

## **LA EXHIBICIÓN CINEMATográfica EN ESPAÑA: CINCUENTA AÑOS DE CAMBIOS**

**José Vicente García Santamaría**

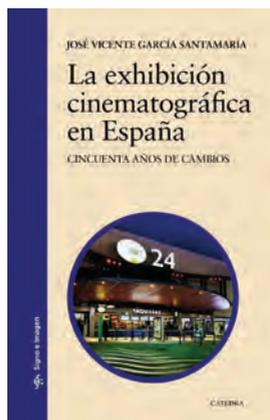
Madrid

Cátedra, 2015

380 páginas

15,18 € (libro electrónico) / 18,40 € (tapa blanda)

DOI: <https://doi.org/10.15366/secuencias2017.45>



Gran parte de las investigaciones sobre el cine español han tendido a centrarse, casi exclusivamente, en su producción. Con ello, se ha soslayado que la producción cinematográfica forma parte de una gran cadena donde diversos eslabones se necesitan de forma mutua para generar valor. Importantes sectores como la distribución o la exhibición han desaparecido así del radar del análisis científico. Este libro de José Vicente García Santamaría, profesor en la Universidad Carlos III de Madrid, contribuye a colmar dicha carencia al investigar la evolución de las salas de cine en España a lo largo del último medio siglo.

La exhibición cinematográfica es uno de los nodos que contactan de forma directa con el consumidor y, pese a su menguante importancia económica, sigue siendo vital para determinar el precio y los ingresos del resto de ventanas de explotación (como DVDs/Blu-ray, vídeo bajo demanda, televisión de pago o televisión en abierto). En los cines se estrenan las películas con mayor poten-

cial y sigue siendo la ventana para la cual las distribuidoras destinan el grueso de su presupuesto de *marketing*. Con el objetivo de estudiar su importancia histórica, el autor responde, de forma sucesiva, a cinco grandes preguntas sobre las pantallas cinematográficas: ¿dónde están? (capítulo 1); ¿cómo funcionan? (capítulo 2); ¿cuáles han sido sus transformaciones? (capítulos 3 y 4); ¿quiénes son sus propietarios? (capítulo 5); y ¿cómo es su público? (capítulo 6). A todo ello se le añaden unas conclusiones finales que abren nuevas líneas de investigación y una excepcional bibliografía.

En la mayor parte de los países occidentales, la renovación de las salas de cine a partir de los años noventa ha venido sobre todo de la mano de los grandes centros comerciales. Un fenómeno semejante se está produciendo en la actualidad en países emergentes como India o China. En el primer capítulo del libro, se apuntan las razones por las que las pantallas han emigrado hacia la periferia de las ciudades. Este proceso, según el autor, llega hasta tal punto que «el cine está siendo desterrado del centro urbano y se ha refugiado en los grandes complejos de la periferia de las ciudades» (p. 33). Ahora bien, convendría matizar que, si bien es cierto que muchas salas emblemáticas del pasado se han convertido en tiendas insignia para las cadenas globales de moda, otras salas han vuelto a ser los teatros que fueron en su origen, aunque ahora dedicados a musicales y otros entretenimientos (como humor o conciertos). Además, en las grandes ciudades, las salas han desaparecido de los barrios más pobres, pero se han concentrado en los de mayor renta per cápita. Así, por ejemplo, en 2017 cerca del 60 % de las salas de Madrid capital solo proyectan películas en versión original. Este tipo de oferta nos habla claramente del fenómeno de la gentrificación, habitual en muchas ciudades europeas.

Más allá de estas puntualizaciones, lo cierto es que la mayor parte de las salas han terminado ancladas en «hiperlugares» (p. 33), los grandes centros comerciales. Estos se construyen al calor

de una larga burbuja inmobiliaria a la que ayuda, como apunta el autor, la buena evolución de la economía española durante muchos años, el crecimiento demográfico y la proliferación de ciudades dormitorio. La privatización del espacio, bajo laxas regulaciones urbanísticas que permitían fáciles financiaciones a las corporaciones locales, fue otro elemento que ayudó a impulsar estos complejos de ocio. También podríamos añadir otros fenómenos que ayudaron a su auge como una mejor red de carreteras, una deficiente regulación financiera —que permitirá un mayor endeudamiento de las familias a costa de un mayor riesgo sistémico para la banca—, unas importantes inversiones extranjeras fruto de una alta tasa de ahorro en el norte de Europa y un diseño incompleto del euro.

Según García Santamaría, «en la mayoría de estos centros, al menos en España, todas las clases sociales se igualan y no se aplican “barreras de entrada” por categoría social» (p. 27) y hay una «ausencia de criterios formales para su admisión o exclusión» (p. 33). No obstante, estas afirmaciones parecen demasiado optimistas. Por paradójico que pueda parecer, el cine, que nació como un espectáculo de barraca de feria para clases populares, ha pasado a ser un bien de lujo tanto por el precio de la entrada como por el de los atípicos (palomitas, bebidas, etcétera). Además, estos centros están sobre todo pensados para ofrecer un entorno de muy bajo riesgo y familiar, al que se tiende a acceder con coche, y cuyos visitantes han de cumplir con unas determinadas etiquetas de la sociabilidad.

El segundo capítulo nos adentra en la economía de la exhibición. En el fondo, se ve cómo el sector depende de su componente inmobiliario (p. 43), lo que tiende a darle estabilidad en el tiempo. Será en periodos de turbulencias financieras, que afecten al suelo, cuando cambien sus propietarios. Por eso, en los últimos años han entrado fondos de capital riesgo (p. 58), los cuales han sabido capear el temporal para vender con plusvalías llegado el momento. La relación con los

distribuidores es otro punto importante del libro (p. 61), pues estos se han convertido en la gran locomotora de la cadena cinematográfica, al ser la bisagra que ha detentado el poder.

Otro aspecto interesante es el estudio de los conceptos de multiplex y megaplex, donde el autor pone orden en las diferentes acepciones de los términos (p. 79). Cabría añadir que los megaplexes se deben también a la necesidad de repartir costes entre un mayor número de pantallas y que engarzan con una distribución basada en una oferta saturadora de copias donde los *blockbusters* cada vez se llevan más porcentaje de la recaudación total. De todas formas, para los exhibidores, el número de entradas vendidas no es tan importante como los beneficios que puedan sacar de su negocio. Un volumen casi constante de espectadores exige que el precio de las entradas o los atípicos suba. También se echa en falta una visión de la sala de cine como sitio de trabajo, no solo como lugar de ocio. Así, no se analiza la progresiva precariedad de sus trabajadores.

Con la entrada del nuevo milenio, las salas entran en la era de la digitalización e Internet (p. 102). Esto lleva a la necesidad de nuevos equipos de proyección y sonido. Es la era de la diversificación: nuevos tipos de experiencias se ofrecen al público (por ejemplo, ópera y fútbol en directo o competiciones de videojuegos). Tal y como ya hemos señalado, el cine se ha quedado como la ventana más importante para los estrenos, pero la presión de las otras ventanas de exhibición hace que se acorte su periodo de exclusividad.

Los capítulos 3 y 4 muestran, con una batería muy interesante de datos, las transformaciones del parque de salas en la Unión Europea, Estados Unidos y España. En este último caso se estudian los cambios por décadas. Esta compartimentación por etapas actúa como una lupa sobre dichos periodos, pero también puede dificultar que el lector se haga una visión histórica general de las transformaciones. La gran tesis que se demuestra es que «existe una correlación entre las inauguraciones de nuevos complejos de cine,

ubicados en su mayor parte en centros comerciales, y el incremento del número de pantallas» (p. 178). Todo esto se completa en el siguiente capítulo con los diversos modelos de propiedad que se han dado en las salas de cine. Es una tipología muy original (pp. 232-275), aunque el autor podría habernos mostrado cuáles han sido más eficientes.

En el último capítulo se estudia tanto la asistencia como la no asistencia a las salas por décadas. García Santamaría nos vuelve a hablar de la «transversalidad» de las clases sociales que van al cine (p. 304), pero el problema es que para demostrarlo pone datos de hace más de quince años. Los megaplexes no parece que aumenten la asistencia al cine, más bien incrementan la frecuencia de acceso de los consumidores con mayores rentas. No es el fin del acto de ir al cine, es más bien una reformulación de lo que supone ir al cine. Conviene no olvidar que la sala de exhibición es un espacio industrial que busca la estabilidad de unos consumos culturales fácilmente legibles y predecibles. De hecho, se insertan en centros comerciales que suelen llevar en su nombre palabras como

«plaza», «*village*», «Gran Vía» o «*city*», como si quisieran parecerse a esa ciudad desordenada, sucia, transgresora y llena de vida que evitan.

Por último, se echan en falta unos breves apuntes sobre cómo será la sala del futuro. Si extrapolamos varias pistas que empiezan a germinar, puede: (1) que se abran salas de alta gama en las mejores zonas de las ciudades, con restaurantes u otros servicios incluidos; (2) que las inversiones tecnológicas sean cada vez mayores, lo que abrirá una nueva brecha entre las empresas; (3) que emerjan mega circuitos de exhibición internacionales capaces de realizar importantes economías de escala, sobre todo mexicanos y chinos; y (4) que las salas se llenen de multitud de contenidos alternativos a las películas.

En este libro, los errores son de omisión más que de comisión. No obstante, sus fortalezas le llevan a que se convierta, probablemente, en un rito de pasaje obligado para cualquier persona interesada en nuestras salas de exhibición. Una edición muy cuidada le ayudará en su camino.

**Javier López Villanueva**