

CINE

A PROPÓSITO DEL CINE EN 1999

Oti Rodríguez Marchante. *Crítico de Cine del diario ABC*

AGUSTÍN ALMODÓVAR. *Productor. El Deseo, S.A.*

WILLEM DE VIDTS. *Director de Kinépolis España*

1. INTRODUCCIÓN

2. LA EXHIBICIÓN DE CINE EN ESPAÑA

3. LA RECAUDACIÓN

4. LAS PELÍCULAS

ANEXOS





A PROPÓSITO DEL CINE EN 1999

Oti Rodríguez Marchante

Crítico de Cine del diario ABC

No podemos evadirnos ahora de la realidad: 1999 fue el año de la gran conjura en pro del cine español. Todo el mundo fue a ver cine español y todo el mundo (hasta la prensa) habló bien del cine español. Ha sido casi como el fútbol: nuestra selección nacional de cineastas se había puesto de moda, y no solo Almodóvar y los clásicos, como Saura, Trueba, Garcí o Fernán Gómez, sino también directores más o menos nuevos, como Amenábar, Antonio Banderas, Benito Zambrano, Gracia Querejeta...

Aunque, concentrándonos en lo esencial, ha habido dos absolutos protagonistas del año cinematográfico y entre ellos dos se han repartido el mundo entero: España para Benito Zambrano y el resto para Pedro Almodóvar. Esto es, naturalmente, una metáfora desafortunada, pues Almodóvar se ha llevado la parte del solomillo incluso de los premios españoles, los Goya. Pero la sensación ha sido inequívoca: *Solas* y *Todo sobre mi madre* han mantenido una batalla como las que ya no se recuerdan, parecida a aquellas de Joselito y Belmonte o Dominguín y Ordóñez. Y esto ha dado pie a una cierta esquizofrenia: o estabas con *Solas*, o estabas con *Todo sobre mi madre*; es decir, posturas absolutamente ridículas al tratarse de dos películas no solo excelentes, sino compatibles y hasta incluso parecidas en el

fondo. Esta competencia desnivelada (ni siquiera jugaban en la misma liga) ha perjudicado en su rebote a otras películas igualmente excelentes y que han desaparecido en este bipartidismo, como la espléndida *Cuando vuelvas a mi lado*, de Gracia Querejeta; *Flores de otro mundo*, de Icíar Bollaín, o algo menos *La lengua de las mariposas*, de José Luis Cuerda, y *Goya en Burdeos*, de Carlos Saura.

Pero abrimos un paréntesis para asomar la cabeza fuera de la producción meramente española, y ahí vemos que el pasado año en el mundo ocurrieron media docena de sucesos cruciales: se murió Kubrick, pero no sin terminar *Eyes wide shut*; George Lucas volvió del más allá con una nueva entrega de *La guerra de las galaxias*; que un italiano supuestamente gracioso hizo una de las películas más sobrecogedoras de la historia —Roberto Benigni y *La vida es bella*—; que un oleaje invisible y sutil de pesimismo y melancolía se apoderó del alma del cine norteamericano, y vomitó películas tan tristemente divertidas como *American Beauty*, *Magnolia*, *Cookie's fortune*, *Jugando con el corazón* o *Celebrity*, aunque ésta última, como todas las de Woody Allen, está fuera de años y modas. Y, por último, otro suceso que hay que subrayar, la irresistible ascensión de *Austin Powers: la espía que me achuchó*, una de





las películas más taquilleras del año en todo el mundo, y que cada cual saque sus consecuencias.

Pero, en fin, volvamos a la época y al lugar en el que estuvo muy mal visto criticar al cine español. ¿Qué ha cambiado en nuestro cine durante 1999 para que el público se haya sentido orgulloso de él?; ¿ha cambiado el cine, o el público? ¿quién ha modificado los gustos de quién?... Vamos a arriesgar un par de opiniones al respecto.

El post-almodovarismo ha empezado a dar sus frutos; es decir, los caminos áridos que abrió hace casi veinte años Almodóvar y por los empezaron a gatear directores como Álex de la Iglesia, Bajo Ulloa, Amenábar o Santiago Segura son ahora autopistas de peaje, llenas de carriles argumentales y de variados y multicolores estilos. Así, el más célebre director post-almodovariano es el propio Pedro Almodóvar, pero le siguen el rastro, cada uno a su manera y con su personalidad, otros, como Javier Fesser (*El milagro de P. Tinto*), Miguel Bardem (*La mujer más fea del mundo*), Álex Calvo Sotelo (*Se buscan fulmontis*), Daniel Monzón (*El corazón del guerrero*) o Albacete y Menkes (*Sobreviviré*) y, en cierto modo, Mateo Gil (*Nadie conoce a nadie*)... Aunque este último sería, más que post-almodovariano, post-amenabariano, que es otra de las opciones éticas y estéticas del último cine español.

Porque en el cine español sí que tiene sentido esa palabra que usan esos tiburones de los negocios: sinergias. En el cine español funcionan (con perdón) las sinergias que da gusto. Se hacen pelícu-

las «a lo...». Hemos citado ya un par de «a los» (Almodóvar y Amenábar), pero también han dado buen resultado otras películas «a lo» *Torrente*, «a lo» *Trueba* o comedia urbana, «a lo» *Medem* o mística poética o «a lo» *García* o melodrama descorazonador.

Es decir que en 1999 el público ha respondido en la taquilla al cine español, y ésa ha sido, evidentemente, la gran noticia cinematográfica del año. Pero solo si queremos engañarnos, porque lo cierto, el dato, lo ineludible es que ningún título español entraría en el «top-10» de las más taquilleras, y solo dos (*Todo sobre mi madre* y *Muertos de risa*) figurarían en el «top-20». Aunque hay casos, como *La niña de tus ojos* o *El abuelo*, que repartieron su taquilla entre 1998 y 1999... El resto de los títulos de éxito han tenido una buena acogida y una buena cuenta de resultados, pero no como para mandar cohetes a la luna. Y que no se tome esto como un intento de racanearle al cine español ni una pizca de su apoteosis, sino como un canto a la sensatez: el mercado español (o sea, usted), que ha de asumir un centenar de películas norteamericanas al año, no da más allá que para una docena de españolas; lo cual quiere decir que las demás están abocadas al fracaso. Para esa docena de películas españolas que, más o menos, han tenido su hueco en la cartelera y en el corazón del público, la gran noticia es ésa: que sube la cuota de mercado para el cine español. Ahora bien, para las otras, las que no han tenido tiempo ni de colgar el título en el frontal del cine, habrá que buscar otra noticia para 1999. Tal vez ésta: a ver si el siglo que viene...





AGUSTÍN ALMODOVAR

Cedida por El Deseo

PRODUCTOR. EL DESEO S.A.

P.- ¿Ha provocado algún tipo de déficit estructural, o de incapacidad profesional, el torbellino Todo sobre mi madre a esta productora?

R.- Bueno, yo diría que la película nos ha ocupado a todos muchísimo en algo que, en principio, no es productivo. Hemos tenido que seguir esa dinámica imparable de recepción de premios y organizar muy bien la campaña de Hollywood, algo que era importantísimo y necesario, porque el Oscar primero tienes que merecerlo, y después tienes que conseguir que te lo den. Y eso nos ha exigido a todos mucha energía y muchísimo tiempo. En El Deseo somos nueve personas, y todo el equipo ha tenido que ocuparse, durante un año, en seguirnos, en organizar los desplazamientos, en viajes..., en atender algo tan maravilloso como el éxito. Todos nosotros hemos empleado un año de nuestro trabajo en atender el éxito, el éxito que busca la comunicación, que tiene como meta que la obra de Pedro se proyecte con intensidad sobre cualquier país o cultura que la reciba. ¿Cómo hemos resistido el torbellino? Porque los profesionales de El Deseo estamos acostumbrados a tremendas puntas de trabajo, y formamos un equipo muy versátil, muy integrado y muy comprometido con la empresa. Esta permanente disposición nos permite afrontar estas situaciones y que la estructura resista. La película ha tenido una vida tan exitosa y tan larga que se nos olvida su trayectoria, pero todo empezó en Cannes, hace ahora un año y, a partir de ahí, ha sido desbordante. Pero hemos podido afrontarlo.

P.- ¿Ha servido como experiencia la antigua nominación al Oscar de Mujeres al borde de un ataque de nervios?

R.- Sí, esa experiencia sirvió, sobre todo, para enseñarnos que no hay que confiarse aunque seas el favorito; ésa fue la gran lección que aprendimos entonces. De hecho, cuanto más favoritos nos hemos sentido, más nervios hemos padecido y más hemos trabajado por conseguirlo. Con *Mujeres al borde de un ataque de nervios*, éramos clamorosamente favoritos, recibimos baños de aceptación y de afecto, varias estrellas cinematográficas se convirtieron en promotoras de la candidatura..., pero no nos dieron el Oscar. Y ahí aprendimos que si quieres lograrlo tienes que hacer campaña, como los políticos ante las elecciones, tienes que luchar por cada voto. Y como el sistema de votación de Hollywood es muy perverso y exige que los votantes tengan que ver las cinco películas, tú tienes que promover y facilitar que vean las que compiten contigo por el Oscar.

Con *Mujeres* aprendimos, y esta vez hemos hecho una campaña en profundidad. Y nos ha servido.

Todo sobre mi madre nos afianza; si antes estábamos bien, ahora estamos todavía mejor

P.- ¿Qué expectativas, nunca soñadas, abre la película española del año a esta productora?

R.- Bueno, va a parecer un poco vanidoso, pero la verdad es que, desde hace ya mucho tiempo, tenemos una situación muy buena. Disfrutamos una situación absolutamente privilegiada con Pedro; todas sus películas funcionan, y ésa es una regularidad muy difícil para un artista. Pedro crea desde la absoluta libertad, cuenta de forma visceral lo que él quiere contar, y eso hace que sus películas siempre tengan interés, que toda su obra alimente un proceso acumulativo. Desde *Mujeres*, que fue la película que más llamó la atención fuera, película a película ha ido confirmando que es un autor, que es uno de los maestros más importantes del momento, que su cine va a tener siempre mucho interés, guste un poco más o un poco menos. Y *Todo sobre mi madre* afianza y eleva ese estado de cosas, si antes estábamos bien, ahora estamos todavía mejor. Pero *Mujeres* fue una obra mucho más decisiva en la carrera de Pedro porque le desprendió de su imagen de artista radical, marginal, que solo interesaba a cinéfilos y que difícilmente interesaría a las grandes audiencias.

Hemos empleado 12 meses de nuestro trabajo en atender el éxito. Todo empezó en Cannes hace un año, y a partir de ahí ha sido desbordante

P.- ¿Pero, la bonanza empresarial no va a impulsar proyectos de ambición diferente?

R.- La verdad es que no, porque nosotros no tenemos las ambiciones que tienen otras empresas. Y lo que digo yo lo podría ratificar Pedro. Somos como un taller, somos artesanos, y, por lo tanto, no nos va nada bien la producción en cadena. Además, si el producto no nos representa ya no nos interesa; queremos que las películas nos representen. ¿Tú sabes qué es maravilloso? Que



En El Deseo somos unos privilegiados porque el autor y el elemento empresarial no presentan conflictos de intereses

todo lo que nos ha ocurrido, que ha sido fantástico, no cambia un ápice nuestra vida. Yo creo, además, que las decisiones fruto de la convulsión, a la larga, no son positivas. Tú tienes que llegar a donde quieras llegar pero no porque en un momento dado obtengas mucho éxito; tu camino tienes que hacerlo bien orientado, sin alterarlo porque hayas recaudado más o menos. La gran preocupación de Pedro en este momento es decidir si quiere rodar fuera.

P.- ¿Le va a recomendar al director que se embarque en el rodaje de *The paper boy* en Estados Unidos?

R.- Pedro tiene todos los elementos para tomar la decisión. Próximamente se reúne de nuevo con el guionista de la obra de Peter Dexter, con Sebastián Gutiérrez, un escritor de origen venezolano que trabaja en Hollywood y que hizo *El beso de Judas*, una película muy interesante.

P.- ¿Pero cuál va a ser su consejo?

R.- Que no vaya. Yo considero que el rodaje en Estados Unidos representaría un cambio muy duro para él, muy duro para su manera de afrontar el trabajo. En cualquier caso, la decisión es suya; él ya sabe que decida lo que decida todos estaremos con él. Pero yo percibo que no es el momento. Es una intuición. Yo creo que Pedro tiene que hacer alguna vez una película en inglés y con actores foráneos, pero yo entiendo que todavía no es el momento.

P.- Usted fue reconocido por *Milimeter*, prestigiosa revista de la industria del cine, como uno de los mejores productores ejecutivos del mundo. ¿Le satisface haber brillado profesionalmente por encima de la marca Almodóvar?

R.- A mí me satisface ser reconocido como productor, aunque yo no me siento productor; no estoy aquí porque tenga una vocación concreta. Si no fuera por Pedro, yo no sería productor. Yo estoy en esto por echarle una mano a mi hermano y, en ese aspecto, sentirme reconocido profesionalmente por algo que hago por amor y por compromiso con una persona, me resulta muy gratificante. Pero yo, sobre todo, me siento identificado en el papel de ser una de las personas depositarias de la confianza de Pedro, una de las perso-

nas que responde a su demanda de consejos o a la cobertura de necesidades para alcanzar las metas que se proponga. Estamos aquí para facilitarle el proceso creativo —que todos sabemos que es doloroso— y para hacer posible que cumpla su sueño. Ése es nuestro mérito. Si además llega el reconocimiento profesional, estupendo.

P.- ¿Qué papel desempeña usted durante ese momento creativo, en la fase embrionaria del proyecto?

R.- Yo acompaño; creo que soy muy buen acompañante. Pedro trabaja en soledad y yo estoy, desde el primer momento, caminando a su lado en ese proceso creativo que es apasionante por lo que genera, pero también fuente de muchas dudas. En este momento, trabaja sobre tres proyectos y no sabe cuál de ellos saldrá adelante. De vez en cuando me comenta: “mira, estoy por aquí, tú qué profesión crees que podría tener esta tía...” Pedro nos tiene a dos o tres personas como frontones, para oírse él mismo. Y también estoy ahí para darle mucho ánimo, para recordarle que no hay razones para la desazón, que su proyecto no está obligado por las fechas, que lo fundamental es que se encuentre él mismo en esa historia. En ese sentido, soy un elemento parecido al que llevan

los deportistas al lado, que les quitan los tirones y les dan ánimo al oído.



Pero, claro, tú no puedes correr con él, no te puedes meter en sus zapatillas, aunque eres un buen acompañante.

P.- ¿Deja hacer al director, o tiene usted perfil de productor vigilante?

R.- Nosotros formamos un tándem. En ese sentido, somos unos privilegiados porque solo cuando el elemento creativo –el autor– y el elemento empresarial no presentan conflictos de intereses ni desencuentros, puede producirse una obra coherente. Nuestro régimen es de simbiosis; lógicamente, no podría ser de otra manera. Las diferentes perspectivas solo derivan de nuestras distintas personalidades. Él arriesga mucho. Yo en el terreno profesional no arriesgo nada; todo lo contrario. En ese sentido, cuando abordamos un proyecto nos compensamos.

P.- Pedro Almodóvar tiene aureola de hombre exigente. ¿Le resulta fácil pararle los pies al laureado director?

R.- Él solo es exigente en un sentido, siempre persigue resultados óptimos, y todo el que trabaja con él conoce esta disposición suya de antemano. Por lo que respecta a mi función como productor, lo que yo apporto es sentido común y mucha sensatez. No es que Pedro sea insensato, es un creador, y, como tal, puede tener algún tipo de pretensión que, en

Pedro arriesga mucho, yo en el terreno profesional no arriesgo nada, todo lo contrario

un momento dado, es inviable. Pero él recibe muy bien mis posibles recortes o exigencias, porque sabe que su interés y el mío son plenamente coincidentes. Es absolutamente inconcebible que nos ocurra algo tan frecuente y tan frustrante en el mundo del cine como que el director y el productor tengan dos proyectos diferentes. Nosotros, todo el equipo, trabajamos sobre una base de confianza muy sólida, y eso evita cualquier conflicto de intereses. Todos trabajamos por satisfacer los mismos objetivos. Además, Pedro es una persona que, al principio, cuando empezó en los setenta, hacía todo con sus propias manos, rodaba con una camarita, manipulaba, pintaba... Entonces, él sabe muy bien cómo sustituir con ideas –esto también lo ha aprendido con el paso de los años– la imposibilidad económica de desarrollar sus propuestas tal como las había concebido inicialmente.

La producción de *Acción Mutante* fue una apuesta de riesgo, en todos los sentidos, pero resultó una experiencia muy interesante

P.- El Deseo apostó en su momento por obras tan arriesgadas como *Acción mutante*. ¿Qué línea va a seguir respecto a las producciones ajenas?

R.- Sí, fuimos realmente pioneros porque fue una película un poco anticipada a su tiempo. Hoy, una película como *Acción mutante* no resultaría tan transgresora, tan antigénero, tan anti todo, pero entonces sí lo era. Fue una apuesta de riesgo en todos los sentidos, en el artístico también, pero resultó una experiencia muy interesante para El Deseo y creo que también para Alex de la Iglesia. No nos hemos prodigado mucho, hemos producido tres películas y ahora mismo trabajamos sobre la cuarta, una obra de Guillermo del Toro, con un proyecto de producción muy atractivo y con un presupuesto alto para los parámetros del cine español. Nuestra política es seguir en aquella línea abierta con *Acción mutante*, que dio algunas pistas sobre aquello que también se puede hacer, y que demostró que hay público preparado para recibir propuestas diferentes. En ese sentido, yo creo que sí tenemos solvencia profesional para avalar proyectos nuevos, proyectos muy interesantes para el cine español, y para el cine en general. Yo creo que todos deberíamos tener presente que hay un público muy joven que conecta muy bien con el bagaje y la manera de hacer cine de



los nuevos directores. Nosotros hemos trabajado en esas propuestas, y vamos a seguir haciéndolo.

Todos deberíamos tener presente que hay un público muy joven que conecta muy bien con el bagaje y la manera de hacer de los nuevos directores

P.- ¿Qué ha aportado *Todo sobre mi madre* al cine español?

R.- Yo creo que *Todo sobre mi madre* nos ha indicado algo muy importante: que una película en español puede cautivar a públicos de todo el mundo. Además, creo que se ha servido para vivificar la curiosidad por todo lo español, porque, quieras o no, detrás de la película está España; se refleja una cultura, una producción y una industria. Esa curiosidad la he podido percibir personalmente cuando he viajado por diferentes mercados. Se detecta un gran interés por todo lo que se produce en España. Lo que haga Pedro Almodóvar ya va a tener una proyección rápida, pero son muchos los que se interesan por algún otro director, y se plantean que es posible que haya otros artistas desconocidos capaces de articular un proyecto cinematográfico interesante. En ese sentido, yo creo que *Todo sobre mi madre* ha aportado promoción, interés y mucha curiosidad por el cine que se hace aquí. Y, sobre todo, la película ha aportado datos sobre lo lejos que puede llegar nuestra industria.

Tenemos que conseguir que la realización de una película no sea simplemente un acto suicida, un acto de francotiradores que, por amor al arte, se lanzan a la aventura

P.- ¿Qué desafíos le quedan pendientes a la industria cinematográfica de este país?

R.- El primer desafío es mantener la cuota de mercado que hemos conseguido. Es como si hubiéramos logrado esquivar una viga, ahora tenemos que aguantar ahí, que no se nos caiga el techo encima. Ésa sería la mejor prueba de que el buen momento de la industria no es fruto de una coyuntura, del hallazgo de haber producido tres películas de éxito comercial. A partir de ahí, yo creo que debemos proponernos hacer crecer nuestro suelo, nuestra cuota de mercado, y tenemos un buen momento para aprovecharlo. El prejuicio hacia el cine español se ha vencido, la gente joven ya no tiene ningún reparo en elegir una película española frente a una norteamericana, y el sistema de exhibición permite la convivencia de ambas ofertas. En cualquier caso, yo creo que lo fundamental es que mantengamos nuestros niveles de producción, que no suframos ningún trauma de crecimiento, y que lo que hagamos lo hagamos con pocas frustraciones.

P.- ¿Le parecen adecuadas las políticas públicas vigentes de apoyo al cine?

R.- Yo creo que sí, y que deben seguir en esa línea actual de apoyo económico al cine. El sistema de subvenciones es fundamental para que podamos seguir produciendo de manera independiente, y que no sea el mercado el que dicte qué película se hace y cuál no se hace. Yo creo que la política de ayudas se debe afianzar; entre

otras razones, para dar oportunidad al buen cine, al cine comercial y a los proyectos de los creadores jóvenes. En lo que sí considero que se debía trabajar más es en la búsqueda de nuevas fórmulas para atraer la inversión privada. El permanente problema del cine español es la financiación. Tenemos que conseguir que la realización de una película no sea simplemente un acto suicida, un acto de auténticos francotiradores que, por amor al arte, se lanzan a la aventura. Es fundamental que sigamos luchando por consolidar el tejido industrial del cine. Y hay que hacerlo sin pudor; es un sector estratégico y una industria cultural muy importante. En ese sentido, los norteamericanos no tienen ningún pudor en intentar que su cine arrase con todo lo demás, y detrás del cine todos sabemos que hay ideología, hay comercio, hay de todo. Yo creo que el cine nos representa en todos los sentidos, y los países que lo reconocen, como Francia, saben que el cine es portador de tu cultura, de tu forma de vida, de tu manera de sentir, y una carta de presentación del país; es una auténtica marca. España tiene todavía todo por mostrar en el exterior, nuestra modernidad es un fenómeno muy reciente y llevamos unos años de retraso en la exportación de nuestra marca. Y el cine tiene un papel importante que cumplir en esa difusión.

P.- ¿Son las cadenas de televisión sensibles al fenómeno del cine español?

R.- Yo creo que la televisión debería ser uno de los soportes importantes de la financiación del cine. En ese sentido, el acuerdo, que ahora cumple un año, entre la FAPAE y Televisión Española, por el que la cadena pública se compromete a invertir, durante tres años, 9.000 millones de pesetas en nuevas producciones es importante. Pero yo creo que los acuerdos de este tipo –también con las cadenas privadas– deberían ser incluso más ambiciosos, porque todos sabemos que el mercado español es muy pequeño para poder amortizar las producciones. Otro aspecto muy interesante es la adquisición de derechos de cine español por parte de las cadenas de televisión, y aquí toca recordar que hay una directiva europea, la de "Televisión sin fronteras", que no siempre se cumple. Algunas cadenas no atienden la recomendación sobre difusión de cine continental y cine español establecida en esa normativa. Yo creo que la televisión debería adquirir un compromiso más firme con nuestro cine.

P.- ¿Considera justamente reconocida en nuestro país la función cultural del cine?

R.- El papel cultural del cine –en esencia, ya muy relevante– cobra una dimensión especial en medio del páramo cultural que nos rodea. Yo tengo hijos adolescentes, me intereso por sus aficiones, vigilo su consumo de ocio..., y me da pavor, por ejemplo, ver cuál es la oferta televisiva. Cuando compruebo que un programa que fomenta el voyeurismo y un partido de fútbol arrastran toda la audiencia, me quedo temblando. En este o parecidos contextos, el cine cobra un relieve muy importante, porque en el cine uno encuentra rigor y compromiso artístico. Y uno puede elegir cine de consumo –concebido solo para el ocio– o puede optar por el cine comprometido con las ideas, el que procura tener un dilema y un lenguaje propio. Y el cine va a cumplir una función muy importante como vehículo digno en un contexto de tedio cultural asfixiante. Yo soy absolutamente favorable a la libertad de opción, pero me causa profunda inquietud comprobar qué productos televisivos consume la audiencia. Y ante esas realidades, el cine adquiere un valor enorme.





WILLEM DE VIDTS

DIRECTOR DE KINÉPOLIS ESPAÑA

Paco Manzano

P.- Señor De Vidts, ¿durante cuanto tiempo mantendrá Kinépolis Madrid el título de complejo de exhibición cinematográfica más grande del mundo?

R.- Por lo que a nosotros respecta, durante mucho tiempo. Nuestra política de expansión internacional no prevé hacer ningún megaplex que supere a éste en tamaño. Es el megaplex más grande del mundo en lo que se refiere a superficie y a número de butacas: tenemos 9.200. Hay complejos, en Estados Unidos, que tienen más salas. Aquí, podríamos disponer de más salas, pero yo creo que veinticinco es una cifra límite para hacer una programación y un tiempo de exhibición adecuado. Una de las ventajas del megaplex es la disponibilidad de salas de distinto tamaño, desde las 1.000 a las 200 butacas. Esto te permite mantener en cartelera una película durante muchos meses; solo tienes que cambiarla de sala cuando remite la afluencia de público. Los cines de antes tenían en cartelera una película durante muchos meses. Yo recuerdo haber visto en la Gran Vía la misma película anunciada durante 38 semanas. Pero hoy, una sala grande, para mantenerse comercialmente rentable, tiene que renovar y renovar permanentemente. En los megaplex podemos jugar con los cambios de sala.

P.- A veinte meses de la inauguración del recinto, ¿cuáles son las “megacifras” de público, pases y recaudación?

R.- Bueno, las cifras, a nuestro juicio, son óptimas. Y ya que hablamos de cifras, recuerdo ahora –de manera anecdótica– los pronósticos que nos hacían cuando construimos el primer megaplex en Bruselas, en 1988, y cuando lo poníamos en marcha en Madrid. Todos nos aseguraban que una instalación de estas características no tardaría más de seis meses en llegar a la quiebra, que sacábamos la clientela fuera de la ciudad... Nuestra experiencia dice que los megaplex han servido para aumentar la afluencia de público a las salas de cine. A veinte meses de nuestra apertura –mediados de junio– habrán pasado por nuestras veinticinco salas 5.600.000 personas, distribuidas en 60.000 pases. Durante ese período habremos recaudado unos 4.200 millones de pesetas por venta de entradas. Son unas cifras que nos llenan de satisfacción.

P.- El complejo rindió beneficios de explotación en su primer año. ¿Preveían plazos tan cortos para alcanzar la rentabilidad?

R.- No, para nosotros ha sido una sorpresa, hemos ido más rápido de lo normal. Un megaplex alcanza nor-

malmente esta velocidad de crucero después de año y medio o dos años de actividad. El primer año, de septiembre a diciembre, acumulamos unas pérdidas de 48 millones de pesetas, pero al año siguiente, en el 99, obtuvimos un beneficio, antes de impuestos, de 400 millones de pesetas. Ha sido una sorpresa para nosotros.

Nuestra política de expansión internacional no prevé ningún megaplex que supere las 25 salas

P.- Otras compañías multinacionales invierten ya en nuestro país cifras multimillonarias para la apertura de 1.000 nuevas salas. La exhibición cinematográfica vive un momento pujante, pero, ¿hay sitio para todos?

R.- Yo creo que sí; hay sitio para todos. Las cifras de asistencia al cine están todavía muy por debajo de, por ejemplo, Estados Unidos y otros países. El promedio en España es 2,6 películas por habitante; cada español va 2,6 veces al año al cine. Yo estoy seguro de que este porcentaje crecerá significativamente en los próximos años. Hay que tener en cuenta que el cine es un ocio popular, es el ocio más barato que hay. La gente joven puede entretener tres horas de su tiempo por 600 pesetas. Si acude a un megaplex puede pasarse cuatro o cinco horas, porque ve una película, toma algo... Un viernes, un estudiante puede venir aquí, pasar toda la tarde, quedarse a la sesión “golf” que empieza a la una de la madrugada, pasearse por el recinto hasta las tres o las cuatro de la mañana..., todo por 1.300 pesetas. Yo creo que al ritmo al que se producen ahora películas, y si se mantiene esta orientación de películas nuevas atractivas para el público, hay sitio para todos. Tampoco hay que olvidar la inmensa importancia que conceden los medios de comunicación de este país al cine. Es algo que no ocurre en el resto de Europa.

P.- ¿Pasa el futuro de los exhibidores tradicionales, vinculados a sagas familiares, por la firma de alianzas, por la concentración empresarial?

R.- Para empezar, por supuesto, yo creo hay mercado también para las salas de cine convencionales, para el cine de barrio, para el cine en versión original... Pero también está claro que son tiempos para las alianzas y la concentración. Nosotros también hicimos nuestras alianzas, el grupo belga Kinépolis es fruto de la concentración de dos ramas familiares. Yo creo que la ten-



Nosotros también hicimos nuestras alianzas. El grupo belga Kinépolis es fruto de la concentración de las dos ramas familiares

dencia en cualquier actividad económica apunta a la necesidad de establecer alianzas; un grupo familiar no puede ya sobrevivir sin un capital muy importante. Las fuertes inversiones en el negocio cinematográfico exi-

Paco Manzano



gen negociaciones con los bancos que, por otra parte, tampoco otorgan demasiada confianza a una empresa pequeña. Si los grandes buscan aliados —ahí está Telefónica—, los pequeños también tendrán que hacerlo. Yo creo que el futuro pasa por las alianzas.

P.- ¿Atraen complejos como Kinépolis nuevos públicos al cine?

R.- Sí, seguro, porque, como acabo de decir, estos espacios tienen una oferta amplia para el público además de la exhibición de cine. Por otra parte, la proyección de la película en un megaplex como Kinépolis se hace, por supuesto, en unas condiciones técnicas óptimas, pero, además, ofrece una comodidad que no brinda ninguna sala. Hay salas en Madrid que son técnicamente perfectas, pero que no tienen superficie suficiente para ofrecer confort. Según encuestas que manejamos nosotros, hay un porcentaje significativo de gente que dice: "bueno, yo he dejado de ir al cine porque no se ve bien, no se oye bien, las butacas no son cómodas...". En Kinépolis, la forma de ver una película es diferente. Y yo creo que estas características sí están sirviendo para atraer al cine a públicos que lo habían semiabandonado y para captar a los que no consideraban el cine como su alternativa de ocio. Vienen aquí y experimentan una manera de ver el cine totalmente diferente de la que conocían.

P.- ¿No cree que el aficionado más clásico se puede sentir sobrecogido al acceder a un recinto de dimensiones tan colosales para ver cine?

R.- Yo creo que, efectivamente, hay gente a la que le provoca angustia acceder a un espacio de tamaño extraordinario para acudir a la sala de cine. Hay un tipo de público que va a seguir yendo a su cine de barrio. Pero, algún día, casi todos vendrán a centros como Kinépolis para probar una manera distinta de ver cine. No pretendemos que todo el mundo venga a un megaplex; el público se va a repartir. Una pareja de las fieles al cine de barrio viene por aquí un día tranquilito y puede disfrutar una experiencia cinematográfica diferente. Si vienes los fines de semana puede haber mucha gente, pero si vienes un día laborable —con un promedio de asistencia de 3.500 o 4.000 personas— todo es muy sencillo y confortable. Yo entiendo que hay personas a las que les produce claustrofobia llegar a un megaplex con gran concentración de gente; los jóvenes, sin embargo, están encantados con este movimiento.

P.- ¿Cuáles son las líneas de programación? ¿En qué proporción se atiende el cine de diferente estilo y origen?

R.- Nosotros aquí hablamos de cine comercial de calidad; no importa si la película es española o norteamericana. En nuestro caso, necesitamos muchos espectadores; por lo tanto, tenemos que ocuparnos del buen cine comercial. Una buena película comercial, sea española o no, que esté bien promocionada, que esté bien lanzada, funciona. Hemos programado aquí, los últimos veinte meses, unas películas españolas que han hecho cajas impresionantes. Quizá la película norteamericana tiene más presupuesto, más *glamour*, mejor lanzamiento...; pero muchas películas españolas, como *Todo sobre mi madre* o *Solas*, han tenido un éxito espectacular. Es una cuestión de calidad.

P.- ¿Por qué abandonó Kinépolis la proyección en versión original?

R.- Tuvimos nuestra experiencia con la versión original, pero no funcionó. Mi impresión es que no tuvo éxito debido, en parte, a la zona en la que nos encontramos, el sur de Madrid. También viven



por esta área numerosos residentes extranjeros, pero creo que la gente que quiere V.O. acude a una sala especializada. En general, hay poca demanda para la V.O., y el público interesado va a otras salas. Y tengo que decir que la calidad del doblaje en España es extraordinaria. Yo, personalmente, prefiero ver, una versión original con imagen y sonido, sin subtítulos, de lo contrario elijo la versión doblada. Sí acudieron a las salas de V.O. bastantes espectadores sordomudos, quizás ahí hay un mercado para explotar. No se producen películas pensando en los sordos.

P.- Kinépolis abrirá instalaciones en Valencia y en Granada. ¿En qué fase se encuentran estos proyectos y cuáles son los planes de expansión de la compañía?

R.- Valencia abrirá a fin de año, o a principios del año próximo. Así como el centro de Madrid lo construimos en nueve meses, el de Valencia es un complejo arquitectónicamente más complicado; el terreno es diferente, y creo que vamos a tardar en abrirlo un poquito más de lo previsto. Kinépolis Granada se abrirá el próximo mes de marzo. Por lo demás, tenemos varios proyectos en marcha, pero que necesitan su tiempo. Estamos en trámites de adquisición de varios terrenos. Nosotros siempre compramos el suelo donde construimos nuestras instalaciones; nunca alquilamos o entramos en un centro comercial. El proyecto más consolidado en este momento es el de Vitoria, y tenemos otros, en el norte y en el sur. No puedo precisar más, porque estamos en negociaciones.

P.- ¿Entraña dificultades especiales la localización de suelos y la obtención de licencias en este país?

R.- No, al contrario. Mientras en España todo se negocia con los ayuntamientos, en países como Bélgica o Francia intervienen varias administraciones. Aquí, el suelo es municipal, la decisión está más concentrada en el ayuntamiento, siempre que estemos hablando de un ayuntamiento de cierta importancia. No hemos encontrado tampoco dificultades especiales con las licencias. Tengo que decir, además, que siempre hemos suscitado cierto interés en los municipios donde nos hemos instalado. En Valencia tenemos, por ejemplo, acuerdos sobre personal; quiere decir que centros de estas características siempre conllevan algún tipo de rentabilidad para el municipio; por ejemplo, en el empleo. Aquí, en el Kinépolis de Madrid, entre las concesiones que tenemos y el cine, empleamos a 470 personas, aunque no todas a tiempo completo: algunos de ellos son estudiantes ocupados a tiempo parcial.

P.- ¿Qué porcentaje de los beneficios de Kinépolis proceden de la venta de productos de consumo en el cine?

R.- Bueno, son unas cifras que en realidad no se han analizado por completo, pero yo creo que las salas no pueden sobrevivir sin este tipo de comercio. La media dice que un estudiante que paga 600 pesetas por su entrada consume por encima de las 200 pesetas en coca-cola, palomitas... El beneficio bruto que obtenemos de esa entrada es del 50%; el resto se lo lleva la distribución. Es decir que un estudiante que compra una entrada deja de beneficio bruto para el negocio 300 pesetas, más o menos. Si a este señor le vendemos chucherías por valor de 250 pesetas, podemos hablar de 100 pesetas de beneficios suplementarios, lo que indica que el peso de la venta de esos productos sobre el total es impactante. La venta de palomitas y coca-colas añade un beneficio que representa un 35 o un 40% del obtenido por la venta de la entrada. Yo creo que las salas no pueden sobrevivir sin esta actividad comercial. Y hay gente a la que le molesta el ruido del maíz mientras ve una película. A mí no me importaría tener salas donde no se permitiera este consumo, aunque quizá la entra-



Paco Manzano

da tendría que cobrarse un poquito más cara. Pero este comercio, aparte de reportar ingresos –y esa es una faceta muy importante–, responde a la necesidad de cubrir una oferta de ocio completa. El ámbito de Kinépolis, en alguna medida, es regional. Aquí vienen personas desde Alcalá de Henares, El Escorial, Toledo..., y quieren pasar la tarde o la noche fuera. Y este público quiere tener todas las posibilidades que ofrece el ocio, que en este caso es cine más instalaciones.

Yo entiendo que hay personas a las que les produce claustrofobia llegar a un megaplex con gran concentración de gente; los jóvenes, sin embargo, están encantados con este movimiento

P.- Los minicines cerraron las salas tradicionales. ¿Desplazará el boom del megaplex a los multicines?

R.- No lo creo. Y no lo creo por la razón que ya he señalado: siempre habrá gente que prefiera el cine de su barrio, que prefiera algo menos “mega”. Ya veremos, de aquí a cinco o diez años, cómo va la evolución. Pero yo estoy absolutamente seguro de que no ocurrirá.

P.- ¿La política de expansión de Kinépolis pasa exclusivamente por el extrarradio de las ciudades?

R.- En España, seguro que sí. Es así porque en el centro no se encuentran terrenos suficientemente grandes, con superficie para aparcamientos. Y el público quiere utilizar el coche. Hay un gran porcentaje de gente que tie-





Paco Manzano

Kinépolis Valencia abrirá a finales de año; Granada, en marzo. Nuestros siguientes proyectos son Vitoria, y hay otros, en el norte y en el sur

ne el viernes, sábado y domingo para disfrutar de su coche. Son muchos ciudadanos los que a diario utilizan el autobús o el metro para ir al trabajo, pero el fin de



Paco Manzano

semana quieren coche, y los megaplex debemos facilitarles el aparcamiento.

P.- Un informe de la British Standard Institution denuncia que las emisiones de sonido digital de muchas salas cinematográficas superan el límite legal de decibelios...

R.- Sí, conozco el informe, pero no es nuestro caso. Si emitiéramos sonido con un nivel inaguantable, el público utilizaría el libro de reclamaciones o no volvería a nuestras salas. Hay normas prescritas para la proyección de la película que hay que respetar, y es un tema que nosotros controlamos en la cabina y en cada una de las salas. Somos un sector que depende del gusto o de las preferencias de cada uno de los visitantes, pero se dan casos de que, durante un mismo pase, algún espectador se queja de que el sonido era demasiado potente y otro lo consideraba insuficiente. Si hemos tenido tres millones y pico de visitantes, son tres millones y pico de sensibilidades. Todos tienen derecho a expresarse. Pero nosotros cumplimos las normas.

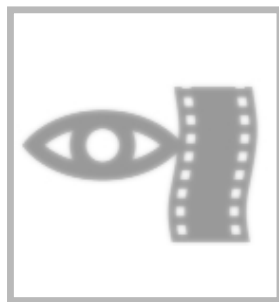
P.- El cine digital está en puertas. ¿Afrontarán los megaplex este nuevo esfuerzo inversor?

R.- Yo creo que como la mayoría de los megaplex son grupos potentes, –además de exhibidores muchos de ellos son también grupos de producción, realización...; dominan todo el ciclo–, tendrán la necesidad de renovar su tecnología. Los que quieran ser los primeros tendrán que hacer inversiones muy fuertes. Por ejemplo, en Bruselas, un proyector digital cuesta alrededor de 360.000 dólares. Nosotros tendríamos que multiplicar esa cifra por 25... En nuestro complejo de Bruselas ya hay salas con proyección digital...

P.- ¿Llegará pronto esa renovación tecnológica a Kinépolis Madrid?

R.- De inmediato, no. Cuando renovemos ya le invitaremos.





CINE

1. INTRODUCCIÓN

TABLAS

Tabla 1. Evolución de la exhibición cinematográfica en España entre 1968 y 1998

Tabla 2. Aplicación de la ley de televisión sin fronteras

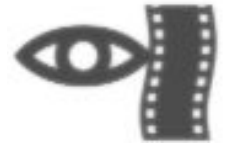
GRÁFICOS

Gráfico 1. Festivales de cine en España



1

INTRODUCCIÓN



Ha sido 1999 un buen año para el cine español y para el cine en España. Sintetizando los datos que se expondrán más adelante de forma pormenorizada (tabla 1), podemos destacar lo siguiente:

- El número de espectadores (medido por el número de entradas vendidas) ha crecido en un 17,5%, hasta situarse en 126,236 millones. La recaudación ha aumentado en un 22,1%, ascendiendo a 80.341,7 millones de pesetas.
- El gasto por habitante en cine ha aumentado, y se sitúa al mismo nivel que países europeos con un nivel de renta per cápita

sustancialmente superior al español. La tasa de asistencia por habitante ha aumentado de 2,7 veces al año a 3,2.

- La infraestructura de exhibición mantiene una línea ascendente, llegando a 3.257 pantallas en 1.253 cines. El crecimiento de esta infraestructura está ligado a un nuevo concepto de local multisala y a los megaplex enclavados en centros comerciales, en ocasiones con decenas de salas. Casi dos tercios de los espectadores y de la recaudación se concentran en los cines con seis o más salas.
- El número de películas exhibidas ha aumentado hasta 1968.

TABLA 1. EVOLUCIÓN DE LA EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA EN ESPAÑA ENTRE 1968 Y 1998

| | Número de pantallas | Número de películas | Espectadores (miles) | Asistencia ¹ | Gasto medio por espectador ² | Gasto medio por espectador ³ | Recaudación (miles de ptas.) ⁴ | Recaudación (miles de ptas.) ⁵ |
|------|---------------------|---------------------|----------------------|-------------------------|---|---|---|---|
| 1968 | 7.761 | 3.795 | 376.638 | 11,33 | 16,56 | 143,90 | 6.238.640 | 54.199.899 |
| 1969 | 7.234 | 3.930 | 364.641 | 10,86 | 17,58 | 145,25 | 6.409.590 | 52.965.101 |
| 1970 | 6.911 | 4.007 | 330.859 | 9,76 | 19,92 | 155,36 | 6.590.424 | 51.403.358 |
| 1971 | 6.476 | 4.025 | 295.299 | 8,64 | 24,93 | 180,31 | 7.362.050 | 53.245.412 |
| 1972 | 6.066 | 4.056 | 295.162 | 8,56 | 28,07 | 187,09 | 8.286.088 | 55.222.118 |
| 1973 | 5.632 | 4.022 | 278.280 | 7,99 | 32,24 | 192,12 | 8.972.460 | 53.464.468 |
| 1974 | 5.178 | 4.035 | 262.932 | 7,48 | 38,86 | 199,72 | 10.281.398 | 52.512.448 |
| 1975 | 5.076 | 4.175 | 255.786 | 7,20 | 50,72 | 223,19 | 12.972.489 | 57.088.227 |
| 1976 | 4.874 | 4.060 | 245.115 | 6,82 | 58,19 | 219,82 | 14.262.784 | 53.880.643 |
| 1977 | 4.615 | 3.989 | 211.910 | 5,83 | 75,20 | 230,24 | 15.934.876 | 48.789.552 |
| 1978 | 4.430 | 4.227 | 220.110 | 5,98 | 94,61 | 240,13 | 20.824.659 | 52.855.313 |
| 1979 | 4.288 | 4.650 | 200.485 | 5,40 | 111,82 | 242,72 | 22.418.247 | 48.661.335 |
| 1980 | 4.096 | 4.561 | 175.995 | 4,70 | 128,19 | 245,31 | 22.560.354 | 43.174.106 |
| 1981 | 3.970 | 4.694 | 173.659 | 4,60 | 150,37 | 255,62 | 26.112.835 | 44.391.554 |
| 1982 | 3.939 | 4.718 | 155.956 | 4,11 | 174,78 | 260,81 | 27.258.407 | 40.674.503 |
| 1983 | 3.820 | 4.665 | 141.084 | 3,70 | 203,00 | 273,22 | 28.640.239 | 38.546.533 |
| 1984 | 3.510 | 4.637 | 118.592 | 3,09 | 223,68 | 267,55 | 26.526.696 | 31.729.032 |
| 1985 | 3.109 | 4.516 | 101.117 | 2,63 | 250,17 | 277,85 | 25.296.215 | 28.095.586 |
| 1986 | 2.640 | 4.076 | 87.337 | 2,26 | 278,86 | 278,86 | 24.355.128 | 24.355.128 |
| 1987 | 2.234 | 3.680 | 85.721 | 2,21 | 297,82 | 281,37 | 25.529.695 | 24.119.531 |
| 1988 | 1.882 | 3.250 | 69.634 | 1,79 | 331,87 | 296,73 | 23.109.250 | 20.662.668 |
| 1989 | 1.802 | 2.913 | 78.057 | 2,01 | 358,05 | 299,18 | 27.947.973 | 23.352.877 |
| 1990 | 1.773 | 2.441 | 78.511 | 2,02 | 359,98 | 280,23 | 28.262.318 | 22.001.007 |
| 1991 | 1.806 | 2.370 | 79.096 | 2,03 | 391,38 | 285,11 | 30.956.100 | 22.551.161 |
| 1992 | 1.807 | 2.008 | 86.302 | 2,21 | 420,98 | 287,26 | 36.331.844 | 24.790.908 |
| 1993 | 1.791 | 1.837 | 87.704 | 2,24 | 462,68 | 301,62 | 40.579.191 | 26.453.188 |
| 1994 | 1.930 | 1.674 | 89.097 | 2,28 | 488,91 | 306,72 | 43.560.234 | 27.327.625 |
| 1995 | 2.108 | 1.495 | 94.600 | 2,41 | 509,81 | 305,09 | 48.228.000 | 28.861.759 |
| 1996 | 2.377 | 1.560 | 104.265 | 2,65 | 529,36 | 307,30 | 55.463.000 | 32.039.203 |
| 1997 | 2.551 | 1.670 | 105.044 | 2,61 | 564,79 | 319,70 | 57.886.750 | 32.768.611 |
| 1998 | 2.988 | 1.812 | 107.468 | 2,68 | 612,52 | 341,70 | 65.825.740 | 36.646.588 |
| 1999 | 3.257 | 1.968 | 126.236 | 3,20 | 636,4 | 349,67 | 80.341.710 | 44.143.797 |

Fuente: De 1968 a 1995: Fernández Blanco, Víctor: *El cine y su público en España*. Pág.19, Fundación Autor, Madrid, 1998. Los datos de número de películas de 1994 y 1995 han sido modificados de acuerdo con los datos de ICAA. De 1996 a 1999: SGAE.

¹ Tasa igual a dividir el número de espectadores por el número de habitantes.

² En pesetas corrientes.

³ En pesetas constantes de 1986.

⁴ En pesetas corrientes.

⁵ En pesetas constantes de 1986.





ternacional. También hay una mejor distribución de estas 230 películas, 95 (41,3%) se han exhibido en quince o más salas.

- Las películas españolas han alcanzado el 14,1% de entradas vendidas y el 14,3% de la recaudación, porcentajes superiores a los obtenidos a lo largo de la década de los noventa:

| | | | |
|--------|-------|--------|-------|
| ■ 1991 | 10,9% | ■ 1996 | 9,3% |
| ■ 1992 | 9,3% | ■ 1997 | 13,0% |
| ■ 1993 | 8,5% | ■ 1998 | 11,6% |
| ■ 1994 | 7,1% | ■ 1999 | 14,3% |
| ■ 1995 | 12,1% | | |

- Se ha consolidado una importante infraestructura de festivales que permite dar a conocer películas españolas, dar oportunidades a nuevos directores para entrar en contacto con distribuidores, etc. En 1999 se ha realizado por primera vez el *Spanish Film Screening for Europe*, destinado a presentar a medios de comunicación, distribuidoras y agentes europeos producciones españolas (gráfico 1).

- Desde el punto de vista de las películas éste ha sido el año de *Todo sobre mi madre* y *Solas*. *Todo sobre mi madre* se ha convertido posiblemente en la película española más reconocida de la historia; ha acumulado en pocos meses los más relevantes premios nacionales e internacionales.

- Aunque el 14,3% de participación en la recaudación global representa el mejor registro del cine español en mucho tiempo, lo cierto es que está todavía lejos del 30% que regularmente suele obtener el cine francés en su mercado. España, como se sabe, carece de los recursos que la cinematografía francesa ha ido acumulando a lo largo del tiempo y que le han permitido mantener su relevancia internacional. No obstante, la aplicación de la Ley de Televisión sin fronteras, que obliga a las televisiones a invertir el 5% de sus ingresos en producción cinematográfica, permitirá canalizar recursos hacia el cine en una cuantía desconocida hasta ahora. Los compromisos de estas inversiones se han traducido en acuerdos de las cadenas con la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE), excepto Telecinco. En la tabla 2 se resumen estos acuerdos y su cuantía comprometida.

- A esta vía de financiación, se suman 5.000 millones del Fondo de Ayuda a la Cinematografía, a través del ICAA, Y otros 5.000 del convenio entre el Ministerio de Educación y Ciencia y el Instituto de Crédito Ofi-

cial, de los que 4.300 se destinarán a producción de largometrajes y a la mejora o adquisición de equipos, y 700 a la reconversión, remodelación o creación de salas.

En suma, si el cine español venía vi- viendo en los últimos años una oculta edad dorada, los datos del último año parecen indicar que ese oro está saliendo a la luz. Posiblemente por primera vez en la historia, el cine español cuenta con directores, actores y técnicos reconocidos nacional e internacionalmente, y nuevas generaciones vienen a sumarse a las precedentes aportando nuevas perspectivas y formas de hacer cine que garantizarán variedad y creatividad. Es verdad que persisten las deficiencias “industriales” nunca paliadas, pero también lo es que varias productoras han alcanzado dimensiones razonables para mantener una producción estable y han estrechado lazos con grupos empresariales de la comunicación (Sogecine con Sogecable-PRISA, Lola Films con Telefónica), que garantizan la estabilidad de su trabajo, y hay que prever que los recursos canalizados desde las televisiones sirvan para generar unas estructuras empresariales solventes.

TABLA 2. APLICACIÓN DE LA LEY DE TELEVISIÓN SIN FRONTERAS. LAS TELEVISIONES DEBERÁN DESTINAR EL 5% DE SU FACTURACIÓN A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

| AÑO | CADENA | CANTIDAD (MILLONES) |
|------|------------------------|---------------------|
| 1997 | Canal+ | 1.300 |
| | TVE | 2.000 |
| 1998 | Vía Digital | 2.275 |
| | TVE | 2.000 |
| | Canal+ | 1.500 |
| | FORTA | 1.200 |
| 1999 | Sogecable ¹ | 3.600 |
| | TVE ² | 3.000 |
| | Antena 3 | 3.000 |
| | Vía Digital | 2.275 |
| | FORTA | 1.500 |
| | Telecinco ³ | 2.000 |
| 2000 | Sogecable | 3.600 |
| | TVE | 3.000 |
| 2001 | Sogecable | 3.600 |
| | TVE | 3.000 |

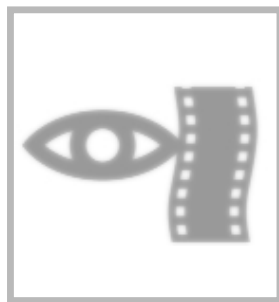
¹ Según el acuerdo con FAPAE, Sogecable destinará 3.600 millones anuales a producción audiovisual, que se distribuirán del siguiente modo: 2.500 a la adquisición de derechos de antena, con una inversión prevista de entre 40 y 150 millones de ptas. por película, 500 en producciones propias, y otros 500 en documentales.

² El acuerdo TVE-FAPAE consiste en la inversión de 3.000 millones anuales en películas, series de animación, telefilmes, programas piloto de series de televisión y documentales.

³ Telecinco no ha firmado convenio con FAPAE, pero ha comprometido la inversión de 2.000 millones para coproducción de películas que interesen a la cadena a través de contratos individualizados con productoras.

Fuente: Elaboración propia sobre datos de FAPAE.





CINE

2. LA EXHIBICIÓN DE CINE EN ESPAÑA

- 2.1. La procedencia de los datos
- 2.2. El equipamiento para la exhibición: cines, salas y pantallas
- 2.3. La utilización de las pantallas. El número de sesiones
- 2.4. Las entradas vendidas
- 2.5. La estacionalidad de la asistencia al cine

TABLAS

- Tabla 3. Número de cines y distribución según el número de pantallas
- Tabla 4. Cines y salas en 1999
- Tabla 5. Pantallas de cine con actividad durante 1999
- Tabla 6. Pantallas y sesiones, según el número de entradas vendidas en 1999
- Tabla 7. Sesiones según número de pantallas en los cines en 1999
- Tabla 8. Sesiones en 1999
- Tabla 9. Caracterización sociológica de los asistentes al cine (%)
- Tabla 10. Evolución del número de espectadores (entradas vendidas), según hábitat
- Tabla 11. Entradas vendidas en 1999
- Tabla 12. Entradas vendidas según el número de pantallas de los cines

GRÁFICOS

- Gráfico 2. Evolución del número de pantallas
- Gráfico 3. Evolución del número de espectadores entre 1968 y 1999
- Gráfico 4. Frecuencia de asistencia entre 1968 y 1999
- Gráfico 5. Frecuencia de asistencia al cine en Europa
- Gráfico 6. Frecuencia de asistencia al cine (entradas vendidas por habitante durante 1999)
- Gráfico 7. Estacionalidad de la asistencia al cine en 1998 y 1999 (% espectadores sobre el total anual)

2



2

LA EXHIBICIÓN DE CINE EN ESPAÑA



2.1.

La procedencia de los datos

Los datos sobre la actividad cinematográfica que ofrece este Anuario proceden del Ministerio de Cultura y de la SGAE. Desde 1997, ambas instituciones vienen colaborando en la recogida de las informaciones sobre espectadores y recaudación de las salas de cine. El Ministerio se encarga de recoger la procedente de las salas cuyo sistema de expedición de localidades está informatizado, en tanto que en las restantes se mantiene el antiguo sistema de “partes de exhibición” que los exhibidores remiten a un apartado de correos del ICAA y que la SGAE retira semanalmente. Las informaciones de ambas fuentes se suman en un fichero global del que proceden los datos que aquí se ofrecen. Esta información se refiere a la película proyectada, la sala en que se proyecta, la fecha, el número de espectadores y la recaudación de cada sesión. Es decir, los datos que hallará el lector corresponden a un censo de la exhibición cinematográfica en España.

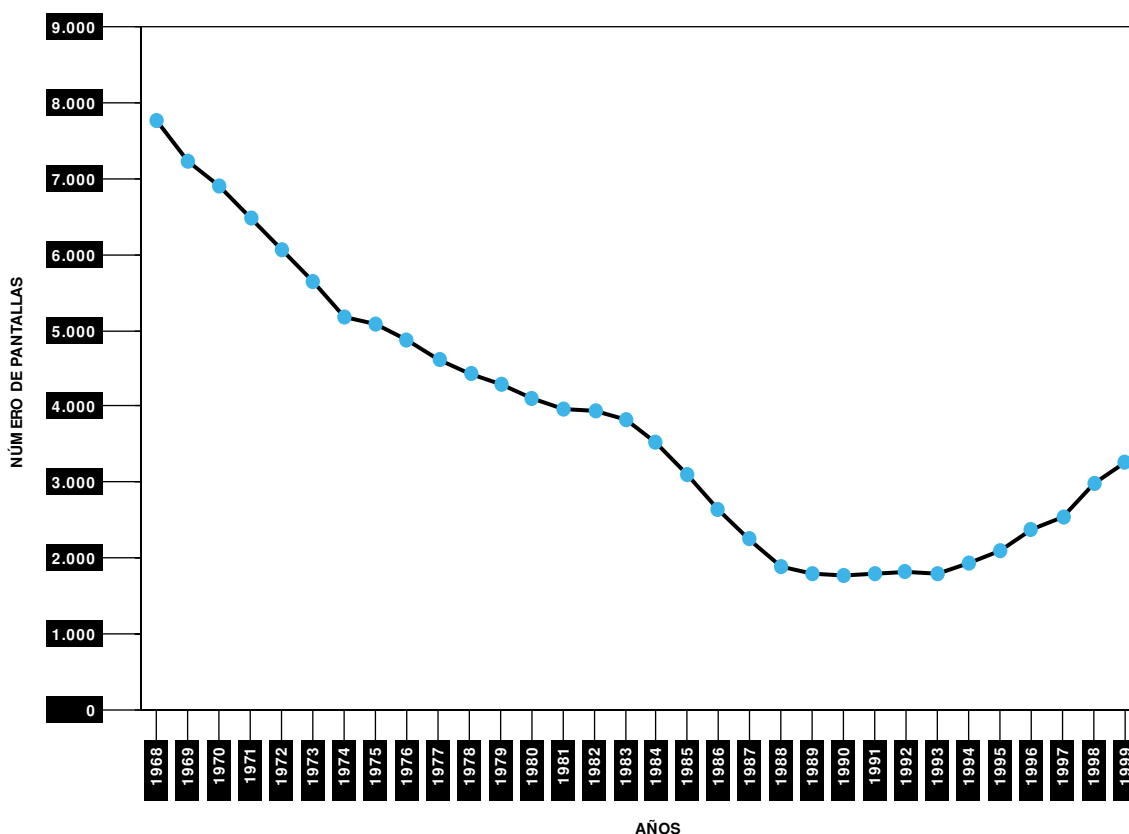
2.2.

El equipamiento para la exhibición: cines, salas y pantallas

Los últimos cinco años vienen registrando un ritmo de crecimiento sostenido en el número de salas/pantallas de proyección. En los años iniciales de la década, llegó a haber menos de 1.800 salas. A partir de 1994, se ha producido una inversión de la tendencia, que ha llevado a que en 1999 se proyectasen películas en 3.257 salas (gráfico 2).

Como nadie ignora en el sector, las nuevas salas responden a un nuevo concepto de lo que ha de ser la sala de proyección y a una adaptación a las nuevas pautas de consumo cinematográfico. De grandes salas en edificios emblemáticos en las grandes avenidas de las ciudades o pueblos, se ha pasado a salas de dimensiones reducidas, con una elevadísima calidad de imagen y sonido, enclavadas en multicines con varias salas que en consecuencia ofrecen más variedad en la oferta de películas. En muchas ocasiones, los grandes cines

GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PANTALLAS



Fuente: De 1968 a 1994: Fernández Blanco, Víctor, *op. cit.*
De 1994 a 1997: Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.
Para 1998 y 1999: SGAE.





anteriores se han reconvertido en complejos multisala, al tiempo que este nuevo concepto se ha extendido a las zonas metropolitanas. En los cuatro últimos años, otro fenómeno ha venido a impulsar el crecimiento del número de salas: los megaplex. Grandes complejos con gran número de salas (más de una decena, por fijar un baremo arbitrario) que se instalan en zonas comerciales, ofreciéndose como una oferta de ocio más dentro del gran complejo comercial, junto a restaurantes, boleras, tiendas, etc., además de servicios añadidos para facilitar el acceso al cine: aparcamientos, teleentradas, guardería, etc. El caso más depurado es Kinépolis, en la madrileña Ciudad de la Imagen (Pozuelo), con 25 salas, que constituye, por sí mismo, un centro de atracción para miles de personas todas las noches, especialmente los fines de semana. Kinépolis es, en la actualidad, el mayor complejo de exhibición de cine de Europa.

La lógica consecuencia de lo anterior es que la identidad cine/pantalla se ha disuelto. Las 3.257 salas se concentran en

A partir de 1994 el número de salas muestra una evolución creciente

TABLA 3. NÚMERO DE CINES Y DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL NÚMERO DE PANTALLAS

| Nº de pantallas por cine | 1995 | | 1997 | | 1999 | |
|------------------------------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | Cines | % | Cines | % | Cines | % |
| De una sola pantalla | 973 | 77,3 | 841 | 68,6 | 846 | 67,5 |
| De 2 pantallas | 83 | 6,6 | 92 | 7,5 | 84 | 6,7 |
| De 3 a 5 pantallas | 144 | 11,4 | 181 | 14,8 | 154 | 12,3 |
| De 6 a 8 pantallas | 49 | 3,9 | 79 | 6,4 | 85 | 6,8 |
| De 8 a 10 pantallas | 10 | 0,8 | 33 | 2,7 | 84 | 6,7 |
| Total cines | 1.259 | 100 | 1.226 | 100 | 1.253 | 100 |
| Número medio de pantallas por cine | 1,7 | | 2,10 | | 2,6 | |

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura. ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales), varios años.

TABLA 4 CINES Y SALAS EN 1999

| Nº de pantallas por cine | CINES | | Salas/pantallas | |
|--------------------------|---------|-------|-----------------|-------|
| | Número | % | Número | % |
| Total | (1.253) | (100) | (3.257) | (100) |
| Una | 846 | 67,5 | 846 | 26,0 |
| Dos | 84 | 6,7 | 168 | 5,2 |
| Tres- cinco | 154 | 12,3 | 578 | 17,7 |
| Seis- ocho | 85 | 8,5 | 578 | 17,7 |
| Nueve- diez | 38 | 3,8 | 653 | 10,8 |
| Más de diez | 46 | 3,7 | 734 | 22,5 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

TABLA 5. PANTALLAS DE CINE CON ACTIVIDAD DURANTE 1999

| | Cines | Pantallas | | Pantallas por complejo | Pantallas x1.000 habit. |
|---------------------|--------------|--------------|------------|------------------------|-------------------------|
| | | nº | % | | |
| Total | 1.253 | 3.257 | 100 | 2,6 | 0,81 |
| Andalucía | 163 | 495 | 15,2 | 3,0 | 0,69 |
| Almería | 17 | 31 | 1,0 | 1,8 | 0,64 |
| Cádiz | 23 | 92 | 2,8 | 4,0 | 0,80 |
| Córdoba | 21 | 49 | 1,5 | 2,3 | 0,77 |
| Granada | 25 | 66 | 2,0 | 2,6 | 0,79 |
| Huelva | 16 | 30 | 0,9 | 1,8 | 0,66 |
| Jaén | 14 | 45 | 1,4 | 3,2 | 0,71 |
| Málaga | 19 | 65 | 2,0 | 3,4 | 0,51 |
| Sevilla | 28 | 117 | 3,6 | 4,1 | 0,68 |
| Aragón | 47 | 77 | 2,4 | 1,6 | 0,64 |
| Huesca | 11 | 13 | 0,4 | 1,1 | 0,61 |
| Teruel | 5 | 6 | 0,2 | 1,2 | 0,45 |
| Zaragoza | 31 | 58 | 1,8 | 1,8 | 0,67 |
| Asturias | 24 | 68 | 2,1 | 2,8 | 0,63 |
| Baleares | 34 | 74 | 2,3 | 2,1 | 0,95 |
| Canarias | 32 | 111 | 3,4 | 3,4 | 0,65 |
| Las Palmas | 15 | 59 | 1,8 | 3,9 | 0,66 |
| Sta. Cruz Tenerife | 17 | 52 | 1,6 | 3,0 | 0,63 |
| Cantabria | 13 | 39 | 1,2 | 3,0 | 0,74 |
| Castilla- La Mancha | 57 | 108 | 3,3 | 1,8 | 0,65 |
| Albacete | 8 | 24 | 0,7 | 3,0 | 0,69 |
| Ciudad Real | 24 | 32 | 1,0 | 1,2 | 0,69 |
| Cuenca | 3 | 8 | 0,2 | 2,6 | 0,41 |
| Guadalajara | 1 | 7 | 0,2 | 7,0 | 0,47 |
| Toledo | 21 | 37 | 1,1 | 1,7 | 0,74 |
| Castilla y León | 82 | 227 | 7,0 | 2,7 | 0,91 |
| Ávila | 11 | 13 | 0,4 | 1,1 | 0,79 |
| Burgos | 10 | 33 | 1,0 | 3,3 | 0,94 |
| León | 19 | 33 | 1,0 | 1,7 | 0,65 |
| Palencia | 5 | 24 | 0,7 | 4,8 | 1,34 |
| Salamanca | 7 | 27 | 0,8 | 3,8 | 0,74 |
| Segovia | 7 | 11 | 0,3 | 1,5 | 0,78 |
| Soria | 4 | 4 | 0,1 | 1,0 | 0,43 |
| Valladolid | 13 | 64 | 2,0 | 4,9 | 1,27 |
| Zamora | 6 | 18 | 0,6 | 3,0 | 0,90 |
| Cataluña | 232 | 615 | 18,8 | 2,6 | 0,99 |
| Barcelona | 132 | 428 | 13,1 | 3,2 | 0,90 |
| Gerona | 35 | 66 | 2,0 | 1,8 | 1,25 |
| Lérida | 24 | 38 | 1,2 | 1,5 | 1,06 |
| Tarragona | 41 | 83 | 2,5 | 2,0 | 1,49 |
| C. Valenciana | 175 | 315 | 9,7 | 1,8 | 0,78 |
| Alicante | 73 | 117 | 3,6 | 1,6 | 0,84 |
| Castellón | 26 | 41 | 1,3 | 1,5 | 0,91 |
| Valencia | 76 | 157 | 4,8 | 2,0 | 0,72 |
| Extremadura | 37 | 86 | 2,6 | 2,3 | 0,81 |
| Badajoz | 25 | 54 | 1,7 | 2,1 | 0,83 |
| Cáceres | 12 | 32 | 1,0 | 2,6 | 0,79 |
| Galicia | 69 | 153 | 4,7 | 2,2 | 0,57 |
| La Coruña | 24 | 72 | 2,2 | 3,0 | 0,66 |
| Lugo | 9 | 22 | 0,7 | 2,4 | 0,60 |
| Orense | 10 | 16 | 0,5 | 1,6 | 0,48 |
| Pontevedra | 26 | 43 | 1,3 | 1,6 | 0,48 |
| La Rioja | 12 | 23 | 0,7 | 1,9 | 0,85 |
| Madrid | 123 | 526 | 16,1 | 4,2 | 1,01 |
| Murcia | 63 | 103 | 3,2 | 1,6 | 0,93 |
| Navarra | 26 | 49 | 1,5 | 1,8 | 0,92 |
| País Vasco | 61 | 176 | 5,4 | 2,8 | 0,85 |
| Álava | 6 | 20 | 0,6 | 3,3 | 0,72 |
| Guipúzcoa | 28 | 62 | 1,9 | 2,2 | 0,93 |
| Vizcaya | 27 | 94 | 2,9 | 3,4 | 0,83 |

Fuente: SGAE.





1.253 cines, tal como refleja la tabla 3, lo que equivale a 2,6 pantallas por cine. Junto al crecimiento de pantallas, se detecta una tendencia muy fuerte al aumento del número de pantallas por cine: en 1995 había 1,7 pantallas por cine.

El desglose del número de pantallas por cine permite extraer algunas conclusiones sobre la evolución del sector. En primer lugar, parece haberse detenido el cierre de salas con una sola pantalla. Todavía quedan 846, en su mayoría (69,7%, es decir, 590) en localidades con menos de 30.000 habitantes. El cambio más relevante en los últimos años es el aumento del número de cines con seis o más pantallas, que ha pasado de 112 en 1997 a 169, tanto por reconversión de los más pequeños como por la apertura de nuevos, con especial incidencia en los centros comerciales.

Como es lógico, el peso fundamental del número de salas se va desplazando año a año hacia los grandes complejos (tabla 4). Más del 20% de las salas están dentro de multicines con más de diez salas. El 28,5%, en los que tienen entre seis y diez salas. Es decir, la mitad de las salas están en “multicines” o megaplex con seis o más salas. Prácticamente todos estos complejos están instalados en poblaciones con más de 30.000 habitantes y en las zonas metropolitanas. Como es lógico, la concentración de pantallas en complejos cada vez más grandes en las zonas más rentables del mercado (urbanas y metropolitanas) hace que la concentración de espectadores y recaudación en estos grandes complejos sea aún mayor que la del número de salas.

Un indicador relativo de la densidad del equipamiento de cine es el de salas/pantallas por mil habitantes. Obviamente, este dato no cambia sustancialmente de un año a otro. Dado el crecimiento del número de pantallas, a escala nacional este dato ha pasado de 0,074 en 1998 a 0,081. Las provincias con una oferta de salas más densa son Gerona, Tarra-

gona, Madrid, Palencia y Valladolid, todas ellas por encima del 0,1. Por el contrario, las provincias más deficitarias suelen ser las que menor densidad de población tienen, combinada con una elevada tasa de población residente en localidades muy pequeñas: Teruel, Cuenca, Guadalajara, Soria, Orense y Pontevedra, todas ellas por debajo de 0,05 salas por 1.000 habitantes (tabla 5). En los anexos 1 y 2 se recogen las principales salas y complejos multisalas según el número de espectadores y recaudación.

2.3. La utilización de las pantallas. El número de sesiones

El sustancial incremento en el número de entradas vendidas (17,5%) y de recaudación (22%) se ha apoyado no solo en el aumento del número de pantallas y su modernización, sino también en una considerable intensificación en su utilización. Durante 1999, se pasaron 2.917.393 sesiones de cine, lo que supone 895,7 sesiones por pantalla y, en cada una, 2,4 sesiones al día.

En comparación con 1997 y 1998, esto representa un considerable incremento en el empleo de la infraestructura de proyección, que está alcanzando un nivel intensivo, tal como evidencian los siguientes datos:

| | 1997 | 1998 | 1999 |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Número de sesiones | 1.581.876 | 1.887.220 | 2.917.393 |
| Sesiones por pantalla | 620,1 | 631,6 | 895,7 |
| Sesiones pantalla/día | 1,7 | 1,7 | 2,4 |
| Sesiones por mil habitantes | 39,4 | 47,0 | 72,8 |

La utilización de las pantallas aparece muy polarizada. Casi el 20% de las pantallas (628) vendieron menos de 15.000 entradas el pasado año, y no llegaron a emplearse, por término medio, siquiera en una proyección diaria, lo que hace temer que la reconversión de las pantallas de cine –es decir, el cierre de

TABLA 6. PANTALLAS Y SESIONES, SEGÚN EL NÚMERO DE ENTRADAS VENDIDAS EN 1999

| Entradas vendidas | Pantalla | | Sesiones | | Media de sesiones por pantalla | Sesiones/pantalla/día |
|----------------------|----------|------|-----------|------|--------------------------------|-----------------------|
| | Nº | % | Nº | % | | |
| Total | 3.257 | 100 | 2.917.393 | 100 | 895,7 | 2,4 |
| Hasta 5.000 | 329 | 10,1 | 34.559 | 1,2 | 105,0 | 0,3 |
| De 5.001 a 15.000 | 299 | 9,2 | 101.009 | 3,5 | 337,8 | 6,9 |
| De 15.001 a 25.000 | 844 | 25,9 | 648.024 | 22,2 | 767,8 | 2,1 |
| De 25.001 a 50.000 | 935 | 28,7 | 1.054.584 | 36,1 | 1127,9 | 3,1 |
| De 50.001 a 100.000 | 628 | 19,3 | 787.765 | 27,0 | 1254,4 | 3,4 |
| De 100.001 a 200.000 | 202 | 6,2 | 264.223 | 9,1 | 1308,0 | 3,6 |
| Más de 200.000 | 20 | 0,6 | 27.229 | 0,9 | 1361,4 | 3,7 |

Fuente: SGAE.





las menos rentables— todavía prosiga. Dos proyecciones diarias registraron las pantallas que tuvieron entre 15.000 y 25.000 espectadores, que equivalen al 25,9%. En el 54,8% restante se han vendido más de 25.000 entradas, para lo que han sido precisas entre tres y cuatro sesiones al día. Cabe pensar, por tanto, que estas salas han alcanzado un considerable nivel de optimización en su uso, y que están superando ampliamente sus umbrales de rentabilidad.

La intensidad de uso de las salas según el tipo de cine también cambia sustancialmente, desde el cine de una sala hasta el megaplex (tabla 7). Los cines de una sala prácticamente pasan una sesión diaria por término medio. Los que tienen dos salas emplean sus pantallas dos veces al día. A partir de las tres salas, se produce un salto considerable, oscilando entre 2,8 y 3,4 sesiones al día. Esto quiere decir que los multicines

han entrado en una etapa de utilización intensiva, seguramente óptima, de sus instalaciones, con entre tres y cuatro pases diarios. Este empleo intensivo de las infraestructuras está produciendo que los dos tercios (65,8%) de la “oferta” de cine (medida en sesiones) se estén concentrando en multicines con más de seis pantallas.

Por provincias, la distribución de las sesiones tiene bastante que ver, como es lógico, con las entradas vendidas. No obstante, algunos indicadores permiten conocer mejor la “oferta” de cine, medida en sesiones (tabla 8):

- Durante 1999, se proyectaron 72,85 sesiones por cada 1.000 habitantes. Pero bajo tal indicador se esconden grandes diferencias.
- Se superaron las 85 sesiones por 1.000 habitantes en Cádiz, Burgos, Palencia, Valladolid, Barcelona, Gerona, Tarragona, Madrid, Guipúzcoa y Vizcaya.

El nuevo episodio de la saga *Star Wars* consiguió el primer puesto en las pantallas españolas. Cedida por Twentieth Century Fox



TABLA 7. SESIONES SEGÚN NÚMERO DE PANTALLAS EN LOS CINES EN 1999

| Número de pantallas por cine | Cines | Pantallas en total | Sesiones | % | Sesiones por pantalla | Sesiones por sala y día |
|------------------------------|--------------|--------------------|------------------|------------|-----------------------|-------------------------|
| Una | 846 | 846 | 285.298 | 9,8 | 337,2 | 0,9 |
| Dos | 84 | 168 | 126.777 | 4,1 | 718,9 | 2,0 |
| Tres- cinco | 154 | 578 | 590.682 | 20,2 | 1.021,9 | 2,8 |
| Seis- ocho | 85 | 578 | 636.364 | 21,8 | 1.101,0 | 3,0 |
| Nueve- diez | 38 | 353 | 432.662 | 14,8 | 1.225,7 | 3,4 |
| Más de diez | 46 | 734 | 851.610 | 29,2 | 1.160,2 | 3,2 |
| Total | 1.253 | 3.257 | 2.917.393 | 100 | 895,7 | 2,4 |

Fuente: SGAE.





TABLA 8. SESIONES EN 1999

| CCAA/ Provincia | Sesiones 1998 | | Media de sesiones por pantalla | Media de sesión x 1.000 habitantes |
|----------------------------|------------------|-------------|--------------------------------|------------------------------------|
| | Nº | % | | |
| Total | 2.917.393 | 100 | 895,7 | 72,85 |
| Andalucía | 476.198 | 16,3 | 962,0 | 66,12 |
| Almería | 26.154 | 0,9 | 843,7 | 53,98 |
| Cádiz | 98.458 | 3,4 | 1.070,2 | 85,41 |
| Córdoba | 40.981 | 1,4 | 836,3 | 64,14 |
| Granada | 39.827 | 1,4 | 603,4 | 47,55 |
| Huelva | 18.069 | 0,6 | 602,3 | 39,68 |
| Jaén | 35.179 | 1,2 | 781,8 | 55,64 |
| Málaga | 78.196 | 2,7 | 1.203,0 | 61,19 |
| Sevilla | 139.334 | 4,8 | 1.190,9 | 80,90 |
| Aragón | 68.448 | 2,3 | 888,9 | 56,56 |
| Huesca | 4.961 | 0,2 | 381,6 | 23,40 |
| Teruel | 2.894 | 0,1 | 482,3 | 21,79 |
| Zaragoza | 60.593 | 2,1 | 1.044,7 | 70,02 |
| Asturias | 58.106 | 2,0 | 854,5 | 54,05 |
| Baleares | 40.601 | 1,4 | 548,7 | 52,10 |
| Canarias | 129.345 | 4,4 | 1.165,3 | 75,57 |
| Las Palmas | 70.759 | 2,4 | 1.199,3 | 79,64 |
| Sta. Cruz Tenerife | 58.586 | 2,0 | 1.126,7 | 71,17 |
| Cantabria | 27.224 | 0,9 | 698,1 | 51,63 |
| Castilla- La Mancha | 54.118 | 1,9 | 501,1 | 32,68 |
| Albacete | 22.037 | 0,8 | 918,2 | 63,68 |
| Ciudad Real | 9.531 | 0,3 | 297,8 | 20,53 |
| Cuenca | 5.390 | 0,2 | 673,8 | 27,89 |
| Guadalajara | 7.464 | 0,3 | 1.066,3 | 49,62 |
| Toledo | 9.696 | 0,3 | 262,1 | 19,33 |
| Castilla y León | 194.377 | 6,7 | 856,3 | 77,74 |
| Ávila | 6.324 | 0,2 | 486,5 | 38,55 |
| Burgos | 30.574 | 1,0 | 926,5 | 87,40 |
| León | 26.529 | 0,9 | 803,9 | 52,61 |
| Palencia | 17.216 | 0,6 | 717,3 | 96,29 |
| Salamanca | 24.137 | 0,8 | 894,0 | 66,27 |
| Segovia | 3.510 | 0,1 | 319,1 | 24,89 |
| Soria | 1.628 | 0,1 | 407,0 | 17,59 |
| Valladolid | 69.551 | 2,4 | 1.086,7 | 137,56 |
| Zamora | 14.908 | 0,5 | 828,2 | 74,55 |
| Cataluña | 614.335 | 21,1 | 998,9 | 98,78 |
| Barcelona | 475.248 | 16,3 | 1.110,4 | 99,50 |
| Gerona | 52.986 | 1,8 | 802,8 | 100,10 |
| Lérida | 20.806 | 0,7 | 547,5 | 58,12 |
| Tarragona | 65.295 | 2,2 | 786,7 | 117,59 |
| C. Valenciana | 216.574 | 7,4 | 687,5 | 53,54 |
| Alicante | 71.143 | 2,4 | 608,1 | 50,88 |
| Castellón | 27.064 | 0,9 | 660,1 | 59,90 |
| Valencia | 118.367 | 4,1 | 753,9 | 53,93 |
| Extremadura | 54.630 | 1,9 | 635,2 | 51,69 |
| Badajoz | 33.630 | 1,2 | 622,8 | 51,60 |
| Cáceres | 21.000 | 0,7 | 656,3 | 51,84 |
| Galicia | 146.615 | 5,0 | 958,3 | 54,54 |
| La Coruña | 78.532 | 2,7 | 1.090,7 | 71,95 |
| Lugo | 21.880 | 0,7 | 994,5 | 59,84 |
| Orense | 11.545 | 0,4 | 721,6 | 34,48 |
| Pontevedra | 34.658 | 1,2 | 806,0 | 38,68 |
| La Rioja | 15.061 | 0,5 | 654,8 | 55,78 |
| Madrid | 575.434 | 19,7 | 1.094,0 | 109,95 |
| Murcia | 48.828 | 1,7 | 474,1 | 44,18 |
| Navarra | 24.196 | 0,8 | 493,8 | 45,47 |
| País Vasco | 170.048 | 5,8 | 966,2 | 82,11 |
| Álava | 19.201 | 0,7 | 960,0 | 69,17 |
| Guipúzcoa | 58.035 | 2,0 | 936,0 | 87,24 |
| Vizcaya | 92.812 | 3,2 | 987,4 | 82,28 |

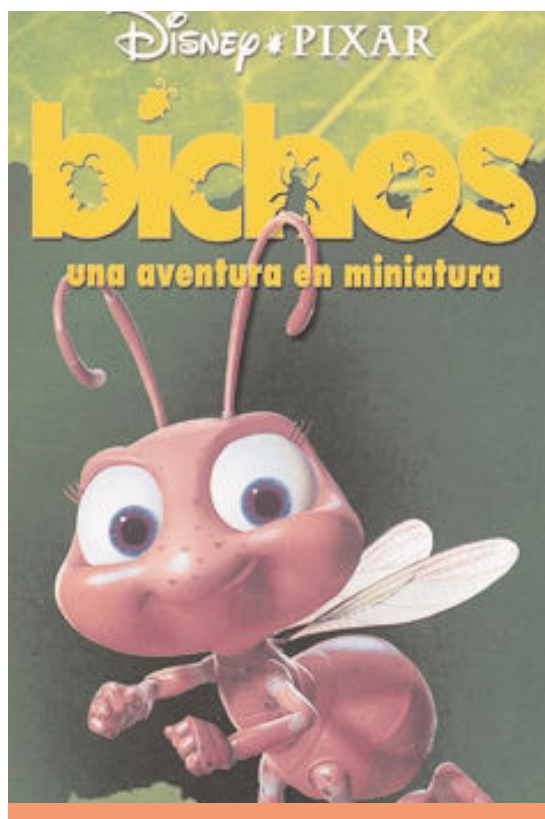
Fuente: SGAE.

- No llegaron a las 50 sesiones por 1.000 habitantes en Granada, Huelva, Teruel, Huesca, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Toledo, Ávila, Segovia, Soria, Orense, Pontevedra, Murcia y Navarra.
- De esta forma, Madrid y Cataluña, conjuntamente, supusieron más del 40% de la oferta de sesiones cinematográficas.

2.4. Las entradas vendidas

Entre 1998 y 1999, los datos de asistencia al cine han experimentado un considerable incremento, tanto en términos absolutos como relativos. Se ha pasado de 107,468 millones de entradas vendidas en 1998 a 126,326 en 1999, es decir, un crecimiento del 17,5%. En términos relativos, se ha pasado de una frecuencia de asistencia al cine de 2,68 a 3,15, dato éste seguramente más revelador que el anterior. Así, 1999 ha representado el más acusado tirón al alza de la asistencia al cine desde que en 1988 se tocara fondo, como muestran los gráficos 3 y 4.

Entre 1998 y 1999, los datos de asistencia al cine han experimentado un considerable incremento



Bichos, otro éxito del cine infantil. Cedita por Buenavista Home Entertainment



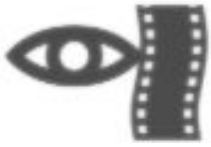
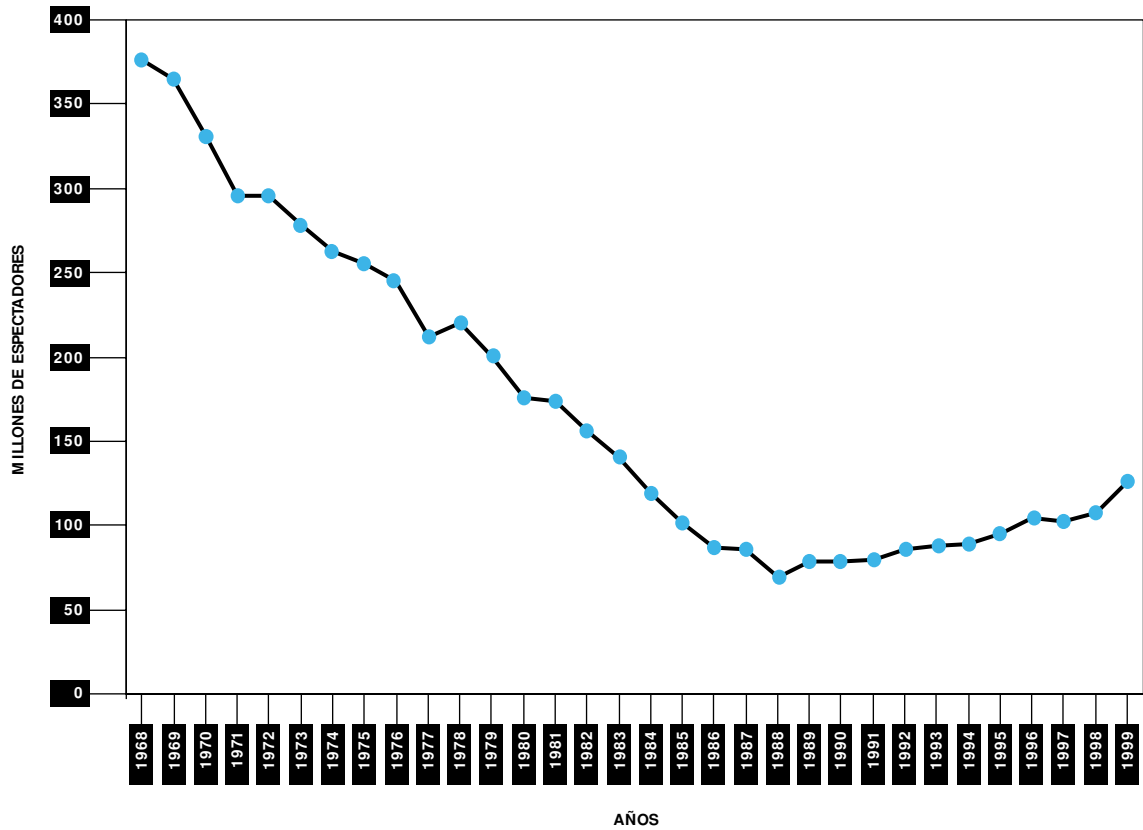
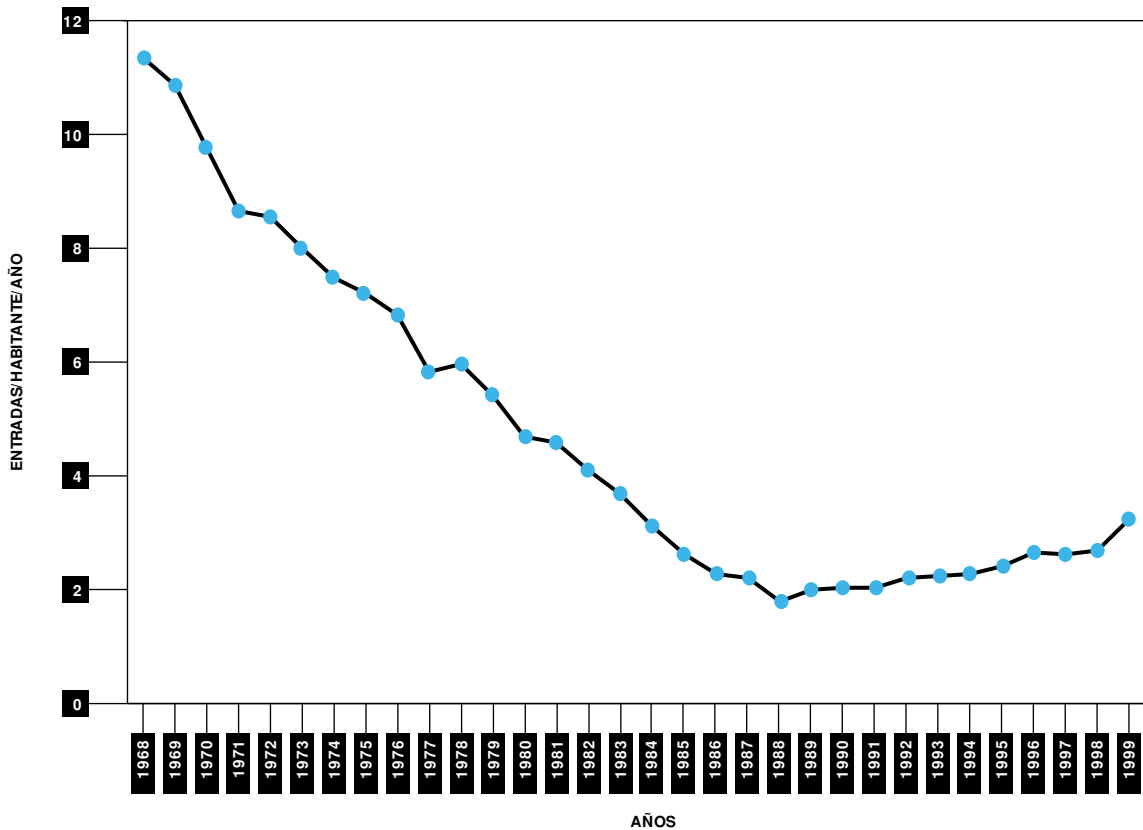


GRÁFICO 3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES ENTRE 1968 Y 1999



Fuente: De 1968 a 1993: Fernández Blanco, Víctor, *op.cit.*
De 1994 a 1997: ICAA.
Para 1998 y 1999: SGAE.

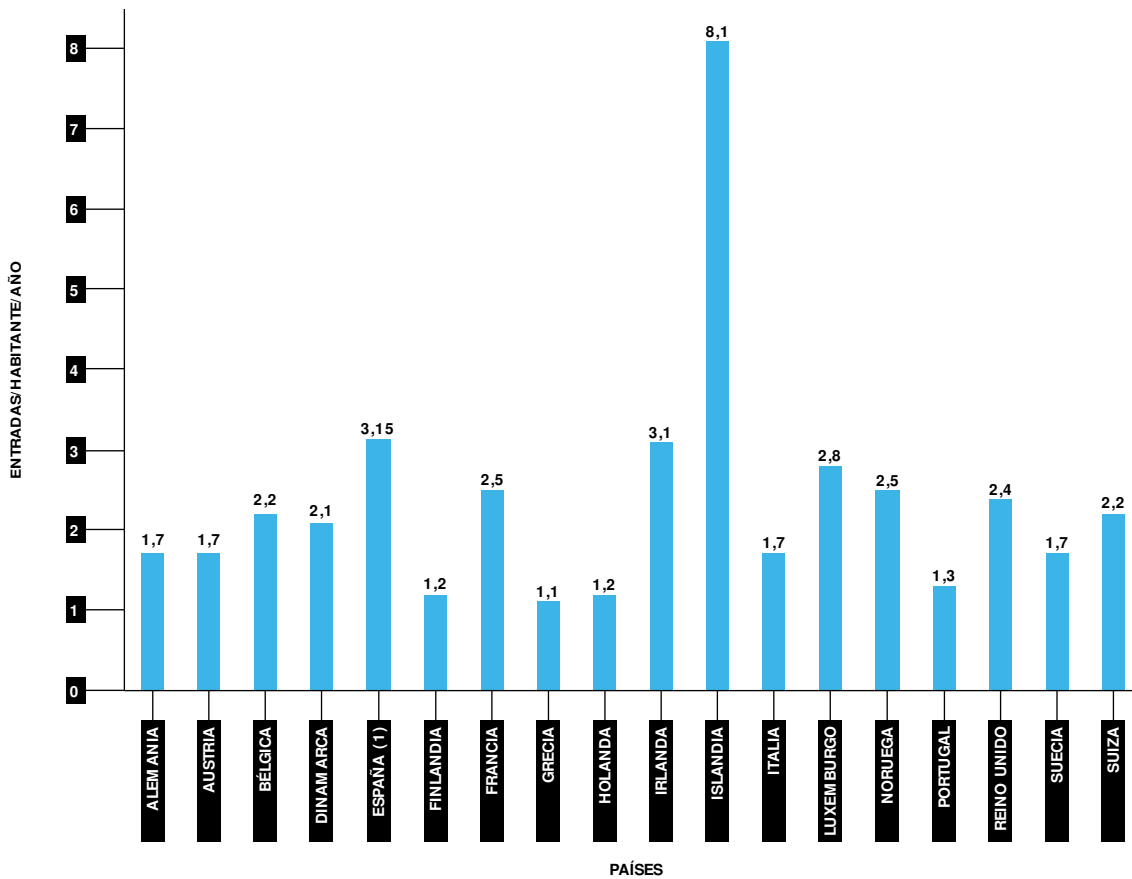
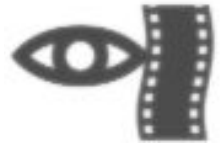
GRÁFICO 4. FRECUENCIA DE ASISTENCIA ENTRE 1968 Y 1999



Fuente: De 1968 a 1995: Fernández Blanco, Víctor, *op.cit.*
De 1995 a 1999, elaboración propia.



GRÁFICO 5. FRECUENCIA DE ASISTENCIA AL CINE EN EUROPA



Fuente: Informe de Cinema d'Europa Media Sales, *op.cit.*
 1 Para España: Elaboración a partir de datos de la SGAE.

En comparación con otros países europeos, y hecha la salvedad de la dificultad de obtener datos actualizados sobre este tema –la información disponible de otros países corresponde a 1996–, España aparece en estos momentos entre los países en los que la asistencia al cine por habitante y año es más elevada, a un nivel similar a Francia, Reino Unido, Irlanda, Noruega o Luxemburgo (gráfico 5), aunque a distancia de los países anglosajones no europeos: Estados Unidos, Canadá, Nueva Zelanda, Australia.

Este crecimiento se está produciendo, como es conocido por otras investigaciones¹,

¹ Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural. Fundación Autor, 2000.

como consecuencia del elevado interés por el cine de un segmento de la población en la que confluyen varias características: elevados estudios, edades inferiores a los 25/30 años, de clase alta y media alta, residentes en zonas urbanas y metropolitanas (tabla 9).

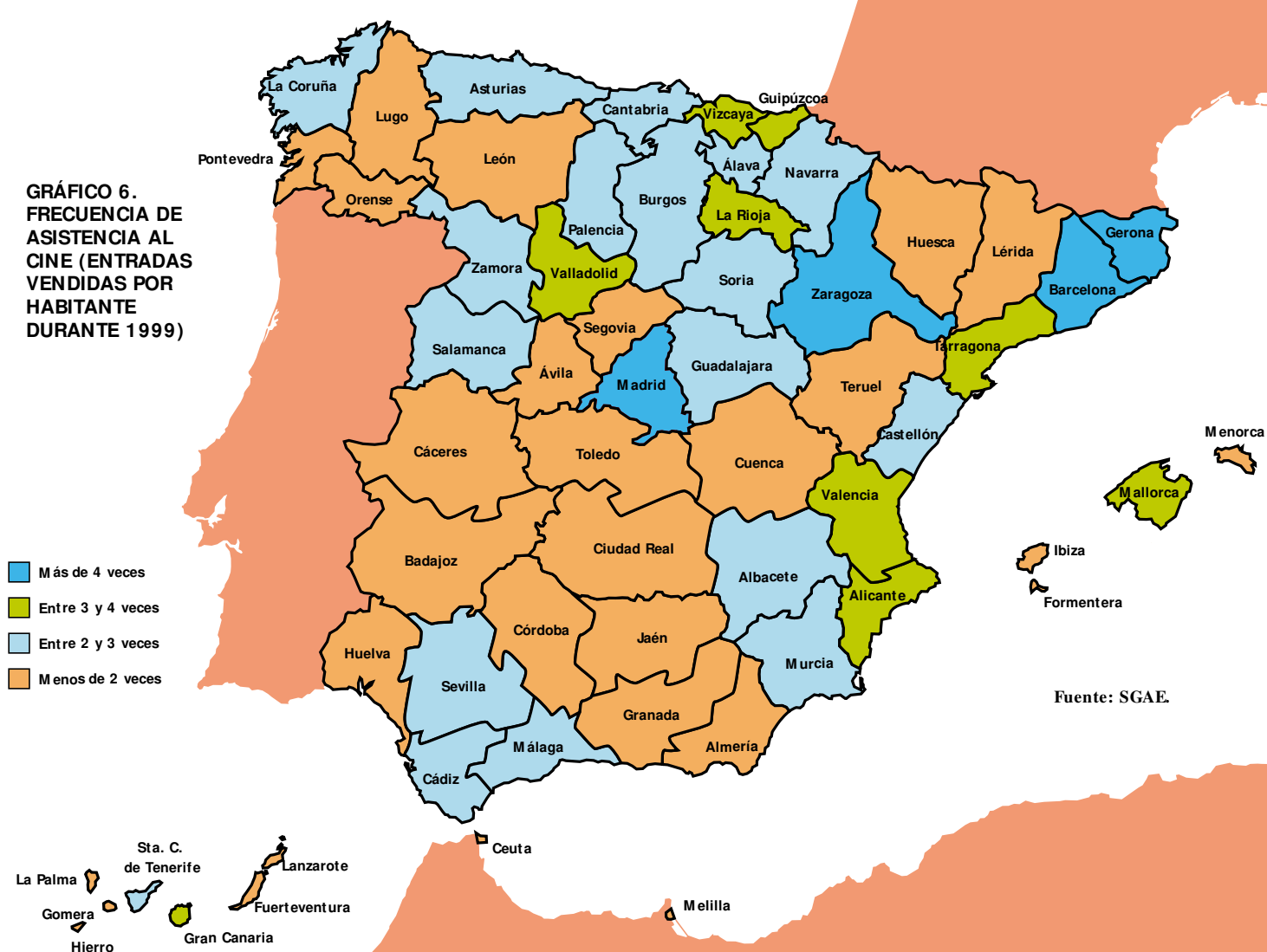
Pues bien, los datos de entradas vendidas según localización de las salas en función del hábitat sugieren una evolución interesante. Mientras que los segmentos más específicamente urbanos y metropolitanos intensifican su asistencia al cine, se ha producido un crecimiento relevante fuera de las zonas metropolitanas. Conviene señalar que aquí hay un “reflejo” que puede inducir a error. Ocurre que se están instalando multi-

| TABLA 9. CARACTERIZACIÓN SOCIOLÓGICA DE LOS ASISTENTES AL CINE (%) | |
|--|--|
| VAN AL CINE MÁS DE TRES VECES AL MES | NO VAN AL CINE PRÁCTICAMENTE NUNCA |
| Media | Media |
| Quienes tienen entre 14 y 19 años | Los mayores de 65 años |
| Los que tienen entre 21 y 24 años | Entre 55 y 65 años |
| De 25 a 34 años | De 45 a 54 años |
| Clase alta y media alta | Clase social baja |
| Clase media - media | Clase social media baja |
| Quienes tienen estudios superiores | Quienes no tienen estudios |
| Los que tienen estudios universitarios medios | Los que tienen estudios primarios |
| | Quienes viven en hábitats rurales (menos de 30.000 habitantes) |

Fuente: Informe sobre hábitos de consumo cultural. Fundación Autor, 2000.



GRÁFICO 6.
FRECUCIA DE
ASISTENCIA AL
CINE (ENTRADAS
VENDIDAS POR
HABITANTE
DURANTE 1999)



Fuente: SGAE.

cines en ciudades relativamente pequeñas limítrofes a áreas metropolitanas, lo que lleva a un “efecto” estadístico que apunta a un crecimiento de la asistencia fuera de dichas áreas. En todo caso, aunque hay mucho de este efecto, los datos recogidos en la tabla 10 parecen lo suficientemente concluyentes como para afirmar que segmentos de población que hasta ahora no asistían al cine empiezan a hacerlo.

Por lo que se refiere a los datos de asistencia al cine por provincias, puede decirse que Madrid y Barcelona siguen acaparando el 37% por sí solas, tanto por su peso demográfico como por los elevados índices de asistencia que se registran en ambas provincias.

Zaragoza, que mantiene una tasa de asistencia por habitante muy elevada, la única comparable a Madrid y Barcelona, aporta un 3,0%; Valencia, un 6,3%, y Sevilla, un 3,5. Es decir, en estas cinco provincias se concentra la mitad del mercado cinematográfico español (tabla 11).

La asistencia al cine es muy dispar geográficamente (gráfico 6). Por encima de cuatro veces al año por habitante solo aparecen Madrid, Barcelona, Zaragoza, Gerona, y, rozando este nivel (3,9), Guipúzcoa y Tarragona. Entre tres y cuatro veces, un número pequeño de provincias: Vizcaya, Valencia, Valladolid, Baleares, Las Palmas, Alicante, Rioja y Salamanca. Es decir, los niveles que podríamos

TABLA 10. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES (ENTRADAS VENDIDAS), SEGÚN HÁBITAT

| | 1997 | | 1998 | | 1999 | | Variación 98/99 % |
|-----------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|-------------|----------------------|
| | (Miles) | % | (Miles) | % | (Miles) | % | |
| TOTAL | 102.498 | 100,0 | 107.468 | 100,0 | 126.326 | 100 | 17,5 |
| Zonas metropolitanas | 61.658 | 60,2 | 67.038 | 62,4 | 72.039 | 57,1 | 7,5 |
| De 30 a 200 mil | 27.043 | 26,4 | 26.084 | 24,3 | 36.484 | 28,9 | 39,9 |
| De 10 a 30 mil | 7.104 | 6,9 | 7.590 | 7,1 | 9.079 | 7,2 | 19,6 |
| De 5 a 10 mil | 2.696 | 2,6 | 2.772 | 2,6 | 3.223 | 2,6 | 16,3 |
| Menos de 5 mil | 3.998 | 3,9 | 3.984 | 3,7 | 5.401 | 4,3 | 35,6 |

Fuente: SGAE.




TABLA 11. ENTRADAS VENDIDAS EN 1999

| CCAA/ PROVINCIA | ENTRADAS VENDIDAS | | Media espectadores/pantalla | Media espectadores/sesión | Frecuencia de asistencia |
|----------------------|-------------------------|--------------|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| | Espectadores (Miles) | % | | | |
| TOTAL | 126.236.500 | 100,0 | 38.758,5 | 43,27 | 3,1 |
| Andalucía | 15.926.420 | 12,6 | 32.174,6 | 33,44 | 2,2 |
| Almería | 803.208 | 0,6 | 25.909,9 | 30,71 | 1,6 |
| Cádiz | 2.839.525 | 2,2 | 30.864,4 | 28,84 | 2,4 |
| Córdoba | 1.218.800 | 1,0 | 24.873,5 | 29,74 | 1,9 |
| Granada | 1.609.564 | 1,3 | 24.387,3 | 40,41 | 1,9 |
| Huelva | 690.194 | 0,5 | 23.006,5 | 38,20 | 1,5 |
| Jaén | 998.253 | 0,8 | 22.183,4 | 28,38 | 1,5 |
| Málaga | 3.331.900 | 2,6 | 51.260,0 | 42,61 | 2,6 |
| Sevilla | 4.434.971 | 3,5 | 37.905,7 | 31,83 | 2,5 |
| Aragón | 4.245.734 | 3,4 | 55.139,4 | 62,03 | 3,5 |
| Huesca | 359.303 | 0,3 | 27.638,7 | 72,43 | 1,6 |
| Teruel | 161.267 | 0,1 | 26.877,8 | 55,72 | 1,2 |
| Zaragoza | 3.725.164 | 3,0 | 64.227,0 | 61,48 | 4,3 |
| Asturias | 2.349.944 | 1,9 | 34.558,0 | 40,44 | 2,1 |
| Baleares | 2.606.243 | 2,1 | 35.219,5 | 64,19 | 3,3 |
| Canarias | 4.817.017 | 3,8 | 43.396,6 | 37,27 | 2,8 |
| Las Palmas | 2.774.878 | 2,2 | 47.031,8 | 39,22 | 3,1 |
| Sta. Cruz Tenerife | 2.042.139 | 1,6 | 39.271,9 | 34,86 | 2,4 |
| Cantabria | 1.391.252 | 1,1 | 35.673,1 | 51,10 | 2,6 |
| Castilla- La Mancha | 2.838.285 | 2,2 | 26.280,4 | 52,45 | 1,7 |
| Albacete | 850.396 | 0,7 | 35.432,8 | 38,59 | 2,4 |
| Ciudad Real | 697.796 | 0,6 | 21.806,1 | 73,21 | 1,5 |
| Cuenca | 292.302 | 0,2 | 36.537,8 | 54,23 | 1,5 |
| Guadalajara | 326.989 | 0,3 | 46.712,7 | 43,81 | 2,1 |
| Toledo | 670.812 | 0,5 | 18.130,1 | 69,18 | 1,3 |
| Castilla y León | 6.258.906 | 5,0 | 27.572,3 | 32,20 | 2,5 |
| Ávila | 258.728 | 0,2 | 19.902,2 | 40,91 | 1,5 |
| Burgos | 1.000.817 | 0,8 | 30.327,8 | 32,73 | 2,8 |
| León | 932.793 | 0,7 | 28.266,5 | 35,16 | 1,8 |
| Palencia | 400.297 | 0,3 | 16.679,0 | 23,25 | 2,2 |
| Salamanca | 1.092.731 | 0,9 | 40.471,5 | 45,27 | 3,0 |
| Segovia | 260.041 | ,2 | 23.640,1 | 74,09 | 1,8 |
| Soria | 192.229 | ,2 | 48.057,3 | 118,08 | 2,0 |
| Valladolid | 1.637.847 | 1,3 | 25.591,4 | 23,55 | 3,2 |
| Zamora | 483.423 | ,4 | 26.856,8 | 32,43 | 2,4 |
| Cataluña | 26.164.230 | 20,7 | 42.543,5 | 42,59 | 4,0 |
| Barcelona | 21.115.770 | 16,7 | 49.335,9 | 44,43 | 4,4 |
| Gerona | 2.143.447 | 1,7 | 32.476,5 | 40,45 | 4,0 |
| Lérida | 710.469 | 0,6 | 18.696,6 | 34,15 | 1,9 |
| Tarragona | 2.194.545 | 1,7 | 26.440,3 | 33,61 | 3,9 |
| Comunidad Valenciana | 13.679.070 | 10,8 | 43.425,6 | 63,16 | 3,3 |
| Alicante | 4.320.937 | 3,4 | 36.931,1 | 60,74 | 3,0 |
| Castellón | 1.347.099 | 1,1 | 32.856,1 | 49,77 | 2,9 |
| Valencia | 8.011.32 | 6,3 | 51.025,7 | 67,68 | 3,6 |
| Extremadura | 2.061.710 | 1,6 | 23.973,4 | 37,74 | 1,9 |
| Badajoz | 1.254.709 | 1,0 | 23.235,4 | 37,31 | 1,9 |
| Cáceres | 807.001 | 0,6 | 25.218,8 | 38,43 | 1,9 |
| Galicia | 5.161.319 | 4,1 | 33.734,1 | 35,20 | 1,9 |
| La Coruña | 2.880.115 | 2,3 | 40.001,6 | 36,67 | 2,6 |
| Lugo | 700.201 | 0,6 | 31.827,3 | 32,00 | 1,9 |
| Orense | 327.409 | ,3 | 20.463,1 | 28,36 | 0,9 |
| Pontevedra | 1.253.594 | 1,0 | 29.153,3 | 36,17 | 1,3 |
| La Rioja | 829.628 | ,7 | 36.070,8 | 55,08 | 3,0 |
| Madrid | 25.599.590 | 20,3 | 48.668,4 | 44,49 | 4,8 |
| Murcia | 3.091.952 | 2,4 | 30.019,0 | 63,32 | 2,7 |
| Navarra | 1.520.523 | 1,2 | 31.031,1 | 62,84 | 2,8 |
| País Vasco | 7.539.676 | 6,0 | 42.839,1 | 44,34 | 3,6 |
| Álava | 831.400 | ,7 | 41.570,0 | 43,30 | 2,9 |
| Guipúzcoa | 2.626.583 | 2,1 | 42.364,2 | 45,26 | 3,9 |
| Vizcaya | 4.081.693 | 3,2 | 43.422,3 | 43,98 | 3,6 |

Fuente: SGAE.





Santiago Segura
y El Gran Wyoming
en *Muertos de risa*,
de Alex de la Iglesia.
Cedida por Telecinco

considerar altos se concentran en las zonas más desarrolladas: Madrid, la zona mediterránea, desde Alicante a Francia, el eje del Ebro (incluyendo Guipúzcoa) y Las Palmas. En tanto que los niveles de asistencia de Andalucía, Extremadura, la mayor parte de Castilla y León, Castilla-La Mancha y Aragón fuera de Zaragoza, son, sin paliativos, muy bajos.

Los datos sobre entradas vendidas en función del tipo de cine permiten obtener algunas conclusiones de interés. En primer lugar, que los grandes cines de una sola pantalla obtienen un porcentaje de espectadores superior al de sesiones (15,2% frente a 9,8%), lo que se explica por sus grandes aforos y por el reducido número de sesiones, que permite “concentrar” espectadores un día de la semana en poblaciones pequeñas o intermedias. El resto de los multicines, según sus dimensiones, mantienen la proporcionalidad entre sesiones y espectadores. Esto es, más del 60% de las entradas se han vendido en locales con más de seis pantallas. Por otra parte, es revelador el creciente número de espectadores por pantalla según crece el número de pantallas del multicine, lo que es explicable desde la lógica de la utilización intensiva de la infraestructura. De este modo, a los cines de una sala acudieron, por término medio, 22.694 espec-

tadores, mientras que en los que tienen más de seis salas esta cifra por pantalla se duplica largamente, como puede apreciarse en la tabla 12.

2.5. La estacionalidad de la asistencia al cine

La asistencia al cine tiene una peculiar estacionalidad, que hace que casi todos los meses se sitúen alrededor de 8/9% de las cifras globales anuales, con dos excepciones: los meses de primavera disminuyen sensiblemente, ya que aparecen otras actividades de ocio al aire libre que atraen a parte de los consumidores, y las navidades, que atraen a una audiencia familiar a ver películas infantiles. El descenso de la primavera se compensa en julio-agosto, con los cines de verano. Es ésta una estacionalidad tipo, ya que el cine es extremadamente sensible a los “acontecimientos” cinematográficos. Así, el estreno de *Titanic* llevó al alza los primeros meses de 1998. Y en 1999, *La Guerra de las Galaxias-Episodio I* ha movido el patrón anual haciendo de agosto, septiembre y octubre meses de elevadas taquillas (gráfico 7).

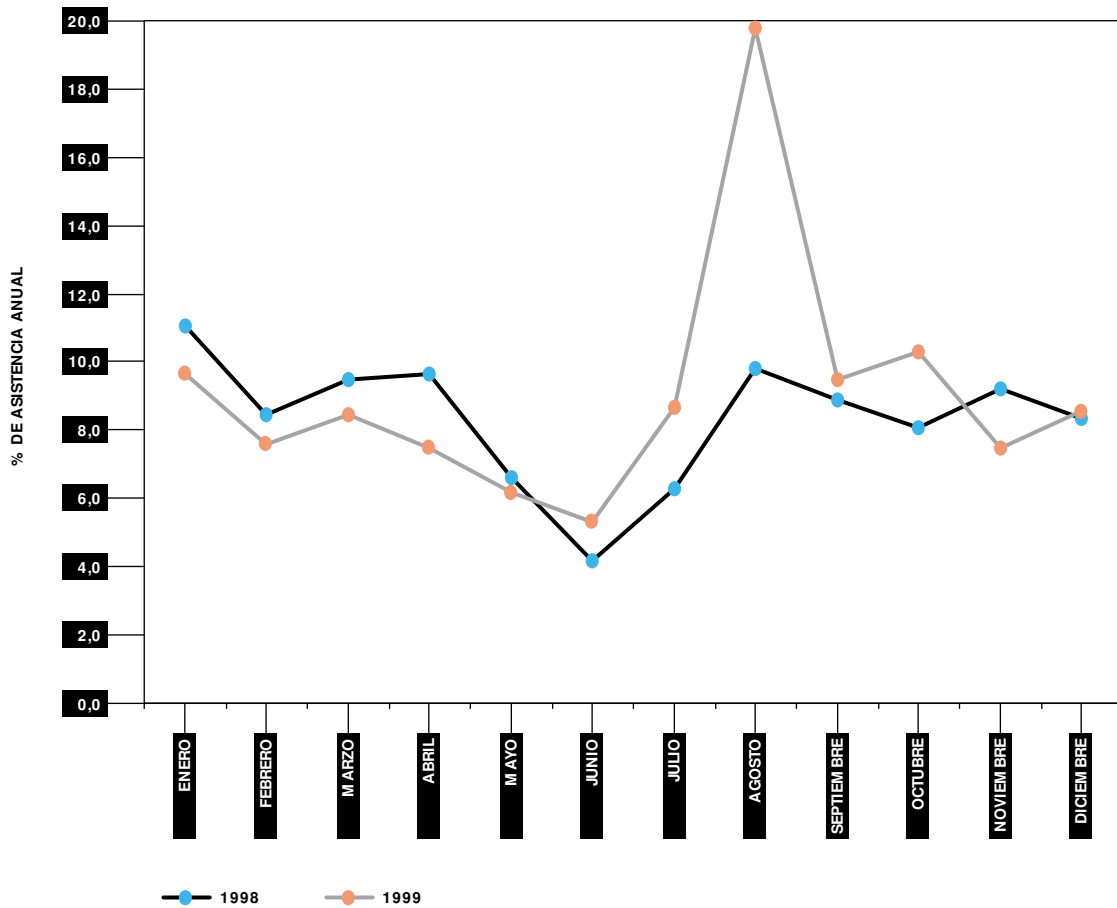
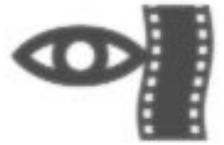
TABLA 12. ENTRADAS VENDIDAS SEGÚN EL NÚMERO DE PANTALLAS DE LOS CINES

| Pantallas por cine | Cines | Pantallas | Sesiones (%) | Número | Espectadores | |
|--------------------|----------------|----------------|--------------------|----------------------|--------------|--------------|
| | | | | | (%) | Por pantalla |
| 1 | 846 | 846 | 9,8 | 19.198.760 | 15,2 | 22.694 |
| 2 | 84 | 168 | 4,1 | 4.891.621 | 3,9 | 29.117 |
| 3-5 | 154 | 578 | 20,2 | 21.9563.330 | 17,4 | 37.987 |
| 6-8 | 85 | 578 | 21,8 | 25.803.510 | 20,4 | 44.643 |
| 9-10 | 38 | 353 | 14,8 | 18.842.380 | 14,9 | 53.378 |
| Más de 10 | 46 | 734 | 29,2 | 35.543.930 | 28,2 | 48.425 |
| Total | (1.253) | (3.257) | (2.917.393) | (126.236.500) | 100,0 | - |

Fuente: SGAE.



GRÁFICO 7. ESTACIONALIDAD DE LA ASISTENCIA AL CINE EN 1998 Y 1999. (% ESPECTADORES SOBRE EL TOTAL ANUAL).

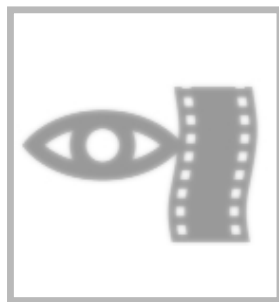


Fuente: SGAE



Nadie conoce a nadie, de Mateo Gil. Cedida por Warner Sogefilms





CINE

3. LA RECAUDACIÓN

3.1. Datos globales

TABLAS

Tabla 13. Recaudación según hábitat entre 1997 y 1999

Tabla 14. Datos generales de recaudación en 1999

Tabla 15. Recaudación según el número de pantallas de los cines

GRÁFICOS

Gráfico 8. Evolución de la recaudación anual

Gráfico 9. Precio de las entradas en Europa

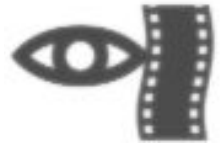
Gráfico 10. Gasto por persona en cine en Europa

Gráfico 11. Gasto por persona en cine en España en 1999

Gráfico 12. Precio de las entradas por comunidades autónomas

3

LA RECAUDACIÓN



3.1.

Datos globales

Durante 1999, la recaudación² ascendió a 80.341.710.000 pta. Este dato representa un fuerte crecimiento tanto en términos absolutos como relativos dentro de la tónica ascendente de los últimos años, como puede apreciarse en el gráfico 8. Visto con más detenimiento, este dato supone:

- Un aumento del 22,1% en relación con 1998.

Teniendo en cuenta que el aumento del número de espectadores ha sido del 17,5%, y que el incremento del IPC se ha situado en torno al 3%, esto supone que ha habido un

incremento en el precio de las entradas por encima del IPC. Es una tónica que también se viene manteniendo en los últimos años.

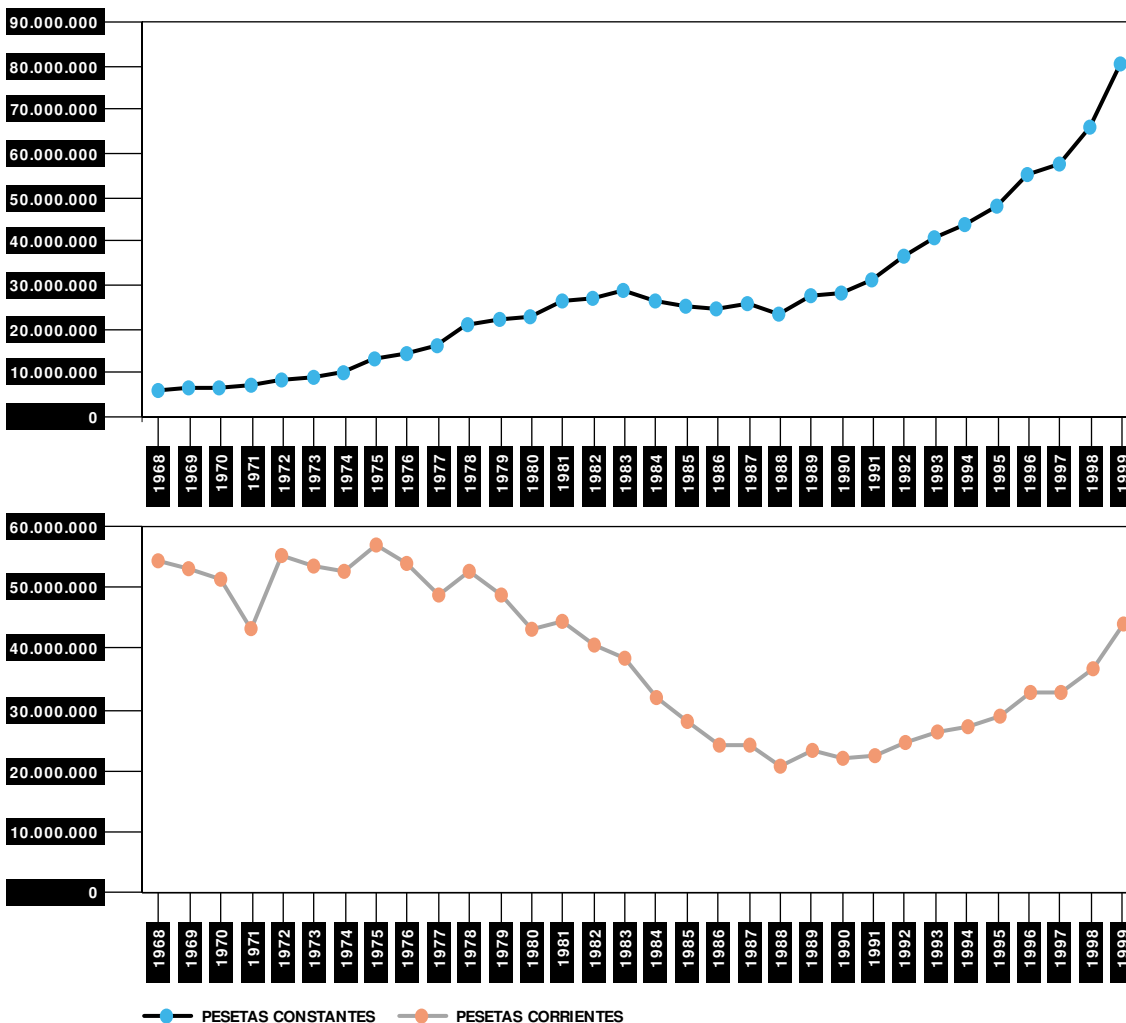
- El precio medio de la entrada (recaudación media por espectador) se ha situado en 636,4 ptas., mientras en 1998 fue de 612,5.
- El gasto medio por persona en cine ha crecido sustancialmente: desde 1.638,9 ptas. en 1998 hasta 2.006,1 ptas. este año.

En términos comparativos, e insistiendo en que hay desajustes en los años en que están tomados los datos de los diferentes países incluidos en el gráfico 9, el precio de

La recaudación ha crecido un 22,1% respecto a 1998

² Los datos de recaudación que se proporcionan en este informe presentan pequeñas diferencias respecto a los publicados por el ICAA debido a una posterior depuración de los mismos.

GRÁFICO 8. EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN ANUAL



Fuente: De 1968 a 1993: Fernández Blanco, Víctor *op.cit.*
De 1996 a 1997: ICAA.
Para 1998 y 1999: SGAE.



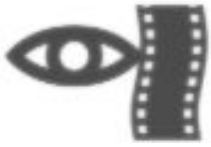
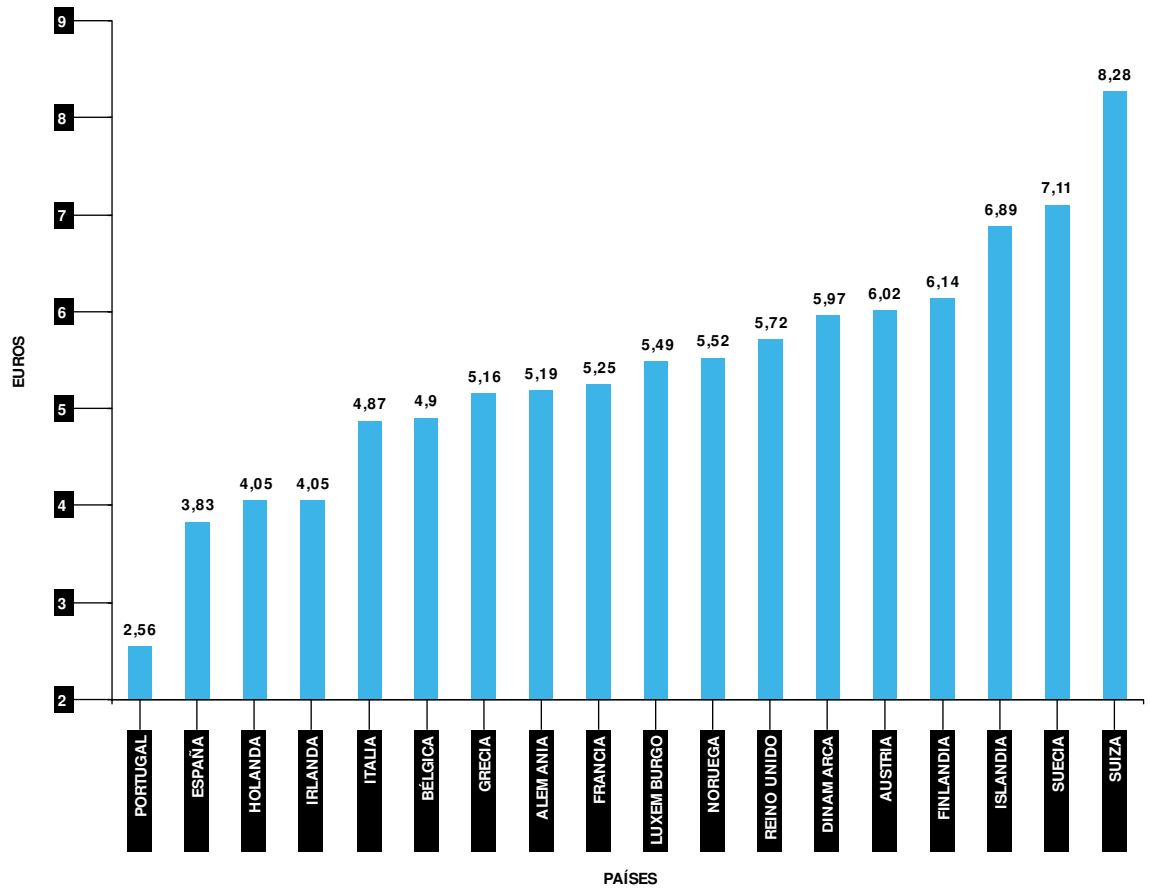
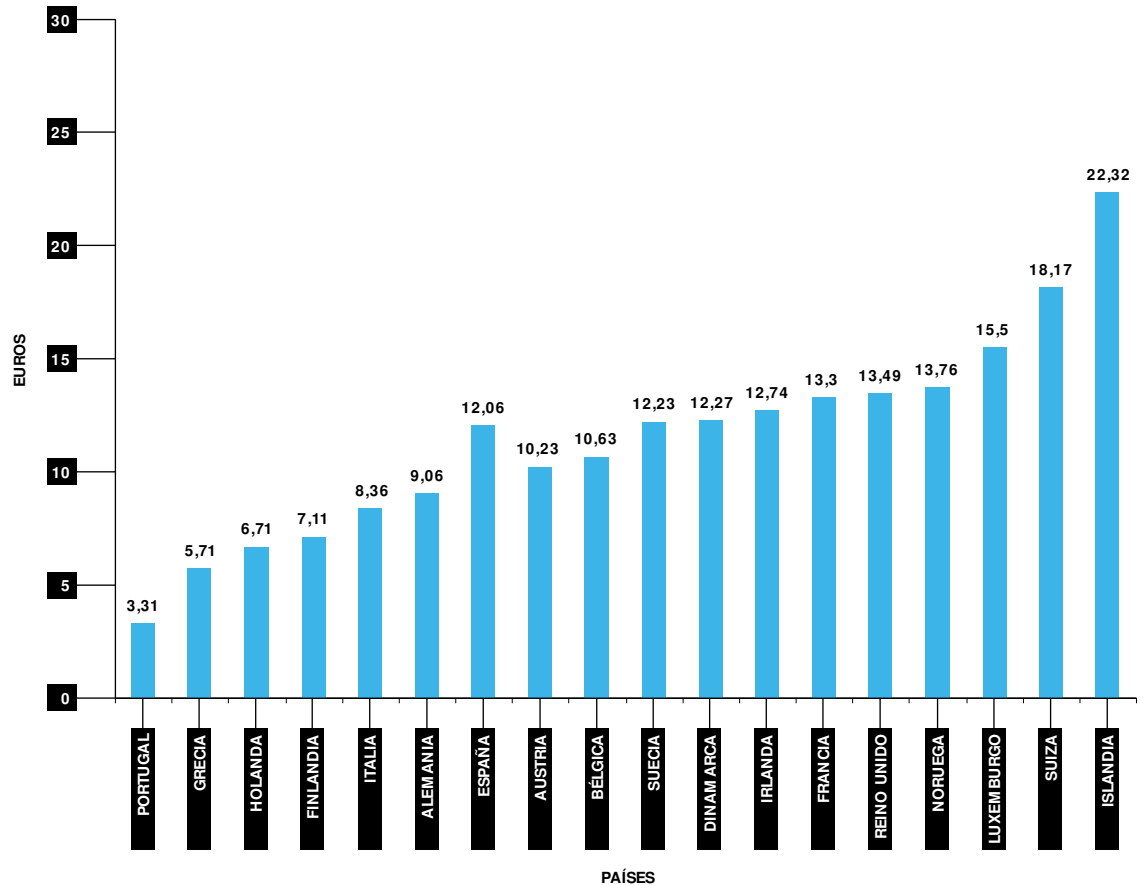


GRÁFICO 9. PRECIO DE LAS ENTRADAS EN EUROPA



Fuente: Cinema d'Europa Media Sales. Datos de 1996.
España: Elaboración propia sobre datos ICAA y SGAE para 1999.

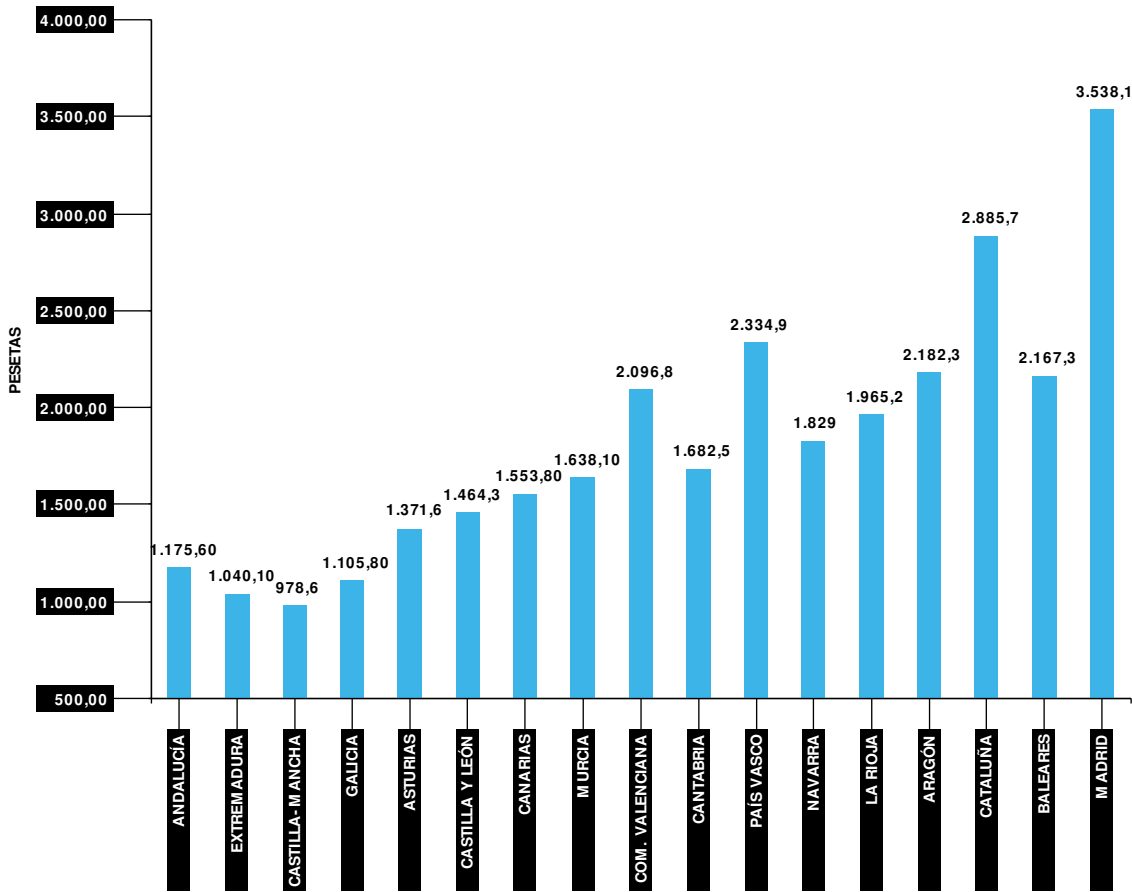
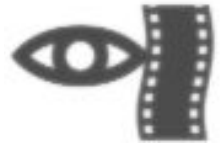
GRÁFICO 10. GASTO POR PERSONA EN CINE EN EUROPA



Fuente: Cinema d'Europa Media Sales. Datos de 1996.
Para España: Elaboración propia a partir de datos SGAE, de 1999.



GRÁFICO 11. GASTO POR PERSONA EN CINE EN ESPAÑA EN 1999.



Fuente: SGAE.

las entradas en España sigue siendo bajo en comparación con otros países europeos. Pero el gasto medio por persona y año en cine sí se sitúa en el entorno de los países más avanzados de la Unión Europea (Alemania, Italia, Finlandia, Austria, Suecia, Dinamarca, etc.) (gráfico 10). Esto significa que con una inversión más o menos igual los españoles pueden ir más veces al cine. Pero también significa que los españoles, especialmente los residentes en las provincias en las que hay más intensidad de asistencia, destinan una parte más considerable de su renta per cápita a ir al cine.

Como es lógico, los patrones de distribución geográfica de la recaudación siguen los de la distribución por espectadores de una forma bastante parecida. De este modo, puede decirse que el 87,2% corresponde a zonas

metropolitanas o ciudades con más de 30.000 habitantes (tabla 13).

Por provincias, Madrid (23,0%) y Barcelona (18,4%) representan conjuntamente el 41,4% de la recaudación, al converger en ellas tanto la mayor frecuencia de asistencia al cine como las entradas más caras. Con Valencia (6,4%), Alicante (3,2%), Vizcaya (3,2%), Zaragoza (2,9%), Murcia (2,3%), Guipúzcoa (2,2%), Baleares (2,1%), La Coruña (2,1%) Las Palmas (2,0%), se agotan las once provincias que aportan más del 2% de la recaudación, y que conjuntamente suponen el 67,9%.

Las diferencias de gasto por habitante en cine son muy considerables. La media de 2.006,15 ptas. no pasa de ser una mera referencia, como puede comprobarse en la tabla 14 y en el gráfico 11.

TABLA 13. RECAUDACIÓN SEGÚN HÁBITAT ENTRE 1997 Y 1999

| Hábitat | 1997 | | 1998 | | 1999 | |
|----------------------------|-----------------|------|-----------------|------|-----------------|------|
| | Pesetas (miles) | (%) | Pesetas (miles) | (%) | Pesetas (miles) | (%) |
| Total | 57.886.750 | 100 | 65.825.740 | 100 | 80.341.710 | 100 |
| Zonas Metropolitanas | 36.959.310 | 63,8 | 43.061.750 | 65,4 | 48.396.780 | 60,2 |
| De 30 a 200 mil habitantes | 14.051.160 | 24,3 | 14.782.760 | 22,5 | 21.654.180 | 27,0 |
| De 10 a 30 mil habitantes | 3.459.744 | 6,0 | 4.131.910 | 6,3 | 5.231.462 | 6,5 |
| De 5 a 10 mil habitantes | 1.323.071 | 2,3 | 1.497.116 | 2,3 | 3.236.138 | 2,3 |
| Menos de 5 mil habitantes | 2.093.463 | 3,6 | 2.352.213 | 3,6 | 4.877 | 4,0 |

Fuente: SGAE.



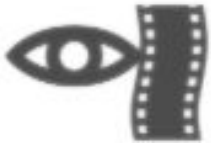
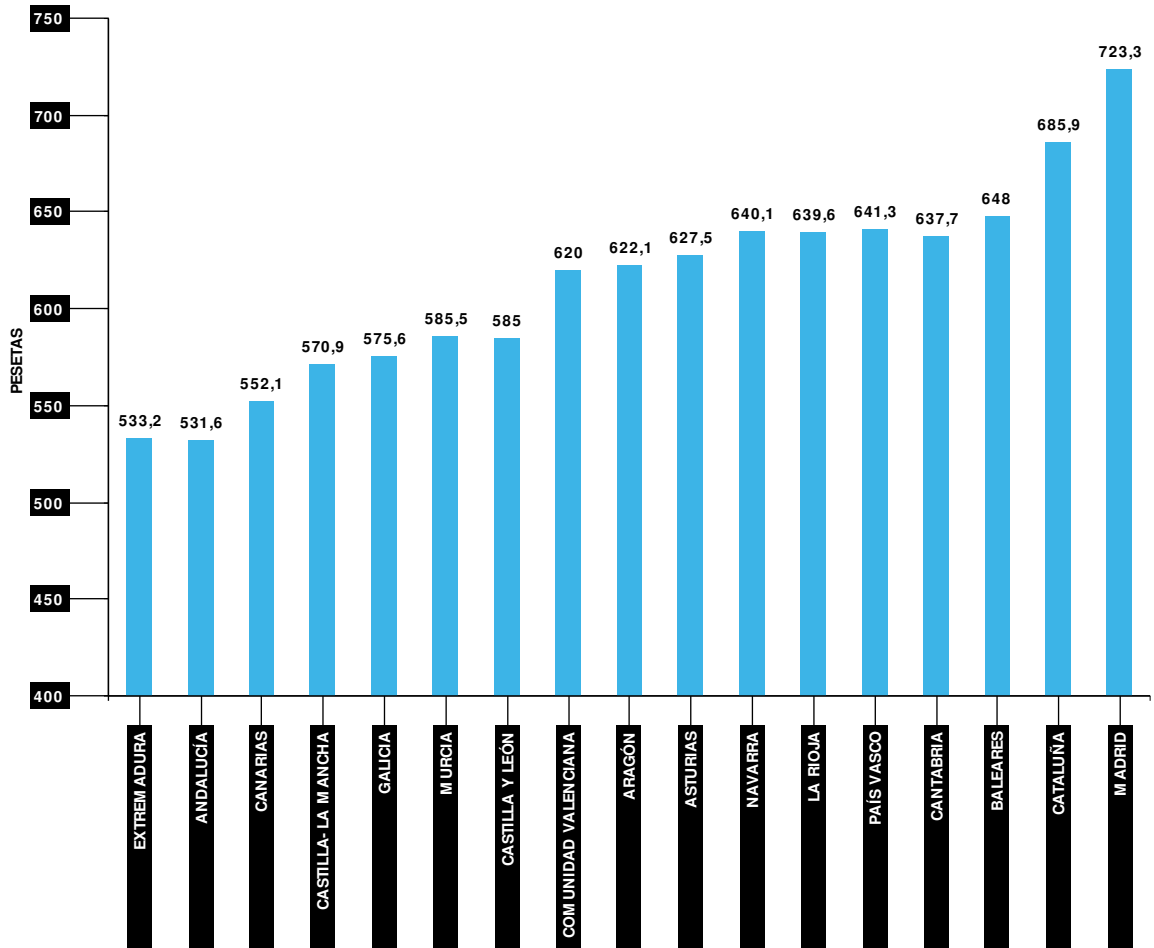


GRÁFICO 12. PRECIO DE LAS ENTRADAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS



Fuente: SGAE.

En Madrid y Barcelona el gasto en cine por persona supera las 3.000 ptas./año. Los habitantes de Zaragoza, Valencia, Guipúzcoa y Vizcaya invierten alrededor de 2.500. En el resto del país desciende considerablemente. El coste de las entradas (gráfico 12), tiene también oscilaciones próximas al 50%. En Madrid y Cataluña (Barcelona) ronda o supera las 700 pesetas, precio al que se aproximan Baleares, País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja. Queda por debajo de las 550 en Extremadura y Andalucía.

Los datos de recaudación según el número de salas del cine vienen a ser similares a los de espectadores, como es obvio (tabla 15). Casi dos tercios de la recaudación del cine se concentran en cines con seis a más salas, que ingresan, por término medio, más de treinta millones de pesetas por sala y año, con unos precios de entrada ligeramente superiores a la media. Los viejos cines de una sala suman el 14,3% de la recaudación, con precios de entrada ligeramente inferiores, en media, a las 600 pesetas, es decir, un 6% por debajo de la media, recaudando algo más de 13,5 millones al año por cine.

Todo sobre mi madre,
de Pedro Almodóvar,
hito del cine español
en 1999.
Cedida por El Deseo, S.A.

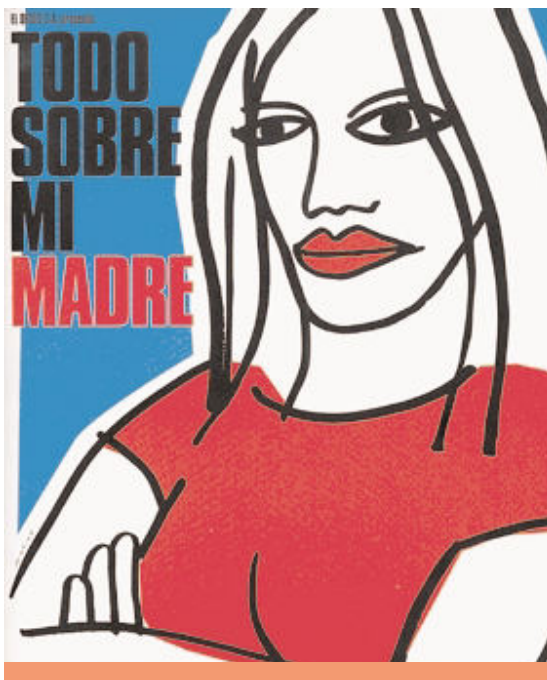


TABLA 14. DATOS GENERALES DE RECAUDACIÓN EN 1999


| CCAA/Provincia | Recaudación | | Recaudación media por pantalla (pesetas) | Recaudación media por sesión (pesetas) | Entrada media (pesetas) | Gasto medio por habitante (pesetas) |
|-----------------------------|-----------------------|-------------|--|--|-------------------------|-------------------------------------|
| | Pesetas | % | | | | |
| TOTAL | 80.341.710.000 | 100 | 24.667.400 | 27.538,9 | 636,4 | 2.006,1 |
| Andalucía | 8.466.250.000 | 10,5 | 17.103.530 | 17.778,8 | 531,6 | 1.175,6 |
| Almería | 459.312.800 | 0,6 | 14.816.540 | 17.561,9 | 571,8 | 947,9 |
| Cádiz | 1.388.115.000 | 1,7 | 15.088.200 | 14.098,5 | 488,9 | 1.204,1 |
| Córdoba | 654.769.800 | 0,8 | 13.362.650 | 15.977,4 | 537,2 | 1.024,7 |
| Granada | 852.592.300 | 1,1 | 12.918.070 | 21.407,4 | 529,7 | 1.017,9 |
| Huelva | 378.789.400 | 0,5 | 12.626.310 | 20.963,5 | 548,8 | 831,7 |
| Jaén | 474.609.300 | 0,6 | 10.546.870 | 13.491,3 | 475,4 | 750,6 |
| Málaga | 1.381.240.000 | 2,3 | 28.172.920 | 23.418,6 | 549,6 | 1.433,0 |
| Sevilla | 2.426.821.000 | 3,0 | 20.742.060 | 17.417,3 | 547,2 | 1.409,1 |
| Aragón | 2.641.081.000 | 3,3 | 34.299.750 | 35.585,2 | 622,1 | 2.182,2 |
| Huesca | 219.640.000 | 0,3 | 16.895.380 | 44.273,3 | 611,3 | 1.035,8 |
| Teruel | 89.645.430 | 0,1 | 14.940.900 | 30.976,3 | 555,9 | 674,8 |
| Zaragoza | 2.331.795.000 | 2,9 | 4.203.370 | 38.482,9 | 626,0 | 2.694,5 |
| Asturias | 1.474.590.000 | 1,8 | 21.685.140 | 25.377,6 | 627,5 | 1.371,6 |
| Baleares | 1.688.842.000 | 2,1 | 22.822.190 | 41.596,1 | 648,0 | 2.167,3 |
| Canarias | 2.659.674.000 | 3,3 | 23.961.030 | 20.562,6 | 552,1 | 1.553,8 |
| Las Palmas | 1.621.431.000 | 2,0 | 27.481.880 | 22.914,8 | 584,3 | 1.824,8 |
| Sta. Cruz Tenerife | 1.038.243.000 | 1,3 | 19.966.220 | 17.721,7 | 508,4 | 1.261,2 |
| Cantabria | 887.135.300 | 1,1 | 22.747.060 | 32.586,5 | 637,7 | 1.682,4 |
| Castilla-La Mancha | 1.620.313.000 | 2,0 | 15.002.890 | 29.940,4 | 570,9 | 978,5 |
| Albacete | 471.543.000 | 0,6 | 19.647.620 | 21.397,8 | 554,5 | 1.362,5 |
| Ciudad Real | 398.934.300 | 0,5 | 12.466.700 | 41.856,5 | 571,7 | 859,1 |
| Cuenca | 161.291.000 | 0,2 | 20.161.370 | 29.924,1 | 551,8 | 834,4 |
| Guadalajara | 193.290.700 | 0,2 | 27.612.960 | 25.896,4 | 591,1 | 1.284,9 |
| Toledo | 395.253.700 | 0,5 | 10.682.530 | 40.764,6 | 589,2 | 787,7 |
| Castilla y León | 3.661.258.000 | 4,6 | 16.128.890 | 18.835,9 | 585,0 | 1.464,3 |
| Ávila | 146.483.500 | 0,2 | 11.267.960 | 23.163,1 | 566,2 | 892,8 |
| Burgos | 572.856.100 | 0,7 | 17.359.270 | 18.736,7 | 572,4 | 1.637,6 |
| León | 544.896.800 | 0,7 | 16.512.020 | 20.539,7 | 584,2 | 1.080,6 |
| Palencia | 213.334.700 | 0,3 | 8.888.946 | 12.391,7 | 532,9 | 1.193,1 |
| Salamanca | 644.541.200 | 0,8 | 23.871.900 | 26.703,5 | 589,8 | 1.769,5 |
| Segovia | 145.040.800 | 0,2 | 13.185.530 | 41.322,2 | 557,8 | 1.028,5 |
| Soria | 97.653.580 | 0,1 | 24.413.400 | 59.983,8 | 508,0 | 1.055,0 |
| Valladolid | 1.029.270.000 | 1,3 | 16.082.340 | 14.798,8 | 628,4 | 2.035,7 |
| Zamora | 267.181.700 | 0,3 | 14.843.420 | 17.922,0 | 552,7 | 1.336,0 |
| Cataluña | 17.946.290.000 | 22,3 | 29.180.960 | 29.212,5 | 685,9 | 2.885,7 |
| Barcelona | 14.816.370.000 | 18,4 | 34.617.680 | 31.176,1 | 701,7 | 3.101,9 |
| Gerona | 1.353.857.000 | 1,7 | 20.512.990 | 25.551,2 | 631,6 | 2.557,7 |
| Lérida | 444.732.500 | 0,6 | 11.703.490 | 21.375,2 | 626,0 | 1.242,4 |
| Tarragona | 1.331.335.000 | 1,7 | 16.040.180 | 20.389,5 | 606,7 | 2.397,6 |
| Comunidad Valenciana | 8.481.134.000 | 10,6 | 26.924.240 | 39.160,4 | 620,0 | 2.096,7 |
| Alicante | 2.573.014.000 | 3,2 | 21.991.570 | 36.166,8 | 595,5 | 1.840,2 |
| Castellón | 759.331.200 | 0,9 | 18.520.270 | 28.056,9 | 563,7 | 1.680,6 |
| Valencia | 5.148.789.000 | 6,4 | 32.794.830 | 43.498,5 | 642,7 | 2.345,8 |
| Extremadura | 1.099.303.000 | 1,4 | 12.782.590 | 20.122,7 | 533,2 | 1.040,1 |
| Badajoz | 639.201.100 | 0,8 | 11.837.060 | 19.006,9 | 509,4 | 980,7 |
| Cáceres | 460.102.000 | 0,6 | 14.378.190 | 21.909,6 | 570,1 | 1.135,7 |
| Galicia | 2.970.633.000 | 3,7 | 19.415.900 | 20.261,5 | 575,6 | 1.105,0 |
| La Coruña | 1.700.608.000 | 2,1 | 23.619.550 | 21.655,0 | 590,5 | 1.558,0 |
| Lugo | 377.551.700 | 0,5 | 17.161.440 | 17.255,6 | 539,2 | 1.032,5 |
| Orense | 174.108.600 | 0,2 | 10.881.790 | 15.080,9 | 531,8 | 519,9 |
| Pontevedra | 718.365.100 | 0,9 | 16.706.160 | 20.727,3 | 573,0 | 801,6 |
| La Rioja | 530.656.000 | 0,7 | 23.072.000 | 35.233,8 | 639,6 | 1.965,2 |
| Madrid | 18.517.450.000 | 23,0 | 35.204.270 | 32.180,0 | 723,3 | 3.538,1 |
| Murcia | 1.810.472.000 | 2,3 | 17.577.390 | 37.078,6 | 585,5 | 1.638,1 |
| Navarra | 973.293.100 | 1,2 | 19.863.120 | 40.225,4 | 640,1 | 1.829,0 |
| País Vasco | 4.835.297.000 | 6,0 | 27.473.280 | 28.434,9 | 641,3 | 2.334,9 |
| Álava | 546.840.800 | 0,7 | 27.342.040 | 28.479,8 | 657,7 | 1.969,8 |
| Guipúzcoa | 1.729.381.000 | 2,2 | 27.893.240 | 29.798,9 | 658,4 | 2.599,5 |
| Vizcaya | 2.559.075.000 | 3,2 | 27.224.200 | 27.572,7 | 627,0 | 2.268,6 |

Fuente: SGAE.



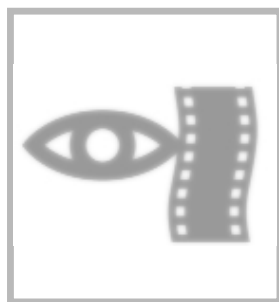


TABLA 15. RECAUDACIÓN SEGÚN EL NÚMERO DE PANTALLAS DE LOS CINES

| Pantallas por cine | Cines | Pantallas | Sesiones (%) | Espectadores (%) | Recaudación | | Por pantalla (miles) | Entrada media |
|--------------------|----------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------------|--------------|----------------------|---------------|
| | | | | | Miles | (%) | | |
| 1 | 846 | 846 | 9,8 | 15,2 | 11.457.960 | 14,3 | 13.543,7 | 597 |
| 2 | 84 | 168 | 4,1 | 3,9 | 3.217.469 | 4,0 | 19.151,6 | 658 |
| 3-5 | 154 | 578 | 20,2 | 17,4 | 13.966.800 | 17,4 | 24.164,0 | 636 |
| 6-8 | 85 | 578 | 21,8 | 20,4 | 16.406.240 | 19,9 | 28,384,5 | 636 |
| 9-10 | 38 | 353 | 14,8 | 14,9 | 12.414.970 | 15,5 | 35.169,9 | 659 |
| Más de 10 | 46 | 734 | 29,2 | 28,2 | 22.878.260 | 28,5 | 31,169,3 | 644 |
| Total | (1.253) | (3.257) | (2.917.393) | (126.236.500) | (80.341.710) | 100,0 | (24.667,4) | (636) |

Fuente: SGAE.





CINE

4. LAS PELÍCULAS

- 4.1. Los largometrajes
- 4.2. Los cortometrajes

TABLAS

- Tabla 16. Películas según el número de salas en que se han exhibido en 1999
- Tabla 17. Principales indicadores de las películas exhibidas en España en 1999, según nacionalidad
- Tabla 18. Películas que se han exhibido en más de 15 salas en 1999, según nacionalidad
- Tabla 19. Fecha de estreno
- Tabla 20. Exhibición de películas subtituladas en 1999
- Tabla 21. Exhibición de películas pornográficas en 1999

GRÁFICOS

- Gráfico 13. Largometrajes exhibidos entre 1968 y 1999



4 LAS PELÍCULAS



4.1. Los largometrajes

4.1.1. Datos globales

Durante 1999, según datos de la SGAE, se exhibieron en España 1.968 largometrajes en salas comerciales. Se mantiene así la tónica de incremento que viene definiéndose en los últimos años (gráfico 13):

| | |
|--------|-------|
| ■ 1997 | 1.670 |
| ■ 1998 | 1.812 |
| ■ 1999 | 1.968 |

Como es natural, en esta considerable cantidad de películas hay muy diferentes calidades, géneros, nacionalidades, etc. No es objeto de este trabajo juzgar la calidad de las películas, función que ha venido ejerciendo la crítica a lo largo de todo el año, y que el tiempo decantará inexorablemente. El propósito de estas páginas es distinto: se trata de caracterizar, desde un punto de vista cuantitativo, este material cinematográfico.

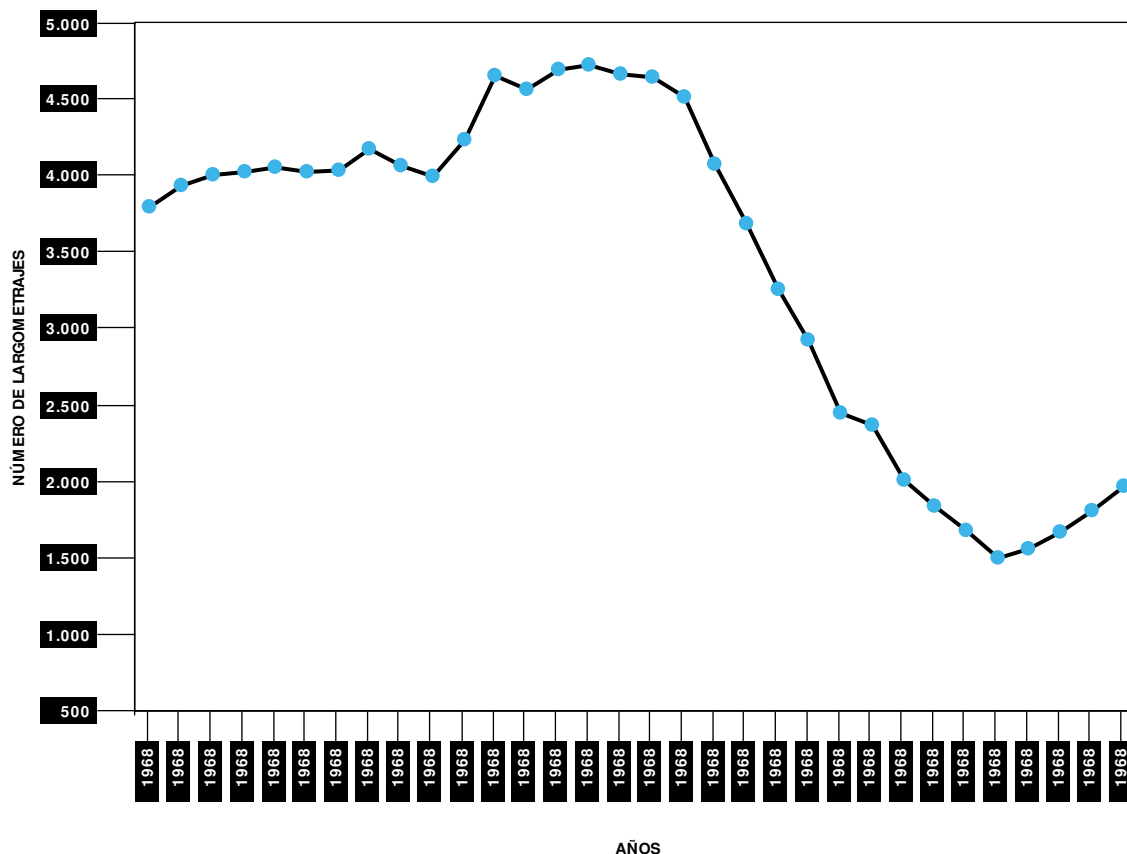
Para empezar, estos 1.968 filmes se han exhibido en un total de 2.216 versiones. Esto es, 1.779 largos se han exhibido en una sola versión (original o doblada, normalmente) y 248 lo han sido en dos versiones (doblada y subtitulada, habitualmente). Estas 2.216 versiones se desglosan así:

| | |
|----------------|-----------------|
| ■ Dobladas | 1.125 películas |
| ■ Subtituladas | 742 películas |
| ■ Originales | 349 películas |

Las versiones originales son españolas (230), latinoamericanas (44) y otras (75 de diferentes nacionalidades).

De estas 1.968 películas, la inmensa mayoría han tenido un ciclo comercial muy corto. Casi el 60% (el 59,7%, concretamente) se han exhibido en tres o menos de tres salas; el 16,9%, entre 4 y 15 salas, y el 23,5% (461), en más de 15 salas, es decir, en lo que ya pudiéramos considerar un circuito comercial de cierta entidad (tabla 16).

GRÁFICO 13. LARGOMETRAJES EXHIBIDOS ENTRE 1968 Y 1999



Fuente: 1968-1995: Fernández Blanco, Víctor, *op. cit.*
1996-1999: SGAE





La presencia de títulos europeos en nuestras pantallas se mantiene estable

TABLA 16. PELÍCULAS SEGÚN EL NÚMERO DE SALAS EN QUE SE HAN EXHIBIDO EN 1999

| | Número | % |
|------------|---------|-------|
| 1 | 767 | 39,0 |
| 2-3 | 408 | 20,7 |
| 4-15 | 332 | 16,9 |
| 16-50 | 131 | 6,7 |
| 51-100 | 78 | 4,0 |
| 101-300 | 111 | 5,6 |
| Más de 300 | 141 | 7,2 |
| Total | (1.968) | (100) |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

4.1.2. Nacionalidad

El número global de películas según su nacionalidad ha seguido una pauta muy similar a años anteriores, con una presencia abrumadora de producciones norteamericanas, aunque ha descendido considerablemente el porcentaje de películas estadounidenses en relación con el total (38,4% frente al 49% el pasado año). Se mantiene también la presencia de cinematografías europeas tradicionales: alemana (10,3%), británica (7,8%), francesa (5,3%) e italiana (2,7%).

Las películas españolas han supuesto un 11,7% de las exhibidas, porcentaje ligeramente inferior al de años anteriores, pero han tenido un peso más relevante en cuanto a sesiones, espectadores y recaudación.

Marginalmente, hay que reseñar que el elevado número de películas sin datos acerca de su nacionalidad (18,8%), que tienen muy poco peso en cuanto a sesiones, espectadores y recaudación, corresponden en realidad, en su mayoría, a películas de carácter pornográfico que carecen de datos de identificación, o

TABLA 17. PRINCIPALES INDICADORES DE LAS PELÍCULAS EXHIBIDAS EN ESPAÑA EN 1999, SEGÚN NACIONALIDAD

| | Total | España | EE.UU. | Gran Bretaña | Italia | Alemania | Francia | Resto U.E. | Australia | Latinoamérica | Otros ² |
|----------------------|------------|------------|------------|--------------|-----------|----------|-----------|------------|-----------|---------------|--------------------|
| Películas | 1.968 | 230 | 756 | 153 | 54 | 202 | 104 | 45 | 11 | 44 | 369 |
| (%) | 100,0 | 11,7 | 38,4 | 7,8 | 2,7 | 10,3 | 5,3 | 2,3 | 0,6 | 2,2 | 18,8 |
| Sesiones | 2.917.393 | 480.021 | 1.862.342 | 272.177 | 73.754 | 28.250 | 86.474 | 53.028 | 43.252 | 17.323 | 16.075 |
| (%) ¹ | 100,0 | 16,5 | 63,8 | 9,4 | 2,5 | 1,0 | 3,0 | 1,8 | 1,5 | 0,6 | 0,6 |
| Espectadores (miles) | 126.236 | 17.845 | 82.179 | 13.967 | 4.346 | 737 | 3.536 | 1.458 | 2.924 | 400 | 330 |
| (%) ¹ | 100,0 | 14,1 | 65,1 | 11,1 | 3,4 | 0,6 | 2,8 | 1,2 | 2,3 | 0,3 | 0,3 |
| Recaudación (miles) | 80.341.710 | 11.456.470 | 52.034.320 | 8.871.563 | 2.733.506 | 505.559 | 2.392.886 | 925.842 | 1.788.008 | 259.959 | 217.843 |
| (%) ¹ | 100,0 | 14,3 | 64,8 | 11,0 | 3,4 | 0,6 | 3,0 | 1,2 | 2,2 | 0,3 | 0,0 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

TABLA 18. PELÍCULAS QUE SE HAN EXHIBIDO EN MÁS DE 15 SALAS EN 1999, SEGÚN NACIONALIDAD

| Nacionalidad | Total Películas Exhibidas | Exhibidas en más de 15 salas | | |
|---------------|---------------------------|------------------------------|-------------------------|--|
| | | Número | % Sobre su nacionalidad | % sobre las exhibidas en más de 15 salas |
| ESPAÑA | 230 | 95 | 41,3 | 20,6 |
| EE.UU. | 756 | 232 | 30,7 | 50,3 |
| GRAN BRETAÑA | 153 | 46 | 30,1 | 10,0 |
| ITALIA | 54 | 8 | 14,8 | 1,7 |
| ALEMANIA | 202 | 6 | 3,0 | 1,3 |
| FRANCIA | 104 | 34 | 32,7 | 7,4 |
| RESTO U.E. | 45 | 19 | 42,2 | 4,1 |
| AUSTRALIA | 11 | 2 | 18,2 | 0,4 |
| LATINOAMÉRICA | 44 | 10 | 22,2 | 2,2 |
| OTROS | 369 | 9 | 2,4 | 2,0 |
| TOTAL | 1.968 | 461 | - | - |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.





simplemente son cintas de vídeo que se exhiben en salas comerciales especializadas al margen de la legalidad.

El número de películas, como muestra la tabla 17, tiene un peso solo relativo en relación con el número de sesiones, espectadores y recaudación.

El cine español se ha colocado en el 14,1% en número de espectadores y en el 14,3% de recaudación, niveles sensiblemente superiores a los de los últimos años, manteniéndose así una tendencia al alza sostenida. Por otra parte, como muestra la tabla 18, una parte muy importante de sus películas exhibidas durante el año ha superado las 15 pantallas: el 41,3%. Mientras que apenas el 30% de las norteamericanas, británicas o francesas han alcanzado tal nivel de distribución. De las italianas solamente el 14,8% (o sea, ocho) lo han alcanzado. Y únicamente seis alemanas, es decir, solo el 3% de las procedentes de este país, reducido porcentaje que se explica, entre otras cosas, por el peso de la producción porno –de circulación muy restringida– en las películas alemanas exhibidas. Para situar las cosas en su adecuada perspectiva, aunque solamente el 11,7% de las películas exhibidas durante 1999 son españolas, su porcentaje se eleva al 20,6% entre las que han sido proyectadas en más de quince salas. Esto indica que la reconversión del cine español continúa de forma positiva. Las películas españolas son progresivamente de más calidad, se distribuyen mejor, obtienen mejor recaudación y, por consiguiente, son más rentables y consiguen una mejor valoración del público.

La hegemonía del cine norteamericano en España se concreta no tanto en el número de películas distribuidas, sino en otros indicadores, como revelan las citadas tablas 17 y 18; por ejemplo, en:

- el número de películas distribuidas en más de 15 salas (232), lo que equivale al 50,3% de las películas que alcanzan cierta entidad en su distribución;
- que sus películas acaparen casi los dos tercios de las sesiones en los cines españoles (63,8%), de los espectadores (65,1%) y de la recaudación (64,8%).

Lo anterior no hace sino traducir a la práctica las preferencias de los espectadores españoles por el cine norteamericano. Como se afirmaba en otro estudio, para quienes van al cine con más frecuencia, hacerlo «es sinónimo de ir a ver una película norteamericana. Ver una película de otra nacionalidad implica

un “esfuerzo” de decisión que obliga a poner en juego otros criterios de elección, al margen del mero deseo de salir al cine, que lleven a invertir la mejor evaluación global del cine norteamericano»³.

La filmografía británica tiene en España un considerable peso. Aunque solamente el 7,8% de las películas exhibidas son de esta nacionalidad, obtienen el 11,1% de los espectadores y del 11,0% de la recaudación.

En 1999 ha descendido considerablemente el porcentaje de películas estadounidenses en relación con el total de filmes exhibidos

Las películas de estas tres procedencias (españolas, norteamericanas y británicas) equivalen a más del 90% del cine en España medido en términos de sesiones, espectadores y recaudación. Al margen de ellas, solo tienen cierto relieve las películas italianas, que este año han visto muy elevado su peso gracias a *La vida es bella*, y las francesas. Ambas suponen alrededor del 3% de estos indicadores. El peso del cine italiano ha crecido considerablemente gracias a la película de Roberto Begnini.

4.1.3. El año de estreno

Como nadie ignora, el cine es un producto perecedero, rápidamente perecedero en muchas ocasiones. En esta lógica, el 39,9% de las películas exhibidas se estrenaron en 1999, pero supusieron casi el 80% de las sesiones, espectadores y recaudación. Las películas estrenadas entre 1997 y 1998 representaron el 29,3% de las exhibidas, siendo casi el 20% restante de sesiones, espectadores y recaudación. Las estrenadas antes de 1997 apenas han recogido un 1% de cada uno de estos indicadores. Y aquellas de las que carecemos de datos, apenas un 2%. Es decir, el cine clásico está prácticamente fuera de las salas comerciales, como muestra la tabla 19, lo cual seguramente es inevitable con el auge del vídeo,

³ Informe SGAESobre hábitos de consumo cultural. Fundación Autor, 2000.





TABLA 19. FECHA DE ESTRENO

| | Total | 1999 | 1997-98 | 1990-96 | 1980-89 | 1970-79 | Antes 1970 | Sin datos |
|-----------------------------|------------|------------|------------|---------|---------|---------|------------|-----------|
| Películas | 1.968 | 786 | 577 | 331 | 104 | 61 | 72 | 37 |
| (%) | 100 | 39,9 | 29,3 | 16,8 | 5,3 | 3,1 | 3,7 | 1,9 |
| Sesiones | 2.917.393 | 2.315.183 | 516.049 | 8.280 | 3.161 | 10.688 | 115.121 | 64.214 |
| (%) | 100 | 79,4 | 17,7 | 0,3 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 2,2 |
| Espectadores (miles) | 126.236 | 99.463 | 24.456 | 281 | 79 | 264 | 403 | 2.776 |
| (%) | 100 | 78,9 | 19,4 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 2,2 |
| Recaudación (miles) | 80.341.710 | 63.589.940 | 15.136.310 | 191.893 | 49.484 | 164.773 | 251.102 | 1.802.454 |
| (%) | 100 | 79,1 | 18,8 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 2,2 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

al margen del carácter perecedero de la obra cinematográfica actual.

Pese a esta realidad, se exhibieron en salas comerciales 568 películas estrenadas antes de 1997, y, de ellas, 72 pueden considerarse realmente cine clásico, ya que se estrenaron antes de 1970, en la medida en que su antigüedad y su proyección más de treinta años después de su estreno permiten calificarlo como tal. Lógicamente, estas películas se exhibieron en un número muy reducido de salas, normalmente tres o menos. Solamente ocho se han exhibido en más de quince salas.

4.1.4. Las películas con más espectadores y recaudación

Desde el punto de vista de la taquilla, éste ha sido el año de Star Wars. Episodio 1: la amenaza fantasma, que encabeza las listas de espectadores y recaudación. A cierta distancia, La vida es bella. No hay ninguna española entre las diez más taquilleras, y la cabeza de estas clasificaciones está poblada por películas norteamericanas. Entre las españolas, Todo sobre mi madre aparece distanciada, aunque quedaba en un modesto duodécimo lugar por espectadores al final de 1999. Sin duda, este filme congregará más espectadores durante el año 2000. La lista de las películas con más espectadores y recaudación puede verse en el Anexo 5.

| Películas españolas con: | 1997 | 1998 | 1999 |
|---|------|------|------|
| Más de 1.000.000 de espectadores | 3 | 3 | 4 |
| Entre 100.000 y un millón de espectadores | 20 | 20 | 26 |
| Más de 1.000 millones de recaudación | 1 | 1 | 2 |
| Entre 1.000 y 350 millones de recaudación | 4 | 4 | 10 |
| Entre 100 y 349 millones de recaudación | 13 | 7 | 11 |

Las listas de películas españolas con más espectadores y recaudación de los últimos años proporcionan algunos indicadores de la buena salud del cine español, que se sustentan en un considerable crecimiento de las películas que superan “barreras psicológicas” en recaudación y número de espectadores. Pero, más allá del valor de las cifras, el fondo de la cuestión es que la industria del cine español está logrando productos que garantizan unos niveles de rentabilidad que permiten emprender nuevos proyectos de calidad, al tiempo que revelan el reconocimiento del público.

4.1.5. Las películas subtítuladas

Las películas subtítuladas constituyen un segmento muy especial del cine, insuficientemente estudiado, que sepamos, aunque seguramente tendrá un peso creciente en la medida en que el conocimiento de los idiomas originales, básicamente el inglés, vaya creciendo.

En 1999 se exhibieron 742 películas subtítuladas, en su mayor parte norteamericanas. Como muestra la tabla 20, puede decirse que estas películas mueven algo más del 5% del negocio de la exhibición cinematográfica, ya que recogen el 5,4% de los espectadores y el 5,6% de la recaudación, así como el 7,7% de las sesiones. Es decir, casi siete millones de espectadores y 4.532,172 millones de pesetas.

Se trata de películas que se exhibieron en circuitos comerciales muy reducidos; la mayoría, en tres o menos salas. Son escasas las que se vieron en más salas, aunque casi medio centenar llegaron a verse en más de cincuenta salas. Por término medio, las películas subtítuladas alcanzaron una recaudación media por película de 6.116.200 pesetas, y un número medio de 9.348 espectadores.





TABLA 20. LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS SUBTITULADAS EN 1999

| Cantidad de películas | | 742 |
|-----------------------------------|-----------|------|
| Salas en las que se han exhibido | | |
| Número de salas | Número | % |
| 1 | 244 | 32,9 |
| 2-3 | 173 | 23,3 |
| 4-15 | 187 | 25,2 |
| 16-50 | 91 | 12,3 |
| 51-100 | 23 | 3,1 |
| Más de 100 | 24 | 3,2 |
| Sesiones totales | 224.823 | |
| Sesiones sobre el total (%) | 7,7 | |
| Espectadores (miles) | 6.936.000 | |
| Espectadores sobre el total (%) | 5,4 | |
| Espectadores por película (media) | 9.348 | |
| Espectadores por sesión (media) | 30,8 | |
| Recaudación (miles) | 4.532.172 | |
| Recaudación sobre el total | 5,6 | |
| Recaudación por película (miles) | 6.116,2 | |
| Recaudación por sesión | 20.159 | |
| Entrada media | 653 | |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

TABLA 21. EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS PORNOGRÁFICAS EN 1999

| Cantidad de películas | | 654 |
|-----------------------------------|---------|------|
| Salas en las que se han exhibido | | |
| Número de salas | Número | % |
| 1 | 336 | 51,4 |
| 2-3 | 189 | 28,9 |
| 4-15 | 103 | 15,7 |
| 16-50 | 21 | 3,2 |
| 51-100 | 5 | 0,8 |
| Sesiones totales | 36.908 | |
| Sesiones sobre el total (%) | 1,3 | |
| Espectadores (miles) | 924 | |
| Espectadores sobre el total (%) | 0,7 | |
| Espectadores por película (media) | 1.413 | |
| Espectadores por sesión (media) | 25 | |
| Recaudación (miles) | 646.591 | |
| Recaudación sobre el total (%) | 0,8 | |
| Recaudación por película (miles) | 988,7 | |
| Recaudación por sesión | 17.519 | |
| Entrada media | 699,8 | |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

4.1.6. Las películas pornográficas

Ignoramos si existe investigación alguna o datos específicos acerca del volumen real de negocio que representa este tipo de películas. Por este motivo, se ha realizado una pequeña tabulación de los datos globales incluyendo esta variable, de modo que se obtuvieran algunos indicadores sobre el volumen real de este fragmento de la industria del cine (y vídeo).

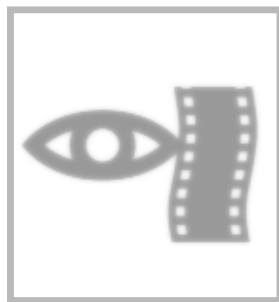
Todos los años, un porcentaje importante de las películas proyectadas son porno. Por ejemplo, en 1999 pueden considerarse como tales 654, es decir, el 33,2% del total. Otros años anteriores este porcentaje ha sido mayor. Algunas de ellas no son propiamente películas, sino vídeos que se “reciclan” en las salas, en una situación de alegaldad. Ahora bien, este elevado peso en el número de películas no se corresponde, obviamente, con su peso en taquilla, ya que se trata de películas que en su inmensa mayoría van a solo una, dos o tres salas (tabla 21), aunque hubo cinco que llegaron a exhibirse en más de cincuenta.

En términos de espectadores y recaudación, el cine porno equivale a poco menos del 1% del global de la exhibición de cine. Se celebraron 36.908 sesiones, para las que se vendieron 924.000 entradas (espectadores) y una recaudación de 646.591.000 pta. Esto equivale a casi un millón de pesetas de recaudación media por película.

4.2. Los cortometrajes

Durante 1999, se han exhibido 59 cortometrajes, con 85.000 espectadores. Se han proyectado en 1.960 sesiones, lo que equivale a una media de 33,2 sesiones por corto, y a 85 espectadores por sesión. De estos 59 cortos, 38 se han exhibido solo en una sala, once en dos o tres salas y diez en más de cuatro salas. En su gran mayoría (36) se han estrenado durante 1999, y nueve de ellos, en 1997-98.





CINE

ANEXOS

Anexo 1. Salas con más espectadores en 1999

Anexo 2. Los 25 complejos cinematográficos con más espectadores en 1999

Anexo 3. Nacionalidad de los largometrajes exhibidos en 1999

Anexo 4. Nacionalidad de los largometrajes exhibidos en 1998

Anexo 5. Películas con más de un millón de espectadores en 1999

Anexo 6. Películas españolas con más de cien mil espectadores en 1999



ANEXO 1. SALAS CON MÁS ESPECTADORES EN 1999

| NOMBRE | PROVINCIA | ESPECTADORES | RECAUDACIÓN (pesetas) |
|------------------------------|------------|--------------|-----------------------|
| KINEPOLIS M ADRID. Sala 25 | Madrid | 485.048 | 339.276.964 |
| ABC GRAN TURIA. Sala 6 | Valencia | 293.805 | 201.698.850 |
| CINE NERVION. Sala 15 | Sevilla | 293.660 | 166.615.100 |
| KINEPOLIS M ADRID. Sala 7 | Madrid | 276.690 | 196.414.171 |
| KINEPOLIS M ADRID. Sala 6 | Madrid | 274.538 | 194.987.036 |
| PALACIO DE LA MUSICA. Sala 1 | Madrid | 261.931 | 196.774.600 |
| ABC EL SALER. Sala 1 | Valencia | 258.972 | 178.200.650 |
| A B C PARK. Sala "C" | Valencia | 252.457 | 169.166.550 |
| CINE PALAFOX | Zaragoza | 251.487 | 160.889.500 |
| ABC EL SALER. Sala 08 | Valencia | 249.153 | 169.652.500 |
| CAPITOL | Madrid | 243.371 | 183.455.850 |
| SERRANO | Madrid | 240.479 | 157.099.750 |
| CINE NERVION. Sala 1 | Sevilla | 233.336 | 132.326.200 |
| URGEL CINEMA | Barcelona | 229.847 | 172.365.925 |
| LA VAGUADA. Sala 4 | Madrid | 229.591 | 169.437.233 |
| UGC Méndez Álvaro. Sala 16 | Madrid | 228.915 | 165.748.853 |
| LARIOS MULTICENTRO. Sala 10 | Málaga | 222.984 | 127.711.850 |
| A B C PARK. Sala "D" | Valencia | 219.703 | 148.525.500 |
| COLISEUM | Barcelona | 217.232 | 162.500.950 |
| REX | Murcia | 210.456 | 126.803.850 |
| CINE NERVION. Sala 2 | Sevilla | 199.748 | 113.309.600 |
| ROSALES. Sala 1 | Córdoba | 197.977 | 125.937.925 |
| CINE NERVION. Sala 16 | Sevilla | 194.863 | 109.402.700 |
| CINE GOLEM. Sala 1 | Navarra | 193.428 | 127.891.940 |
| CALLAO. Sala 1 | Madrid | 193.267 | 154.613.600 |
| M ORALEJA. Sala 2 | Madrid | 193.186 | 149.146.500 |
| M AREM AGNUM. Sala 3 | Barcelona | 190.519 | 142.674.175 |
| DON QUIJOTE | Zaragoza | 189.256 | 121.171.500 |
| CLUB COLISEUM | Barcelona | 188.522 | 145.021.325 |
| LA BALLENA. Sala 6 | Las Palmas | 187.598 | 112.416.300 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.



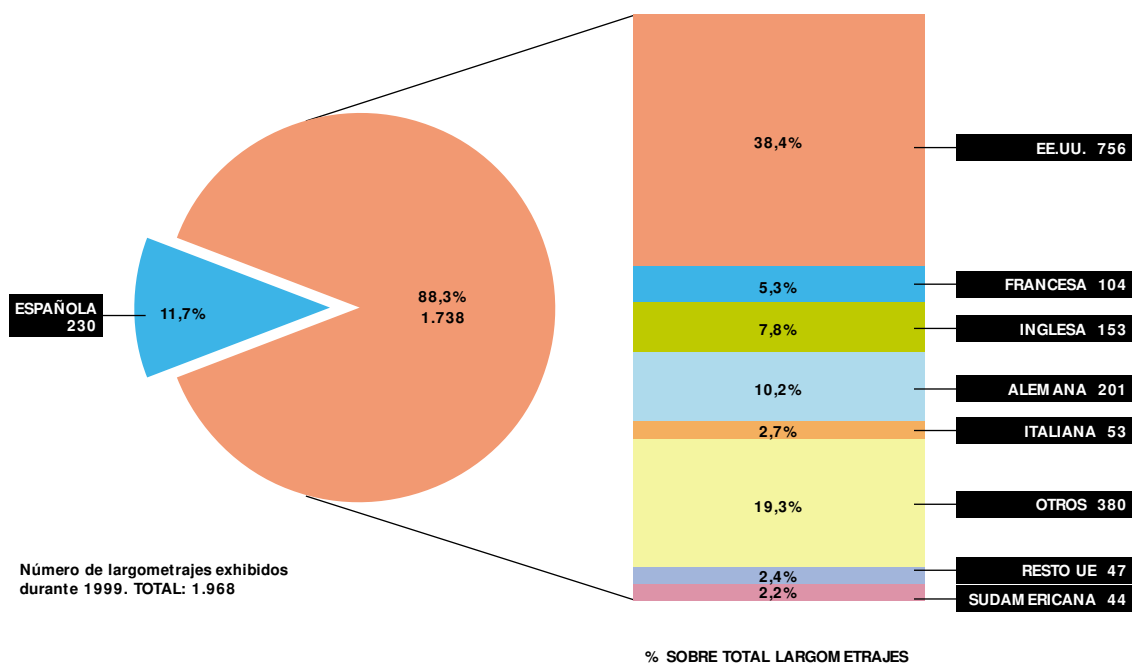


ANEXO 2. LOS 25 COMPLEJOS CINEMATOGRAFICOS CON MÁS ESPECTADORES EN 1999

| NOMBRE | PROVINCIA | SALAS | ESPECTADORES | RECAUDACIÓN |
|-------------------|------------|-------|--------------|---------------|
| Kinépolis | Madrid | 25 | 3.081.734 | 2.184.508.102 |
| Nervión | Sevilla | 20 | 2.198.823 | 1.243.029.600 |
| AMC Parc Vallés | Barcelona | 24 | 1.389.165 | 929.324.840 |
| ABC El Saler | Valencia | 9 | 1.261.926 | 864.034.050 |
| UGC Méndez Álvaro | Madrid | 16 | 1.164.645 | 845.698.678 |
| Rosales | Córdoba | 13 | 1.131.981 | 724.458.200 |
| ABC Gran Turia | Valencia | 11 | 1.073.724 | 734.834.150 |
| ABC Park | Valencia | 6 | 944.516 | 634.774.700 |
| Maremagnum | Barcelona | 8 | 943.597 | 705.583.630 |
| Larios | Málaga | 10 | 920.015 | 525.911.050 |
| La Vaguada | Madrid | 9 | 908.483 | 668.164.109 |
| Augusta | Zaragoza | 9 | 847.597 | 540.629.200 |
| La Moraleja | Madrid | 8 | 838.453 | 648.891.350 |
| Liobregat | Barcelona | 14 | 829.527 | 568.461.375 |
| Alcampo | Salamanca | 18 | 828.751 | 430.567.850 |
| Porto Plaza | Baleares | 15 | 824.823 | 541.444.075 |
| Equionoccio | Madrid | 12 | 823.933 | 589.511.050 |
| Artea | Vizcaya | 9 | 778.208 | 508.142.650 |
| Rosaleda | Málaga | 12 | 763.761 | 408.714.275 |
| Warner | Zaragoza | 7 | 749.577 | 481.209.750 |
| Icaria | Barcelona | 15 | 749.393 | 536.920.450 |
| Glories | Barcelona | 7 | 743.394 | 557.798.925 |
| Acteón | Madrid | 9 | 722.050 | 553.586.000 |
| La Ballena | Las Palmas | 10 | 716.738 | 429.890.100 |
| ABC Gran Vía | Alicante | 9 | 702.943 | 457.863.600 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.

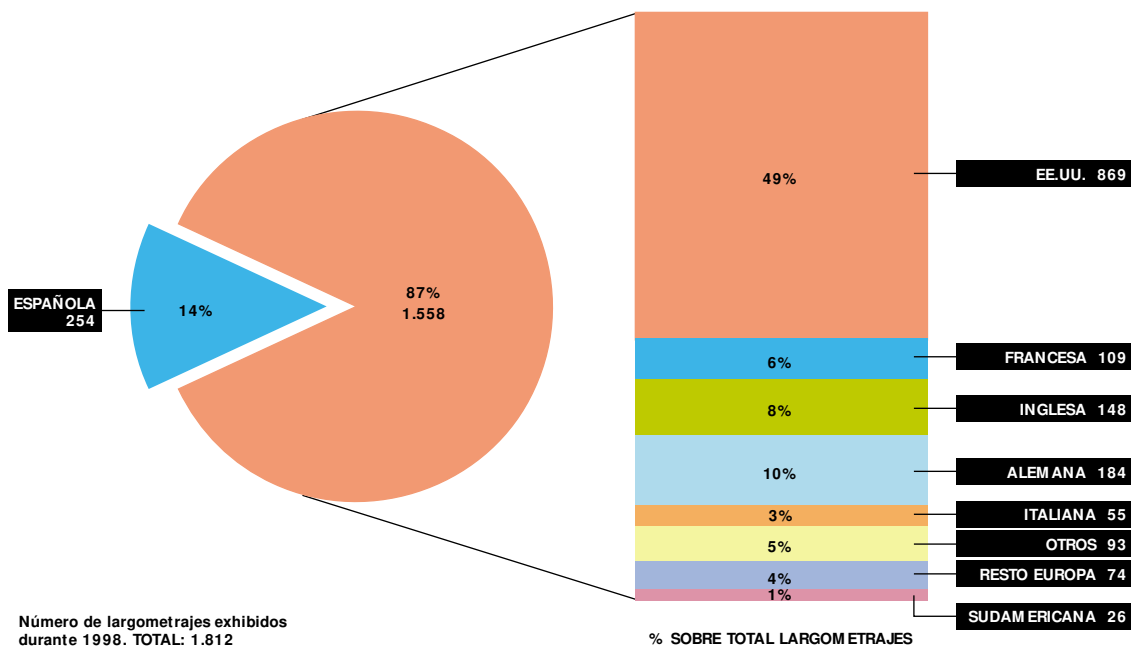
ANEXO 3. NACIONALIDAD DE LOS LARGOMETRAJES EXHIBIDOS EN 1999



Fuente: SGAE.



ANEXO 4. NACIONALIDAD DE LOS LARGOMETRAJES EXHIBIDOS EN 1998



Número de largometrajes exhibidos durante 1998. TOTAL: 1.812

% SOBRE TOTAL LARGOMETRAJES

Fuente: SGAE

ANEXO 5. PELÍCULAS CON MÁS DE UN MILLÓN DE ESPECTADORES EN 1999

| TÍTULO | ESPECTADORES | RECAUDACIÓN |
|---|--------------|---------------|
| STAR WARS EPISODIO I: LA AMENAZA FANTASMA | 5.927.074 | 3.744.327.264 |
| LA VIDA ES BELLA | 4.039.050 | 2.532.608.512 |
| NOTTING HILL | 3.276.349 | 2.034.716.180 |
| BICHOS: UNA AVENTURA EN MINIATURA | 3.072.045 | 1.914.143.922 |
| LA MOMIA | 3.042.774 | 1.859.167.750 |
| SHAKESPEARE ENAMORADO | 2.803.678 | 1.772.214.021 |
| NOVIA A LA FUGA | 2.465.582 | 1.627.620.350 |
| LA TRAMPA | 2.454.584 | 1.541.159.014 |
| TARZÁN | 2.378.906 | 1.616.395.648 |
| LA GUARIDA | 2.000.211 | 1.287.446.502 |
| TODO SOBRE MI MADRE | 1.934.834 | 1.249.015.715 |
| MUERTOS DE RISA | 1.689.663 | 1.068.403.639 |
| WILD WILD WEST | 1.637.562 | 989.045.372 |
| ASTÉRIX Y OBÉLIX CONTRA CÉSAR | 1.557.050 | 1.052.682.112 |
| ENEMIGO PÚBLICO | 1.533.498 | 969.126.917 |
| AMERICAN PIE | 1.394.060 | 879.501.215 |
| EYES WIDE SHUT | 1.381.343 | 894.680.424 |
| EL PROYECTO DE LA BRUJA DE BLAIR | 1.361.853 | 896.349.668 |
| EL SECRETO DE THOMAS CROWN | 1.351.296 | 875.525.960 |
| NINTH GATE/ LA NOVENA PUERTA | 1.323.869 | 842.753.024 |
| TIENES UN E-MAIL | 1.322.254 | 835.378.617 |
| LA MÁSCARA DEL ZORRO | 1.275.446 | 780.641.807 |
| INSPECTOR GADGET | 1.257.694 | 781.903.443 |
| EL FIN DE LOS DÍAS | 1.221.774 | 838.405.370 |
| RESURRECCIÓN | 1.179.570 | 720.144.459 |
| MENSAJE EN UNA BOTELLA | 1.160.045 | 722.124.133 |
| LA NIÑA DE TUS OJOS | 1.150.203 | 721.568.417 |
| UNA TERAPIA PELIGROSA | 1.116.022 | 760.960.960 |
| ESTADO DE SITIO | 1.108.821 | 702.896.587 |
| EL MUNDO NUNCA ES SUFICIENTE | 1.100.829 | 766.699.008 |
| EL GUERRERO NÚMERO 13 | 1.081.253 | 708.060.500 |
| ¿CONOCES A JOE BLACK? | 1.046.275 | 655.257.961 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura. ICAA.
 Nota: Los datos de recaudación que se proporcionan en este informe presentan pequeñas diferencias respecto a los publicados por el ICAA debido a una posterior depuración de los mismos.





ANEXO 6. PELÍCULAS ESPAÑOLAS CON MÁS DE CIEN MIL ESPECTADORES EN 1999

| TÍTULO | ESPECTADORES | RECAUDACIÓN |
|---------------------------------------|--------------|---------------|
| TODO SOBRE MI MADRE | 1.934.834 | 1.249.015.715 |
| M UERTOS DE RISA | 1.689.663 | 1.068.403.639 |
| NINTH GATE/ LA NOVENA PUERTA | 1.323.869 | 842.753.024 |
| LA NIÑA DE TUS OJOS | 1.150.203 | 721.568.417 |
| ENTRE LAS PIERNAS | 960.785 | 603.481.036 |
| LA LENGUA DE LAS MARIPOSAS | 892.907 | 596.902.695 |
| EL MILAGRO DE P TINTO | 850.201 | 531.012.118 |
| NADIE CONOCE A NADIE | 715.474 | 488.323.067 |
| MANOLITO GAFOTAS | 686.350 | 427.057.763 |
| EL ABUELO | 593.023 | 375.363.013 |
| SOBREVIVIRÉ | 576.244 | 376.845.962 |
| SOLAS | 563.142 | 367.323.442 |
| PARIS TOMBUCTÚ | 390.649 | 257.092.910 |
| VOLAVÉRUNT | 382.743 | 250.930.430 |
| FLORES DE OTRO MUNDO | 369.631 | 244.127.195 |
| CUANDO VUELVAS A MI LADO | 329.403 | 226.964.689 |
| CELOS | 323.860 | 209.362.389 |
| CUARTETO DE LA HABANA | 223.689 | 141.936.468 |
| NOVIOS | 217.266 | 140.129.940 |
| BARRIO | 202.989 | 123.582.689 |
| LLUVIA EN LOS ZAPATOS/ MAN RAIN SHOES | 202.144 | 131.143.402 |
| LOS SIN NOMBRE/ ELS SENSE NOM | 197.516 | 133.421.152 |
| SE BUSCAN FULLMONTIS | 157.264 | 96.850.867 |
| LÁGRIMAS NEGRAS | 156.957 | 101.174.594 |
| LA MUJER MÁS FEA DEL MUNDO | 134.681 | 87.254.872 |
| EL CORONEL NO TIENE QUIEN LE ESCRIBA | 131.403 | 88.130.573 |
| GOYA EN BURDEOS | 125.279 | 88.379.884 |
| LOS LOBOS DE WASHINGTON | 107.771 | 71.329.810 |
| LA CIUDAD DE LOS PRODIGIOS | 106.930 | 72.051.990 |
| LISBOA | 102.193 | 68.004.848 |

Fuente: SGAE y Ministerio de Educación y Cultura, ICAA.
Nota: Los datos de recaudación que se proporcionan en este informe presentan pequeñas diferencias respecto a los publicados por el ICAA debido a una posterior depuración de los mismos.

