

Banda aparte. Formas de ver

(Ediciones de la Mirada)

Título:

Luces y sombras ante un futuro crucial

Autor/es:

Ansola, Txomin

Citar como:

Ansola, T. (2000). Luces y sombras ante un futuro crucial. Banda aparte. (18):36-48.

Documento descargado de:

<http://hdl.handle.net/10251/42438>

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:



LUCES Y SOMBRAS ANTE UN FUTURO CRUCIAL.

Y EL CINE ESPAÑOL VA (DE MENOS A MÁS, DE MOMENTO)



El cine español ha dado en 1999 un nuevo paso adelante, eso sí, pequeño, en la senda de la recuperación que inició a partir de 1995, cuando logró invertir la tendencia descendente que caracterizó la primera mitad de la década de los noventa, tras colocarse el número de espectadores en 6,8 millones durante 1994, lo que representaba una cuota de mercado, sobre los ingresos, del 7,1%. Dejar atrás este mínimo histórico para situarse en la actualidad en una cuota del 13,98%, no ha sido un proceso lineal, sino que ha estado presidido por avances y retrocesos.¹ A pesar de esta fluctuación en los resultados obtenidos durante los últimos cinco años, que cabe catalogar de modestos, se ha desatado una persistente corriente de opinión mediática, presidida por un entusiasmo desmedido, que lejos de encarar la situación cinematográfica actual desde una perspectiva realista se ha lanzado a calificar como de brillante e histórica la presente coyuntura en que se encuentra inmersa la producción nacional.

Algunos, en un tono claramente voluntarista y simplista, se han animado incluso a explicar las claves de este cambio de rumbo, ya que "bastó que se aunaran dos películas duras y honradas, *Secretos del corazón*, de Montxo Armendáriz y *La buena estrella*, de Ricardo Franco, otra realizada por una cineasta emigrada en EEUU (?), *Cosas que nunca te dije*, con la aparición de un cineasta original y generacional, Alejandro Amenábar –Tesis– para que una bonanza económica general, el desembarco de los jóvenes en el cine, la dotación de parques de multisalas en la periferia urbana donde viven jóvenes matrimonios, provocaran una recuperación en el índice de asistencia a las películas españolas".²

El productor y director Pedro Maso constataba, por su parte, que, efectivamente, la "gente se está enamorando del cine español, gracias a algunos títulos afortunados, y llena las salas con frecuencia",³ aunque pensaba, igualmente, que el cambio de actitud ante el cine español se estaba produciendo en un clima social muy favorable que no se había dado en otras ocasiones. Al igual que en años precedentes, los medios de comunicación han seguido insistiendo de forma reiterada y acrítica sobre las excelencias del cine español. Es más los buenos resultados que se habían logrado en los primeros meses de 1999⁴ redobló la vehemencia y el arrebató patriótico de más de uno. Por ello cuando esos indicios no se han confirmado plenamente al final del año surge el desencanto y el lamento, como el que expresaba Javier Angulo, director de la revista *Cinemanía*: "Decepción enorme ha producido el anuncio oficial de que la cuota de mercado del cine español (es decir la parte total de cine consumido



1. La cuota de mercado durante los últimos cinco años ha sido la siguiente: 7,1% (1994); 12,5% (1995); 9,27% (1996); 13,02% (1997) y 11,98% (1998), según los datos que cada año publica el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

2. Torres-Dulce, Eduardo. "Signatura aprobada", *Expansión, Suplemento XIII Aniversario, Incógnitas del tercer milenio*, Madrid, p. 116.

3. Benito, Carlos, "Entrevista con Pedro Masó", *El Correo Español-El Pueblo Vasco, Suplemento Panorama*, Bilbao, 26 de diciembre de 1999, p. 4.

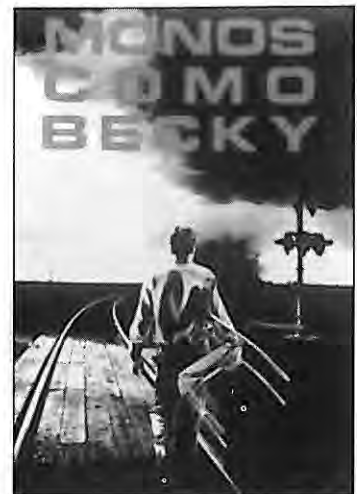
4. La recaudación de las películas españolas del primer cuatrimestre fue de 2.983 millones de pesetas y el número de espectadores alcanzó los 4,5 millones, mientras que la cuota de mercado se situaba en el 16,42%, porcentaje que en enero rondó el 20%, en concreto el 19,63%. Martín-Lunas, Milagros, "El cine español recauda 3.000 millones en cuatro meses", *El Mundo*, Madrid, 28 de mayo de 1999, p. 68.

en España, en 1999 que corresponde a películas españolas) será del 14%. La cuota se quedó el año pasado rozando el 13%,⁵ lo que significaría que hemos ganado solo 1 punto, pese al optimismo vivido a mediados de año, cuando se estimaba una cuota provisional del 16%. El fracaso comercial de películas que se creía que podían lograr grandes taquillas (como es el caso de la superproducción *Volaverunt*) explicaría ese desinfe.⁶

Parece que hay prisa para que el prematuro encumbramiento mediático del actual cine español encuentre también su refrendo en la taquilla. Y esa avidez no es buena consejera cuando se intenta que la realidad se amolde a los deseos, sin pararse antes a considerar si estos tienen una base sólida sobre la que construirse. Los cimientos sobre los que se está intentando crear una industria cinematográfica son aún muy frágiles, por lo que todavía falta mucho para conseguir consolidar un tejido empresarial que merezca tal nombre. No en vano los problemas a los que se enfrenta, entre los que están la tradicional descapitalización y falta de recursos de las productoras españolas para afrontar con un mínimo de garantía de éxito la producción de las películas, no es algo coyuntural sino que tiene un carácter histórico.

Constituye por ello un grave lastre, que exige algo más que palabras para poder superarlo con garantías. Por ello a "pesar de que en los últimos (años) se ha hablado en exceso de una virtual mejora del cine español, los problemas estructurales siguen siendo crónicos y, por muchas dosis de optimismo que se quieran anunciar, son de difícil solución. El mercado del cine español en las salas, el número de películas producidas y su presencia en los mercados internacionales sigue a niveles iguales o incluso más bajos que en los años ochenta. La mitología de los mercados digitales y la saturación de anuncios sobre el despliegue de las redes interactivas de futuro ha generado una euforia que nada tiene que ver con la realidad".⁷

En efecto, la estructura industrial del cine español apenas si ha registrado algunos cambios, por lo que sigue adoleciendo de la misma debilidad que siempre la ha caracterizado. Aunque por primera vez en la historia del cine español esta situación podría modificarse, pues se está produciendo un intento por configurar un sólido entramado de producción cinematográfica, que tiene en las empresas Sogecine y Lolafilms sus baluartes más firmes. Sogecine, que lidera desde 1995 el ranking de la recaudación de las productoras españolas, forma parte del grupo audiovisual Sogecable⁸ que el pasado mes de julio comenzó a cotizar en bolsa y en enero de este año pasó a integrarse en el Ibex 35, el selectivo índice que agrupa a los principales valores que cotizan en la bolsa española. Una de las filiales del grupo Sogepaq, que se encarga de la distribución de las películas en cine, vídeo, televisión y de la ventas internacionales tanto de las producciones propias como de ajenas, ha decidido ampliar su capital social de 1.500 millones de pesetas a 3.000. Adecuándolo de esta forma al volumen de negocios de la compañía, que es de 6.000 millones de pesetas anuales.⁹



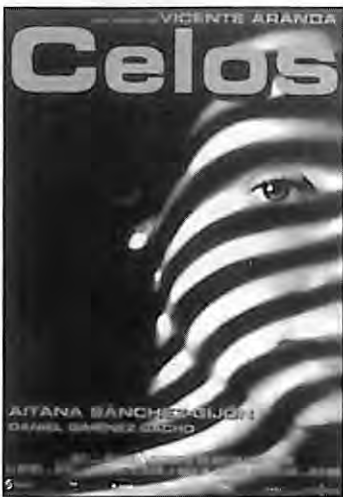
5. En realidad, la cuota rozó el 12%, le faltaron dos décimas, no el 13%, como se indica en la nota 1.

6. Angulo, Javier, "Carta del director", *Cinemanía*, Madrid, nº. 52, enero de 2000, p. 4.

7. Alvarez Monzoncillo, José María y López Villanueva, Javier, "La virtual recuperación del cine español", *Zer, Revista de estudios de comunicación*, Bilbao, núm. 6, mayo de 1999, p. 22.

8. Sogecable, en el momento de cotizar en Bolsa, agrupaba a las siguientes empresas: Sogecine, Sogepaq, Warner Sogefilms, Warner Lusomundo, Canal+, Canal Satélite Digital, CNN+, CableAntena, Canal Club, Compañía Independiente de Televisión, Catsa, Gestsport y Audiovisual Sport. Sus accionistas son Canal Plus (21,27%), Prisa (21,27%), Grupo March (13,77%), BBVA (6%), Caja Madrid (3,95%), Eventos (4,1%) y Bankinter (4,24%), y en la Bolsa el 24,99% restante, según publicaba *El Mundo* el 21.3.2000, p.52.

9. "Sogepaq duplica su capital al ampliarlo en 1.500 millones de pesetas", *El País*, Madrid, 11 de enero de 2000, p. 28. El pasado mes de octubre Sogepaq llegó a un acuerdo con la empresa francesa Canal Plus Image para crear una sociedad conjunta para la compra de derechos para España de películas internacionales de gran presupuesto, como *Chicken Run (Evasión en la granja)*, una producción de dibujos animados de DreamWorks, Pathé y Aardman.



En cuanto a Lolafilms, fundada por Andrés Vicente Gómez, ha pasado a integrarse en Telefónica Media,¹⁰ después de aumentar ésta su participación hasta el 70% tras la última ampliación de capital, que en la actualidad se eleva a 3.000 millones de pesetas. El cambio en la propiedad de la empresa es simultáneo al diseño de su plan estratégico, que contempla la producción de 10 títulos anuales durante los próximos cinco años. Las inversiones previstas para el 2000 suman 8.000 millones de pesetas, con los que se abordarán tanto las películas destinadas al mercado nacional como al internacional, éstas últimas se llevarán a cabo a través de Lolafilms UK, una filial con sede en Londres. Vicente Gómez explicaba los objetivos que se han marcado con esta iniciativa: *"Se trata de poder desarrollar proyectos allí, algo que siempre ha sido muy complicado hacer desde España porque los agentes o los coproductores están allí. Los primeros proyectos van a ser de directores españoles como Fernando Trueba o Alex de la Iglesia y de otros extranjeros como Franc Roddam o Susan Seidelman. Si nos va bien como espero, desde allí llevaremos nuestras ventas internacionales"*.¹¹

Como contraste a este posicionamiento ante el futuro inmediato de dos de los principales arietes del paisaje audiovisual español, que en 1998 protagonizaron la famosa 'guerra digital' por los derechos del fútbol televisado, tenemos una situación presidida por la excesiva atomización que sigue registrando el sector de la producción. Este fuerte desequilibrio, que se da en el entramado productivo, determina una grave debilidad del mismo, a la vez que es el causante de las no pocas dificultades que encuentran algunos proyectos para ponerse en marcha. Un exponente de esta situación lo encontramos en el primer largometraje de Iban Cormensana, *Punta Galea*, que se ha rodado con un presupuesto de tan solo 30 millones de pesetas, gracias a que el equipo técnico y artístico solo ha cobrado el 25% de su sueldo, invirtiendo el resto en la película. Su director indicaba, durante la filmación de los exteriores en la localidad vizcaína de Getxo, que no *"es nada fácil llevar a cabo un proyecto de estas características. Las productoras y distribuidoras importantes no se arriesgan hasta que la película esté montada, y menos tratándose de un autor novel"*.¹²

La precariedad con que se abordan algunas películas determinan en cierta manera su viabilidad, provocando incluso que no puedan llegar a concluirse a causa de la insolvencia de su productora. Esa es la situación que se produjo durante el rodaje de *El día más joven de mi vida*, que dirigía José Luis Tristán. El filme tuvo que suspenderse a los once días del inicio de su filmación, ya que *"el equipo técnico ni el artístico habían visto una sola peseta de la productora, Grupo Alyaz, que aducía estar buscando un coproductor para poder hacer frente a los pagos"*.¹³

Afrontar la producción de una película conlleva a veces tener que sortear no pocas dificultades, algunas de las cuales resultan insalvables, aunque no por ello se acaban los problemas cuando concluye el rodaje. Viene entonces otra fase importante la de la comercialización del producto resultante, no se debe olvidar que las películas son una mercancía, fase en la que muchas se estrellan porque carecen de los canales adecuados, de distribución, y por tanto las posibilidades de que la película llegue a estrenarse son bastante remotas. Como señala Luis Hernández de Carlos, director general de Warner Sogefilms: *"En principio, ningún productor técnicamente debería iniciar el rodaje de una película, sin previamente tener asegurada la mejor distribución posible. De no ser así, añade un riesgo adicional a un negocio ya de alto riesgo"*.¹⁴

10. Telefónica Media ha pasado a formar parte, desde el pasado 7 de enero de 2000, del accionariado de la productora de cine y televisión argentina Patagonik Film Group tras la compra del 30% de su capital. Los otros accionistas son Buena Vista Internacional (30%), Arterar (30%) y Pablo Bossi (10%).

11. Boquerini, "Producir en Londres para Europa", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 16 de mayo de 1999, p. 61.

12. Larruzea, Irune, "Diario de un suicida", *Artez*, Elorrio, nº 33, enero de 2000, p. 38.

13. "Suspendido el rodaje de la última película de José Luis Tristán", *Cine en la Red*, Madrid, 13 de octubre de 1999. Revista electrónica, cuya dirección es: www.porlared.com/cinered.

14. A. A.: "Entrevista con Luis Hernández de Carlos", *Academia*, Madrid, nº. 27, invierno de 2000, p. 33.

No obstante, a veces contar con una distribuidora no garantiza su exhibición ni que ésta se realice en unas condiciones adecuadas. Este es el caso en que se ha encontrado durante bastante tiempo *Un banco en el parque*, la *opera prima* de Agustí Vila. Producida por Fernando Colomo P.C. y Alta Films, y distribuida por esta última, que cuenta también con su propia red de salas, se rodó en mayo de 1998 y acabó estrenándose en diciembre 1999. Algo que lamentaba su director: "Agustí confiesa que la plena libertad que tuvo a la hora de rodar el filme no es extensible a las condiciones en la que se estrena, casi año y medio después".¹⁵

Otro de los pilares básicos sobre los que se asentará, de hecho ya se asienta, la producción cinematográfica española, es la incorporación al ordenamiento jurídico español de la directiva comunitaria sobre la ley de Televisión sin Fronteras, que el Congreso de los Diputados aprobó el 13 de mayo de 1999. Esta normativa, Ley 22/1999, de 7 de junio, establece en su artículo cinco, apartado 1, lo siguiente: "Los operadores de televisión deberán reservar el 51 por 100 de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras audiovisuales europeas".¹⁶ Para hacer frente a "esta obligación, deberán destinar como mínimo cada año, el 5 por 100 de la cifra total de ingresos devengados durante el ejercicio anterior, conforme a su cuenta de explotación, a la financiación de largometrajes cinematográficos y películas para televisión europeas".

Las reacciones ante esta ley comenzaron a producirse antes y durante su trámite parlamentario. Tele 5, que desde el principio se mostró contraria a la misma, la calificó como "una expropiación" y "un atentado a la libertad de empresa". La cadena privada, en un comunicado que remitió a los diferentes medios de comunicación, expresaba que su aprobación supondría un retroceso en el tiempo, pues se pasaba de una "lógica de mercado a la lógica de un estado asistencial, con el agravante de que la asistencia la deben proporcionar por ley las empresas privadas. La imposición nos lleva a constatar que los productores parecen haber renunciado a su rol de emprendedores para situarse bajo el paraguas de un Estado dispuesto a ayudar con dinero privado".¹⁷

En un sentido muy diferente se expresaba el productor y director Gerardo Herrero, entonces presidente de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE). Su valoración era claramente positiva por las expectativas financieras que se abren para la industria cinematográfica española: "Ahora solo hay dinero para hacer 30 películas españolas competitivas, pero la aprobación del 5% permitirá hacer entre 60 y 70. Cambiará nuestro cine porque podremos hacer películas más arriesgadas y ambiciosas, tanto en el terreno artístico como en el del presupuesto".¹⁸ La nueva normativa hará posible, agregaba, "un aumento en la producción y una mayor financiación. Así, nuestra aspiración de lograr una cuota de mercado del cine español del 20% podrá ser una realidad".

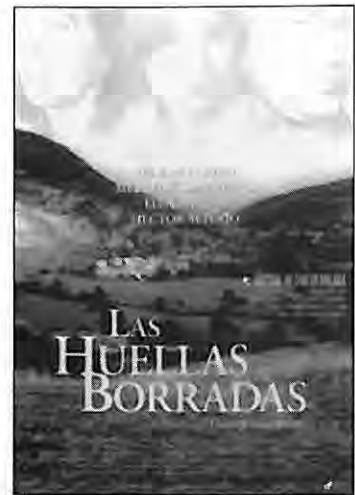
Como complemento a la ley aprobada en el Parlamento español, que habla de producción audiovisual europea, FAPAE ha venido impulsando, ya desde antes de su entrada en vigor, la firma de diversos convenios bilaterales con las diferentes televisiones, que garanticen una vía de financiación fluida y estable para las películas españolas, así como su adecuada difusión posterior en la programación de las mismas cadenas. Así en 1999 se han suscrito o renovado acuerdos con Radio Televisión Española (RTVE), Antena 3, Sogecable y la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómica (FORTA).

15. Belategui, Oskar L., "Banco de pruebas", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, Suplemento *Evasión*, 3 de diciembre de 1999, p. 7.

16. Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativos al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, Boletín Oficial del Estado, Madrid, 8 de junio de 1999, p. 21.768.

17. Colpisa, "Tele 5 califica de 'expropiación' que se obligue a las privadas a financiar la producción del cine", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 27 de febrero de 1999, p. 68.

18. L.M., CH., "Gana el cine", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 14 de mayo de 1999, p. 96.





El primero en firmarse, el 28 de abril, fue con Radio Televisión Española. El convenio, que es por tres años, estipula una inversión de la televisión estatal de 3.000 millones de pesetas anuales, para la realización de largometrajes, documentales, telefilmes y elaboración de guiones.¹⁹ El acuerdo mejora de forma significativa las inversiones realizadas por Televisión Española durante los últimos años: 2.200 millones de pesetas en 1995; 1.600 en 1996; 1.700 en 1997 y 1.900 en 1998. En 1999 la cadena estatal ha concretado su participación en 38 largometrajes, 6 documentales y 2 películas de animación.

El segundo se logró con Antena 3, el 12 de julio, y está redactado en términos similares al de RTVE, comprometiéndose la cadena privada a financiar durante el periodo 1999-2001 películas, telefilmes, episodios pilotos de series y miniseries, para lo que aportará en total 9.000 millones de pesetas. El consejero delegado de Antena 3, Juan José Nieto, consideraba el acuerdo como una contribución "a la consolidación de una auténtica industria cultural. Un sector de la economía en el que puedan desarrollar su carrera los profesionales más creativos, y en el que se pueda crear y sostener un tejido de empresas de alta rentabilidad que dé satisfacción a las necesidades culturales y de ocio de nuestro público".²⁰

Meses después, en el marco del Festival de Cine de San Sebastián, Sogecable y la FAPAE renovaban el 22 de septiembre el acuerdo firmado en 1997. El nuevo convenio, que es también por tres años, contempla una inversión global de 10.800 millones de pesetas. Cada año Sogecable invertirá 2.500 en coproducciones con otras empresas y en la compra de los derechos de antena de un mínimo de 40 largometrajes, por los que abonará entre 40 y 150 millones de pesetas; 500 millones serán para abordar producciones propias; y los otros 600 están destinados para cortometrajes, documentales, telefilmes y difusión del cine español.

Al día siguiente, también en San Sebastián, se firmó el acuerdo con la FORTA, por el que los canales autonómicos Euskal Telebista, Televisión de Galicia, TV-3²¹, Telemadrid, Canal Sur y Canal 9, se comprometían a dedicar durante los próximos tres años la cantidad de 4.500 millones de pesetas para la adquisición de los derechos de televisión de películas, producir documentales y telefilmes, y la elaboración de guiones tanto para televisión como para el cine. A estos acuerdos hay que añadir el que se había suscrito previamente con Vía Digital, en diciembre de 1998, por el que la televisión de pago invertirá 6.825 millones de pesetas durante el trienio 1999-2001. A este respecto indicar que durante 1999 esta plataforma televisiva ha comprado para su emisión 46 largometrajes.

La única televisión con la que la Federación de Productores no ha establecido ningún tipo de colaboración, ni hay perspectivas de que lo haga, ha sido con Tele 5, que siempre se ha mostrado refractaria a llegar algún acuerdo, incluso en el marco legal que establece la ley sobre la Televisión sin Fronteras. Tras un amago de enfrentamiento con la FAPAE, por esa reiterada falta de compromiso con el cine español de Tele 5, un portavoz de esta cadena privada manifestaba sobre este tema: "Tele 5 destinará el 5% de sus ingresos para la financiación de largometrajes cinematográficos y de películas de televisión europeas, tal y como recoge la ley. Esta normativa se puede cumplir sin la obligación de tener un acuerdo marco con la FAPAE, ya que Tele 5 financiará cine y telefilmes españoles y europeos y coproducciones internacionales en las que se apoyará la presencia de productores españoles, como ya viene haciendo hace años".²²

19. "RTVE aportará 9.000 millones al cine español en los próximos tres años", *El Mundo*, 28 de abril de 1999, p. 69.

20. R., M., "Antena 3 invertirá 9.000 millones en la industria del cine español", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 13 de julio de 1999, p. 76.

21. TV3 por su parte ha llegado a un convenio con la Asociación Catalana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales y la empresa Barcelona Audiovisual para invertir 3.500 millones de pesetas en la producción de películas catalanas, cantidad que podría ampliarse en otros 500 millones más. El acuerdo según TV3 surge de la constatación de que el cine catalán no "conseguirá desarrollarse si no se potencia industrialmente". "TV3 invertirá 3.500 millones de pesetas en el cine catalán", *Gara*, San Sebastián, 23 de junio de 1999, p. 46.

22. "Tele 5 dice que apoya al cine y que cumple la ley TV Sin Fronteras", *El Mundo*, 11 de junio de 1999, p. 72.

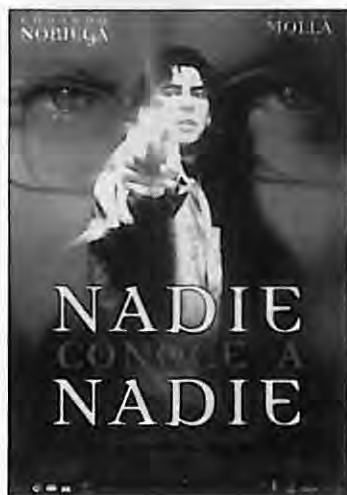
En relación a la FAPAE indicar que el pasado 22 de diciembre el productor y director Eduardo Campoy sustituyó en la presidencia al también productor y director Gerardo Herrero. En sus primeras declaraciones, Campoy aseguró que uno de los retos con los que se enfrenta es el de "conseguir que las televisiones programen mejor el cine español, producto que en los próximos años será el gran negocio de las ofertas cinematográficas de las cadenas".²³

La importancia estratégica de las televisiones en la producción del cine español, tras los convenios alcanzados, es fundamental a la hora de impulsar cualquier proyecto, no en vano se han convertido en la principal fuente de financiación con la que cuentan los productores, ya que si se consigue ésta puede resultar incluso superior a las ayudas gubernamentales y a los recursos propios. Un ejemplo que puede permitir ilustrar mejor esta situación nos lo proporciona la película *Solas*, primer largometraje de Benito Zambrano. Producida por Maestranza Films, su presupuesto ha sido de 128 millones de pesetas, que se ha cubierto de acuerdo a la siguiente distribución: 40 millones aportados por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, que corresponden a la partida de ayudas anticipadas destinadas por la administración a promover la incorporación de nuevos realizadores a la industria cinematográfica, 55 millones a derechos de antena, 40 abonados por Canal Sur y 15 por Vía Digital, los 33 millones restantes es la inversión que le ha correspondido a la productora. De las cifras que anteceden tenemos que la mayor partida presupuestaria corresponde a las cantidades invertidas por las televisiones y la menor al productor.

En 1999, según se recoge en un informe elaborado por la revista *Academia*,²⁴ las inversiones de las televisiones en el cine español fueron de 13.375 millones de pesetas, lo que permitió que el 76,4% de las películas producidas (68 de las 89 analizadas) contaran con derechos de antena. Estas cifras determinan consecuentemente que en primer lugar se situen los recursos correspondientes a los canales televisivos, que aportaron casi la mitad, el 45%, en segundo lugar se encontraba la taquilla con el 18%, seguido de cerca por la subvenciones estatales que representaban el 16%. Mientras el 21% restante se lo repartían de la siguiente forma: 9% inversión del productor, 7% exportaciones y 5% vídeo.

La positiva implicación de las televisiones en la financiación del cine español se ha concretado en un flujo de dinero como nunca se había conocido hasta la fecha, como indica el productor César Benítez, que también se pregunta cuál debe ser el modelo ideal de producción que se consolide: "Jamás el cine español ha tenido tanto dinero como el que tiene ahora, por eso creo que este modelo va a permanecer durante mucho tiempo. ¿Cuál sería el modelo idílico? Pues uno en el que no tuviéramos necesidad ninguna de un Ministerio de Cultura que nos subvencione. Pero para eso hace falta mucho tiempo, y todavía no sé si es posible, ya que nuestro mercado tiene unos techos muy bajos".²⁵

El contrapunto a esta bonanza económica o lo que es lo mismo su reverso negativo, incluso preocupante, por las repercusiones que puede tener en un futuro, se encuentra en que no está contribuyendo al asentamiento industrial de empresas de producción independiente: "La expansión de las redes de cable y las nuevas ofertas de televisión por ondas digitales terrestres van aportar nuevos ingresos para el cine español, aunque la tendencia a crear productoras ligadas a las cadenas impide realmente la consolidación de las productoras independientes. Las televisiones españolas producen directamente y apenas compran películas si no han intervenido en su ideación y producción".²⁶

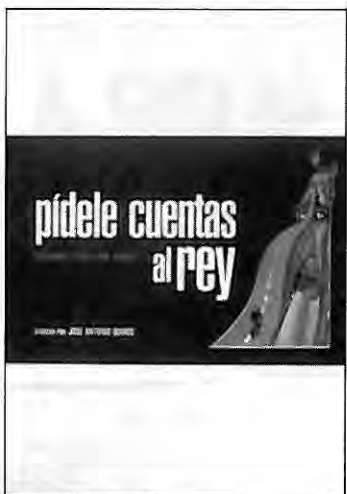
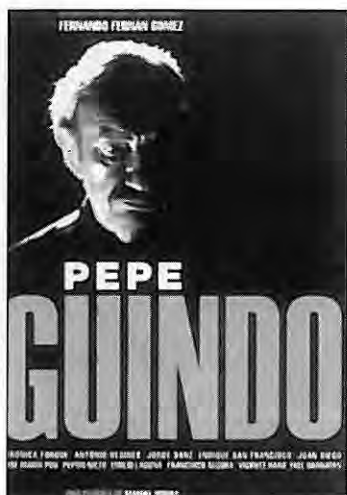
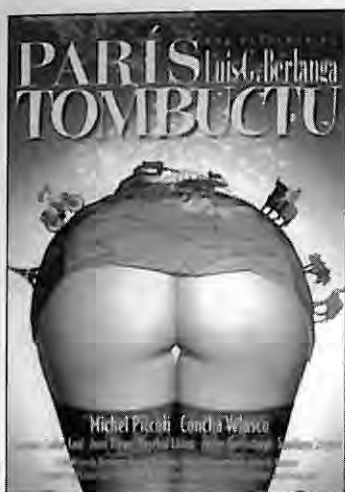


23. L. M., CH., "Los productores aseguran que el cine español será 'el gran negocio' de las cadenas", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 25 de enero de 2000, p. 76.

24. Álvarez Monzoncillo, José María, "La producción cinematográfica española de 1999", *Academia*, nº. 27, invierno 2000, pp. 161-165.

25. Reviriego, Carlos, "Conversaciones de invierno", *Academia*, nº. 27, invierno 2000, p. 14.

26. Álvarez Monzoncillo, José María, *art. cit.*, p. 163.



1.

La mejora en las perspectivas de la financiación del cine español, ha tenido también su reflejo en la producción cinematográfica que ha registrado un crecimiento significativo. Según la información facilitada por el Ministerio de Educación y Cultura, durante 1999 se han producido 82 largometrajes, de los cuales 44 han sido producciones totalmente españolas y 38 coproducciones con otros países. Estas cifras reflejan un incremento de 17 películas (26%) en relación a las de 1998, aunque éste se ha logrado, significativamente, gracias a las coproducciones que han aumentado en 18 (90%), mientras los filmes nacionales retroceden en 1 (2,32%).

Los datos precedentes varían significativamente al alza si tomamos como referencia los que se recogen en el informe que anualmente publica la revista *Academia*. De esta manera en 1999 se produjeron 97 películas, 61 enteramente nacionales y 36 coproducciones, para fijar este número, según se aclara, se ha utilizado como criterio el de contabilizar las películas que disponían de copia estándar en el año.²⁷ El crecimiento, con respecto a 1998, fue de 18 películas (22,78%), 9 de las cuales corresponden a largometrajes íntegramente nacionales (17,30%), y los otros 9 a coproducciones, aunque su porcentaje es mayor, ya que representa un 33,33%. Italia y Francia, en Europa, México y Argentina, en Latinoamérica, son los principales países con los que se ponen en marcha los proyectos de colaboración transfronteriza.

En la información, elaborada en esta ocasión por José María Álvarez Monzoncillo, se indica que los largometrajes estudiados, de un total de 97, han sido 89, de los cuales 34 corresponden a *operas primas* (38%). A diferencia de lo que sucedió en 1998, que registró un retroceso de 4 títulos, en este apartado, durante 1999 tuvo lugar un incremento de 14. Junto a un mayor número de películas se ha producido también un aumento de 35 millones de pesetas (19,33%) de su presupuesto medio, que ha sido de 216 millones. La producción media también ha registrado un incremento pasando de 235 a 273 millones de pesetas, lo que representa una subida de 38 millones (16,17%). Por el contrario, las coproducciones medias reflejan un retroceso de 35 millones de pesetas en su presupuesto (8,51%), por lo que éste se ha situado en 355, frente a los 388 millones del año precedente.

El progresivo aumento de los costes de producción ha generado que el abanico de los presupuestos oscile entre menos de 100 millones (5 en 1999) y más de 400 millones (13 en 1999), lo que ha obligado en éste último caso a que el número de coproducciones sea cada año mayor y a que deba plantearse como un reto inaplazable la necesidad imperiosa de acceder a los mercados internacionales²⁸ si se quiere amortizar el coste de la película, para lo que hay que abordar la realización de películas claramente competitivas, tal como señala Andrés Vicente Gómez, consejero delegado de Lolafilms: "*Los cineastas españoles debemos, sin olvidar nuestro propio mercado, universalizar nuestras propuestas creativas, conseguir un cine exportable. No olvidemos que el mercado español es pequeño y que una película que supere los 300 millones de presupuesto es difícilmente amortizable. Hay que salir al extranjero*".²⁹ Circunstancia en la que se encontraban 30 títulos, que representaban el 34% de la producción del último año.

27. *Ibidem*, p. 123.

28. Con este motivo se celebró entre el 15 y el 18 de diciembre en Lanzarote Los Encuentros con el Cine Español (Spanish Film Screenings for Europe), primera reunión promocional del cine español, al que concurren más de treinta distribuidores y agentes de compra europeo, junto a una amplia representación de medios de comunicación de países de la Unión Europea, que tuvieron ocasión de contemplar cuarenta largometrajes producidos en 1999. La iniciativa, organizada por el Cabildo de Lanzarote, el Gobierno de Canarias, el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales, el Instituto Español de Comercio Exterior y la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles, persigue tanto la venta de las películas españolas, como la promoción de sus directores y actores. García, Rocío, "El cine español reúne a los grandes de la distribución europea para vender sus filmes", *El País*, 14 de diciembre de 1999, p. 50.

29. Reviriego, Carlos, *art. cit.* p. 8.

La tendencia a medio plazo es la constitución de un núcleo duro de productoras que esté en condiciones, tanto financieras como industriales, para dar el salto a los mercados internacionales, a ello se refería Fernando Bovaira, director general de Sogetel, una de las productoras mejor situadas para desempeñar ese papel: *"El cine español es cada vez más competitivo y va a ocurrir algo parecido a lo que está pasando en Francia, donde hay grupos financieros con un asentamiento muy claro, tienen medios de comunicación y muchos intereses para apostar fuerte por la producción. Esto se está contagiando a España y no hay otra solución. El cine requiere de unos ciclos de amortización muy largos y se necesita un músculo financiero para aguantar los envites. Eso es algo que sólo lo soportan las grandes productoras"*.³⁰

Un escenario que contrasta con el que se da en la actualidad, donde el sector de la producción sigue caracterizado por su excesiva dispersión, de hecho más de las tres cuartas partes, el 77%, de las productoras que desarrollaron su actividad en 1999 solo produjeron 1 película, en 2 películas intervino el 12%, en 3 el 5%, y en 4 o más películas el 6% restante. No obstante, hay que anotar una reducción del 5% de las empresas que sólo han producido un filme, mientras que se ha incrementado levemente las que han producido dos (0,5%), tres (1,75%) y cuatro o más películas (2,75%).

Las productoras que más actividad han desarrollado han sido, Sogedasa, In Vitro y Tornasol, con 7 películas; a continuación se encuentra un grupo de tres que han intervenido en 5: Alta Films, Aurum Producciones, Sogecine y cerrando la lista están Lolafilms y Alma Alta con 4 cada una. En conjunto, estas 8 productoras han participado en 38 filmes, lo que supone un incremento en 4 productoras y 16 películas en relación con las 4 productoras y 22 títulos que produjeron cuatro o más películas en 1998.

Durante los tres últimos años, sólo dos productoras han intervenido cada año en cuatro o mas títulos: Sogetel/Sogecine (25)³¹ y Tornasol (20). Estas, a las que habría que sumar Enrique Cerezo P.C. con 13 películas y Aurum Producciones con 10, más otras como Lolafilms o Sogedasa están en condiciones no sólo de desarrollar una actividad continuada sino liderar también la producción. El productor José Luis Escolar apostaba por un sistema como el estadounidense, *"es decir, grandes empresas que financien películas y que las comercialicen de una manera decente y tener muy claro quién financia, quién busca el dinero, quién comercializa y luego, quién produce"*.³² A renglón seguido explicaba cómo se concretaba en España ese modelo: *"Sogecine, Tornasol o las productoras asociadas a Andrés Vicente Gómez ya empiezan a ser empresas que superan el mero hecho de buscar el dinero y hacer la película, y, básicamente, están consiguiendo dinero y creando unos canales de comercialización mejores. A la vez, se dan cuenta de que no pueden acometer solos muchos proyectos con lo cual están delegando en productoras que hagan la película para ellos. Se está llegando a un sistema parecido al francés, de estudios y de cuatro empresas financieras que comercializan el producto. Siempre van a quedar independientes por ahí, lo cual está bien, pero como industria lo que nos va a ayudar es la separación cada vez mayor del trabajo, la especialización"*.

La configuración de este nuevo panorama en el que ha de desenvolverse el cine español en el futuro, caracterizado por una mayor profesionalización de la actividad productiva choca con el protagonismo que ostenta el director, como promotor de la producción de las películas, en contraposición a la figura del productor. Aunque éste último fue el impulsor durante 1999 del 46,97% de los proyectos, el director lo hizo en el 38,64%. Este porcentaje le lleva a expresar a Álvarez Monzoncillo que se ha producido *"una reducción significativa con relación a ejercicios pasados. Esto demuestra el papel más activo de las productoras"*.



30. , p. 12.

31. Llama la atención que Sogetel/Sogecine, ha ido reduciendo significativamente el número de las películas en que ha participado en estos tres años: 12 (1997); 8 (1998) y 5 (1999).

32. Aguinaga, Atocha, "Entrevista con José Luis Escolar, productor", *Academia*, nº 27.



ras en detrimento de los proyectos unipersonales".³³ Una apreciación que no parece pertinente si tenemos en cuenta que, lejos de reducirse, se ha incrementado en 15,64% la intervención del director en la producción en relación a 1998, si nos atenemos a los datos que se reproducen en el Gráfico 2.2 del mencionado informe.³⁴ Si ampliamos la comparación a un período más amplio, en concreto a los años 1995-1999, que coinciden con los de la recuperación que vive el cine español en la actualidad, nos encontramos que la responsabilidad del director-productor ha pasado del 8% al 38,64%, según los porcentajes que se aportan en el mismo gráfico, lo que representa un aumento del 30,64%; mientras que la variación del productor ha sido del 24% al 46,97%, lo que equivale a un incremento del 22,97%. De acuerdo al avance experimentado por ambos, se aprecia una diferencia a favor del papel que juega la figura del director-productor del 7,67%.

2.

Otro elemento que distorsiona notablemente a la vez que cuestiona el optimismo mediático que rodea a la producción cinematográfica es el de la correcta comercialización de las películas, una cuestión que sigue sin encontrar una solución adecuada. Así, a los problemas con que tropiezan los filmes españoles cada año para poder estrenarse en unas condiciones dignas más allá de su carácter simbólico del visto y no visto, tránsito por el que atraviesan muchas, hay que añadir el de las películas que no llegan a proyectarse nunca en las salas de los cines, copadas como están mayoritariamente por el cine estadounidense.

Entre 18 (20%) y 27 (30%) títulos producidos en 1999 se encontraron en esa última situación,³⁵ lo que evidencia que la oferta es superior a la demanda, que hay más películas que público, por lo que se debería tender a reducir de forma significativa el número de películas producidas, en tanto en cuanto el mercado es incapaz de absorberlas. Sobre esta problemática hablaba Fernando Bovaira: "Por eso quizá es mejor hacer menos películas pero más atractivas, con más recursos para su promoción. Noventa películas españolas al año son demasiadas como para tener cabida en cartel, creo que deberían hacerse alrededor de cincuenta, pero que respondan a proyectos más ambiciosos. Estamos llegando a un proceso de maduración de las películas muy rápido. En el primer fin de semana, ya han recaudado más de un cuarto de su recaudación total. Y si en ese primer fin de semana la película no responde a las expectativas, es decir, hace menos de tres millones por copia, es un rotundo fracaso. Este ritmo tan frenético en la exhibición va ir aumentando, por eso las películas deben estar más respaldadas en la promoción".³⁶

En definitiva, se debe convertir el estreno de una película en un acontecimiento, que movilice al espectador para que acuda a verla, para ello es indispensable una buena campaña de *marketing* que logre vender adecuadamente el producto que se oferta, no se debe olvidar que la gente ya no va al cine, sino que va a ver una película concreta. Si a ello añadimos el hecho de que el aumento de los espectadores no implica automáticamente que el número de los asistentes sea mayor, sino que los mismos espectadores acudan más veces, tendremos que el diseño de un plan de comercialización se revela clave si se quiere aspirar a una óptima explotación de la película. Algo a lo que de momento sólo aspiran muy pocos títulos cada año.

Durante 1999 se han estrenado 74 películas españolas, 11 más que en 1998, lo que representa un incremento del 17,46%. Al igual que en años anteriores dos distribuidoras destacan por la cantidad de películas que han comercializado: una nacional, Alta Films, que encabeza el *ranking* con 17 títulos, y una multinacional, Columbia Tri-Star, que con 12 películas ocupa el segundo puesto.



33. Álvarez Monzoncillo, José María, *art. cit.*, pp. 133 y 135.

34. *Ibidem*, p. 125.

35. *Ibidem*, p. 129.

36. Reviriego, Carlos, *art. cit.* p. 18.

La suma de ambas, 29, representa el 39% de los títulos estrenados. A continuación se sitúan con 8 Warner Sogefilms, 7 Filmax, 6 Aurum y 6, también, UIP. Si a las 29 anteriores le sumamos las 27 de estas cuatro distribuidoras, tenemos que 6 empresas comercializan 56 películas, lo que supone un 75%. Le siguen con 4 Nirvana, 3 Lolafilms y 3 Diorama. En síntesis podemos decir que 9 empresas distribuyen, la casi totalidad del cine español: 66 películas, que constituyen el 89%. No deja de ser significativo, igualmente, que tres de las principales distribuidoras, como son Buena Vista, Lauren y TriPictures³⁷ sólo hayan incorporado a su catálogo una película cada una o que Hispano Fox no cuenta con ninguna producción nacional.

Una vez más y con este son ya tres los años consecutivos que una película española, en esta ocasión dos, han conseguido superar los 1.000 millones de pesetas de recaudación. En 1997 lo lograba *Airbag*, de Juanma Bajo Ulloa (1.152 millones), en 1998 ocurría lo mismo con *Torrente, el brazo tonto de la ley*, de Santiago Segura, (1.706 millones), y en 1999 han rebasado ese listón *Todo sobre mi madre*, de Pedro Almodóvar (1.220 millones) y *Muertos de risa*, Alex de la Iglesia (1.047 millones).³⁸ Esta mejora en el rendimiento económico del producto nacional se ha extendido también a otras películas, así 8 filmes han recaudado entre 400 y 900 millones, y 7 más lo han hecho entre 200 y 400 millones, lo que representa un salto cuantitativo importante, ya que en 1998, sólo lo habían logrado 7, y en 1997 una menos, 6.

El progreso en los resultados, que hay que entender solamente en comparación con los de los años precedentes, y es conveniente hacer esta precisión, ya que habitualmente se procura olvidar con demasiada frecuencia que tiene también su lado negativo, como es el hecho de que aunque la recaudación sea mayor, ésta tiende a concentrarse una vez más en pocos títulos, con el consiguiente perjuicio para el resto. Al igual que en años anteriores las 25 películas más taquilleras han recaudado 9.885 millones de pesetas, lo que representa el 85,68% de los ingresos totales. Un hecho, que en una industria tan atomizada como la española resulta claramente preocupante, ya que la mayoría de las películas no se benefician de este incremento de los ingresos del cine español, lo que dificulta, cuando no impide, que su productoras puedan desarrollar una actividad continuada.

Tomando como referencia los 9.809 millones de pesetas que han recaudado las veinte películas más taquilleras, aunque los datos son provisionales constituyen un buen indicio de los resultados finales, y los contrastamos con los obtenidos en los años anteriores, tenemos que han superado ampliamente a los ingresos totales que se alcanzaron en 1997 (7.645 millones) y 1998 (7.996 millones). Si la comparación la establecemos con el porcentaje de las diez primeras películas nos encontramos que era de 63,80% en 1997; 68,42% en 1998, y ha llegado hasta el 75,45% en 1999, éste se reducirá en algún punto cuando se haga el cómputo total, aunque éste último previsiblemente seguirá siendo superior.

Esta concentración de los ingresos en pocas películas también se ha producido en el terreno de la distribución, donde dos empresas: Warner Sogefilms (7 títulos y 3.483 millones de pesetas) y Lolafilms (2 títulos y 1.736 millones) acaparan el 45,23% de la recaudación (30,18% y 15,05%, respectivamente). Le



37. Una situación que cambiará a partir del 2000 tras constituir el pasado mes de diciembre la productora BesoBeso Producciones, controlada al 50% por TriPictures y BocaBoca Producciones. El primer proyecto de la nueva compañía es *La gran vida, opera prima* de Antoni Cuadri, protagonizada por Salma Hayeck, Carmelo Gómez y Tito Valverde, cuyo presupuesto es de 700 millones de pesetas. "BocaBoca y TriPictures crean BesoBeso Producciones", *Cine en la Red*, 21 de diciembre de 1999.

38. El carácter intensivo que ha adquirido la explotación cinematográfica en las salas tiene en *Muertos de risa*, un ejemplo paradigmático. La película dirigida por Alex de la Iglesia, que se comercializó con 190 copias, recaudó en sus diez primeros días de exhibición 573 millones de pesetas, cantidad que representa más de la mitad de sus ingresos totales (54,72%). En su primer fin de semana, de viernes a domingo, la recaudación fue de 275 millones (26,29%), con un rendimiento por copia de 1.449.218 pesetas. Belinchón, Gregorio, "La nueva gallina de los huevos de oro", *El País*, Suplemento *El Espectador*, nº. 27, 28 de marzo de 1999, p. 8.



siguen con 4 títulos Columbia Tri-Star y UIP, con 2 títulos, que ingresan 1.168 millones (10,12%) y 1.131 millones (9,80%) cada una. Estas cuatro distribuidoras acumulan un 65,15%, a lo que hay que sumar un 20,50% de otras cuatro, lo que nos da un 85,65%, que han logrado colocar al menos un título entre las películas que más recaudan: Aurum, 4 títulos y 909 millones (7,88%); Alta, 3 títulos y 239 millones (2,43%); Filmax, 2 títulos y 549 millones (5,59%); Nirvana 1 título y 437 millones (4,45%).

En cuanto a las empresas que han producido esas 25 películas tenemos que Sogetel con 7 y Aurum Producciones con 6 lideran la lista. Les siguen un grupo de cuatro productoras con 2 títulos cada una: Lolafilms, Sogedasa, Maestranza y El Paso. El resto de las empresas solamente ha participado en una película. Señalar que Sogetel, Aurum Producciones, Lolafilms y Sogedasa, comercializan las películas mediante distribuidoras propias, con lo que consiguen unas sinergias económicas mayores. La integración vertical del negocio sólo se produce en el caso de Sogecable que mediante Sogetel (producción), Warner Sogefilms (distribución) y Warner Lusomundo (exhibición), controla todo el proceso del negocio cinematográfico. A lo que hay que añadir la explotación de sus películas en otras ventanas, mediante empresas propias como son la videográfica, Sogepaq, y la televisiva Canal + y Canal Satélite Digital.

3.

El sector de la exhibición, un año más, ha vuelto a confirmar el momento dulce por el que está pasando. Según los datos facilitados por el Ministerio de Educación y Cultura, el número de pantallas creció en 1999 en 246, hasta situarse en 3.343, cifra que representa un incremento del 11,15%, frente las 2.997 con que se había cerrado 1998.

La mayor cantidad de inauguraciones se produjeron en las dos primeras semanas de diciembre, cuando abrieron sus puertas 9 complejos, que contaban con un total de 99 pantallas, que suponían el 36% de todo el año. Por tamaño, entre éstas, predominaron los multiplex, siete, que disponen de 9 a 13 pantallas, a los que hay que añadir un megaplex con 24 pantallas, correspondiente al que el grupo de exhibición estadounidense AMC abrió en Las Rozas (Madrid), y las tres salas del Cine Coliseum de Almansa (Albacete). Por comunidades, Madrid, con tres complejos y 42 pantallas, sobresale de manera notable. Las otras 45 pantallas se las reparten entre 6 comunidades: Asturias (13), Cantabria (12), Cataluña (11), Andalucía (9), País Vasco (9) y Castilla-La Mancha (3).³⁹

La informatización de las taquillas de los cines también ha registrado un aumento importante durante 1999. Así entre abril y diciembre, se ha pasado de 1.584 (45%), a superar las 1.900 (58%). El incremento por tanto ha sido de 316 pantallas (13%).

A diferencia de lo que sucede en el sector de la producción y en el de la distribución, donde el mercado se lo reparten entre muy pocas empresas, en el campo de la exhibición todavía presenta una diversificación muy amplia. Aunque también se empiezan a perfilar los primeros grupos con un peso específico creciente e importante, como así lo testimonian las más de 200 pantallas que disponen cada uno de los tres principales circuitos españoles: Union Cine Ciudad, Yelmo Cineplex y Área Catalana de Exhibición Cinematográfica, que con 662 pantallas, controlan el 20,23% del total. Con más de 100 pantallas se encuentran Cinesa, González Macho y Lauren Cinemas, estas seis empresas con 1.087 pantallas disponen del 33,22% del censo. Si ampliamos la lista hasta completar las 10 empresas principales, nos encontramos que agrupan a 1.375 pantallas y un porcentaje del 42,44%.⁴⁰

Para el 2000 las previsiones apuntan a que seguirá incrementándose



39. "Comienza el año 2000 con más de 3.000 salas", *CINEinforme*, Madrid, nº. 717, enero de 2000, p. 29.

40. *Ibidem*.

de forma notable el número de pantallas, ya que tanto los principales grupos españoles, como los diversos grupos extranjeros que operan en el mercado español han confirmado sus planes de expansión, que contemplan inversiones millonarias, por lo que continuará la progresiva renovación, modernización y ampliación del número de las salas. Una situación que puede provocar graves desequilibrios en el sector, dada la posición dominante que algunos grupos pueden llegar a lograr en un mercado que tiende a la saturación, lo que inevitablemente traería consigo el cierre de las empresas pequeñas y medianas que no podrían competir en igualdad de condiciones.

Esta cuestión, entre otras, fue abordada en el I Congreso Nacional de la Exhibición Cinematográfica Española, que organizado por la Federación de Entidades de Empresarios de Cine (FEECE) se celebró en Madrid entre el 26 y 28 de mayo de 1999. Rafael Romero, presidente de la FEECE, en una ponencia presentada en esta reunión empresarial, solicitó el establecimiento de una regulación que impida la proliferación de los complejos cinematográficos. Propuso que se tomase como referencia la Ley Royer francesa, que protege la actividad del comercio minorista y del artesanado. En la última redacción de esta normativa, indicó, se limita la construcción de nuevos complejos de salas de cine que cuenten con más de mil butacas o la remodelación de antiguos complejos. Su autorización por la Comisión Nacional de Equipamiento Nacional, organismo francés encargado de otorgar el permiso a las empresas que los promueven, está en función de la densidad de salas existentes en la zona donde vayan a instalarse.⁴¹

En España, al ser esta una competencia transferida a las Comunidades Autónomas, el control que se ejerce sobre los centros comerciales, y por extensión de los complejos cinematográficos, que se han convertido en el motor de los mismos, depende de la normativa que se aplique en cada una de ellas. Otro de los peligros, señaló, es la tendencia a la construcción de grandes centros de ocio y megaplex, que también deben de ser objeto de una regulación, para lograr que la oferta se adapte a la demanda. Ante la situación de oligopolio que se pueda dar tras la eliminación de los pequeños empresarios por las multinacionales planteó la posibilidad de recurrir ante el Tribunal de Defensa de la Competencia: *"Si demostramos que puede producirse esa situación, el camino quedaría abierto para la intervención del Tribunal"*.

El distribuidor, exhibidor y productor Enrique González Macho, que abordó, por su parte, las relaciones, entre los sectores de la distribución y la exhibición, señaló que el futuro de las empresas pasa por los circuitos de exhibición, por la *"creación de sociedades de programación, llevadas por gestores profesionales, que nos permitan hacernos un poco más fuertes ante la distribución. Mientras que en la distribución son cinco o seis empresas las que mandan, y están muy unidas, la exhibición está demasiado atomizada y no tiene el peso suficiente para imponer condiciones"*.⁴²

Tras exponer que el cine sigue siendo un espectáculo barato se mostró partidario de no bajar el precio de las entradas, ya que *"entrar en guerras de ese tipo sólo pueden conducir a la miseria para todos. Es cierto que, a corto plazo, produce un aumento de espectadores pero, a largo plazo, es perjudicial para la exhibición. La existencia de campañas puntuales me parece bien, pero bajar precios para hundir a la competencia no tiene sentido"*.

Aunque cada vez se ponen más copias en funcionamiento, 250 para los grandes estrenos, la pelea por conseguir una copia es otro de los problemas con los que tropieza la exhibición en estos momentos para González Macho. A ello hay que añadir, que el *"nuestro es el único sector comercial del mundo en el que se paga un porcentaje inicial. Y ese problema se agudizará en el futuro, cuando nos*



41. "Ponencia de Rafael Palmero, presidente de FEECE: Limitación a la instalación de nuevos complejos", *Cine en la Red*, 15 de junio de 1999.

42. "Ponencia de Enrique González Macho, de Cines Renoir: El futuro de la exhibición está en las sociedades de programación", *Cine en la Red*, 15 de junio de 1999.



llegue incluso el tema del tanto por ciento en función de los días de la semana".

Los cambios que se han operado en la comercialización de las películas, con un tiempo de explotación cada vez más reducido, en la actualidad se sitúa en cuatro semanas, han repercutido de forma notable en la oferta que llega cada semana a los cines. En efecto, a pesar del aumento del número de pantallas, la cartelera cinematográfica lejos de abrirse a nuevos títulos, presenta una significativa contracción de los mismos, lo que se traduce en menos filmes pero con una mayor presencia. Esta realidad repercute de forma notable en el cine español, que todavía no ha resuelto satisfactoriamente, pues sigue teniendo grandes problemas para poder estrenarse en unas condiciones dignas. El cineasta Agustí Vila, del que ya hemos indicado el retraso con que llegó a los cines su primer largometraje, comentaba que el virtual *boom* del cine español sólo estaba respondiendo en el plano económico y no en el cultural, donde las dificultades continuaban: "Directores como Marc Recha tienen que exhibir sus películas en cineclubes, como en la época franquista".⁴³



En un registro similar se expresaba Santiago de Pablo, profesor de Historia Contemporánea en la Universidad del País Vasco, que escribía: "Hay todavía mucho camino que recorrer, tanto a nivel artístico como sobre todo industrial. La consolidación del cine como sector industrial –tratando de encontrar un equilibrio con el cine entendido como bien cultural, que defienda la identidad cultural europea frente al imperio norteamericano– es necesaria si queremos que el actual entusiasmo mediático en favor del cine español no se quede en una simple anécdota".⁴⁴



El cine español, por tanto, se encuentra en una encrucijada vital, en la que tendrá que dilucidar si es capaz de constituirse en una industria competitiva, o por el contrario asumirá como rasgo de su identidad su permanente y crónico subdesarrollo. Un reto que afronta en una coyuntura favorable, en la que tendrá que corregir los notables desequilibrios existentes, uno de los principales será el de adecuar su producción a la demanda del mercado, que en la actualidad es incapaz de absorber todas las películas que se hacen, y el de mejorar la comercialización de las mismas tanto en el mercado nacional como internacional.

TXOMIN ANSOLA



43. Belategui, Oskar L., *art. cit.*, p. 7.

44. Pablo, Santiago de, "El momento del cine español", *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 13 de febrero de 2000, p. 45.

