

Autora: Pablo Martín Antoranz

Título: Transferencia e innovación aplicada en la industria audiovisual española: Propuesta de un nuevo modelo de negocio para las salas de cine de Madrid

Title: *Transfer and Applied Innovation in the Spanish Audiovisual Industry: Proposal of a New Business Model for Cinemas in Madrid*

Directores: Francisco Cabezuelo Lorenzo y Ángel Bartolomé Muñoz de Luna

Lugar y fecha de lectura: Universidad Complutense de Madrid, 10 de mayo de 2023

Tribunal:

Presidente: Dr. Ubaldo Armando Cuesta Cambra (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: Dra. Belén Puebla Martínez (Universidad Rey Juan Carlos)

Vocal: Dra. Gloria Jiménez Marín (Universidad de Sevilla)

Vocal: Dr. Javier García López (Universidad de Murcia)

Secretario: Dr. Jorge Miranda Galbe (Universidad Complutense de Madrid)

Calificación: Sobresaliente *Cum Laude*

Resumen: La tesis doctoral tiene como objeto analizar la evolución del modelo de negocio y la comunicación de las salas de exhibición cinematográfica de Madrid a lo largo de la historia reciente, de tal forma que se pueda tener una visión lo más completa visible sobre cómo las salas que han sobrevivido al paso del tiempo han debido migrar hacia otras formas más adaptadas a la realidad actual. La justificación fundamental se basa en que las salas de cine son actores fundamentales en la difusión cultural, y un soporte de comunicación que, a pesar de los cambios de formato, siguen teniendo una importancia fundamental. El trabajo de investigación toma como base gran parte de los estudios y fundamentaciones teóricas y empíricas realizadas, pero pretende focalizarse especialmente en la evolución de los modelos de negocio, explotación y comunicación de la oferta de las salas de cine en un marco muy concreto, Madrid, y con el objetivo de ahondar en las características más relevantes que hacen a los cines plantearse evolucionar hacia formatos que aúnen la esencia de su propuesta, los productos culturales, con la explotación de sus espacios como lugares de confluencia más amplia mediante la ampliación de su oferta hacia nuevas formas de ocio, así como la posibilidad de realización de actividades relacionadas con eventos de diversos tipos. Con este enfoque se pretenden reunir aspectos fundamentales para entender el alcance de la propuesta profesional de las salas de exhibición, su transformación operativa, su evolución en las formas de comunicación y su plena adaptación a los hábitos y expectativas del espectador y consumidor moderno.

Palabras clave: Cines; salas de cine; salas de exhibición cinematográfica; marketing cinematográfico; comunicación cinematográfica; industria cinematográfica; historia del cine; cine en España; espectadores de cine; asistencia al cine.

Abstract: *The purpose of this doctoral thesis is to analyze the evolution of the business model and the communication of cinematographic exhibition halls in Madrid throughout recent history; in such a way that it is possible to have the most complete and visible vision of how cinemas that have survived the passage of time; have had to migrate towards other forms more adapted to*

the current reality. The basic justification is because movie theaters are still key actors in cultural diffusion; and a communication support that; despite the obvious changes in format; continue to have a crucial importance. This research work is based on a large part of the studies and theoretical and empirical foundations carried out; but it intends to focus especially on the evolution of business models; exploitation and communication of cinema theatres in a very specific framework; Madrid; and with the aim of delving into the most relevant characteristics that have inclined cinemas to consider evolving to formats which combine the essence of their proposal; cultural products; with the exploitation of their spaces as places of broader confluence through the expansion of its offer towards new forms of leisure; as well as the possibility of carrying out activities related to events of various kinds. With this approach; it is intended to gather fundamental aspects to understand the scope of the professional proposal of the cinema exhibition halls; its operational transformation; its evolution in their communication strategies and its full adaptation to the habits and expectations of the modern spectator and consumer.

Keywords: *Cinema; cinema exhibition halls; cinema theatres; movie theatres; filmindustry; film marketing; communication; cinema history; Spanish cinema history; moviegoers; cinema attendance; cinema audiences.*

URL de consulta: <https://docta.ucm.es/home>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2312-341X>