

Banda aparte. Formas de ver

(Ediciones de la Mirada)

Título:

De los multicines a los Megaplex

Autor/es:

Ansola, Txomin

Citar como:

Ansola, T. (1999). De los multicines a los Megaplex. Banda aparte. (16):60-68.

Documento descargado de:

<http://hdl.handle.net/10251/42378>

Copyright:

Reserva de todos los derechos (NO CC)

La digitalización de este artículo se enmarca dentro del proyecto "Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios fílmicos a través de plataformas web 2.0", financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (código HAR2010-18648), con el apoyo de Biblioteca y Documentación Científica y del Área de Sistemas de Información y Comunicaciones (ASIC) del Vicerrectorado de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones de la Universitat Politècnica de València.

Entidades colaboradoras:



DE LOS MULTICINES A LOS MEGAPLEX.

BREVE RECORRIDO POR LA EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA EN ESPAÑA (1976-1998)

Txomin Ansola



0. PRIMER RETROCESO DE LA EXHIBICIÓN

Los 8.139 cines, los 403 millones de espectadores y una asistencia media de 12 veces al año que se alcanzaron en 1966 marcaron el momento de máximo esplendor del espectáculo cinematográfico en España. Si durante el período comprendido entre 1944 y 1965 la expansión media fue de 153 salas al año,¹ a partir de ese momento la tendencia se invertía comenzando un significativo e inexorable retroceso. Así, diez años después, en 1976, el censo de los cines se situaba en 4.874, el número de espectadores en 249 millones y la tasa de frecuentación en 7. Cifras que representaban una disminución de 3.319 cines (40,52%), 154 millones de espectadores (38,22%) y 5 puntos la asistencia (41,67%).

Este primer desplome de la exhibición cinematográfica coincidió en el tiempo con los profundos cambios sociales que afectaron a la sociedad española en su conjunto durante los años 60. El punto de partida hay que situarlo en las reformas económicas contenidas en el Plan de Estabilización (y liberalización) de julio de 1959, que impulsaron la transformación de la economía de la dictadura franquista de un capitalismo de signo corporativista hacia otro de corte neoliberal. Se ponía fin de esta manera a la larga etapa autárquica, ciclo económico totalmente agotado, que se había prolongado durante veinte años, y se optaba por liberalizar la economía española y vincularla con la de los países capitalistas occidentales.

Los resultados de esta nueva orientación de la econo-

mía, que buscaba integrar a España en Europa, fueron buenos durante la primera etapa, que se extiende hasta 1965, caracterizándose globalmente por "el crecimiento productivo intenso, la ola inversora bien pronunciada, la tasa de beneficios pujante, el empleo industrial y terciario en marcha con la consiguiente migración urbanizadora intensa, también los salarios reales avanzando al menos a un 5% anual".²

Este período de desarrollismo, que se quebró con la crisis económica mundial de 1973, implicó a su vez una notable modificación en los hábitos de entretenimiento de la gente, impulsados por un aumento del consumo, que de forma simbólica encarnaban la televisión y el automóvil. La televisión, que había iniciado sus emisiones en 1956, conoció en pocos años una gran difusión, el número de receptores pasó del 1.750.000 de 1966 a los 6.965.000 de 1976. El coche, por su parte, permitió encauzar el ocio fuera de las ciudades durante los fines de semana y las vacaciones estivales.

Otra diversión en alza fueron los bailes y las salas de fiestas que entre 1968 y 1973 experimentan un incremento de sus ingresos en algo más del 10,9%, mientras en ese mismo período el cine sufría una caída en un porcentaje similar, 10,7%.³

El retroceso que experimentó la exhibición cinematográfica afectó de lleno en estos primeros años a las zonas rurales con menos de 5.000 habitantes, mientras que en las zonas semiurbanas (de 5.000 a 30.000) la disminución fue moderada. En ambos casos el abandono de la gente de los pueblos, para incorporarse a los procesos industriales de las ciudades fue determinante en el cierre de las salas.

Como contrapartida a esta situación en los barrios de las zonas urbanas, que acogieron a los emigrantes, se registró la construcción de diferentes cines en los bajos de los edificios, por contra en los centros de las ciudades se cerraban locales, era esta una consecuencia de una disminución de su rentabilidad y de la revalorización de los solares donde se habían levantado. Igualmente se vieron afectados los cines de verano tanto

1. Valle Fernández, Ramón del, *Cines en España 1965*, Madrid, Servicio Sindical de Estadística, 1965, p. XXVI.

2. Ros Hombravella, Jacint, *Política económica española (1959-1973)*, Barcelona, Blume, 1979, pp. 58-59.

3. Valle Fernández, Ramón del, "Un espectáculo en decadencia: la exhibición cinematográfica", en *Revista Sindical de Estadística*, Madrid, nº 118, segundo trimestre, 1975, p.5

de las zonas rurales como de las urbanas que pasaron de 1.759 a 663 ⁴.

1. APARECEN LOS MULTICINES

En noviembre de 1977 la Federación Nacional de Empresarios de Cine hacía público un informe en el que señalaba que sobre un total de 4.874 salas existentes en 1976, 3.591 (73,6%) recaudaban menos de 2 millones de pesetas, 1.194 (17,6%) lograban menos de 10 millones y 89 (8,78%) conseguían unos ingresos superiores a 25 millones. En función de esas cifras y teniendo en cuenta que para que un cine no fuera un "negocio improductivo" debía obtener una recaudación superior a 10 millones, consideraban que 4.785 salas, el 91,22%, atravesaban una situación de crisis ⁵.

La patronal de la exhibición, a partir de unos datos que reflejaban la profundidad de la crisis y su carácter estructural, hacía una interpretación interesada de los mismos, que se caracterizaba por su tono exagerado y alarmista, ya que contrastaban abiertamente con otros referentes a 1973. En ellos se consideraba que sólo 1.519 cines (22,2%), con unos ingresos superiores a 1 millón de pesetas, eran rentables, una diferencia notable, a pesar de los cuatro años transcurridos, pues se había pasado de 1 a 10 millones ⁶.

El retroceso del espectáculo cinematográfico no impidió, sin embargo, que se siguieran abriendo nuevos cines, que presentaban la novedad de su aforo reducido, son las minisalas. Pioneros en esta nueva modalidad son el cine Dúplex 1-2 de Madrid, que abrió sus puertas en octubre de 1974. Dos años después, en 1976, se inauguraban en marzo el Astoria 2-3 (Bilbao), en abril el Arkadin 1-2 (Barcelona) y en julio los Minicines 1-3 (Madrid). Otros, en cambio, como el cine Publi de Barcelona optaban por su remodelación para hacer frente a la crisis, fruto de la cual se transformaba en dos salas.

Las minisalas constituyeron el primer intento de hacer frente al retroceso del cine. No eran un invento nuevo sino que representaba una fórmula de explotación cinematográfica de contrastado éxito en ciudades como París. Permitían acoger tanto las películas destinadas a las salas especiales, las que se presentaban en versión original subtitulada, como una distribución más racional de los grandes éxitos, ya que de esta manera se posibilitaba que no se concentraran en una única sala sino que se estrenaran simultáneamente en varios cines. Aunque para que ello fuera una práctica común aún tendría que pasar todavía bastante tiempo, ya que antes se tuvo que romper con demasiadas viejas inercias muy arraigadas en el sector.

La aceptación que tuvieron desde un principio las minisalas animó a otros empresarios a emprender iniciativas similares, que se caracterizaron en esta ocasión por un aumento significativo de las pantallas con las que se dotaban los nuevos locales, surgieron así en 1977 los Multis en Bilbao, (8 salas), el ABC Park en Valencia, (6 salas), los Multicines Alameda en Sevilla (4 salas) y los Alphaville en Madrid (4 salas), entre otros. Desde la Administración, el Director General de Cine, José García-Moreno, confirmaba que no era un acontecimiento aislado sino que la idea comenzaba a arraigar: "La tendencia en el conjunto del territorio español, al menos en las capitales, es la

apertura de nuevas salas de estas características. Refiriéndome a Madrid, pronto se abrirán nuevas salas en la calle Princesa, y están en marcha reformas en el cine Luchana y el Madrid, para convertir en salas múltiples lo que eran locales de gran aforo. Me consta también que este fenómeno se está produciendo en Sevilla, en Valencia y ha tenido lugar en Barcelona" ⁷

Algunos empresarios como Alfredo Matas, con interés en la producción, la distribución y la exhibición, argumentaban sobre la necesaria y urgente modernización de las salas para poder comercializar adecuadamente las películas y hacer así frente a la crisis de la exhibición en una posición más ventajosa: "Y otro problema que afecta, no a largo plazo sino a corto plazo, es el de la renovación de las salas, que en Francia se ha resuelto cargando esta renovación al presupuesto del Fondo del Cine. En España las salas, se han quedado estancadas



hace 20 años, tanto en cuanto a proyección como a sonido, ambientación, clima, butacas... hay una gran parte de locales, y más todavía en provincias, que están como para prohibir a la gente que entre en ellas. Esto destroza la afición y es un daño gravísimo que, a la vuelta de la esquina, lo vamos a pagar todos con sangre." ⁸

El retroceso de la exhibición cinematográfica se acentuó de nuevo a pesar de los primeros intentos por reconducirla, así las cifras de 1976: 4.874 cines, 249 millones de espectadores y una asistencia media de 7 veces al año, se habían convertido en 1986 en: 2.640 salas, 92,8 millones de espectadores y una frecuentación de 2,4 veces, lo que representaba una reducción del 45,84%, 62,74% y 65,70%, respectivamente. Si compara-

4. *Ibidem*, p.7.

5. Europa Press, "El 91,2% de los cines atraviesan una situación de crisis", en *Deia*, Bilbao, 18 de noviembre de 1977, p. 35.

6. Valle Fernández, Ramón del, *art. cit.*, p. 11. Años después, en 1992, las salas para ser rentables según datos elaborados por el Ministerio de Cultura, debían de recaudar un mínimo de 9 millones de pesetas. Véase AA.VV., *Manecu, Mapa de necesidades en Infraestructuras y operadores culturales*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1995, p. 134.

7. "Cuestionario Urgente. Habla el Director General de Cine, José García-Moreno", en *Nuevo Fotogramas*, Barcelona, nº 1520, 2 de diciembre de 1977, p. 12.

8. Ciriza, Marisa, "S.O.S.: El crack del cine español", en *Nuevo Fotogramas*, nº 1536, 24 de marzo de 1978, p. 13.

mos estos porcentajes con los del período anterior, (40,52%, 38,22% y 41,67%), veremos que lejos de reducirse la crisis de la exhibición cinematográfica no hizo más que profundizarse en los tres segmentos indicados, aumentando el descenso en 5,32% (salas), 24,52% (espectadores) y 24,03% (frecuentación). La caída acumulada durante estos veinte años (1966-1986), representaba que se habían perdido 310,2 millones de espectadores y se habían cerrado 5.553 cines.

La crisis del espectáculo cinematográfico acentuaba en estos años sus rasgos estructurales. Las razones por las que este descalabro no parecía tener fin hay que situarlas en el proceso continuo de transformación social en que estaba inmersa la sociedad española. Durante esta etapa se mantiene la progresiva urbanización del Estado español y el despoblamiento de las zonas rurales. El acceso continuo de la mujer al trabajo



y un incremento de los salarios del conjunto de la población hizo que la renta familiar aumentase de manera significativa, derivado de ello se consiguió consolidar las posibilidades de consumo y ocio existentes y acceder a otras que se estaban creando, en razón de la mayor disponibilidad de tiempo libre con que contaban los ciudadanos. La mejora en la educación y el nivel posibilitó el acceso cada vez mayor a la lectura de periódicos, a la compra de libros y equipos de música, la visita a museos y exposiciones, y a la práctica del deporte.

La tendencia hacia una individualización del ocio y la posibilidad cada vez mayor de acceder y disfrutar del mismo en la privacidad del hogar tiene un nuevo desarrollo a partir de 1978 con la importación y comercialización en el territorio español de los primeros magnetoscopios, que incidieron de manera directa en el consumo de las películas. En 1979 se fundaban las primeras empresas del sector: Telejector en Pamplona y Vídeo España en Madrid. Ambas acudieron al Salón del Sonido y la Imagen (Sonimag), que se celebraba en Barcelona, donde presentaron las primeras videopelículas. Para su comercialización, mediante el sistema de alquiler, surgieron los videoclubs, unos establecimientos hasta entonces inexistentes, que conocieron en poco tiempo un gran auge, diseminando su presencia por toda la geografía estatal, convirtiéndose en los intermediarios de esta nueva forma de ocio.

En los primeros momentos la gran variedad de títulos que se ofertaban al espectador contrastaban con la escasa cali-

dad técnica de las cintas, una consecuencia directa de la piratería salvaje que en esos momentos existía. El desembarco de las mutinacionales estadounidenses en 1983 sirvió para poner orden en el caótico mercado videográfico y que se comenzase a editar legalmente copias de contrastada calidad. El alquiler de películas se consolidó rápidamente y permitió ensayar nuevas estrategias comerciales. Así, en 1986, la compañía Warner Home Vídeo presentaba la primera lista de títulos para la venta al público, iniciativa a la que se fueron incorporando paulatinamente el resto de la editoras.

La generalización de la televisión y el rápido asentamiento del vídeo posibilitaron un amplio consumo de películas⁹, lo que va a determinar a partir de la década de los ochenta que el cierre de los cines que se había iniciado en las zonas rurales se extienda ahora a las ciudades; el primer eslabón fueron las salas de los barrios, para proseguir con las situadas en el centro. La consecuencia fue el retroceso imparable de la exhibición cinematográfica y que muchas ciudades se quedasen sin cine o en una situación de mínimos.

El impacto del vídeo volvió a coger con el paso cambiado a un sector importante de la exhibición que seguía viviendo de espaldas a la crisis. Muchos empresarios no terminaban de comprender que el cine no era ya una forma de ocio hegemónica sino que debía competir con otras ofertas culturales y de entretenimiento. Para ello debían optar por modernizar sus salas y adecuarlas tanto técnicamente como en confort si lo que se quería era ofrecer un espectáculo de calidad que atrajera espectadores a las salas y no los echara para siempre: *"Quienes por devoción y por obligación tenemos que seguir puntualmente la cartelera, sabemos de los berrinches ante proyecciones desenfocadas, formatos sin respetar, pantallas sucias o remendadas, sonido prehistórico, butacas desvencijadas, filas donde sólo cabrían primos hermanos de Toulouse Lautrec, vestíbulos inhóspitos, paredes con desconchones, acomodadores charlatanes y de linterna floja, taquilleras encantadas de regañar a cuantos se acerquen a su cubículo. Se está echando al público de los cines a base de incompetencia y falta de dotaciones técnicas mínimamente exigibles."*¹⁰

Si el retrato era certero para un número importante de los cines de las capitales, resultaba incompleto para los cines de las pequeñas o grandes ciudades, pues no se tenía en cuenta que la reducción de espectadores había dejado sin recursos económicos a los empresarios de estos últimos para afrontar la necesaria reconversión de las salas. A ello hay que añadir el nulo interés que mostraba la Administración, más ocupada en seguir protegiendo la producción, que en arbitrar las medidas necesarias para impedir el continuo cierre de los cines.

Tampoco hacía nada la Administración por controlar la piratería en vídeo que además de poder alquilarse en los videoclubs se proyectaban en los más variados establecimientos públicos. Si a ello unimos la circunstancia de que las películas

9. En 1983 el número de magnetoscopios era de 450.000, cinco años después, en 1988, ascendía a 3.755.000 unidades. Véase Jones, Daniel E., "El vídeo doméstico. Transformación del mercado audiovisual español", en *Telos*, Madrid, nº 21, marzo-mayo, 1990, p. 29.

10. Lara, Fernando, "Conspiración de silencio", en *Fotogramas & Vídeo*, nº 1705, febrero 1985, p. 69.

seguían llegando tarde a muchas ciudades y pueblos tendríamos un panorama de consecuencias letales para la exhibición modesta, como señalaba el Gremio de Exhibidores de Cataluña: "La causa fundamental es la piratería y la proyección pública en lugares no autorizados. Pese al decreto que regula la exhibición de vídeos —necesariamente doméstica—, ésta se hace en locales públicos y las autoridades están demostrando una eficacia nula para controlarla. En Barcelona la situación es grave, pues circulan copias piratas de muchas películas que están recién estrenadas y ello hace que muchos espectadores en potencia se limiten a cogerla en su videoclub y a verla en su casa. Pero en las pequeñas poblaciones esto es una auténtica catástrofe para el pequeño propietario de una sala, que sólo puede tener una película, tras su estreno en Barcelona, unos pocos días en cartel y no puede competir con estas iniciativas fraudulentas que además funcionan fuera del circuito de pago de impuestos que a nosotros nos afecta".¹¹

Otro factor importante en el retroceso del cine fue también el reiterado incremento del precio de las localidades. En 1966 el coste medio de la entrada era de 11,1 pesetas, en 1976 se había situado en 57, mientras que en 1986 ascendía a 276,4 pesetas. Estos aumentos de 45,9 pesetas (513,5%) y 219 (484,91%), representaban que el cine había subido 264,90 pesetas en veinte años (998,41%). Con estas alzas, a todas luces desmesuradas, los empresarios quisieron compensar la caída de los ingresos, lo que alimentó una espiral de abandonos, que se intentaron compensar con nuevos aumentos hasta desembocar en los años de mayor esplendor del vídeo, los comprendidos entre 1984 y 1988, en el cierre de 1.938 salas, o lo que es lo mismo 388 por año.¹²

Durante estos cinco años se pierden 34 millones de espectadores, que pasan de 121,5 a 87,5 millones. Aunque lo más significativo, ya que constituye una novedad, a la vez que denotaba la profundidad y la gravedad que había alcanzado la crisis, era que por primera vez la recaudación experimentaba un retroceso: los 28.905 millones de pesetas de 1983, se convirtieron en 27.107 (1984), 25.835 (1985) y 25.660 (1986). A los que hay que añadir otros tres más para superar el nivel de 1983: 26.661 (1987), 28.383 (1988) y 29.906 (1989).

El espectáculo cinematográfico vivía en esos años sus momentos más amargos y de mayor incertidumbre. Su antiguo esplendor se había difuminado totalmente y el rito comunitario de ir al cine se había sustituido en muchas localidades por la visita al videoclub y el visionado de películas en la soledad del hogar y en las reducidas dimensiones de la pantalla del televisor. Los videoclubs se convertían, de esta manera, en numerosos puntos de la geografía estatal en un sucedáneo y una alternativa a las salas que habían desaparecido, sirviendo de nexo de unión entre el espectador y el cine. Igualmente en las ciudades y barrios, donde también se habían desvanecido los cines, pasaban a ocupar el lugar que antaño desempeñaban las salas de reestreno.

2. RECONVERSIÓN TARDÍA DEL SECTOR

El calado de la crisis era de tal gravedad que comenzó a tomar cuerpo la idea entre los empresarios, aunque de manera lenta y con no pocas resistencias, de que si deseaban per-

manecer en el negocio debían adecuar sus salas a las demandas de los nuevos tiempos. El productor y distribuidor cinematográfico Antonio Cuevas se posicionaba claramente por la vital y urgente reestructuración de la exhibición: "Se hace necesaria una renovación de los 'puntos de venta' del producto cinematográfico, con una política de modernización de las salas públicas. Si queremos conservar la clientela que nos queda (y aumentarla, como se ha conseguido en Francia, cuya política de renovación del parque de salas se inició hace diez años) hay que actualizar los locales dotándoles de un mayor confort y de una calidad de proyección que se ha ido perdiendo. Transformar los viejos y desproporcionados santuarios en 'complejos de exhibición' con una mayor oferta de títulos, menos butacas y más pantallas y situados preferentemente en centros



comerciales de afluencia pública. Al modo de lo que ya se ha hecho en países más atentos que el nuestro a la adaptación que exigen los tiempos."¹³

En sintonía con ese cambio de mentalidad que se reclamaba para el sector, aunque con evidente retraso en relación con lo que estaba sucediendo fuera, una nueva concepción del negocio de la exhibición se materializó el 17 de diciembre de 1983 con la apertura de los Cines M2, un complejo de nueve salas y 2.089 localidades, dos de ellas equipadas con equipos de sonido Dolby Stereo, situados en el Centro Comercial Madrid 2, La Vaguada, de Madrid. Su emplazamiento estratégico e inédito hasta entonces en España, en un lugar donde el cine era una oferta más dentro de un conjunto que abarcaba el comercio, el ocio y la restauración, con lo que implicaba de tra-

11. Esteban, Juan Carlos, "La videopiratería y la mala estructura del sector acaban con los cines", en *Imágenes de Actualidad*, Barcelona, nº 3, 15 de mayo de 1984, p. 6.

12. Hay que retrotraerse hasta el período 1970-1975, cuando se cerraron 2.056 salas, 411 por año, para encontrar una caída tan importante de la exhibición.

13. Cuevas, Antonio, "El nuevo decreto y las viejas estructuras del cine", en *ABC*, Madrid, 26 de febrero de 1984, p. 46.

14. Meses después, el 4 de abril de 1984, coincidiendo con la reapertura de las salas y con el cambio de nombre, pasó a llamarse Cines La Vaguada M2, las sesiones, manteniendo el mismo horario, se transformaron en numeradas.

siego importante y constante de gente; la posibilidad de elegir entre nueve títulos, su amplio horario, los pases de las películas, en sesión continua ¹⁴, comenzaban a las 12,30 los laborables y a las 10.30 los sábados y festivos, el precio reducido en las primeras sesiones de todos los días y los miércoles no festivos. Todo ello constituía una indudable apuesta de futuro a la vez que marcaba la pauta de una fórmula de éxito a la que se añadirían otras iniciativas años más tarde cuando comiencen a proliferar las multisalas en los centros comerciales.

Su carácter claramente innovador en relación con la tendencia dominante entonces en el sector *"fue visto inicialmente con escepticismo, y quizás con cierto recelo, por los circuitos predominantes en ese momento, así como por las distribuidoras. En efecto, para evitar el bloqueo en la consecución de*



copias para las nuevas salas se hubo de recurrir a una solución de compromiso ante los proveedores, uniendo pantallas del nuevo complejo a circuitos ya existentes, que fueron inicialmente los clientes oficiales de las distribuidoras." ¹⁵

A pesar de las reticencias al nuevo concepto de multisalas o a la reconversión de los cines, que estaban suscritas fundamentalmente por los propietarios de los grandes locales de estreno, que consideraban que las salas de menos de quinientas butacas y con pantallas pequeñas no eran idóneas para ofrecer lo que consideraban el auténtico espectáculo cinematográfico, la idea de la reestructuración del sector tomó cuerpo en estos años como la única salida real a una crisis que había cumplido veinte años y que afrontaba en esta época una de sus etapas más duras.

Alfredo Matas, presidente del consejo de administración de la Cadena Cinesa, uno de los principales circuitos de exhibición de Madrid y Barcelona y pionera en la reconversión de las salas, se manifestaba favorable a la misma, aunque sin considerarla como la solución ideal o definitiva: *"En nuestro caso existen dos pruebas claras de la conveniencia de la transformación de los grandes cines en complejos multisalas. En primer lugar hemos experimentado una caída de espectadores muy inferior al resto de los cines en términos generales, y, en particular los locales reconvertidos han obtenido resultados mejores que antaño."* ¹⁶ Concretaba estos en un incremento entre 40 o un 50 por ciento más de público, aunque tenían como contrapartida que

los gastos de mantenimiento de las multisalas eran superiores entre un 15 y un 20 por ciento en relación a la sala única.

Las multisalas, que en 1989 se elevaban a 138, de las cuales 15 se encontraban en Madrid y 11 en Barcelona, se fueron imponiendo como la única alternativa viable a la crisis del sector. Así, a finales de los ochenta el mismo concepto había evolucionado bastante y ya no respondía a las primeras multisalas que se habían creado diez años antes. Estas últimas, que se caracterizaban por unos aforos algo superiores a 100 butacas y pantallas muy pequeñas, habían dejado paso a salas que oscilaban entre las 250 o 400 butacas, que por una parte se adaptaban a la mayoría de las películas y por otra eran una excelente solución para las ciudades que no disponiendo de muchos cines podían de esta manera ofrecer una cartelera más variada y atractiva que si únicamente se contaran con salas grandes. La existencia de éstas provocaba la paradoja de que sobrasen butacas, los aforos de 1.000 localidades de los grandes cines sólo se llegaban a ocupar totalmente en contadas ocasiones, siendo práctica habitual que el anfiteatro no se abriera, mientras que faltaban pantallas para atender a todos los títulos que intentaban acceder al mercado ¹⁷.

A diferencia de lo que había ocurrido en Francia, donde tuvo lugar cuando los cines todavía no habían cerrado, o en otros sectores en crisis, como la siderurgia o el naval, la reconversión en el Estado español llegó tarde, cuando habían desaparecido multitud de salas, y mal, pues se realizaba sin coordinación ni planes conjuntos entre el sector y la Administración. Se fue haciendo, según el distribuidor y exhibidor Pedro Zaratigui, *"en plan voluntarista; cada cual pone los parches que puede. No se trata de una reconversión general, unánime, programada y pactada. No ha habido un acuerdo entre producción, distribución y exhibición y estado para reconvertir y, a estas alturas, la reconversión es muy costosa. La crisis era previsible; ya la habían sufrido antes en Estados Unidos, Italia, Francia o Inglaterra. Pero no se ha reaccionado a tiempo. No es lo mismo reconvertir cuando un cine esta boyante, reinvertiendo los beneficios, que cuando va mal."* ¹⁸ Sobre este último aspecto también incidía el presidente de la Federación Nacional de Empresarios de Cine, José del Villar, que expresaba que llevaban *"años perdiendo dinero, estamos descapitalizados, las inversiones que requieren las salas son de muchos millones de pesetas y no hay un mínimo de garantías para recuperar la inversión."* ¹⁹

A ello había que añadir la poca atención que la Dirección General de Cinematografía y, desde 1986, el Instituto de la

15. Rodríguez Gordillo, Primitivo, López Lubián, Francisco J. y Carballo, Antonio (supervisión), "Evolución de la exhibición cinematográfica en España", en *Cineinforme*, Madrid, nº 698, junio 1998, p. 16.

16. Rodríguez, Marino, "Cines: transformarse o morir", en *Fotogramas & Vídeo*, nº 1725, diciembre de 1986, p. 96.

17. A este respecto se puede indicar la cantidad de títulos que no se han estrenado o aquellas películas nacionales o europeas que lo han hecho en unas pésimas condiciones, que vieron frustrado así su contacto con el público.

18. Ponga, Paula, "La exhibición en salas ¿una crisis irremediable?", en *Fotogramas & Vídeo*, nº 1758, diciembre de 1989, p. 105.

19. *Ibidem*, p. 106.

Cinematografía y las Artes Audiovisuales, prestaron al cierre de los cines. Ambos organismos, preocupados principalmente en legislar ayudas a la producción, se desentendían por completo por el destino de unas películas que no iban a encontrar muchas de ellas salas donde proyectarse. Durante siete años, de 1984 a 1990, con la excepción de 1987, que no se asignó cantidad alguna, se presupuestaron 1.550 millones de pesetas en concepto de ayudas a la reconversión de las salas. El resultado de todo ello fue una insuficiente y deficiente estructura de exhibición en la que no faltaban películas pero se carecía de los cines apropiados para garantizar su adecuada explotación, que se concretaba en la dimensión de las salas y su desigual distribución geográfica, que tendía a concentrarse en los principales núcleos de población en detrimento de zonas menos pobladas.

3. LAS MULTISALAS EN LOS CENTROS COMERCIALES

El descenso del número de los cines prosiguió a un ritmo claramente menor durante 1989 (80 salas) y 1990 (29 salas). De hecho en este último año, en el que el parque de los cines se situó en 1773, la crisis de la exhibición tocaba fondo después de veinticinco años de retrocesos continuos, que concluyeron con el cierre de 6.429 salas (78,63%), y una pérdida de 313,4 millones de espectadores (78,93%). El saldo positivo de 33 salas que se producía en 1991 constituía el primer indicio de que el espectáculo cinematográfico en España entraba en un nuevo ciclo marcado por la recuperación, aunque en los dos años siguientes a una subida simbólica de 1 cine (1992), le sucedió un leve retroceso de 16 salas (1993). El despegue real de la exhibición tuvo lugar en 1994 con un incremento de 139 pantallas, al que siguieron nuevos aumentos también significativos: 160 (1995), 282 (1996) y 193 (1997), que sumaban 774 nuevas pantallas. En éstos últimos cuatro años se había pasado de los 1.243 cines y 1.791 pantallas de 1994 a los 1.226 cines y 2.565 pantallas de 1997²⁰. El descenso en 17 cines, a pesar del aumento de las pantallas, era el testimonio elocuente de que a pesar de la recuperación de la exhibición se seguían cerrando salas, sobre todo en los pueblos, que al no disponer de recursos para su remodelación no podían optar por su transformación en multisalas.

La reconversión de los cines que había tenido su peso específico en la década de los ochenta pasaba en la década de los noventa a un discreto segundo plano ante el auge que experimentaban la construcción de nuevas salas en los complejos comerciales que comenzaban a instalarse en las periferias urbanas de las grandes ciudades. El cine se integraba en estos años de manera decidida en unos espacios comerciales que congregaban a un público numeroso, y a diferencia de lo que había sido práctica habitual durante muchos años no se esperaba a que la gente fuera a los cines. Al contrario, se acudía con la oferta cinematográfica allí donde se encontraba el espectador potencial.

El desplazamiento del cine del centro de las ciudades hacia la periferia de sus áreas metropolitanas siguiendo la estela que le habían marcado los centros comerciales había venido motivada por la especulación inmobiliaria de los años ochenta, de la que fueron víctimas innumerables cines. La escasez de suelo urbano en las ciudades provocó que el poco terreno dis-

ponible alcanzase unos precios prohibitivos, haciendo imposible su compra dado lo poco rentable que representaba acometer las inversiones destinadas a la construcción de multisalas. A ello se unió las favorables condiciones económicas que encontraron entre los promotores inmobiliarios de estos centros para alquilar o comprar el espacio donde instalar los nuevos cinematógrafos.

Esta estrategia se revelaba en poco tiempo muy acertada, tanto para el propio espectáculo cinematográfico como para los propios centros comerciales, sobre todo para los establecimientos de ocio y restauración que se instalaban en su entorno. En este sentido se expresaba Luis Fernández Lorite, director de explotación de Centros Comerciales Metropolitanos, empresa integrada en la división inmobiliaria del Banco Bilbao Vizcaya:



*"En los momentos en que el hipermercado y otros locales comerciales han estado cerrados y la oferta de ocio se ha mantenido abierta, la afluencia alcanza las 12.500 personas que, en su mayoría vienen movidas por las salas de cine y el ocio de su entorno. Esto indica que la capacidad de convocatoria de una zona de ocio bien organizada es importantísima, y se constituye como un polo de atracción para el centro de primer orden."*²¹

Así, si en un primer momento la presencia del cine constituía una propuesta más de ocio entre las que se podía optar, no tardó mucho en convertirse en un factor indispensable de dinamización comercial. Este cambio de actitud hacia el cine en las salas ha motivado que pasase a desempeñar en los centros comerciales el papel que durante los años ochenta y primeros de los noventa ocuparon las grandes superficies de la alimentación.

En la actualidad el espectáculo cinematográfico se ha transformado en el principal reclamo para llevar al público hacia

20. La cuota de mercado de las salas en 1997 era el siguiente: Multicines en centros comerciales, 41,13%; Multicines fuera de centros comerciales (castellano), 24,94%; Multicines fuera de centros comerciales (V.O.), 6%; Sala única de estreno, 18%; Reestreno, 8,4%; y Filmoteca, 1,81%. Véase Úbeda-Portugués, Marta: "Los multicines van de película", en *Expansión*, Madrid, 17 de agosto de 1998, p. 5.

21. "El cine es la otra locomotora de los centros comerciales", en *Cine & Tele Informe*, nº 661, mayo 1995, p.16.

estos centros comerciales, que se han convertido en uno de los principales emblemas de la sociedad de consumo de los últimos años. Toma Naranjo, director de la compañía de exhibición Warner Lusomundo Cines de España, comentaba esta variación en los siguientes términos: "El hipermercado ya no marca la diferencia por la saturación del mercado. Ahora, los cines actuamos de locomotora. La gente que va al cine en un centro comercial realiza, además, otras actividades como comprar, comer, ir a la bolera o llevar a los niños al parque infantil. El cliente pasa cuatro o cinco horas en el centro y gasta tiempo y dinero. Al cliente le garantizamos una oferta completa y variada le damos aparcamiento y seguridad, y puede adquirir las entradas de forma anticipada y por teléfono para programar su actividad en este entorno."²² El centro comercial no es el único



espacio donde se están construyendo los nuevos cines, también lo están haciendo en centros de ocio, edificios en donde el cine es el eje en torno al cual se congregan una amplia oferta de entretenimiento formada por restaurantes, bares, boleras, discotecas, instalaciones deportivas, zonas de realidad virtual, entre otras posibilidades, todo ello completado con amplias zonas de aparcamiento.

Tanto en el centro comercial como en el centro de ocio, lugares en los cuales se instalan como mínimo un múltiplex, entre 8 y 12 salas, aunque también se están construyendo megaplex con más de veinte salas, el objetivo es devolver al cine, a diferencia de lo que ocurrió con los minicines y las multisalas, el carácter de espectáculo que había tenido antes de la crisis. Para lograr ese objetivo la tendencia que se está imponiendo en las nuevas salas se caracteriza por una capacidad superior a las 150 butacas, las pantallas de gran tamaño que pueden ir de los 90 a 300 metros cuadrados, la incorporación de los últimos adelantos tecnológicos en los sistemas de proyección y equipos de sonido, una mayor amplitud entre las filas, butacas ergonómicas dispuestas en grada para facilitar una mejor visión desde cualquier sitio de la sala, por ello también se ha ampliado notablemente la distancia entre la pantalla y la primera fila.

El importante cambio que se ha producido en la exhibición cinematográfica española ha sido protagonizado por empresarios vinculados al negocio cinematográfico desde hace

varias décadas (Bautista Soler, Vicente Espadas, Emilio Pechuán, Circuito Hernández, Cinesa...), a los que se ha sumado nuevas empresas durante los ochenta (Yelmo Cines, Golem, Lauren, Enrique González Macho...). Tanto unos como otros han conseguido incrementar de forma notable su presencia en los noventa, en un principio en sus zonas naturales de influencia para posteriormente saltar a otras provincias y comunidades.

A principios de la década de los noventa, en concreto en 1992, se produjo la primera llegada del capital extranjero: francés en el caso de la Sociedad Cinematográfica de Centros Comerciales (Familia Edeline), que compra los cines La Vaguada, y estadounidense en el de la empresa UCI Múltiplex BV, propiedad de la Universal y la Paramount, que se hace con el control de Cinesa, que en ese momento lideraba el sector de la exhibición con 72 pantallas. Tres años después, el 7 de abril de 1995, Warner Lusomundo, "joint venture" entre la Warner Bros y el grupo de exhibición portugués Filmes Lusomundo²³, abrió en el Centro Comercial de la Moraleja de Madrid su primer múltiplex de 8 salas y 1.900 butacas.

A finales de 1997, el 3 de diciembre, uno de los líderes de la exhibición francesa UGC, inauguraba en Madrid el Ciné-Cité, su primer múltiplex de 12 salas (con la posibilidad de ampliar a 16) y 2.500 butacas. La penetración extranjera dio un salto cualitativo el 18 de septiembre de 1998 con la inauguración en la Ciudad de la Imagen de Pozuelo (Madrid) del megaplex²⁴ Kinopolis Pozuelo (25 salas y 9.222 butacas), que está considerado como el mayor complejo de cines del mundo. Promovido por el grupo belga de exhibición Kinopolis, su inversión se ha elevado a 5.500 millones de pesetas.

Dos semanas después, el 2 de octubre, se abría en Tarrasa (Barcelona), un nuevo megaplex, el AMC Parc Vallés (24 salas y 5.400 butacas), cuyo coste ha sido de 2.400 millones de pesetas, impulsado por la empresa American Multi-Cinema Entertainment (AMC), uno de

los principales circuitos de exhibición de Estados Unidos.

La presencia multinacional en el mercado español se completa de momento con el acuerdo al que habían llegado meses antes, el 8 de junio de 1998, la empresa española Yelmo Films (el principal grupo de exhibición en España, que controlaba 183 pantallas, de las cuales 108 eran propias), y Loews Cineplex (la filial en el campo de la exhibición de la empresa japonesa Sony, propietaria de la empresa de producción y exhibición estadounidense Columbia), para formar Yelmo Cineplex de España, participada al 50% por cada compañía, cuyo capital social alcanzará los 12.000 millones de pesetas en los próximos dos años²⁵.

22. Montaña, Baltasar, "Centros comerciales de película", en *Fin de semana del inversor*, suplemento de *Expansión*, 5 de septiembre de 1998, p. XVII.

23. En mayo de 1997, tras la aprobación de la Comisión Europea, se incorporó a su accionariado la empresa española Sogecable del grupo Prisa. Véase Oppenheimer, Walter, "Bruselas autoriza la sociedad de cines de Sogecable, Warner y Lusomundo", en *El País*, Madrid, 17 de mayo de 1997, p. 28.

24. El primer megaplex español, Cines Nervión Plaza (20 salas y 4.500 butacas), propiedad de la empresa Cine Sur, se había inaugurado el 17 de marzo de 1998 en Sevilla.

25. "Yelmo Films y Loews Cineplex crean la nueva sociedad de exhibición Yelmo Cineplex de España", en *Cineinforme*, nº 699-700, julio-agosto de 1998, p. 103; y Montaña, B., "Sony valora en seis mil millones su filial Yelmo Films", en *Expansión*, 10 de septiembre de 1998, p. 6.

4. INVERSIONES MILLONARIAS

El momento dulce que vive la exhibición en la actualidad provocará a corto plazo un inevitable reajuste en el sector cuando los diferentes grupos lleven acabo sus estrategias de expansión durante los próximos años. Este pasará inevitablemente por la concentración de la exhibición, que actualmente sigue estando muy atomizada ²⁶, y por el mayor peso de los grupos extranjeros en detrimento de los españoles, y es posible que algunos de ellos acaben siendo absorbidos, algo que ya ha comenzado a suceder, y de lo que ya advertía Ricardo Evole, el hoy presidente y consejero delegado de Yelmo Cineplex, en 1993: "Con la entrada de las multinacionales en el sector, que cuentan con mayores posibilidades económicas, estamos abocados a que las empresas caigan en sus manos." ²⁷

Durante el período 1988-2001, tres grupos extranjeros y uno español tienen previsto crear 695 pantallas, lo que requerirá una inversión de 68.000 millones de pesetas, distribuidas de

la siguiente manera: Warner Lusomundo (225 pantallas y 17.000 millones), Yelmo Cineplex (150 pantallas y 20.000 millones), Cinesa (70 pantallas y 17.000 millones), y Lauren Films (250 pantallas y 14.000 millones) ²⁸. A esos desembolsos hay que añadir los más de 20.000 millones de AMC Entertainment y los más de 10.000 millones de UGC. Si a ello sumamos las inversiones que efectuarán el resto de los grupos para intentar consolidar su actual presencia, tendremos un panorama que puede situar el número de pantallas al borde de la saturación y de la rentabilidad, lo que podría llevar de nuevo la crisis al sector, en esta ocasión por un exceso de oferta.

En el Mapa de Necesidades de Infraestructuras y Operadores Culturales publicado en 1995 por el Ministerio de Cultura, se diseñaba un panorama óptimo para el sector de la exhibición con 3.000 pantallas, lo que representaría 1 pantalla por cada 10.000/14.000 espectadores ²⁹. Cifras que se habrían superado ampliamente en los próximos tres años si se llegan a materializar todas las iniciativas en marcha.



26. Sólo cuatro circuitos superaban en 1998 las cien pantallas: Unión Cien Ciudad (196 en Andalucía y Cataluña); Yelmo Cineplex (183 en el conjunto de España); Cinesa (135 en el conjunto de España), y Area Catalana d'Exhibició Cinematogràfica (129 en Cataluña y País Vasco).

27. Sánchez-Silva, Carmen, "Un puñado de dólares", en *Negocios*, suplemento de *El País*, 3 de enero de 1993, p. 7.

28. Montaña, Baltasar, *art. cit.* p. XVII.

29. VV.AA., *op. cit.* p. 134.

Fotos: © Yo Carr.
Hnos. Vivó, alias Hnos. Lumière, realizando su trabajo de proyectoristas en la sala de exhibición de la Filmoteca de la Generalitat Valenciana, 1999

ALGUNOS DATOS SOBRE LA EXHIBICIÓN EN 1998

El sector de la exhibición cinematográfica, según un estudio elaborado por la empresa DBK, está formado por 850 empresas, en el que trabajan 9.000 empleados. De éstas, cuya estructura empresarial mayoritaria es de origen familiar, sólo 150 se pueden considerar como medianas/grandes, aunque durante los últimos años se está dando un proceso de concentración empresarial.

De hecho los cinco primeros grupos de exhibición registraron unos ingresos de 25.056 millones de pesetas, el 28,8% de la facturación del sector. Cifra que se eleva a 37.062 millones (42,6%) si se amplía el número a diez. La principal empresa de exhibición es Cinesa, que facturó 6.960 millones (8%), en segundo lugar se encuentra ACEC con 5.916 (6,8%), y en tercero se sitúa Unión Cine Ciudad con 5.220 (6%).

Desde finales de la década de los ochenta el volumen de negocio de la exhibición registra una tendencia al alza, que en 1998 se ha concretado en 87.000 millones de pesetas, lo que supone un crecimiento del 16%. La recaudación de taquilla con 67.900 millones representa el 78% de los ingresos, porcentaje que ha disminuido ligeramente durante los últimos años en relación a los que genera la venta de palomitas, *snacks* y bebidas que con 17.400 supone el 20%, mientras que el 2% restante,

1.700 millones, corresponde a la partida de publicidad y otros. De cara a los dos próximos años se estima que la facturación crecerá en 1999 entre un 7-10% y para el 2.000 de un 8-11%. El mayor incremento vendrá de los ingresos por palomitas, *snacks* y bebidas.

La localización de las nuevas salas, la mejora en la calidad de la imagen y el sonido, junto a la modernidad de las instalaciones son los principales factores que han influido en la recuperación y en el alza que de nuevo registra la exhibición cinematográfica. Este mejor posicionamiento competitivo permitirá igualmente a los grandes grupos de exhibición un replanteamiento de sus relaciones comerciales con las empresas de distribución.

En la actualidad la casi totalidad de los ingresos de las empresas de exhibición provienen de la explotación de los cines. Son muy pocas las empresas que desarrollan actividades fuera del sector de la exhibición, en éstas se encuentran la distribución de películas, explotación de teatro, salas de fiestas, parques infantiles y máquinas recreativas. Esta última actividad es más frecuente entre las empresas que explotan cines en centros comerciales y centros de ocio.

CUADRO I

La Exhibición Cinematográfica 1997-98

Año	1997	1998
Número de empresas	850	
Número de empleados	9.000	
Número de salas	2.565	2.800
Número de butacas	712.000	770.000
Mercado (en millones de pesetas)	75.000	87.000
• Taquilla	58.703	67.900
• Palomitas, <i>snacks</i> y bebidas	14.800	17.400
• Publicidad y otros	1.497	1.700
Crecimiento del mercado en porcentaje	8,5	16,0
Cuota de mercado de los cinco primeros grupos exhibidores	28,3	28,8
Previsión de crecimiento anual del mercado (%)		
• 1998-1999	7-10	
• 1999-2000	8-11	

Fuente: DKB