.

Todas ellas comparten determinados elementos comunes. Para luchar contra los gigantes de la exhibición buscan ofrecer un producto diferente (Versión Original, Cine de autor, independiente, programaciones de festivales, películas no estrenadas en circuitos comerciales, etc.) y que la sala desborde su actual concepción, limitada al entretenimiento de masas, para convertirse en un espacio cultural abierto a otro tipo de actividades relacionadas más o menos directamente con el cine: talleres, encuentros con autores, profesionales, presentaciones literarias, en definitiva, como un espacio común en que la sociedad civil establezca la programación sin restricciones. Además, pretenden crear un espacio colectivo más estable donde las agrupaciones puedan desarrollar su vocación pedagógica y dinamizadora a partir de la organización de actividades complementarias que contribuyan a un cierto grado de alfabetización audiovisual del público asistente.

La financiación es su principal escollo, por lo que las estrategias para dotar de fondos a los proyectos utilizan herramientas diversas como el *crowdfunding*, las participaciones de empresas locales y aportaciones voluntarias de socios que permiten hacer viables las iniciativas. En este aspecto, cabe destacar la importancia vertebradora de Coop 57, la cooperativa de servicios financieros creada por los extrabajores de la editorial Bruguera tras la suspensión de pagos de la empresa, cuyos servicios de asesoría y concesión de préstamos han permitido a las asociaciones evitar la dependencia de los bancos. La organización, que no se presenta como una cooperativa de crédito ya que distingue entre personas físicas y jurídicas a la hora de conceder sus servicios, se concibe como una herramienta al servicio de proyectos enmarcados en la economía social, estructurada en torno a una red de aproximadamente 300 entidades de apoyo al emprendedurismo ético y solidario. Tras una evaluación de la viabilidad de los distintos proyectos en función de una serie de consideraciones como el

interés social, la vinculación con el territorio, los mecanismos de gestión democrática, la solvencia económica y la naturaleza no lucrativa de las asociaciones, Coop57 admite las solicitudes para financiar parcialmente sus iniciativas. La existencia de esta cooperativa, a la que pertenecen una gran parte de los cines ciudadanos, ha consolidado los mecanismos de supervivencia y viabilidad económica de sus respectivos espacios, asumiendo como propios los planteamientos culturales de esta transformada sociedad civil.

La iniciativa pionera en España, como hemos señalado más arriba, es la de CineCiutat², en Palma de Mallorca, que arranca en solitario en el año 2012 en un panorama absolutamente desalentador y se convierte poco a poco en el referente de los demás proyectos, inspirados por el alcance y potencial de esta experiencia inicial. Su configuración, estructura, financiación, programación y modelo organizativo son el paradigma esencial para casi todos los proyectos que se inician después. La idea surge entre un muy reducido grupo de cinéfilos cuando en mayo de ese año la sala Renoir de Palma se ve abocada al cierre por la suspensión de pagos de la empresa que gestiona esos cines en toda España. La decisión inicial de mantener el cine abierto de forma que las salas de versión original no desaparecieran de las islas baleares, se lleva a cabo a través de la campaña *Salvem els Renoir* y la posterior creación de la asociación Xarxa Cinema³, que asume las diferentes gestiones para mantener el cine en funcionamiento y garantiza la continuidad de un proyecto incierto en sus primeros pasos.

El proyecto se hace posible gracias a la acción de los ciudadanos, pero también cuenta con la complicidad de los propietarios de los locales (que rebajan el alquiler un 30%) y la antigua propietaria del complejo, Alta Films, que acabará donando el material técnico de proyección a la asociación, con lo que el impulso financiero inicial se hace mucho más liviano, manejable para las exigüos ingresos del grupo. Es la primera vez que un equipo de personas amantes del cine consiguen poner en marcha un proyecto común para salvaguardar una oferta cultural en vías de extinción y la culminación de esta fase inicial se celebra con la apertura efectiva de los cines, el 13 de Julio de 2012, con el apoyo de profesionales del cine como Rossy de Palma, Agustí Villaronga o Toni Bestard.

Se trata, obviamente, de una organización sin ánimo de lucro, cuyos ingresos provienen exclusivamente de las cuotas de los socios –casi 3000 actual-

² La documentación original sobre la génesis y el desarrollo posterior del proyecto se puede encontrar en: <http://cineciutat.org/es/>

³ Los estatutos de la asociación describen otros aspectos de la organización y dinámicas internas de la red de cines que se pueden consultar en: <http://cineciutat.org/es/xarxa-cinema/>



Figura 1: cartel de la campaña *Fes teu el cinema* (Xarxa Cinema)

mente— y abonados que, mediante el pago de una mensualidad, adquieren una serie de derechos y se convierten en copropietarios de un cine independiente, alejado de intereses comerciales o institucionales. El sistema de funcionamiento y organización —sustentado por las tecnologías digitales 2.0— se basa en la horizontalidad y la participación democrática, con una total implicación de los socios en la gestión cotidiana de los cines, con figuras como el abonado o el voluntario que recuperan la implicación de la base como modelo organizativo colectivo por medio de campañas de concienciación social como por ejemplo *Fes teu el cinema* (ver figura 1).

La asamblea general y la autogestión son los pilares básicos de su concepción de la participación y la acción social, pero su estructura tiene capacidad para albergar un equipo de 5 personas cuyo trabajo para la asociación está debidamente retribuido por considerarse de dedicación exclusiva y necesario para un correcto funcionamiento: gerente, proyccionista, taquillera, acomodador y encargado del palomiton. La existencia de una junta directiva, jerárquica en sus decisiones respecto al socio, no implica verticalidad ya que está compuesta por 10 miembros elegidos por la Asamblea y representantes de las Comisiones de trabajo (compuestas por socios y voluntarios). El resto de la gestión se realiza mediante estas comisiones de trabajo conformadas por voluntarios (Programación, Filmoteca, Actividades Educativas, Comunicación, Traducción, Nuevas Tecnologías, Sostenibilidad Económica, Difusión, Eventos, CinèFilms, Laboratorio de Ideas, etc.), cuya labor constituye la actividad troncal de la asociación y el núcleo del trabajo creativo que desarrollan.

Por su parte, la Asamblea general, convocada cada tres meses, es el órgano al que se someten todas las decisiones importantes del proyecto y tiene capacidad para enmendar, ratificar o desestimar las distintas iniciativas, garantizando así que el control efectivo de la asociación recaiga, en última instancia, sobre los propios socios. No obstante, los entresijos de la administración de un sala de

cine son mucho más complejos y han requerido de una enorme dosis de imaginación a la hora de acometer algunos de los desafíos principales a los que se enfrentan como colectivo dedicado a la gestión cultural cinematográfica. Como parte del sector, aunque situado en la periferia de un negocio basado en las grandes producciones, CineCiutat se ve inmerso de lleno en la problemática de la digitalización que sufren los cines de tamaño reducido. Para abordar tal proceso, precipitado por la falta de circulación en el mercado de la distribución de copias para proyección en 35 mm., un grupo minoritario de 12 socios decide aportar capital para la inversión necesaria y por medio de la creación de la sociedad limitada “Digital i Tal”, con aportaciones de entre 500 y 2500 euros, se procede a la compra de dos proyectores digitales con el objetivo de renovar el equipamiento de dos salas pequeñas.

De otro lado, a pesar de la situación de monopolio territorial que ejercen las distribuidoras en España –que se ven obligadas a excluir a operadores atípicos de sus carteras de clientes para evitar la pérdida de su cuota con los grandes exhibidores– el proyecto ha contado con el apoyo de aquellas que gestionan el tipo de cine que programan en sus salas. A medida que las carteleras han reflejado la presencia de estos nuevos espacios, las distribuidoras han comenzado a abrir su catálogos y a distribuir sus films de manera regular en estas pantallas, sumando clientes por pequeños que fueran.

La programación de la sala oscila entre repertorios de cine en versión original subtitulada, con un interés especial por el cine europeo, las cinematografías emergentes en las que se engloba tanto el cine español contemporáneo, como cine catalán en la lengua propia de las islas baleares, películas autoproducidas o autofinanciadas, etc. Estas películas sirven, precisamente, de punto de conexión entre las distintas actividades, como debates o presentaciones de autores cinematográficos, expertos, etc. de tal modo que la sala acaba convertida en un espacio cultural abierto, vivo, en el que la efervescencia creativa se retroalimenta para dinamizar la vida cultural de la ciudad (tal como ocurría en la década de los 70 con los cineclubs). Y este es un aspecto fundamental de este proyecto, su capacidad para establecer conexiones con todo tipo de entidades y organizaciones (Filmoteca, Universidad, Ayuntamiento y otras) que sustenten la red que, a su vez, multiplica las posibilidades de éxito de las diferentes iniciativas.

Entre estas actividades y convenios cabe destacar aquel que alimenta la sección “CinèFilms”, cuya programación consiste en proyecciones de films importantes de la historia del cine presentados en directo por algún experto para generar un debate posterior entre los asistentes. También los ciclos organiza-

dos por el “Arxiu del So i la Imatge” que incluyen cine internacional rodado en Mallorca, cine experimental o producciones singulares en colaboración con el área de cultura del ayuntamiento de Palma. O, por último, la presentación y asistencia de directores consagrados que los socios tienen oportunidad de conocer de cerca a partir de las sesiones exclusivas que se programan en estos espacios con la participación de Jaime Rosales, David Trueba, Ventura Pons, Kike Maíllo, Javier Rebollo o Patricio Guzmán, entre otros.

El carácter que la asociación Xarxa Cinema ha impreso a su proyecto CineCiutat ha condicionado el posterior desarrollo de iniciativas similares en otros puntos de nuestra geografía, respondiendo a la crisis con un modelo de gestión que no depende del estado ni del mercado, sino de la voluntad de los ciudadanos organizados por preservar espacios culturales como las salas de cine. Su influencia en la gestación de este movimiento es fundamental, pero su papel asesor y su función como punto de encuentro de iniciativas similares todavía lo es más, dado que a partir de sus consejos y experiencias otras muchas asociaciones han logrado convertirse en realidad. CineCiutat es, en definitiva, la semilla de la que germinan los cines ciudadanos en España.

Sin embargo, existen otros proyectos como los cines Zoco de Majadahonda que, a pesar de estar profundamente influenciados por el modelo de CineCiutat, tiene sus propias particularidades. Es el caso de los cines Zoco, emblemáticas salas de exhibición madrileñas fundadas en 1979 que programan cuidadosamente películas en versión original y cine independiente hasta que se precipita su cierre en 2012 por quiebra de la empresa propietaria Renoir, asediada por los problemas que hemos descrito anteriormente y que, por otra parte, afectan a la totalidad del sector de la exhibición. Ante la falta de cines en la localidad un grupo de vecinos crea una asociación para gestionarlos y se establece el contacto con CineCiutat, que impulsa considerablemente la iniciativa. En líneas generales, como en el caso anterior, sus propuestas básicas se condensan en la creación de una asociación sin ánimo de lucro, “Cines Zoco Majadahonda”, dedicada a promover el cine en el panorama cultural de la zona noroeste de Madrid a partir de la puesta en marcha de una sala de los ciudadanos para los ciudadanos, financiada por las aportaciones de los socios (algunos de ellos ilustres, como David Trueba, Juan Diego o Carlos Iglesias) libre de intereses comerciales y que permita mantener en su puesto laboral a los siete empleados del cine. Desde estas premisas iniciales, compartidas con su antecesor, se pretende hacer del espectador un elemento activo del acto cinematográfico, reforzando las herramientas de empoderamiento de la sociedad civil a través de una cultura autogestionaria y participativa.

Su política de programación es sensiblemente distinta de la de CineCiutat, pese a que la estructura organizativa se asemeja bastante, lo cual le provee de un carácter singular, específico, con una visión particular de la programación que, aunque coincidente en los aspectos generales con las de la experiencia mallorquina, despliega su propia personalidad. Las cuatro salas de las que disponen los cines Zoco distribuyen su programación en torno a una oferta organizada en varios ámbitos diferentes, pero complementarios. En la sala 1, de casi 200 butacas, se proyectan películas de estreno, tanto de cine independiente como de cine comercial, como de cine español, que incluyen films de muy diverso carácter, desde el más familiar, hasta el más innovador, en V.O y versión doblada. En la sala 2, de casi 170 butacas, estrenos recientes –como los tradicionales cines de reestreno– con películas de menor impacto. Éste es un aspecto destacable de la oferta de los Zoco, por cuanto demuestra el grado de adaptación de la propuesta a su contexto específico, programando un cine que pudiera atraer público externo a la asociación y de ese modo reforzar la financiación de la organización a través del aumento de la recaudación en taquilla. Como estrategia supone un intento de convergencia de públicos diferentes que busca extender el radio de acción de la iniciativa aunando proyecciones minoritarias con otras capaces de convocar a un mayor de espectadores, de gusto diverso. En las salas 3 y 4, ambas de 55 plazas, se programa el “Cineclub” con películas clásicas, documentales, ciclos temáticos, retrospectivas de directores y sesiones con presencia de invitados para fomentar el encuentro y debate con los espectadores.

También cabe destacar la vocación pedagógica de la iniciativa que oferta un abanico de cursos, talleres, seminarios, debates y conferencias organizadas para el intercambio de conocimiento, el aprendizaje y la reflexión sobre muy distintos aspectos del hecho filmico en su conjunto, con lo que se sitúa como un agente cultural destacado de la ciudad. Zoco Majadahonda, como proyecto continuador de la labor iniciada por cineCiutat en Mallorca, se abre hueco en la oferta cultural de una capital como Madrid construyendo con su propia idiosincrasia un espacio alternativo de consumo crítico.

El proceso de gestación ha sido prácticamente similar en otras iniciativas ubicadas en diferentes lugares de España: la Asociación Amigos de Groucho en Santander, la cooperativa Aragón Cinemas en Valencia, CineBaix en Sant Feliu de Llobregat, cada una de ellas con sus vicisitudes, sus propias problemáticas y modelos particulares. No podemos, por limitaciones de objeto y espacio, analizar cada iniciativa por separado, pero es necesario hacer referencia por último a la cooperativa Númax en Santiago de Compostela, por su relevancia, su marcado carácter experimental y su vocación innovadora.

Tal como la propia cooperativa argumenta⁴, Númax nace como un proyecto de autoempleo de sus socios fundadores para crear un espacio que pretende favorecer la confrontación de ideas, el encuentro y el debate mediante la prestación de servicios y productos culturales, artísticos y educativos. La base del proyecto se configura entorno a una sala independiente con proyecciones diarias en V.O., la única en Galicia, en el difícil contexto de desaparición de los espacios de exhibición, pero además su propuesta se desdobra en un proyecto de librería y un laboratorio de ideas que completan el marco de la iniciativa. En esta línea específica, enlaza la tradición de los cines de Arte y Ensayo con los nuevos cines de investigación y vanguardia (*Recherche et découverte*), como ocurre actualmente en aquellos modelos de sala que tratan de combinar la innovación activa en las prácticas cinematográficas con la experimentación en las prácticas culturales (entre sus principales referentes se encuentran proyectos como el Anthology Film Archives de Nueva York, el Cine Tonalá de Mexico D.F. o la sala Zumzeig de Barcelona).

Su original propuesta, a medio camino entre la gestión cultural y la intervención social, viene acompañada de un proyecto sólido, de amplio alcance, que define con claridad sus objetivos en un marco de escasa competitividad (lo que le diferencia del caso de Zoco Majadahonda). Ese hecho, considerado aisladamente, no sería relevante si no tuviéramos en cuenta una cierta dimensión investigadora que caracteriza la iniciativa de Númax, pero si nos atenemos a las dimensiones de uno y otro proyecto, comprendemos inmediatamente que, precisamente, ese desierto de la exhibición que es Santiago es el que genera un modelo de cooperativa ajustado a su medida y expectativas. Por ello, el cine Númax se presenta como un lugar de encuentro y un espacio de referencia en el que una nueva generación de creadores y espectadores críticos puedan compartir sus trabajos, generando vectores de confluencia, de reflexión y acción cultural independiente en un contexto desolador.

Su dimensión pedagógica, pues, se concreta sobre todo en la organización de talleres formativos impartidos por realizadores profesionales sobre diferentes aspectos de su trabajo, con seminarios y presentaciones orientadas al público joven, considerado como uno de los pilares del éxito y continuidad del proyecto. Pero también desempeña un papel fundamental en este aspecto la librería de la cooperativa, especializada en Literatura, Arte y Pensamiento, con un fondo inicial de más de 3000 volúmenes que contiene novedades y libros clásicos entre los que se establece un diálogo o una relación nueva. Se organizan

⁴ Los inicios, características y programación del proyecto están disponibles en una muy atractiva e intuitiva web: <https://numax.org/>

recorridos literarios que acompañan las proyecciones programadas de modo que se refuerza el vínculo entre disciplinas, al tiempo que se incide en el rol de mediador cultural de la asociación. La tercera pieza del proyecto es el Laboratorio de ideas, un estudio de diseño gráfico, comunicación y producción audiovisual que distingue esta iniciativa en el panorama de los cines ciudadanos, al sumergirse de pleno en la producción de contenidos audiovisuales, la edición y la formación especializada en el campo de la imagen. Su proyecto particular integra elementos diversos bajo un concepto innovador de la actividad cultural autogestionada, respaldado por los socios y con un elevado grado de implicación del tejido social y la comunidad, pero al mismo tiempo la confluencia de voluntades en torno al fenómeno genera las sinergias necesarias para que se concrete una iniciativa de autoempleo, cooperativa, en contacto permanente con la sociedad en la que se desarrolla e implementa.

4. CONCLUSIONES: HACIA UN NUEVO ESPACIO DE INTERVENCIÓN CULTURAL CIUDADANA

A pesar de que este estudio no agota la investigación sobre las prácticas de cine asociativo o ciudadano, puesto que se concibe como una aproximación introductoria centrada en la contextualización y la génesis de dicho movimiento, hemos podido establecer una serie de conclusiones generales susceptibles de ampliación en futuras aproximaciones a este objeto específico. A raíz de lo que hemos podido verificar realizando el análisis de los distintos aspectos del fenómeno y el planteamiento de nuestras hipótesis, nos encontramos en situación de afirmar que en la actualidad, a partir de la organización de cierto número de personas en redes y cooperativas culturales, el cine ciudadano cobra forma a través de estrategias inspiradas en la acción política ciudadana, inspiradas en las de la guerrilla de la cultura, recuperando salas de exhibición cinematográfica en quiebra o reflatando aquellas que han quedado estancadas tras la devastadora crisis económica. Su radio de acción se circunscribe al ámbito urbano mayoritariamente, espacio en el que, lógicamente, las redes de ciudadanos pueden ser más amplias y la singular oferta de sus salas tiene más potenciales espectadores interesados en este tipo minoritario de cine.

Estos particulares focos de resistencia cultural han generado ciertos espacios en la periferia de la industria cinematográfica, gestionados directamente por los socios, capaces de aunar la voluntad rescatar películas que no podrían tener distribución comercial y quedarían sin proyectar en el cajón de alguna distribuidora residual, con la movilización social, el pensamiento crítico y la acción cooperativa en pos de una cultura más libre de ataduras económicas, participativa, producida, gestionada y consumida al margen del *dictat* de las

Industrias Culturales. Se trata, en definitiva, de un movimiento de base cultural con una clara inspiración horizontal derivada de las experiencias políticas de los recientes movimientos sociales como el 15-M, que ha canalizado su actividad a través del ámbito específico de la exhibición cinematográfica cooperativa. Como tal, concentra sus energías en componer y apuntalar un movimiento asociativo cuya función primordial es promover el agrupamiento de las salas de exhibición ciudadanas y *arthouse*, impulsando modos emergentes de gestión asociativa civil que contribuyan, desde dentro, a la reconstrucción del tejido productivo del cine en España.

Por naturaleza, los espacios reorganizados por estos colectivos se configuran como una alternativa real (hoy ya funcionan con normalidad en numerosas ciudades españolas) a las censuras que impone la distribución comercial cinematográfica y sirven como motor de iniciativas socio-culturales en un ámbito recuperado por los ciudadanos, que se construye con su propio esfuerzo e ideario, poniendo el foco precisamente sobre aquellas cuestiones que les afectan y por las que se sienten motivados a movilizarse.

De ello podemos deducir que la crisis de las salas comerciales de exhibición no es causa directa de la falta de espectadores, sino que proviene más bien del agotamiento de un modelo de negocio que se resiste al cambio retrasando su adaptación a los nuevos escenarios de consumo audiovisual. La evolución en la gestión de la demanda está generando espectadores más conscientes de lo que quieren ver y de su papel generador de actividad cultural en un mundo global, en el que dada la falta de disponibilidad de espacio en las carteleras para cinematografías que se alejen de las propuestas *mainstream*, las salas especializadas como las que se proponen desde los cines ciudadanos tienen un papel muy importante que desempeñar, así como un enorme vacío que cubrir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augros, J. (2000) *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós Ibérica
- Arnau, R. (2006) *La Guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967-1981)*. Tesis doctoral. Castellón: TDX
- Bagdikian, B.H. (2004) *The New Media Monopoly*. Boston: Bacon press.
- Castells, M. (2001) *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- Christakis, N. A., Fowler, J. H. (2010) *Conectados*. Madrid: Taurus.
- Giménez, I., Taibo, C., Antentas, J.M., Vivas, E., Mateo, J.P., Domènech, A. y Monedero, J.C. (2011). *La rebelión de los indignados*. Madrid: Editorial Popular.
- Gomery, D. (1991) *Hollywood: el sistema de estudios*. Madrid: Verdoux.

- Izquierdo, J. (2010) *El cine digital. La distribución y exhibición españolas ante el reto tecnológico*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales.
- ICAAV (2014) *El cine y el video en datos y cifras*. Madrid: MECD [disponible en línea en: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2014.html>]
- OCDE (1996) *Competition Policy and Film distribution*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Pardo, A. y Sánchez-Taberner, A. (2012) “Concentración de la distribución cinematográfica en España”. *Anàlisi*, 47, 37-56.
- Piñero-Otero, T., Costa, C. (2012) «Ciberactivismo y redes sociales. El uso de Facebook por uno de los colectivos impulsores de la ‘spanish revolution’, Democracia Real Ya (DRY)». *Observatorio (OBS*)*, 6 (3), 89–104.
- Ruiz Muñoz, M. J. (2012) “El cine alternativo como instrumento de cambio durante la transición española. Función política, social y cultural de los cineclubs y los festivales”, *Razón y Palabra*, vol.17, nº 80.
- Sánchez Ruiz, A. (2007) “Industrias culturales, diversidad y pluralismo”, *Global Media Journal*, 7, 25-47.
- Wasco, J. (2003) *How Hollywood Works*. London: SAGE.

ROBERTO ARNAU ROSELLÓ es licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia (1997) y Doctor por la Universidad Jaume I de Castellón (2006). Ha impartido clases en el Instituto Universitario de Tecnología de la Universidad de Franche Comté (Besançon, Francia) donde ha llevado a cabo proyectos tecnológicos, tareas docentes y de investigación. Actualmente es profesor de la Universitat Jaume I en los grados de Comunicación Audiovisual y Periodismo, así como en el Master Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Director del Laboratorio de Ciencias de la comunicación (LABCOM) de 2008 a 2016, su actividad se ha desarrollado tanto en el terreno de la investigación, como en la gestión, como en el del ejercicio profesional en el sector audiovisual (como guionista, realizador, productor, director de fotografía o ayudante de dirección). Investigador en el grupo de investigación ITACA-UJI (Investigación en tecnologías aplicadas a la comunicación audiovisual). Entre sus publicaciones se cuentan numerosos capítulos de libro y comunicaciones en congresos internacionales, así como artículos en revistas científicas como *Estudios sobre el mensaje periodístico*, *Fotocinema*, *Historia y Comunicación social*, *ICONO 14*, o *Comunicación y Medios*.

Recibido: 30/01/2016
Aceptado: 29/11/2016