

## FLIXOLÉ

**Compañía:** Lomatena Investment

**Catálogo:** 3.000 títulos aproximadamente

**Suscripción:** mensual, anual.

**Dispositivos:** Cinco dispositivos diferentes conectados a la misma cuenta. Solo una pantalla a la vez

**Plataformas:** IOS, Android, Samsung, LG, Android TV, Apple TV, o utilizando tanto el Google Chromecast. Orange TV

**Velocidad de conexión mínima recomendada:** 5MB/S

**Fecha de acceso:** 14 de mayo de 2019



Hace unos años, Enrique Cerezo recordaba en un programa deportivo nocturno cómo había sido su primer empleo en el cine. Tras desechar la vía universitaria, decidió trabajar como meritorio de cámara en *Un millón en la basura* (Jose María Forqué, 1966), una interesante película que casi menospreció entre las risas de un entrevistador que se imaginaba a Alfredo Landa rodeado de suecas. Como buen empresario, no estaba valorando la calidad o importancia histórica de la película, sino los beneficios que le produjo al margen de cualquier otra explicación. Tras esta primera película, Cerezo trabajó en varios oficios relacionados y, sobre todo, comprendió cómo era el negocio comercial del espectáculo cinematográfico que, en el caso español, está siempre cerca de no hacer la siguiente película mientras es observado con recelo. A principios de los ochenta, fundó Vídeo Mercury Films y aprovechó la aparición del formato VHS para comprar los derechos de todas las películas que pudo y explotarlos

comercialmente. Desde entonces ha conseguido hacerse con la propiedad «para siempre», según sus propias palabras, de los derechos de más del setenta por ciento de los filmes españoles realizados. Es decir, el patrimonio audiovisual histórico del país está en manos de un solo empresario que explota el material con criterios estrictamente comerciales. Todo proyecto que quiera difundir la historia del cine español tiene que colaborar con él o quedar, irremediablemente, incompleto.

Con la caída de las ventas del formato DVD y tras dar por agotada la ventana de distribución de la televisión, después de haber vendido la emisión de más de 700 películas a Televisión Española, en el año 2018 decidió lanzar oficialmente al mercado *FlixOlé*, un servicio *online* de películas bajo demanda. La nueva plataforma se nutre de los títulos que Cerezo ha comprado a lo largo de su carrera profesional y, por tanto, tiene potencial para recorrer, algún día, todas las épocas del cine español desde los años cuarenta, cortometrajes y series incluidas. En el momento de escribir este texto, *FlixOlé* ofrece 1.100 filmes españoles. Por ahora, no hay una alternativa comparable, ni siquiera oficial. Las trabas burocráticas y la escasez de recursos *online* que padecen las filmotecas imponen muchas complicaciones para investigadores o neófitos que se enfrentan, a veces, con barreras insalvables como el simple desplazamiento físico al archivo. *FlixOlé*, por contra, está libre de todas estas dificultades, tanto de las físicas como de las legales, por lo que se ha convertido, automáticamente, en una ventana capital para acceder a la historia del cine español. Esta situación excepcional, casi monopolística, de la que disfruta la plataforma será la razón principal de la mayoría de los recelos y críticas que se hagan en esta reseña. Porque, recordémoslo otra vez, *FlixOlé* es la única puerta que existe en este momento para ver películas como *El bailarín y el trabajador* (Luis Marquina, 1936), *La boutique* (Luis García Berlanga, 1967), *El último caballo* (Edgar Neville, 1950), *La Malquerida* (López Rubio, 1940) o *El Love Feroz* (García Sánchez, 1975).

Además de películas españolas, el servicio que ofrece FlixOlé también incluye películas clásicas italianas, títulos de la productora RKO y una variopinta selección de cine internacional en la que puede encontrarse alguna sorpresa oculta como *Withnail y yo* (*Withnail and I*, Bruce Robison, 1987). De todas formas, la plataforma es, básicamente, una aplicación digital de películas españolas. Un servicio de suscripción que elige como modelo comercial a *Netflix*, al que copia incluso en el nombre. Los filmes están ordenados y presentados bajo epígrafes como «Spain is different, Clásicos Internacionales, Tal como éramos: los años 40» o «Vidas al límite». En algunos casos, nunca explicados, los títulos se ordenan también alrededor de la figura de algún director o actriz como «Julio Coll», «Imperio Argentina», «Jaime de Armiñán» o «Emma Suárez». Por último, dispone de un buscador interno y un índice alfabético. No hay nada más: ni orden por géneros, ni cronológico, ni una rudimentaria inteligencia artificial que vaya seleccionado películas en base a las últimas visualizaciones realizadas. A falta de más ayudas, las cintas se deben buscar directamente por el título (tras una actualización ya pueden encontrarse los que incluyen tildes), lo que tiende a mantener en el anonimato a las menos populares y, directamente, en el abandono, a las que están mal indexadas, como es el caso de *La forja de un rebelde* (Mario Camus, 1990), fuera de su propia categoría de series.

Ninguna película está comentada o contextualizada. Su ficha técnica se reduce a la duración, el año, el país de producción y el nombre de los directores e intérpretes que trabajan en ella (no todos). Cada título viene acompañado de un cartel y una pequeña sinopsis del argumento. En la mayoría de las ocasiones, tanto los datos como los reducidos resúmenes disponibles son una transcripción directa de la web española *FilmAffinity*, puerta abierta a errores. No hay ninguna explicación, investigación, comentario ilustrativo o reutilización, ni siquiera minúsculo, del ingente trabajo historiográfico y de archivo que se ha llevado

a cabo durante décadas sobre cine español. Estas transcripciones sin filtro, *spoilers* inicuos incluidos, son un ejemplo claro de pereza y desidia hacia su público potencial: un espectador que, por conocimiento o curiosidad, se ha interesado por un producto, el cine español, que suele estar en los márgenes del mercado. A veces *FlixOlé* parece un almacén sin vida.

Los subtítulos es el caso más sonrojante de esta pigracia. Ninguna película los incluye, tampoco ofrecen una opción adecuada para personas con problemas de audición. Las películas extranjeras presentan una única versión doblada además de la versión original. Para las películas españolas, por el momento, solo existe la versión doblada en español en el caso de que la cinta fuese rodada en otro idioma. Por ejemplo, en *María Rosa* (Armando Moreno, 1964) no se tiene la posibilidad de escuchar su versión original en catalán.

Esta falta de recursos en algo tan sencillo, obvio y necesario como son los subtítulos, pone en cuestión la calidad misma de las digitalizaciones realizadas para subir las películas a Internet y cuya elaboración requiere de mucho esfuerzo si se quiere obtener un resultado óptimo. Por ahora, la plataforma apenas ha destinado recursos para este trabajo y ha usado digitalizaciones recicladas, en su mayoría HDCam de uso doméstico de otros proyectos de Cerezo como la colección de Divisa Home Vídeo o para el canal 8Madrid TV. Como ya sucedía con los Blu-ray de Divisa, no hay manera de saber qué base se ha utilizado en el telecinado o escaneado de la película; si ha sido la copia recortada del DVD que publicó en su día Suevia Films, alguna retransmisión envejecida de Televisión Española o si, en cambio, ha sido la copia en mejores condiciones fotográficas. Tampoco están claros los mismos procesos de digitalización, limpieza o estabilización de la imagen; técnicas y cambios de formatos que siempre transforman el color y textura final.

Como en otros apartados, esta investigación filológica no existe. La importancia de este tipo de estudios aumenta en *FlixOlé* porque no hay ma-

nera posible de acceder a otra copia y, por tanto, tiene una gran capacidad de crear discurso. De este modo, Nuria Espert, protagonista de la mencionada *María Rosa*, no habló nunca en catalán o *Carmen la de Triana* (Florián Rey, 1938) ha tenido siempre el metraje con el que está disponible. La película de Florián Rey que ofrece la plataforma es la misma versión doméstica que distribuyó Divisa Home Vídeo y que llevó a cabo Vídeo Mercury Films. De nuevo, como ya señaló Santiago Aguilar para aquella edición (en «Carmen, la de Berlín», en el Blog *Documentitos in-documentados*, Blogger, 2018), presenta algunas alteraciones del encuadre de las que se sirvieron en su día para evitar las partes más dañadas del fotograma y pequeñas amputaciones en el metraje que existe en la copia más canónica que conserva Filmoteca Española. Partiendo de la base de que en el cine no hay una única versión incuestionable (puede ser la del día del estreno, la mejor conservada fotográficamente, la reelaborada por el director, la previa a la censura, etc.) esta opacidad legítima una ante las demás, despreciando el valor histórico y cultural de las películas que presenta y marginando al resto de posibilidades. Por otro lado, muchas de las películas rodadas en panorámico 1,66:1 se presentan en 1,78:1, adaptadas a dispositivos de visionado en 16/9. La codificación de vídeo es aceptable y permite una visualización estable y sin pérdida de calidad cuando la transmisión no se interrumpe. Lamentablemente, las ocasiones en que esto se produce son frecuentes, sobre todo, cuando la plataforma recurre a aplicaciones de terceros como el Chromecast de Google. Por norma, cuando se realiza de esta forma el *streaming*, *FlixOlé* deja de ejecutarse al menos una vez por película. La falta de otras opciones que permitan transmitir las películas en televisión (excepto con *SmartTV* de las marcas Samsung y LG), convierte este sistema en una barrera que impide, literalmente, ver algunas películas y lo aleja de otros competidores que cubren perfectamente todo tipo de tecnología y maximizan hasta el último *bit* de banda ancha.

Su sistema de pago, reducido al abono mensual, también limita sus posibilidades comerciales al no dejar margen para otras opciones como los cupones, las cuentas compartidas o la compra de películas de forma individual. Mientras que sus barreras tecnológicas le impiden alcanzar una audiencia teórica como a la que llega *Netflix* (única plataforma que realmente no se ve lastrada por este tipo de dificultades), las limitaciones comerciales le impiden equipar su oferta con otros servicios como *Filmin*, que sí puede ofrecer una forma de pago menos vinculante y, por tanto, más atractiva para algunos espectadores interesados solo por un número reducido de películas. En este sentido, la única estrategia de captación de clientes que ha mantenido el servicio es su precio de 2,99 euros de cuota mensual. Un abono tan bajo respecto a otras alternativas, que sirve para ilustrar tanto la escasa confianza comercial que el servicio tiene en su oferta como la consciencia de que no ofrece ningún valor añadido.

De esta manera, *FlixOlé* se presenta a una ventana más para explotar unos derechos de difusión ya comprados. A pesar de su inmenso catálogo, su capacidad para hacerse un hueco en el mercado y, sobre todo, en la franja mayoritaria (o dominante) donde parece querer posicionarse está por ver. El cine en general ha dejado de ser el producto protagonista para esta vía de distribución masiva de suscripción y se ha convertido en un elemento secundario, un aditamento positivo a las series, gesto promocional más prestigioso que rentable. El cine español en particular está aún más lejos de ser un producto comercial viable para este tipo de servicios que demandan constantemente estrenos. Si las películas son una opción secundaria, los títulos españoles y más, los títulos españoles antiguos, se encuentran en los límites del mercado. A pesar de esta tendencia, *FlixOlé* no parece decantarse por estos márgenes, ni focalizarse en un espectador especializado o curioso que sí podría apreciar el valor singular de una plataforma como esta. La descuidada manera en la que se presentan las películas y la falta

de diálogo a la que invita, levantan una barrera casi insoslayable para este tipo de espectador. Su búsqueda de la máxima rentabilidad está ligada a una política del mínimo esfuerzo. Una estrategia empresarial dudosa para un objeto cada vez más de nicho como es el cine, pero coherente cuando el producto es tuyo en propiedad, cuando en muchas ocasiones ya está amortizado y, sobre todo, cuando no hay competencia posible.

La situación en la que se encuentra nuestro patrimonio audiovisual permitiría a la plataforma ser el archivo digital de referencia sobre cine español, una vez subido a su catálogo, a poco que cuidara algunos elementos. Un reclamo cuantitativo que, simplemente, por su comodidad de acceso, le convertiría (si no lo es ya) en una herramienta imprescindible. Por ahora, el ritmo de actualización de películas es bastante elevado. Cada semana se suben dos o tres títulos, además de alguna serie y cortometraje. A este material se han sumado los trabajos realizados en la ECAM (Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid). No obstante, para llegar a ofrecer todas las películas de las que dispone, hace falta una inversión duradera en el tiempo que, según otros antecedentes como la extinta *Filmotech*, solo se conseguirá si el servicio es capaz de producirla por sí misma. De su éxito dependerá que sea capaz de digitalizar su biblioteca y que, mientras dure este proceso, pueda mantenerla *online*. Por ejemplo, *Amador* (Francisco Regueiro, 1964) ha dejado de estar disponible.

*FlixOlé* existe gracias a que el patrimonio audiovisual español está en manos privadas y depende de los vaivenes comerciales y de las decisiones de empresarios. Una situación que llevada a su extremo podría, por ejemplo, terminar en una venta conjunta que transformara de un plumazo casi todo el cine español en el extranjero gracias a las paradojas del mercado. No es el objetivo principal de esta reseña, pero llegados a este punto, cabría preguntarse cómo se ha llegado hasta aquí. A modo de pincelada, hay que volver a la figura de Enrique Cerezo y cómo fue capaz de comprender el valor real de las películas españolas. El productor supo aprovecharse de la necesidad en la que parte de nuestra industria trabaja constantemente y el desapego con que Administración y sociedad española viven su propia cultura cinematográfica. Un producto extraño, muchas veces despreciado y apenas valorado como cultura. Esta especie de orfandad en la que ha vivido (y vive) el cine español ha permitido a Cerezo acumular y comprar prácticamente todo el patrimonio fílmico con una relativa facilidad. Gracias a todo este material, *FlixOlé* tiene un indudable atractivo tanto para amantes e investigadores del cine español como para espectadores que solo quieran ver una película en particular. Es decir, a pesar de sí misma, *FlixOlé* es una herramienta a tener muy en cuenta.

**Leandro Alarcón**