

especialmente los situados en la izquierda del espectro ideológico. Y es que, en el objeto de su estudio, al desprecio de la cultura de masas se unía el convencimiento de que una televisión al servicio de una dictadura, era por definición un instrumento de alienación e incompatible con cualquier propuesta cultural ajena a los intereses del poder. Con estas páginas se demuestra cómo, a través de varios de los espacios literarios programados por esa televisión, penetraron bocanadas de aire fresco en el enrarecido ambiente de la dictadura contribuyendo a la familiarización de los espectadores con unos valores diferentes de los que aquella preconizaba y, consiguientemente, a la aceleración de los cambios que se estaban produciendo en el país.

José Antonio Pérez Bowie

*ON-DEMAND CULTURE: DIGITAL DELIVERY AND THE FUTURE OF MOVIES*

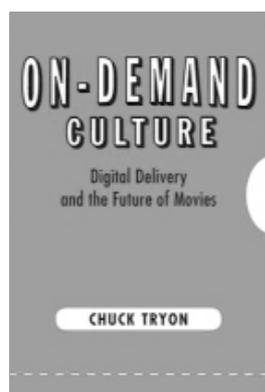
Chuck Tryon

New Brunswick

Rutgers University Press, 2013

272 páginas

29,04 € (tapa blanda) / 19,43 € (Kindle)



Los agudos y acelerados cambios que en el entorno digital ha experimentado la circulación de productos audiovisuales —ya literalmente

*desmaterializados* en archivos, como apuntara David Bordwell en *Pandora's Digital Box: Films, Files, and the Future of Movies* (2012)— han propiciado un auge en el estudio de la distribución. Se trata de un área que tradicionalmente ha estado desatendida por parte de los estudios fílmicos o que ha sido principalmente abordada en relación a los grandes estudios y conglomerados mediáticos. En este sentido, y aun a riesgo de caer en la obviedad, cabe recordar que la digitalización ha trazado un escenario policéntrico, inestable e impredecible, en el que se desdibujan los contornos entre productores y consumidores (Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2006) y entre distribuidores y exhibidores (Dina Iordanova y Stuart Cunningham, *Digital Disruption: Cinema Moves On-line*, St. Andrews Film Studies, 2012). Sin olvidar su impacto a la hora de redefinir las relaciones entre consumidores y distribuidores. Así, estas *disrupciones* han propiciado que las aproximaciones a la distribución hayan ido acompañadas de un interés creciente por el consumo y el rol activo de las audiencias, desde el momento en que la revolución digital ha estado marcada por una serie de promesas utópicas, como el mejor (y a menudo gratuito) acceso a los contenidos, la mayor participación social y política y unas posibilidades de elección siempre crecientes, como señala Chuck Tryon en el volumen que aquí nos ocupa: *On-Demand Culture. Digital Delivery and the Future of Movies*. Una publicación que cabe ser leída como una actualización de una serie de cuestiones ya abordadas en un trabajo anterior: *Reinventing Cinema: Movies in the Age of Media Convergence* (2009). En esta ocasión, Tryon, tomando como eje la distribución —o, en sus propios términos, la entrega (*delivery*) de contenidos— se propone examinar un paradigma de consumo emergente: una *cultura bajo demanda* que estaría caracterizada por la diversidad e infinitud de productos; la inmediatez, ubicuidad y movilidad en su acceso; el con-

sumo individualizado y la consecuente fragmentación del público.

Partiendo de la dificultad de ofrecer conclusiones sólidas en un terreno cambiante, *On-Demand Culture* se presenta como una cartografía de las formas en que la distribución digital ha afectado a la industria cinematográfica y ha abierto nuevas formas de acceso a películas y programas. Para ello, este volumen se centra en una serie de casos de estudio: los sistemas de video bajo demanda (Netflix); los servicios de alquiler de video en línea (Redbox); los festivales independientes que surgen o se reinventan a raíz de la tecnología digital (South by Southwest Tribeca); los dispositivos de visionado (desde el DVD a los teléfonos inteligentes) o las plataformas de colaboración abierta y masiva (Kickstarter), entre otros. En suma, el libro cubre un amplio espectro de ofertas y prácticas con la voluntad de abrir una serie de interrogantes sobre los cambios en la distribución, en la promoción, en el consumo y en el papel activo de la audiencia en la era digital.

Los dos primeros capítulos ofrecen una revisión histórica del desarrollo de las tecnologías y los servicios de consumo doméstico (del VHS al actual VOD) desde una perspectiva en la que se enfatiza las expectativas generadas en la audiencia. El autor subraya las tensiones existentes entre las promesas de acceso ilimitado que acompañan a este tipo de servicios y el control que sobre dicho acceso (geográfico, temporal) ejercen las empresas; unas restricciones derivadas de los derechos sobre los catálogos o por los sustantivos beneficios que diferentes empresas pueden obtener en este periodo transicional. Y como ejemplo se cita el caso de Walmart que ofreció, previo pago, acceso en línea a películas que sus usuarios ya habían adquirido en DVD, lo que supone comercializar dos veces el mismo producto. Frente a estas constricciones, Tryon destaca el surgimiento de una serie de prácticas resistentes, legales o ilegales, que el público pone en marcha para sortear dichas trabas. Además,

estos dos primeros capítulos también dan cuenta de algunas dificultades existentes a la hora de estudiar la audiencia en el entorno digital: por un lado, cómo dirimir su comportamiento; por otro, cómo interpretar los datos de consumo online o cómo acceder a ellos en un momento en que las empresas se muestran generalmente reticentes a ofrecer datos, con lo que resulta sumamente complicado evaluar también la adaptación de la industria del entretenimiento al ecosistema digital.

Los siguientes tres capítulos examinan las formas en que la industria ha promovido nuevas y viejas formas de visionado, mientras que el sexto se centra en las redes sociales en tanto que herramientas de promoción de los filmes y de creación de culturas cinéfilas globales en línea. En «Make Any Room Your TV Room» (capítulo 3), Tryon analiza cómo la movilidad —entre plataformas y dispositivos— ha sido promocionada como una forma de empoderamiento del usuario, al tiempo que cuestiona dicha agencia. Así, expone cómo los discursos publicitarios sobre el consumo audiovisual siguen estando altamente connotados desde el punto de vista de género (con una renovada visión de la domesticidad, en la que la diversidad de plataformas permite que la familia permanezca unida, pero sin los conflictos derivados de su comunión en torno a la televisión) o cómo las audiencias están cada vez más expuestas a los mensajes publicitarios, desde el momento en que es más fácil rastrear su consumo. En «Breaking through the Screen» (capítulo 4), se sirve de *Avatar* (James Cameron, 2009) para explorar el papel que el 3D y la figura del «autor tecnológico» —aquel implicado no solo en los aspectos artísticos o narrativos del filme, sino sobre todo en los técnicos— han jugado a la hora de renovar el discurso sobre la experiencia espectral en salas y propiciar la renovación del parque industrial (desde el Blu-ray hasta la digitalización en las salas). De nuevo, Tryon incide en los beneficios económicos de estas estrategias (el incremento del precio de la

entrada) y en su repercusión a la hora de conceptualizar los textos fílmicos: ya que para mantener la promesa de experiencia única, la traslación de estos filmes a un formato de consumo doméstico implica también una alteración del filme original (extras, nuevos montajes, montajes interactivos). En suma, se señalan de nuevo las tensiones inherentes entre oferta y consumo: la primacía del plus tecnológico a la hora de definir el valor / coste de los productos vs. las experiencias de consumo audiovisual de una audiencia que no siempre opta por las promesas de una *mejor calidad*.

Finalmente, los capítulos «Indie 2.0» y «Reinventing Festivals» están dedicados al cine independiente y a su presumible mayor visibilidad y viabilidad en el entorno digital. Por un lado, se estudian varias estrategias colaborativas de producción (el *crowdfunding*) y promoción, al tiempo que se alerta sobre los retos que estos autores encuentran en un entorno mediático cada vez más saturado. Por otro lado, y considerando a los festivales como las principales ventanas para el cine independiente, analiza cómo estos certámenes se redefinen al implementar herramientas digitales. Esto es, cómo frente a la lógica del evento puntual y de carácter exclusivo –de la que depende su valor y de la que, hasta cierto punto, no pueden escapar–, se impone una reconversión en espacios de exhibición permanentes y sin restricciones, capaces de convocar y articular comunidades cinéfilas globales.

Como se infiere del resumen de sus contenidos, nos hallamos ante un libro que aborda un terreno ciertamente amplio y mutable, de forma que sus resultados y análisis, en ocasiones, resultan especulativos y adolecen de cierta falta de profundidad. Aun con todo, no es menos cierto que sus planteamientos no dejan de ser tan vigentes como urgentes, de forma que cabe destacar la propuesta de Chuck Tryon, al menos por dos motivos. En primer lugar, por su voluntad de enmarcar el estudio de la distribución y el consumo en un entramado discursivo, cultural, tecnológico y económico en el que continuamente

entran en tensión la libertad de acceso y el control de los contenidos. En segundo lugar, por su capacidad de elaborar y poner sobre la mesa una serie de observaciones y preguntas –que pese a su carácter global, no dejan de estar centradas en el mercado estadounidense– que no deberían dejar de atenderse en otros contextos, sean estos nacionales, supranacionales o transnacionales, si de verdad queremos comprender de forma más precisa, tal y como aquí se propone, las derivas políticas y socioculturales de la distribución y el consumo audiovisual en la era digital.

Elena Oroz

*LAS VOCES DEL CAMBIO. LA PALABRA EN EL DOCUMENTAL DURANTE LA TRANSICIÓN EN ESPAÑA*

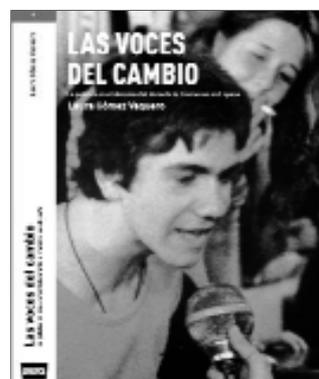
Laura Gómez Vaquero

Madrid

Ayuntamiento de Madrid / Documenta Madrid, 2012

309 páginas

9,98 €



Desde hace tiempo venimos asistiendo a un renovado debate sobre el significado histórico y político de la Transición española, propiciado no solo por la aparición de un movimiento memorialístico y nuevos actores políticos que cuestionan el que ha venido siendo el discurso «oficial» sobre