

Georgina Cisquella y Pere Joan Ventura
Coca-Cola en lucha. Cuando David se enfrenta a Goliat
2016

¿Dónde será la próxima vez?

En enero de 2014, Coca-Cola Iberian Partner decidió la supresión de la planta de Coca-Cola en Fuenlabrada (Madrid). Fuenlabrada era la fábrica de Coca-Cola modelo en toda Europa, la más moderna, la más eficaz, la que mejores beneficios daba, pero también *la que tenía el convenio colectivo más avanzado para los trabajadores*. Fue precisamente esto lo que Sol Daurella, presidenta del consejo de administración, decidió erradicar.

Los 238 trabajadores afectados por el ERE se declararon en huelga indefinida, y salieron a la calle para dar a conocer su lucha y recabar la solidaridad de cuantos se oponían a los recortes de los servicios públicos. Parecía que su lucha era un callejón sin salida, pero el 13 de mayo de 2015 el Tribunal Supremo anuló el ERE por manifiestamente inconstitucional y forzó a Coca-Cola a readmitirlos.

Pero Fuenlabrada estaba siendo desmantelada y la readmisión no se produjo en los términos de la sentencia. La película *Coca-Cola en lucha* muestra cómo se les readmitió y uno siente indignación al ver a los readmitidos vaciando botellas a mano, como hace más de cien años.

Coca-Cola en lucha acaba de estrenarse en Madrid y Barcelona. Aunque no en cines comerciales. El estreno fue apadrinado por CCOO (en Madrid) y por Barcelona en Comú (en Barcelona). Hecha de entrevistas a los trabajadores y de muchas imágenes de su lucha, la película deja constancia de que, unidos y combativos, los trabajadores pueden ganar una lucha contra una multinacional gigantesca como Coca-Cola. Es un grito de resistencia dirigido a otros trabajadores, porque quizá no queda otro remedio que resistir.

Sin embargo, *Coca-Cola en lucha* no es una película convencional: nadie la ha financiado y nadie ha cobrado por hacerla. Simplemente algunas personas pensaron que valía la pena hacer un homenaje a unos trabajadores que se enfrentaron a su despido y vencieron. Para Georgina Cisquella o Pere Joan Ventura hay varias formas de llamar a eso que hacen: *cine urgente*, *cine necesario* o *cine de intervención social*.

Aunque, cualquiera que sea el nombre que se le dé a lo que hace cuarenta años se llamaba "cine militante", *Coca-Cola en lucha* plantea una pregunta muy básica: la película existe, pero ¿quién la va a ver? O, más en general, ¿quién va a ver estas películas que no pueden acceder a los circuitos

comerciales?

Ésta es una pregunta dirigida directamente a nosotros. Es decir, a todos los espectadores que se sienten partícipes de las sensaciones que despierta la película.

Si *Coca-Cola en lucha* nos perturba y conmueve habrá que dar por sentado que inquietará también a la gente que vive a nuestro alrededor. Pero la única forma de que la vean es que *nosotros organicemos* una proyección pública.

Si es imposible asaltar los circuitos comerciales, es necesario crear otros nuevos. La condición para que un cine de intervención social pueda sobrevivir es precisamente ésta: la de que los espectadores no restemos pasivos ante él. Hacer algo, es organizar otra proyección. Sólo así la película llega a su público.

Un cine de intervención plantea que, al igual que un grupo hizo la película, es oportuno que otras personas hagan verla a los demás. El tejido asociativo ofrece diferentes medios para organizar una proyección: sólo hay que proponérselo.

Coca-Cola en lucha nos obliga a proponer sencillamente esto: nosotros deberíamos garantizar la próxima sesión.

Josep Torrell
15/11/2016