

*Del cine unipantalla al Megaplex.
Transformaciones recientes en la industria
de la exhibición cinematográfica en España*

Agustín GÁMIR ORUETA*

Recibido: 7-XII-2000. Aceptado: 6-VI-2001

RESUMEN

El trabajo que se presenta pretende mostrar un panorama de las pautas de distribución espacial del sector de la exhibición cinematográfica en nuestro país, estructurándose en tres partes. En la primera de ellas se comentan los cambios cualitativos y cuantitativos que han afectado en las últimas décadas a la industria de exhibición cinematográfica en España. Posteriormente, se analiza la implantación en términos absolutos y relativos de las salas de exhibición en las provincias españolas, diferenciando su mayor o menor grado de modernidad de sus instalaciones. Por último, el estudio se centra en el análisis del sector en el interior de la región de Madrid en donde se produce un contraste acusado entre la capital y el resto de los municipios con presencia de cines.

Palabras Clave: Servicios, España, Cines, Megaplex.

RÉSUMÉ

Le travail qu'on présente ici essaie de montrer le tour d'horizon du secteur de l'exhibition de cinema à notre pays. Ça s'estructure à trois parts. À la première de celles on parte des échanges quantitatifs et qualitatifs qu'ont affectés à l'industrie cinematographique espagnole dans les derniers décades. Après, on analyse l'implantation en terms absoluts et rélatifs des salles d'exhibition dans les provinces espagnoles. On fait la difference du plus grand ou plus petit degré de modernité des instalations. Finalément, on étude le secteur à l'interieur de la region

* Departamento de Geografía. Universidad de Salamanca.

de Madrid, ou se produit un contrast très fort entre la capital et le reste de municips, ou il y a des salles de cinema.

Mots clés: Service, Espagne, Cinémas, Megaplex.

ABSTRACT

The aim of this paper is to show the lines of behaviour of the cinemas in our country. Therefore the text is organised in three parts. First of all the quantitative and qualitative changes that involves the cinemas in the last decades are taken into account. Secondly, the paper deal with the distribution of cinemas building in the spanish provinces, fixing the more or less range of modernity of their installations. Finally, the study focus on the region of Madrid where is given a great contrast between the capital and the periphery.

Key Words: Services, Spain, Cinemas, Megaplex.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste en un análisis sectorial de las salas de exhibición cinematográfica que se entroncan en la denominada industria de la cultura. Gran parte de la actividad cultural existente en nuestro país se materializa en una serie de bienes y servicios culturales, que se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, aplicando una estrategia de tipo económico. De este modo, junto a una intención minoritaria y arropada por la Administración Pública de fomento cultural, se superpone una auténtica industria de la cultura, cada vez más potente, cuyos modos de actuar obedecen a criterios de viabilidad y rentabilidad.

En el año, 1997 la industria de la cultura en España empleaba a 758.510 trabajadores y generaba un VAB de 3.281.950 millones de pts. (García, M., Fernández, Y. y Zofio, J. L., 2000, 124). Su contribución al PIB, estimada en un 4,2% frente al 2,4% del año, 1993, situaba a este sector en una posición incluso por encima de otros tan significativos como la energía eléctrica o el transporte por carretera. Las actividades directamente relacionadas con los derechos de propiedad intelectual suponían en ese mismo año un 27% de ese VAB, aquellas relacionadas con la producción de medios materiales necesarios para las actividades culturales recababan el 9,7% y finalmente el 63,3% restante tenía como origen las actividades relacionadas con la distribución de

bienes y servicios culturales. Entre estas últimas se incluyen aquellas relacionadas con la exhibición de películas cinematográficas.

A diferencia de otras actividades como el teatro o la música en sus distintas acepciones, la práctica totalidad de la industria de exhibición del cine obedece ciertamente en sus pautas de funcionamiento y distribución a criterios de mercado y no tanto, salvo una minoría, a una intención de fomento cultural.

Desde finales de la década de los sesenta se experimenta en España una progresiva, pero significativa, reducción en la asistencia del público a las salas de proyección de cine. Esta crisis de la industria de exhibición del cine, que no resulta exclusiva de España al afectar al conjunto de los países occidentales, se caracteriza por su magnitud y duración, hasta el punto de que en más de una ocasión se ha llegado a aventurar la desaparición del cine como modo de transmisión de películas.

La crisis del cine se ha reflejado de un modo nítido en las principales variables del sector: una reducción en el número de cines y salas en funcionamiento, un estancamiento y posterior decrecimiento en el número de películas exhibidas y estrenadas cada año y, sobre todo, una reducción significativa en el número de espectadores, así como una caída destacada en su frecuencia media anual de asistencia al cine.

Son numerosas las causas que han provocado la crisis del cine y que trascienden el objetivo de este trabajo. En parte se debe a la diversificación de la oferta de ocio de las ciudades: hoy en día, además de los cines, la ciudad proporciona una mayor variedad de espectáculos y de formas de ocio que en gran medida son posibles gracias al incremento de la movilidad intraurbana de la población. Pero, sobre todo, la difusión de la televisión en los años sesenta y setenta, con la incorporación de nuevos canales en la década de los ochenta, del vídeo en esa misma década y actualmente de la televisión de pago ha supuesto durante cerca de treinta años una competencia muy difícil de combatir. Como resultado de esta diversificación de formas de entretenimiento el cine ha dejado de ser un instrumento de ocio de masas para centrarse en sectores de población determinados ya que existen amplias capas de la población que nunca van a una sala de proyección: el 66,6% de los mayores de 61 años, el 79,9% de las personas sin estudios y el 60,3% de las amas de casa (Fernández Blanco, V., 1998, 67).

El objetivo del presente trabajo es doble: en primer lugar, se pretende mostrar los cambios acaecidos en la industria de exhibición cinematográfica en el último tercio del siglo XX en nuestro país y presentar su actual distribución territorial; en segundo lugar, el análisis se centra en la Comunidad de Madrid en donde existen contrastes notables entre el municipio capitalino y el resto de la región reflejando una pauta que puede ser extrapolable a otras áreas metropolitanas.

2. CAMBIOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS EN LA INDUSTRIA DE EXHIBICIÓN DE CINE EN ESPAÑA

La industria de exhibición del cine ha experimentado en las últimas tres décadas cambios profundos. Parte de estas transformaciones se evidencian al analizar sus principales parámetros: número de cines, pantallas, espectadores, etc.. Pero existe, además, otro tipo de transformaciones que atañen a las relaciones que se establecen entre los distintos agentes implicados en la industria del cine: productores, distribuidores y exhibidores. Comentaremos brevemente ambos aspectos.

Crisis y recuperación de la industria de exhibición en España

Son numerosas las variables que pueden ser escogidas para mostrar la evolución de la industria de exhibición del cine. Por nuestra parte hemos considerado la trayectoria temporal del número de pantallas y de los espectadores que asisten a las salas de proyección como indicadores válidos tanto de la oferta como de la demanda cubierta respectivamente. La información que se desprende de la figura 1 resulta ciertamente contundente: ambas trayectorias son paralelas, lo que indica una constante adaptación de la industria de exhibición mediante la progresiva eliminación de pantallas, manteniendo una tasa constante que oscila entre 20 y 25 pantallas por cada millón de espectadores¹.

La crisis ha sido de gran magnitud como revelan ambas variables: desde 1968 el número de pantallas ha pasado de las 7.761 hasta las 1.773 en 1.990 y en el caso de los espectadores éstos han reducido su asistencia desde los 377 millones en esa fecha inicial hasta los 86 millones en 1987. El cierre de salas tuvo una mayor incidencia en los núcleos de población inferiores a los 50.000 habitantes, convirtiendo al cine en un servicio de ocio cada vez más limitado al ámbito urbano. Durante estos años la caída de ambas magnitudes es imparable e independiente de los ciclos y coyunturas económicas: se produce tanto en periodos de recesión económica —segundo lustro de los setenta y pri-

¹ Los datos proceden del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales que edita anualmente un Boletín Informativo. Igualmente se ha consultado el anuario elaborado por la Sociedad General de Autores y Editores. Las escasas diferencias entre las cifras de uno y otro se deben a que este último censo aplica criterios menos restrictivos. Por otra parte, la Fundación Autor elabora desde 1998 el Mapa Informatizado de Recintos Escénicos de España (MIRE) en formato CD-ROM; en él se encuentran datos exhaustivos sobre 4,19 recintos —que se ampliarán a cerca de un millar en la última edición— en los que hay una actividad regular de difusión de espectáculos. Sin embargo, por el momento en dicho Mapa Informatizado no se incluyen las salas de exhibición cinematográfica.

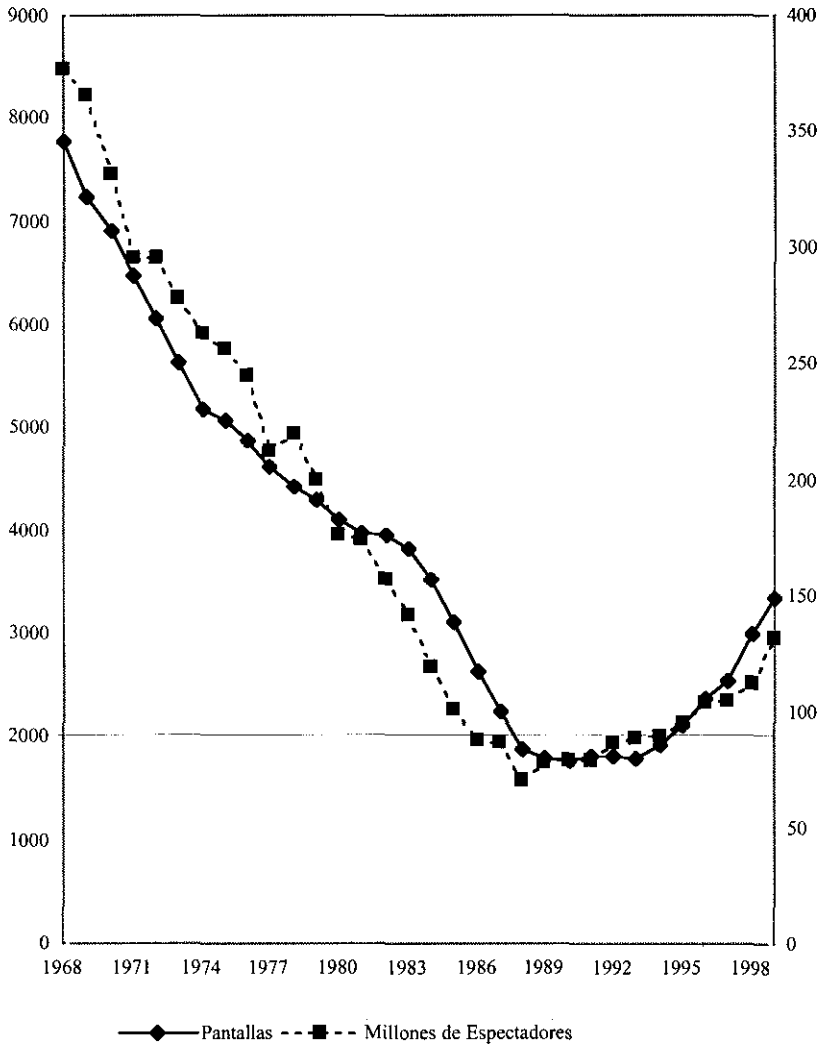


Figura 1.—Número de pantallas de cine y millones de espectadores en España, 1968-1999.

mero de los ochenta— como de bonanza —primer lustro de los setenta y último de los ochenta—.

Sin embargo, los datos que se registran en la figura 1 muestran un cambio de tendencia a partir de los dos primeros años de la década de los noventa: si bien no se producen incrementos en ambas variables representativas de la oferta y la demanda, sí se ha producido un freno en su caída. Esta estabilización es la antesala de la recuperación del sector, que se inicia desde 1992 experimentando un incremento regular de alrededor de 200 pantallas anuales y una asistencia que aumenta cada año entre 2 y 5 millones de espectadores. A finales de 1999 existían en nuestro país 3.343 pantallas que recibieron una asistencia global cifrada en 131 millones de espectadores. Si bien resulta clara la recuperación del sector, debe matizarse que se está lejos de las cifras de finales de la década de los sesenta, las cuales difícilmente se alcanzarán porque, como se ha mencionado antes, el cine ha dejado de ser un servicio de ocio de masas.

Este aumento que experimenta el número global de pantallas se encuentra en consonancia con el que se produce en otros países de nuestro entorno, lo que avala la teoría de que el fenómeno del cine trasciende una óptica exclusivamente económica y se apoya también en condicionantes más complejos de índole social y cultural.

Cuadro 1
Evolución del número de pantallas por cada millón de habitantes

	1993	1994	1995	1996	1997
España	46	49	54	60	64
Francia	74	75	75	78	80
Alemania	46	47	47	50	51
Gran Bretaña	33	34	34	37	40
EE.UU.	100	100	110	110	

Fuente: Anuario SGAE, 1999.

La evolución en estos años del número de pantallas por cada millón de habitantes en Francia, así como en Alemania y Gran Bretaña, resulta coincidente con la experimentada en nuestro país que ha pasado de un índice de 46 pantallas por cada millón de habitantes en 1993 a 64 en 1997 (cuadro 1). Parece que el techo de este indicador está todavía por alcanzar como reflejan las cifras de los EE.UU., con 110 pantallas / millón de habitantes en 1996, y

sobretudo Francia —con una tasa de 80— cuyas características socioeconómicas y culturales son más próximas a nuestro país. Utilizando este último indicador podemos aventurar la posibilidad de que el mercado de consumidores españoles admita la existencia de una oferta adicional en torno al medio millar de pantallas.

Cambios en las relaciones empresariales en la industria del cine

Para comprender las relaciones empresariales que se establecen en la industria del cine resulta apropiado diferenciar en ella a tres agentes: el productor, el distribuidor y el exhibidor. La compañía productora, tras una serie de inversiones generalmente cuantiosas, destinadas a una gran variedad de actividades (gastos de personal artístico y técnico, gastos de rodaje, de laboratorio y de explotación) crea una obra cinematográfica y se convierte en propietaria de los derechos de exhibición mundial de la película que ha producido. La distribuidora adquiere del productor los derechos de explotación de la película para difundirla en un contexto territorial y temporal previamente acordado con aquel, llevando a cabo una compleja actividad comercial mediadora entre el productor y el exhibidor. Finalmente, la exhibidora se encarga de la explotación comercial del film cumpliendo en el negocio cinematográfico la función de intermediario minorista entre el productor y el consumidor. Las relaciones contractuales que se establecen entre compañías productoras, distribuidoras y exhibidoras han ido ganando en complejidad (Cuevas, A., 1999, 267). El patrón general consiste en una cesión del exhibidor al distribuidor de un porcentaje de los ingresos obtenidos en taquilla (entre el 40 y el 60%). Así mismo, el distribuidor traslada al productor estos ingresos obtenidos en concepto de cesión de los derechos de exhibición de la obra reteniendo otro porcentaje (entre el 30 y el 40%) en pago de sus servicios.

La composición de estos tres agentes ha variado en las últimas décadas tanto en nuestro país como en el resto de Europa. Hasta la década de los ochenta las grandes productoras norteamericanas, las denominadas «majors»², establecían relaciones contractuales con distribuidoras nacionales como Filmayer, Incine, Suevia, Izaro Films, que compartían el negocio de la distribu-

² La composición de las «majors» ha variado en los últimos años debido a recientes fusiones entre la industria de entretenimiento y la de los media. En la actualidad forman parte de este selecto grupo las compañías siguientes: Columbia Pictures —en la órbita de Sony—, Buena Vista —integrada en Walt Disney—, MGM-UA, Paramount, 20th Century Fox, Universal y Warner Bros.

ción con empresas norteamericanas como Cinema International Corporation o C. B. Films. El panorama se completaba con un conjunto numeroso de empresas exhibidoras de capital nacional en el que abundaba el empresario individual. Las compañías distribuidoras ejercían un notable poder al imponer al exhibidor la contratación de películas por lotes. Por su parte hasta, 1965, fecha en la que se implanta el control oficial de las recaudaciones de los cines, se producía una cierta desinformación acerca de las cifras reales de taquilla por parte del empresario exhibidor. Desde 1978, fecha en la que se estableció el control automático de taquilla, se redujo significativamente el fraude generalizado que se producía en la rendición de cuentas de taquillaje (Fernández Torres, A., 1983, 96).

Durante la década de los ochenta este esquema se transforma. En el sector de la distribución el número de empresas nacionales se ha reducido significativamente y solamente gestionan un porcentaje minoritario de los ingresos de taquilla (Fernández Torres, A., 1983, 96). La mayoría de estas empresas han desaparecido o bien se han transformado en filiales de distribuidoras norteamericanas (Ministerio de Cultura, 1993, 48). Así, de las 408 distribuidoras activas en 1976 se ha pasado a 170 en 1996, experimentándose una concentración empresarial significativa en el sector. Las distribuidoras de capital norteamericano como United International Pictures, Buena Vista International o Columbia Tri Star Films controlan el 90% de la recaudación total de taquilla al igual que la distribución de películas realizadas por productoras españolas³.

Por su parte, en el sector de la exhibición ha tenido lugar una notable concentración empresarial, particularmente en las grandes ciudades. A pesar de la existencia de un número considerable de empresas, el sector de la exhibición cinematográfica se encuentra muy polarizado. En, 1992, 33 cadenas de exhibición, propietarias del 36% de las pantallas del país, percibían el 85% de la recaudación (Fernández Blanco, V., 1998). De este modo, el minifundismo empresarial de anteriores décadas cede paso a cadenas de exhibición de capital español como Cinesa, Yelmo Films, ACEC, o Hermanos Hernández. Estos circuitos de exhibición proporcionan al sector una cierta posición de fuerza frente a las distribuidoras (Cuevas, A., 1999, 285).

En esta década se evidencia que en el proceso productivo de la industria del cine son precisamente las fases de preproducción y postproducción

³ En efecto, en 1980 se impone la llamada «cuota de distribución», consistente en la obligatoriedad de distribuir una película española por cada cuatro films extranjeros. De este modo la distribución de películas de producción nacional por parte de las compañías multinacionales perseguía también la obtención de autorización para distribuir películas estadounidenses.

las que adquieren una mayor importancia respecto a la producción cinematográfica propiamente dicha (Marcos, C. y Urraca, A., 1992, 176). En buena medida ello se debe a que el modelo de amortización de películas realizadas se ha alterado notablemente con la aparición de nuevos canales. La exhibición en las salas de proyección de las películas constituye un porcentaje cada vez menor de los ingresos totales obtenidos por éstas, sin llegar a superar el 30% de la amortización del producto (Palacio M. Y Zunzunegui, S., 1995, 28). Existen otros componentes como los derechos de emisión en TV, el vídeo, la comercialización de bandas sonoras o el *merchandising* que completan el 70% del negocio restante. De este modo, la tradicional exhibición ha perdido el papel de protagonista absoluto en el proceso de rentabilización de obras audiovisuales en favor de la teledifusión y el vídeo doméstico que representan parcelas cada vez más importantes de este proceso. Es precisamente en esta parte sustancial del negocio del cine en donde el entramado de la cinematografía europea muestra una mayor debilidad.

En los últimos años el proceso de multinacionalización del negocio cinematográfico ha trascendido también al sector de la exhibición mediante dos procesos. El más sencillo ha consistido en la compra de algunas cadenas de exhibición nacional por parte de distribuidoras norteamericanas. Es el caso de Cinesa, la principal cadena de exhibición española con 167 salas y un total de 45.000 butacas, que se ha convertido en filial de Paramount y Universal Studios. Otro procedimiento ha consistido en una integración vertical de todo el sector desde la producción hasta la exhibición, es la estrategia emprendida por la Warner Bros con su distribuidora, Warner Española, S. A. y su propia cadena de salas de exhibición Warner-Lusomundo.

De este modo, el panorama de la industria de la exhibición del cine se compone de un limitado número de empresas de capital nacional propietarias de cadenas de exhibición, un número reducido pero en ascenso de empresas exhibidoras antes de capital nacional y hoy filiales de distribuidoras norteamericanas propietarias así mismo de circuitos de exhibición, un grupo de empresarios de capital nacional no integrados en estos circuitos cuya programación se encuentra en manos de distribuidoras multinacionales, un núcleo de exhibidores independientes ligados a distribuidoras nacionales (Lauren Films, Golem, Alta Films) y, finalmente un conjunto de salas pertenecientes desde su origen a multinacionales del cine.

En conclusión, cabe afirmar que la reconversión de la industria del cine a finales del siglo XX se ha saldado con su globalización y la hegemonía de un reducido número de compañías norteamericanas que, dominando los sectores de producción y distribución, avanzan hacia el control del sector de la exhibición. El cine actual se debe, por lo tanto, concebir como una actividad empre-

sarial más cuyos productos se elaboran, distribuyen y exhiben ante unos espectadores-consumidores, participando de las mismas estrategias empresariales (integración horizontal y vertical, formación de redes, aumento de escala, estandarización, apertura hacia otros mercados, tecnificación, etc.) que han adoptado otras ramas de actividad. Con ello, el cine actual ha retomado la dimensión industrial con la que fue concebido en sus inicios superponiéndose cada vez más a su dimensión artística.

3. LA ESTRUCTURA ACTUAL DE LA OFERTA DE EQUIPAMIENTO

Ya hemos observado como la larga crisis del cine se ha visto acompañada por una adaptación de la estructura empresarial caracterizada por una disminución del número de establecimientos dedicados a esta actividad y, consecuentemente, del número de pantallas. También el proceso de recuperación de esta industria que se inicia en los primeros años de los noventa descansa en sus características en cambios significativos. El cuadro 2 es representativo de las claves subyacentes en esta recuperación de la industria del cine.

Desde 1994 el número de cines con una sola pantalla ha disminuido tanto en términos absolutos como relativos: de un 80,3% de los establecimientos en esa fecha a un 63,9% en 1999, reforzando aún más la disociación entre establecimiento y pantalla. Si bien es cierto que la presencia de establecimientos con más de una pantalla ya surge a finales de la década de los setenta en las principales áreas metropolitanas, en los últimos años esta disociación se acrecienta aún más. Así, mientras que en 1994 el número medio de pantallas por cine era de 1,55, a finales de esa década alcanzó la cifra de 2,51. Veremos más adelante como este indicador se supera con amplitud en algunas regiones y coronas metropolitanas.

En la actualidad conviven en los núcleos urbanos tres tipos de cines que son representativos de tres etapas diferentes. Estos tres tipos de cines pueden denominarse: establecimiento unipantalla, multicine y multiplex/megaplex.

Durante la década de los cincuenta y sobretodo en la de los sesenta se construyen en las ciudades españolas grandes establecimientos de cine que cuentan con una única gran pantalla y un número considerable de butacas repartidas a veces en dos y hasta tres niveles diferenciados. En estos años se conjuga, por un lado un incremento de la renta familiar disponible y por otro, una reducción significativa de otras alternativas de espectáculo. La televisión todavía no alcanza suficiente magnitud en todas sus variables (número de receptores de TV por habitante, número de horas emitidas) y su calidad con imágenes en blanco y negro y bajo nivel de contenido de entretenimiento no supone una competencia seria respecto al cine. Esta época dorada de la exhibición cine-

Cuadro 2
Distribución de los cines según el número de pantallas, 1994-1999

N.º Pantallas	1994		1995		1996		1997		1998		1999	
	Nº Cines	%	Nº Cines	%	Nº Cines	%	Nº Cines	%	Nº Cines	%	Nº Cines	%
De 1 sola pantalla	998	80,3	973	77,3	867	71,2	841	68,6	884	66,5	854	63,9
De 2 pantallas	73	5,8	83	6,6	92	7,6	92	7,5	106	8,0	101	7,6
De 3 - 5 pantallas	129	10,4	144	11,4	168	13,8	181	14,8	194	14,6	200	15,0
De 6 - 8 pantallas	37	3	49	3,9	66	5,4	79	6,4	94	7,1	108	8,1
Más de 8 pantallas	6	0,5	10	0,8	24	2	33	2,7	51	3,8	71	5,3
Total cines	1243	100	1.259	100	1.217	100	1.226	100	1.329	100	1.337	100
Nº medio pantallas/cine	1,55		1,67		1,95		2,10		2,28		2,51	

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura. ICAA. Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales.

matográfica se caracteriza por la presencia destacada de estos establecimientos en los barrios más céntricos de la ciudad, ocupando una amplia superficie de fachada y proporcionando empleo a un número destacado de trabajadores: taquilleras, acomodadores, cartelistas, proyccionistas, porteros, hosteleros, etc.. Las grandes cifras de asistencia no sólo permitían un empleo extensivo sino también importantes beneficios para los propietarios de las salas.

La recesión experimentada en el último lustro de los setenta supuso cambios significativos. A una reducción en la capacidad de gasto se unió la difusión, ya decisiva, de una televisión presente en las viviendas de casi todas las familias que incorporaba un mayor número de horas de emisión así como mejoras sustanciales en los contenidos y formatos de presentación de los programas con la incorporación del color. Los propietarios de los grandes establecimientos unipantalla observan como día a día se produce una reducción en la asistencia del público a la vez que se incrementan los costes laborales. Por otra parte, la modernización del sistema impositivo grava, como es lógico, a unos grandes establecimientos situados en las calles más céntricas de las ciudades. En consecuencia, los cierres y posteriores derribos o reconversiones de cines (en salas de fiesta, bingos, incluso establecimientos comerciales) se suceden.

En la década de los 80 el modelo de establecimiento que mejor responde a estos condicionantes es el multicine. Se trata de establecimientos que cuentan con cuatro y hasta seis salas independientes, cada una de ellas con su pantalla correspondiente y con un número reducido de butacas. Su localización ya no se limita a las calles más céntricas al aparecer en otras vías de la ciudad e incluso en los primeros centros comerciales; en cualquier caso su presencia pasa, a diferencia del anterior tipo, casi desapercibida para el ciudadano, ocupando inmuebles con reducida longitud de fachada y locales en plantas bajas y sótanos. Sin duda representa una respuesta acertada a la crisis, ya que en estos multicines se proyectan varias películas a la vez, se amplía el horario y se produce una mayor rotación de películas, medidas todas ellas encaminadas a garantizar una asistencia mínima al establecimiento. Este ahorro de costes en términos de superficie se complementa con un empleo intensivo en el que los trabajadores atienden a varias salas a la vez y la antigua división de funciones tiende a desaparecer. Por otra parte, se abandona la estructura familiar del negocio que tiende a organizarse con unos patrones propiamente empresariales y a asociarse con las empresas de distribución cinematográfica. En estos años convive en el panorama de las ciudades españolas el moderno multicine con el tradicional gran cine unipantalla, optando algunos de ellos por una reconversión hacia la fórmula de multicine mediante la segmentación (no sin problemas arquitectónicos) de su único patio de butacas. Con todo la industria de exhibición del cine vive momentos de crisis: la ocupación plena de las salas está lejos de garantizarse incluso en los periodos de máxima asis-

tencia; la eliminación de la denominada sesión numerada —un indicador de garantía de una oferta asegurada— y la generalización de las sesiones continuas no consiguen frenar, como hemos visto anteriormente, la caída que experimentan las cifras de número de espectadores.

El segundo lustro de la década de los noventa supone un cambio de tendencia cuyo exponente más reciente lo constituye la construcción de los cines denominados multiplex (centros de exhibición con más de 8 pantallas) y los megaplex (con más de 20 salas). Se trata de la denominada tercera generación de cines, nacida en los Estados Unidos y cuya fórmula de negocio es exportada primero al Reino Unido y luego al resto de Europa. En Francia el primero de estos cines se inaugura en 1993 en Toulon y su expansión ha sido muy rápida contando en 1998 con 37 multiplex.

Tanto los multiplex como los megaplex comparten algunas características: su primera seña de identificación, la de su gigantismo, pudiera parecer una recuperación de estructuras pasadas, pero los multiplex y megaplex suponen una transformación que va más allá de las dimensiones de los establecimientos. En efecto, a diferencia de los multicines, se trata de grandes establecimientos que albergan varias salas de dimensiones considerables lo que supone una oferta variada para todos los segmentos del público. Cuentan, además, con nuevos servicios, como teleentradas —una moderna reintroducción de las antiguas sesiones numeradas—, taquillas automáticas, aparcamiento, guardería, prensa cinematográfica, etc., tendentes a facilitar la asistencia al cine. Toda esta estructura se mantiene gracias al empleo de modernas tecnologías que atañen tanto al mantenimiento de las salas como a la gestión del negocio, así como mediante la aportación de un empleo intensivo. El cuadro 1 muestra como desde 1994 la mayor tasa de incremento de cines tiene lugar precisamente en aquellos que cuentan con más de ocho salas, pasando de apenas 6 cines en esa fecha a 71 a finales de 1999. Del mismo modo que los grandes centros comerciales integrados suponen un exponente claro de la globalización que afecta a la distribución comercial, los multiplex y megaplex constituyen el principal representante de ésta en el sector de la industria de exhibición cinematográfica. La dimensión de los proyectos es de tal magnitud que únicamente los grandes distribuidores (UGC, Warner Lusomundo, HMC, Gaumont, Pathé, etc) pueden afrontar las inversiones necesarias⁴.

⁴ En el caso de Warner Lusomundo Cines de España se trata de un proyecto consistente en la apertura de 12 multicines en España contando cada uno de ellos entre 7 y 18 salas de proyección. Warner Lusomundo está participada por la productora y distribidora Warner Bros, Lusomundo (líder en el mercado portugués de exhibición de cine) y la distribidora Sogecable. El proyecto fue posible gracias a un préstamo de 8.000 millones de pts. en el que participan 21 entidades bancarias nacionales y extranjeras.

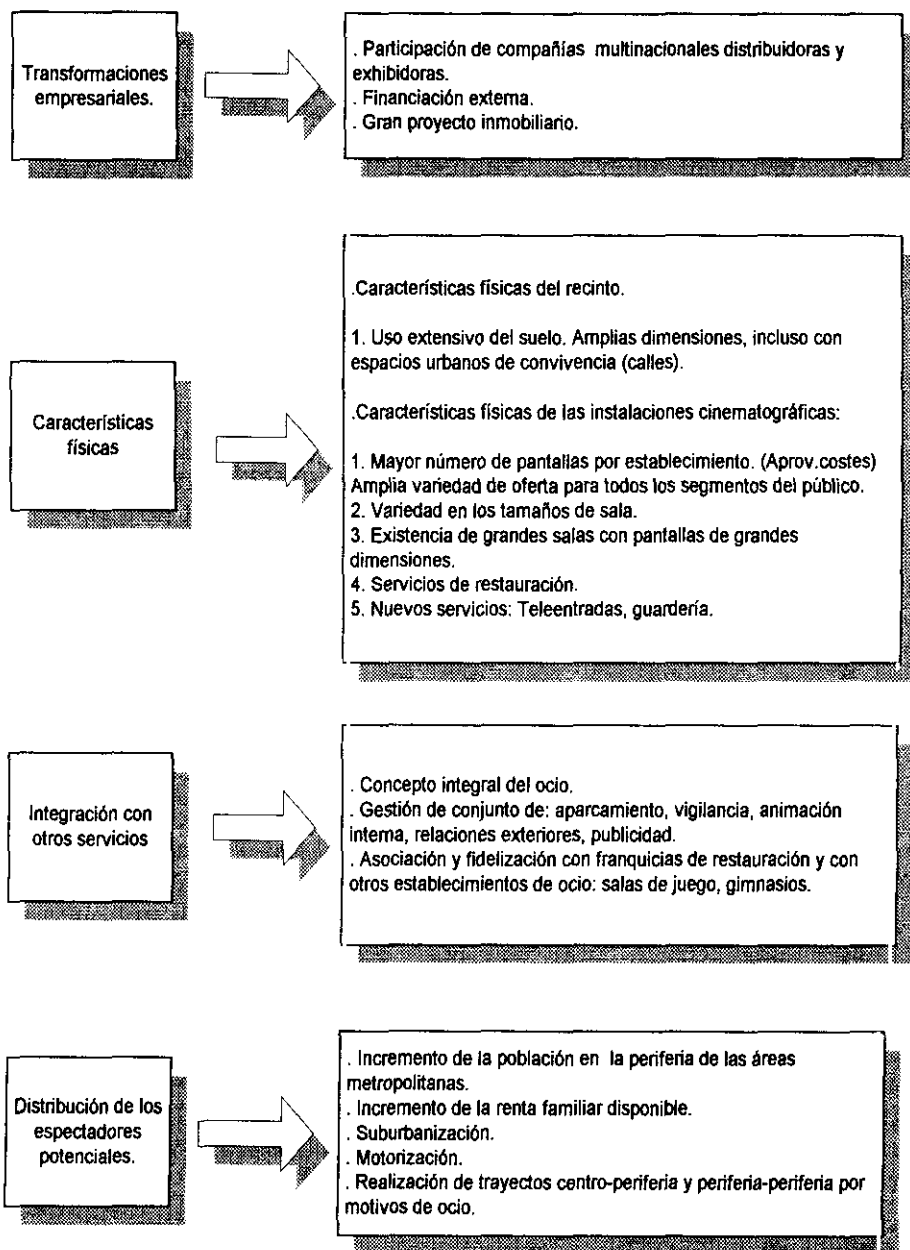


Figura 2.—Características diferenciadoras de los megaplex.

La diferenciación entre los multiplex y los megaplex trasciende más allá del número de pantallas (de 8 a 20 en el caso de los primeros y más de 20 para los segundos). Los multiplex ocupan, en general, establecimientos en las plantas superiores de los centros comerciales. Del mismo modo que el hipermercado constituye la locomotora principal de los comercios allí instalados, los multiplex comparten esta misma función de la que dependen los establecimientos de restauración y otras instalaciones de ocio presentes en el centro comercial. La fórmula del megaplex representa un salto cuantitativo y cualitativo (figura 2): se trata de una concepción integral del ocio, independiente de la función comercial, en el que el cine se constituye en principal protagonista. Junto a él se emplazan las principales franquicias de restauración y otros establecimientos de ocio compartiendo un mismo inmueble o recinto así como los servicios asociados a éste: gestión de conjunto, promoción exterior, animación, vigilancia, aparcamiento, etc... De este modo, tal y como apunta Valenzuela Rubio, bajo esta nueva faceta el cine «puede llegar a nuclear en torno suyo a toda una gama de servicios recreativos, comerciales y de restauración adquiriendo un protagonismo urbano que no tenía desde las primeras décadas de siglo»⁵. Los requisitos en dimensiones y en accesibilidad han condicionado en buena medida el emplazamiento de estos recintos en la periferia de las ciudades y junto a las vías perimetrales o de salida de ésta. Además su público preferente es precisamente aquel que reside en la periferia metropolitana ya que muestra una estructura por edades más joven a la vez que una mayor tasa de motorización. Los nuevos cines del siglo XXI, los multiplex y los megaplex se sitúan, por lo tanto, en la periferia, cambiando progresivamente el sentido de unos viajes de ocio tradicionalmente de tipo centro-periferia por otros de sentido opuesto, así como por desplazamientos en los que el centro urbano no es ni origen ni destino.

4. LA DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA INDUSTRIA DE LA EXHIBICIÓN DEL CINE EN ESPAÑA

La distribución territorial del censo de pantallas se presenta en las figuras 3 y 4. En la primera de ellas se muestra el número total de pantallas de cine mientras que en la segunda se considera los valores relativos de esta presencia, mediante el indicador pantallas de cine / millón de hab. Ambas figuras son necesarias para obtener una imagen acertada de la presencia de esta actividad en el territorio.

⁵ Valenzuela Rubio, M. (1999): «Turismo y Servicios recreativos», en García Delgado, J. L. (Coord.) Estructura económica de Madrid, Madrid, Civitas, p. 533.

La última de estas figuras muestra una presencia relativa destacada en las provincias catalanas, Madrid, Guipúzcoa, Lugo, Cádiz, Alicante, Murcia, Santa Cruz de Tenerife y Baleares así como en varias provincias de Castilla y León, con tasas que superan las 75 pantallas por cada millón de habitantes. Pero parece evidente que en algunos de los territorios mencionados esta tasa se debe, no tanto a la presencia de establecimientos de exhibición cinematográfica, como a su escaso volumen demográfico. Por ello resulta casi más significativo observar el mapa de la figura 3 elaborado con cifras absolutas. En él destacan las provincias de Madrid y Barcelona cada una con más de 200 pantallas. En un segundo plano se encuentran Valencia, Alicante y Sevilla con más de un centenar de pantallas. Parte de Andalucía, Cataluña, el País Vasco, así como las provincias de Zaragoza, Valladolid, Baleares, Santa Cruz de Tenerife, Asturias y La Coruña cuentan con un número de pantallas comprendido entre 50 y 100. En el resto del territorio, si bien su presencia por habitante resulta destacada tal y como refleja el mapa de la figura 4, lo cierto es que existe una carencia en términos absolutos de instalaciones de cine, sobretodo en Castilla y León, Aragón, La Rioja y las provincias de Cuenca, Guadalajara, Lugo y Huelva en las que no se supera la cifra de 25 pantallas. Basta señalar que las 155 pantallas que se localizan en este conjunto de catorce provincias, suponen una cifra prácticamente idéntica a las 156 presentes en la provincia valenciana.

Este panorama provincial de la oferta y demanda de cine esconde sin embargo notables diferencias internas, las cuales se evidencian cuando se analiza la distribución de las salas de cine según estratos de los núcleos de población.

Cuadro 3
Distribución de pantallas según tamaño de los núcleos de población

	1997		1998	
	N.º Pantallas	%	N.º Pantallas	%
> 200.000 hab.	1.162	45,5	1806	60,4
30.000-200.000 hb.	655	25,7	594	19,9
10.000-29.999 hb.	318	12,5	280	9,4
5.000-9.999 hb.	176	6,9	137	4,6
< 5.000 hb.	240	9,4	171	5,7
Total	2.551	100	2988	100

Fuente: Anuario SGAE, 1999.

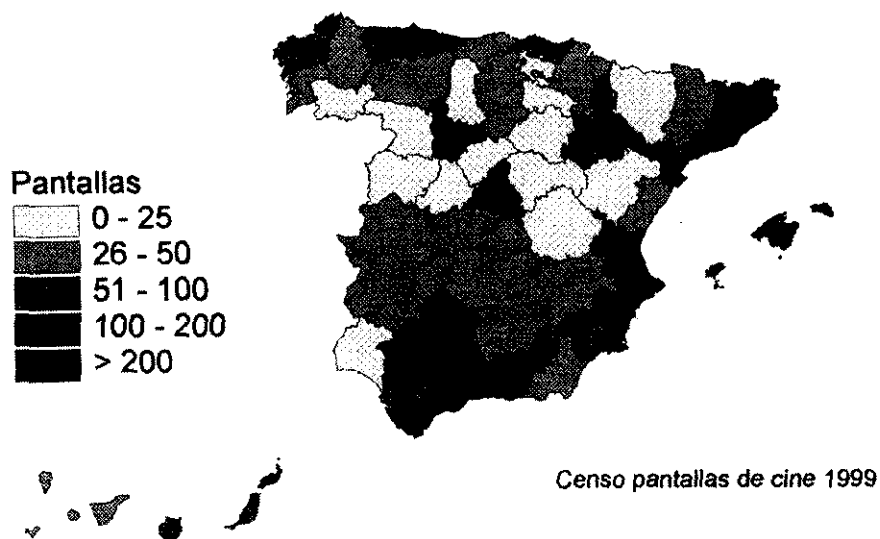


Figura 3.—Distribución provincial de las pantallas de cine en 1999.

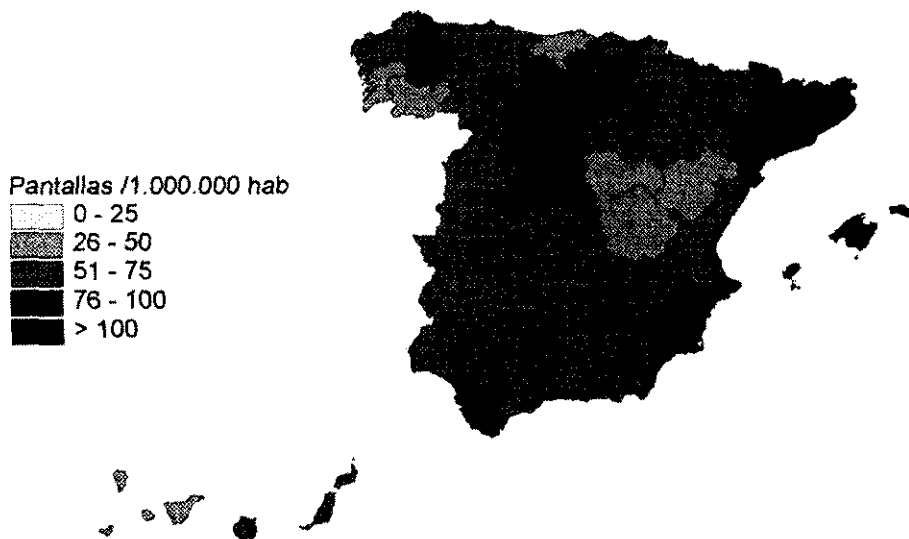


Figura 4.—Distribución provincial de las pantallas de cine por habitante en 1999.

La información contenida en el cuadro 3 identifica al fenómeno del cine como algo estrictamente urbano: el 60,4 de las pantallas se encuentran en ciudades de más de 200.000 habitantes y este porcentaje asciende al 80,3 si establecemos el umbral en los 30.000 habitantes. Estos datos tienen su relevancia en aquellas provincias del interior peninsular, con un volumen escaso de población y una notable concentración de ésta en la capital provincial. Por lo tanto en aquellas provincias con un menor porcentaje de población urbana y con un poblamiento más disperso existe una menor oferta de salas de exhibición. En definitiva, la ausencia de un volumen mínimo de público que asegure la rentabilidad de la sala y, por otro lado, los costes de transporte que supone desplazarse a una localidad para asistir al cine implican un desincentivo en el mantenimiento o apertura de salas de proyección en estos ámbitos⁶. Un panorama diferente tiene lugar en aquellas provincias en las que la expansión metropolitana es más acusada (Madrid, Barcelona, Valencia), en donde no sólo existe una mayor dispersión de salas de cine en el interior de su territorio sino que ésta tiende a aumentar en paralelo al desarrollo urbanístico de las periferias metropolitanas.

Para analizar el grado de modernización del sector de la exhibición cinematográfica en las comunidades autónomas se ha acudido a dos sencillos indicadores: la relación entre el número de cines y el de pantallas y, en segundo lugar, el grado de presencia de los multiplex y megaplex en cada región.

El diagrama de dispersión de la figura 5 muestra la posición de cada región según el número de cines y de pantallas, igualmente se indican en este diagrama las diagonales correspondientes a las ratios 1, 2, 3 y 4 pantallas/cine. En primer lugar, se evidencia la importancia de cuatro comunidades autónomas —Cataluña, Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana— cada una de ellas con más de 140 cines y 300 salas. De este grupo la Comunidad de Madrid ocupa una posición preferente en términos de modernización de sus instalaciones al proporcionar una ratio de 4,0 pantallas/cine muy superior a la media nacional 2,51. Andalucía y Cataluña con ratios cercanas a 3 ocupan también una posición destacada. En las tres regiones alrededor del 30% de las pantallas se localizan en cines multiplex, es decir en establecimientos con más de 8 salas cada uno (cuadro 4). Distinta es la situación de la Comunidad Valenciana que muestra una estructura menos modernizada con 321 pantallas repartidas en 182 cines. Diagnóstico que se confirma si se tiene en cuenta que solamente el 15% de las salas corresponden a multiplex.

⁶ La Administración, siendo consciente de esta realidad, convoca desde 1991 ayudas para las salas de exhibición cinematográfica situadas en zonas rurales o de baja rentabilidad (BOE n.º 251 del, 19 de octubre de 1991).

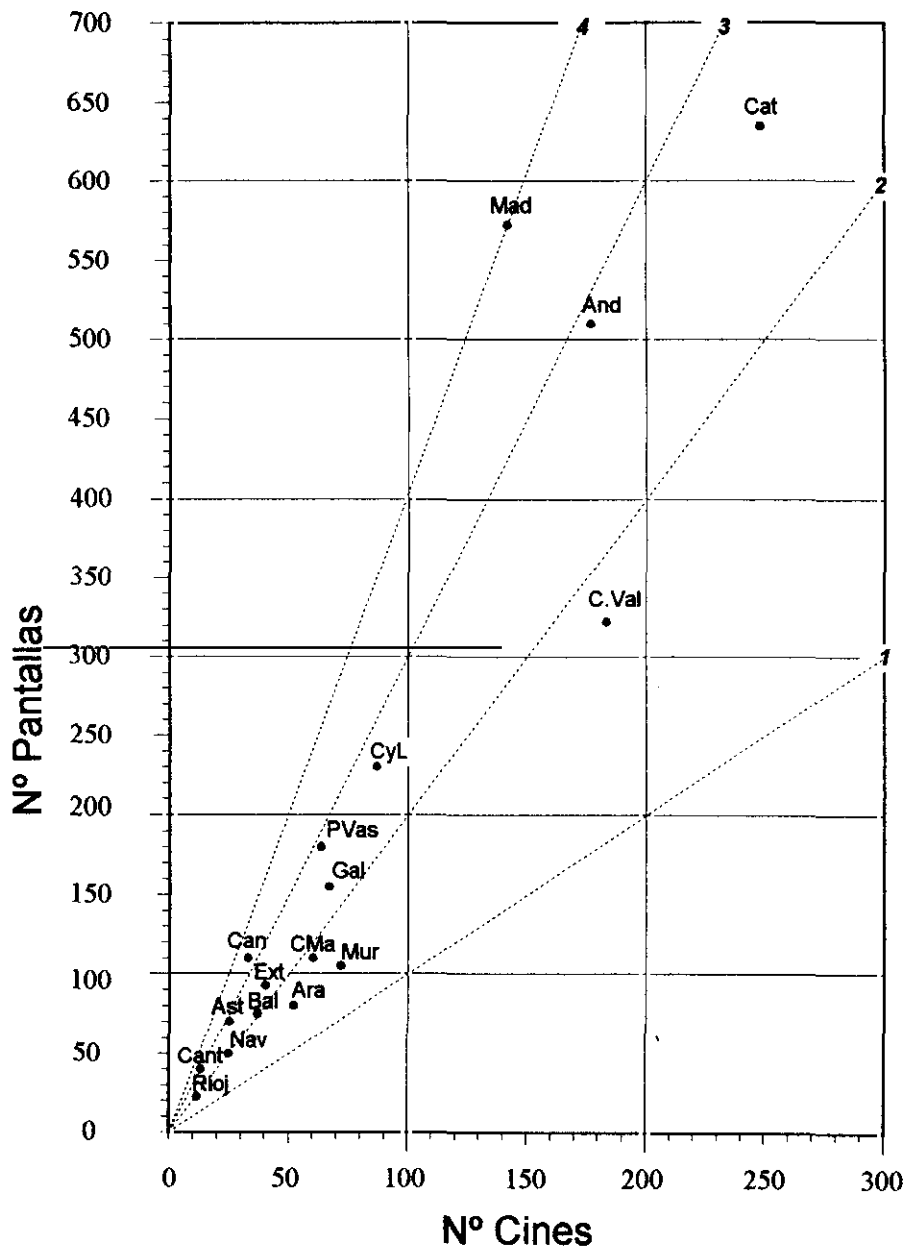


Figura 5.—Número de cines y pantallas en las Comunidades Autónomas, 1999.

Cuadro 4
Porcentaje de pantallas en cines con más de ocho salas, 1999

<i>Comunidad Autónoma</i>	<i>%</i>	<i>Comunidad Autónoma</i>	<i>%</i>	<i>Comunidad Autónoma</i>	<i>%</i>	<i>Comunidad Autónoma</i>	<i>%</i>
La Rioja	47,8	País Vasco	28,6	Murcia	17,9	Castilla La Mancha	8,0
Andalucía	33,9	Canarias	25,2	C. Valenciana	15,0	Extremadura	0,0
Madrid	31,1	Baleares	20,0	Castilla y León	14,0	Ceuta	0,0
Cantabria	30,8	Asturias	19,1	Aragón	11,3	Melilla	0,0
Cataluña	29,6	Navarra	18,4	Galicia	8,4	España	24,0

Cinco regiones —Castilla y León, País Vasco, Galicia, Canarias, Castilla La Mancha y Murcia— cuentan con un intervalo de pantallas comprendido entre 100 y 250. En conjunto muestran ratios limitadas entre las 2 y las 3 pantallas/cine con la excepción positiva de Canarias (3,2 pantallas/cine y una cuarta parte de ellas en establecimientos con más de ocho salas) y negativa de Murcia (1,5 pantallas/cine).

Finalmente, el resto de las regiones posee menos de 50 cines y un centenar de pantallas cada una, situándose la mayoría de ellas, con la excepción de Cantabria y Aragón, en la horquilla limitada entre las 2 y las 3 pantallas/cine.

Pero la presencia absoluta o relativa de las pantallas de cine así como de su grado de modernización únicamente nos informa de la existencia de estas instalaciones y no de su uso. En este sentido, se ha considerado oportuno reflejar en un tercer mapa la distribución del gasto medio por habitante en cine en 1999 (figura 6). Aunque el precio medio de las entradas de cine varía de unas provincias a otras (desde las 696,2 pts de media en Madrid hasta las 455, 8 pts en Jaén), se considera este mapa suficientemente significativo para detectar el grado de asistencia a estos servicios de ocio. En él se refleja una

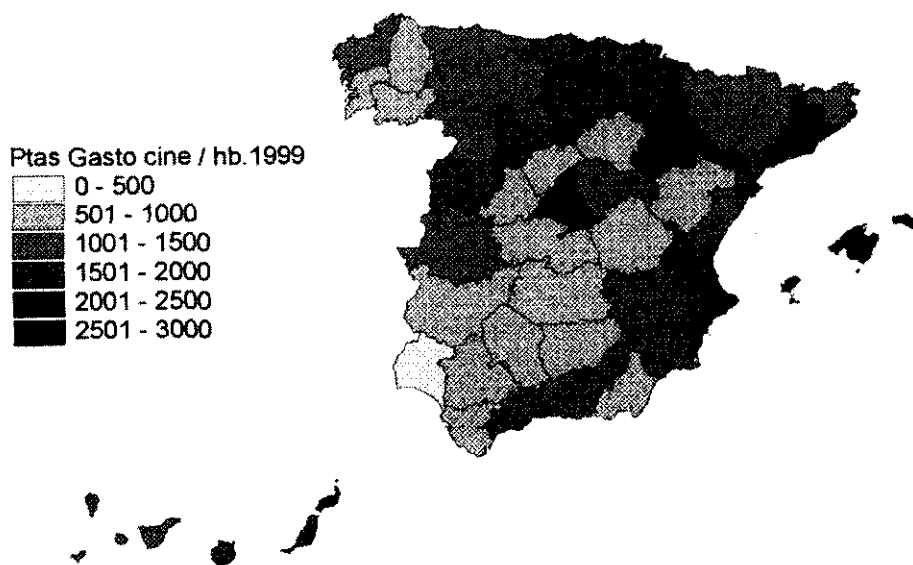


Figura 6.—Distribución provincial del gasto en cine por habitante en 1999.

mayor intensidad de uso en aquellas provincias con mayor nivel de renta (Madrid, Zaragoza y Barcelona, las tres con más de 2.500 pts /habitante), en los territorios con aporte de turistas notable (la mayor parte de las provincias levantinas así como ambos archipiélagos) y en aquellas provincias con una comunidad universitaria destacada con relación a su población residente (Salamanca, Granada, La Coruña). Por otra parte, resulta claro el contraste entre la mitad norte peninsular, con la salvedad de Ávila, Segovia, Soria, y Teruel y las provincias situadas más al sur. En este contraste puede influir el tipo de poblamiento (dado que la presencia de cines en los núcleos rurales resulta deficitaria respecto a los núcleos urbanos), así como el clima (puesto que las condiciones climáticas más rigurosas del norte peninsular favorecen más la asistencia a formas de ocio bajo techo como es el caso del cine). Por último, también hay que incluir el efecto impulsor que generan los festivales de cine en las provincias de Guipúzcoa (festival de San Sebastián), Valladolid (la Seminci) y Barcelona (festival de Sitges). Por lo que respecta al perfil medio del espectador del cine en España, éste se identifica como una persona que reside en ciudad, de edad joven y adulta, con estudios medios o superiores, estudiante o con una actividad económica y con ingresos familiares superiores a las 200.000 pts. al mes. (Fernández Blanco, V., 1998).

5. LAS SALAS DE EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA EN LA REGIÓN DE MADRID

En sus inicios la exhibición cinematográfica en Madrid poseía en sus inicios las características de un espectáculo transitorio, similar al de una feria, por lo que tenía lugar en barracones y no precisaba de un espacio específico⁷. Pero pronto su gran aceptación motivó la necesidad de construir las primeras salas cinematográficas permanentes. El cine, símbolo de modernidad, ocupará un lugar destacado en las ciudades españolas de las primeras décadas del siglo XX que están experimentando notables transformaciones arquitectónicas y urbanísticas. Las salas de cine pronto crean un modelo arquitectónico propio y diferenciado de los teatros sin necesidad de escenarios, palcos o reservados. Por el contrario se tiende a grandes plantas rectangulares o trapezoidales que convergen hacia la pantalla con la finalidad de albergar el mayor número de espectadores. Recordemos que el primer cinematógrafo permanente erigido en Madrid en el año, 1905 fue el Coliseo Imperial, situado en la

⁷ La primera exhibición pública del cinematógrafo en España tuvo lugar el 15 de mayo de 1896 en un local del Hotel Rusia de Madrid.

calle Concepción Jerónima 8 cerca de la Plaza Mayor (Martínez, J., 1992, 125). A él le siguen los cines Madrid (1906), Príncipe Alfonso (1907) o Encomienda (1908). Una década más tarde se añade al panorama de la exhibición cinematográfica madrileña salas cuya pervivencia ha durado prácticamente la totalidad del siglo⁸.

En la actualidad existen en funcionamiento en la Comunidad Autónoma de Madrid 127 establecimientos de exhibición cinematográfica en cuyo interior se encontraban un total de 554 salas de proyección, cifra que supone una ratio media de 4,33 pantallas por cine, muy superior a la presentada en el cuadro 1 y correspondiente a todo el ámbito estatal⁹. Pero esta distribución está lejos de ser uniforme en el territorio madrileño: mientras que en la capital radican 79 de los 127 cines en funcionamiento en la región, es decir un 62,2% de éstos, cuando se considera el censo de pantallas este porcentaje sólo alcanza el 47,5%.

Las cifras que aporta el cuadro 5 explican esta distribución asimétrica entre cines y pantallas. Los cines de la periferia, que han surgido en la mayoría de los casos en la última década, son más modernos e incorporan un mayor número de pantallas por establecimiento (5,94) que en el caso de Madrid capital (3,33). La explicación reside esencialmente en la distinta tipología de cines que presenta el municipio de Madrid frente al resto de la región.

En Madrid todavía perviven 18 cines con una única sala de proyección, la mayor parte de ellos situados en el interior del recinto delimitado por la M-30 (figura 7). Dentro de este subconjunto se incluyen por un lado, los grandes cines como el Capitol (con una sala que cuenta con un aforo de 1.400 butacas), Fuencarral (1.146 butacas) o Rialto (1.352) y por otro, aquellos establecimientos que podemos calificar de «cines de barrio» con aforos menores. Es el caso de los cines Florida (374 butacas), Aragón (550) o Peñalver (500). Junto a este grupo se han contabilizado 29 antiguos cines unipantalla que han optado por una reconversión de sus instalaciones transformándose en multicines¹⁰. Los condicionantes arquitectónicos han limitado el número de salas en estos cines a una cifra media de 3,65. Cifra que se supera en establecimientos

⁸ Se trata de los cines Doré (1912) —hoy sede de la Filmoteca Nacional—, Ideal (1915) —cuyo solar esta hoy ocupado por los multicines Ideal— el Real Cinema (1919) —en funcionamiento tras múltiples transformaciones—, o Cinema Madrid (1919)⁸. Sin llegar al esplendor de los «odeones» ingleses o americanos, el interior de algunos de estos cines españoles recuerda en parte a ellos (Ramiro B., 1989, 44). Una cartografía de las salas de proyección en Madrid en funcionamiento hasta, 1920 se encuentra en la obra de Josefina Martínez (1992).

⁹ La información sobre los cines en la CAM procede de la Guía del Ocio del mes de marzo de 2000.

¹⁰ A ello ha contribuido la existencia desde 1988 de un Plan Nacional de Reconversión de Salas.

Cuadro 5
Distribución en la Comunidad Autónoma de Madrid de los cines según tipologías.

	Gran Cine	Gran Cine Reformado	Multicine y Multiplex	Megaplex	Especial	Total	
Madrid	Cines	18	29	22	0	10	79
Madrid	Salas	18	106	127	0	12	263
Madrid	Salas / Cine	1,00	3,65	5,77		1,2	3,33
Resto CAM	Cines	2	1	42	2	2	49
Resto CAM	Salas	2	2	236	49	2	291
Resto CAM	Salas / Cine	1,00	2,00	5,62	24,50	1,00	5,94
Total	Cines	20	30	64	2	12	127
Total	Salas	20	108	363	49	14	554
Total	Salas / Cine	1,00	3,60	5,67	24,50	1,17	4,33

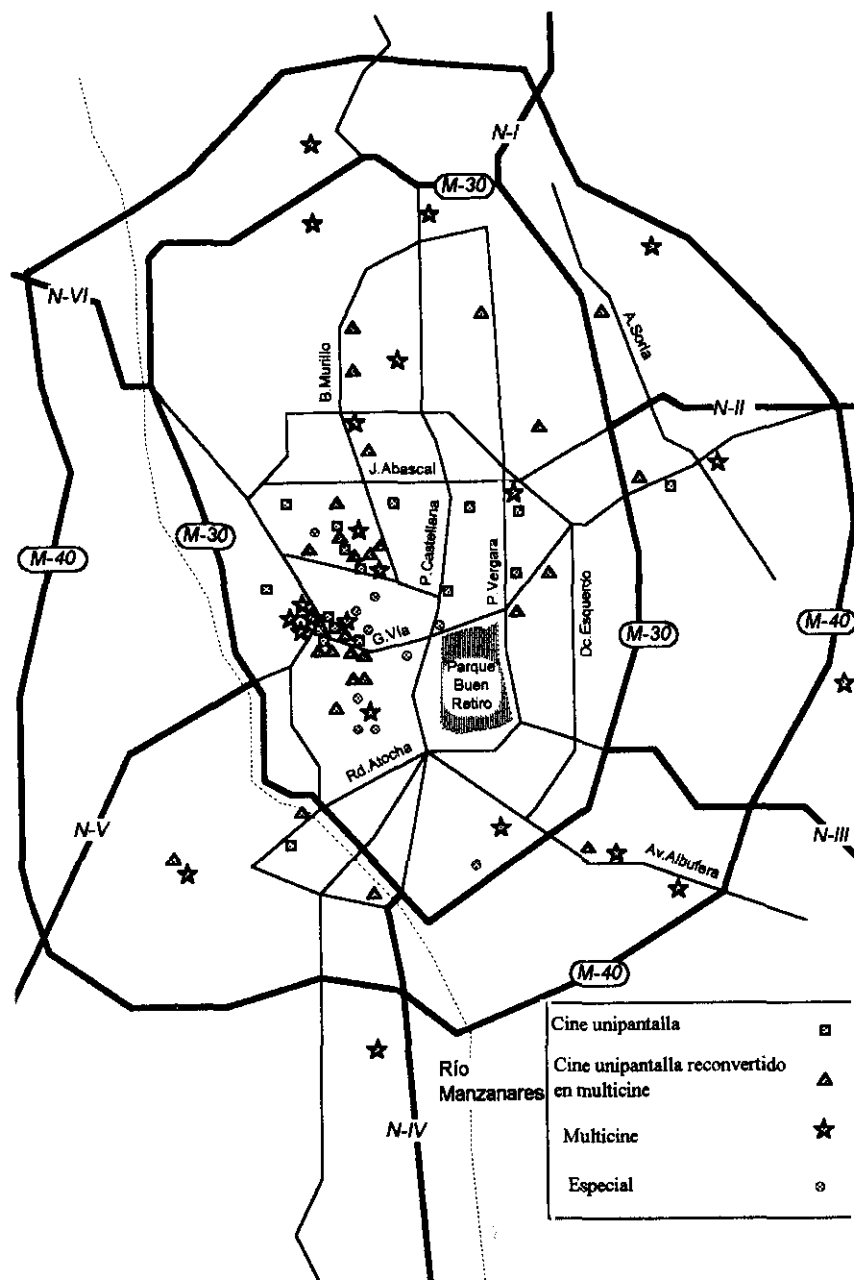


Figura 7.—Localización de los cines en Madrid según tipologías.

de exhibición cinematográfica como Cartago (con un aforo de 1.014 butacas repartidas en 5 salas de proyección), Paz (1.027 butacas y 5 salas) o Aluche (1.010 butacas y 4 salas), pero no en otros cines tan significativos como Callao (con 2 salas de 1.076 y 429 butacas respectivamente), Palacio de la Música (2.659 repartidas en sólo 3 salas) o Palafox (con el mismo número de salas para un aforo de 1.520 butacas). Sin duda cabe esperar con el paso de los años una incorporación mayor de los establecimientos unipantalla a este subconjunto de cines reformados.

La ciudad cuenta con 22 multicines y multiplex que suman un total de 127 salas. En este grupo existen dos rasgos distintivos respecto al resto de la región: por un lado, salvo excepciones, son cines de dimensiones medias con una cifra de 5,77 pantallas/cine y con aforos que no superan el millar de butacas por establecimiento, por otro se encuentran entre ellos la práctica totalidad de las salas que ofrecen películas en versión original. Dentro de este conjunto se incluye el UGC Cine Cité un multiplex con 13 salas de proyección, situado en un inmueble monouso en las proximidades del nudo de Méndez Álvaro en la M-30. A este conjunto de cines se incorporará en breve un multiplex de la compañía Warner Lusomundo en la remodelada estación de Príncipe Pío, confirmando la creciente revalorización de los grandes intercambiadores de transporte metropolitanos que complementan su función de transporte público con otra de tipo comercial y de ocio.

Un panorama muy diferente es el que muestran los otros 26 municipios madrileños en los que existen establecimientos de exhibición cinematográfica. En este ámbito los escasos cines unipantalla prácticamente han desaparecido, con salvedad del cine Avenida en Leganés, existiendo un predominio absoluto de la tipología de multicines y multiplex. Se trata de 42 establecimientos de exhibición cinematográfica que albergan una cifra media de 5,62 pantallas y con aforos que superan el millar de butacas. Entre ellos se encuentran establecimientos como Cinesa Bulevar en Getafe (7 salas y 2.092 butacas), La Dehesa Parque Oeste en Alcorcón (1.882 butacas repartidas en 9 salas) o Multicines La Estrella en Collado Villalba (con 8 salas y un aforo de 1.496 butacas).

Además hay que destacar la presencia de los dos grandes megaplex de la región, en ambos casos en terrenos promovidos por la Comunidad de Madrid. Nos referimos a Kinépolis, en la ciudad de la imagen, situado en el municipio de Pozuelo de Alarcón con 9.200 butacas repartidas en 25 pantallas y de AMC24, dentro del recinto de ocio Heron City en las Rozas, con 24 pantallas y un aforo total de 5.500 butacas. La relación que se establece entre los megaplex y los municipios de la periferia es de mútua reciprocidad. Para los municipios estas instalaciones suponen un factor de valorización territorial, por lo que están dispuestos a emprender medidas que faciliten su instalación

(mediante una reducción impositiva, mejorando la accesibilidad en transporte privado y público o afrontando parte del coste del solar), reproduciendo las mismas pautas de relación que en décadas pasadas se establecieron con los hipermercados y centros comerciales. Para los megaplex las ventajas se concretan en un suelo más barato que en el centro de la urbe, en una accesibilidad excelente así como en la cercanía a una población residente más joven y con mayores tasas de asistencia al cine.

Sin embargo también los multiplex o megaplex de dimensiones medias cuentan con aspectos positivos para los distritos centrales de la ciudad. Si bien es cierto que en primera instancia suponen una amenaza a las salas tradicionales, también lo son sus posibilidades como instrumento de revalorización y reanimación cultural de centros urbanos en declive. Las dimensiones de los proyectos y sus múltiples implicaciones económicas directas e indirectas así como socioculturales llevan a la necesidad de considerar a estos centros como enclaves estratégicos. Las implicaciones socioeconómicas de los proyectos de megaplex aconsejan no dejar en exclusividad la autorización de su instalación y apertura a los ayuntamientos sino, del mismo modo que ocurre con los centros comerciales, someter esta aprobación a la autorización de una segunda licencia emitida por la administración autonómica¹¹.

Por otra parte, la concentración de grandes cines unipantalla o transformados en la Gran Vía, así como la presencia en ella de numerosas franquicias de restauración y establecimientos dedicados a la venta de productos discográficos y libros, puede llevarnos a la consideración de este eje como un gran megaplex urbano comprendido entre la Plaza de España y la Red de San Luis. En efecto, en conjunto algunas de sus características son similares a las de las operaciones realizadas en la corona metropolitana: dimensiones en su aforo total, variedad de oferta de cinematográfica, presencia de otros establecimientos de ocio, accesibilidad en transporte público y privado —dada la presencia de aparcamientos—. Pero, no obstante, todavía precisa de una mayor coordinación entre esta variedad de establecimientos y de la asunción de estrategias comerciales y de gestión conjuntas, así como una implicación de las autoridades locales.

Si resulta contrastada la estructura de los establecimientos de proyección en el seno de la CAM, también lo es en relación a la población residente (figura 8). En efecto, el nivel dotacional que presenta este sector en la región

¹¹ En Francia desde 1996 todo nuevo proyecto arquitectónico que suponga más de 1.500 butacas o de transformación de un antiguo cine en un megaplex con más de 2.000 butacas necesita el aval de una comisión en la que participan varios miembros de la comunidad (Blin, E., 1999, 164).

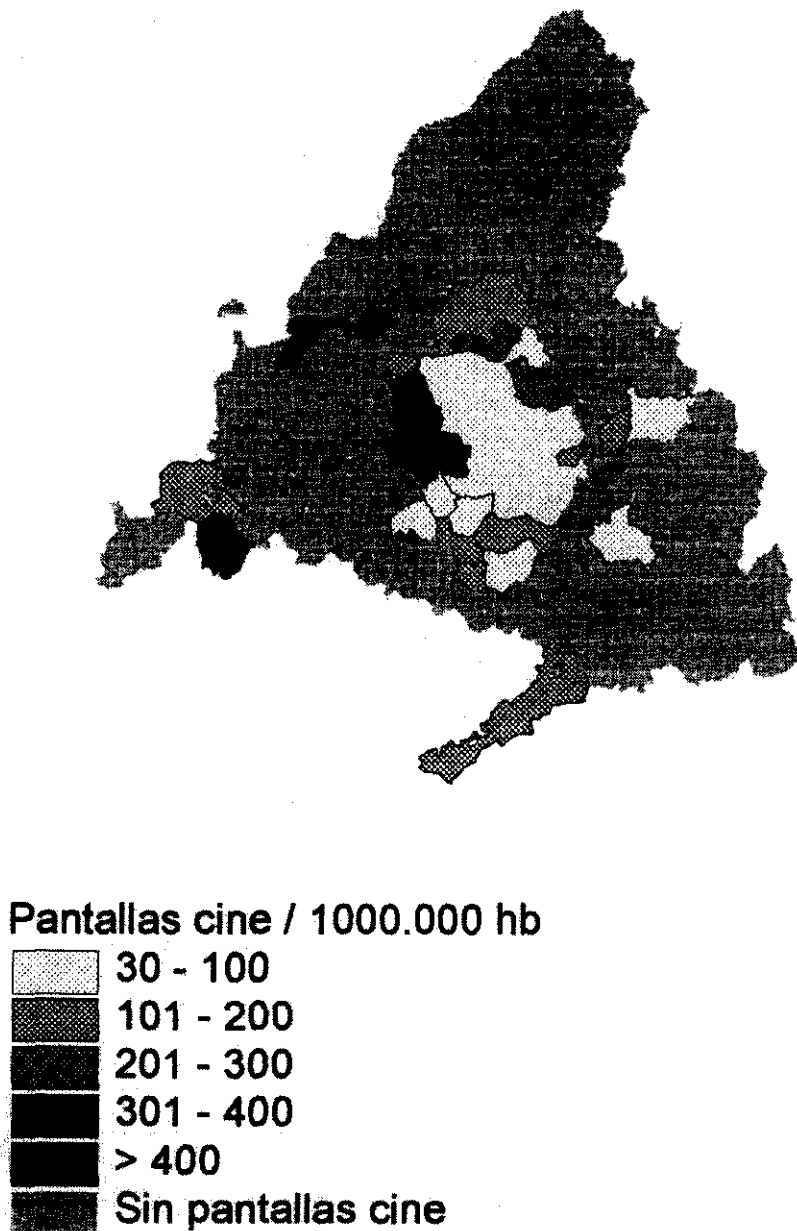


Figura 8.—Densidad de salas de cine por habitante en la Comunidad de Madrid.

muestra como la mayor densidad relativa de pantallas no tiene lugar en el municipio de la capital, con 90,92 salas por cada millón de habitantes, sino en algunos de los que conforman su corona metropolitana. Este indicador de oferta de ocio proporciona valores muy elevados en el oeste, en los municipios de Las Rozas y Pozuelo de Alarcón (en donde la instalación de los referidos megaplex ha supuesto densidades de 626,0 y 596,7 pantallas / millón de habitantes respectivamente), así como en Majadahonda y Boadilla del Monte, presentando una distribución coincidente con la de las principales instalaciones deportivo-recreativas de la Comunidad de Madrid (Barrado Timón, D., 1998, 157). Una vez más los datos confirman la especialización del arco metropolitano oeste, comprendido entre la N-V y la N-VI, en las actividades de ocio, junto con las instalaciones de carácter educativo (Méndez, R. y Ondátegui, J., 1999, 159). El indicador resulta también relevante, aunque en menor medida, en algunos municipios del área metropolitana como los de Alcobendas y Tres Cantos en el norte, Mejorada del Campo y Torrejón de Ardoz en el este y Getafe, Fuenlabrada y Parla en el sur. En definitiva en aquellos municipios recorridos ya sea por la M-40 o las autopistas radiales de salida¹². Téngase en cuenta que, a diferencia de Madrid, la mayor parte de los multicines forman parte de centros comerciales y éstos se sitúan preferentemente junto a las grandes vías metropolitanas. Mientras que en el interior de Madrid la función de compra y de ocio muestra una cierta disociación espacial, en la periferia tiende a compartir no sólo un mismo espacio sino también los mismos inmuebles.

6. CONCLUSIONES

La industria de la exhibición cinematográfica está experimentando cambios destacados desde la última década. Estas transformaciones no son sino la ulterior etapa de un largo proceso de multinacionalización de todos los agentes implicados en la industria del cine y que en la actualidad está afectando al sector de la exhibición. Los cambios experimentados en el seno de las empresas de exhibición han tenido un reflejo en el nacimiento de la denominada «tercera generación de cines», los multiplex y megaplex, cuyo crecimiento en estos años ha sido muy destacado en correspondencia con el experimentado en otros países europeos. Debido a los nuevos requisitos de superficie y accesibilidad de estas instalaciones, que se presentan

¹² En los municipios de Villa del Prado, San Martín de Valdeiglesias o San Lorenzo de El Escorial, sus elevados índices se deben tanto a un reducido número de habitantes como a una posición todavía alejada respecto a los municipios antes señalados.

asociadas a otros establecimientos de ocio, está teniendo lugar un cambio en las pautas de distribución intrametropolitanas de estas actividades. Así, de ser una actividad de ocio con una elevada concentración en determinados barrios y calles de la ciudad y mostrándose prácticamente ausente en su periferia, ha pasado a experimentar un mayor desarrollo en la corona metropolitana con instalaciones más adecuadas a los requisitos de la moderna industria de la exhibición cinematográfica. De este modo, los establecimientos de cine siguen los mismos pasos que emprendieron los inmuebles de oficina o los modernos establecimientos comerciales cuando en la década de los ochenta iniciaron su desplazamiento a la periferia de la ciudad. Por el momento esta dinámica está sólo limitada por la rentabilidad de los proyectos así como por el planeamiento local. Sin embargo, las implicaciones urbanísticas, sociales, laborales, fiscales o de transporte, de estos centros aconsejan un mayor seguimiento por parte de la Administración Regional que, sin constreñir su desarrollo, evite efectos perniciosos tanto en los ámbitos en donde surgen como en las antiguas áreas de instalaciones de ocio del centro de la ciudad.

La rapidez con la que se está desarrollando este fenómeno en las principales áreas metropolitanas aconseja profundizar tanto en el estudio de las ulteriores transformaciones de la industria de la exhibición cinematográfica como en el análisis de diversos aspectos colaterales: las implicaciones de ámbito urbanístico e incluso territorial de estos centros de ocio, las modificaciones en las pautas sociales de los ciudadanos que asisten a ellos, las condiciones del posible deterioro de las áreas de ocio tradicionales como antesala de elaboración de estrategias de su preservación o recuperación y, finalmente, los efectos que los nuevos recintos de ocio generan en el tráfico metropolitano.

BIBLIOGRAFÍA

- Blin, E. (1999): «Les multiplexes cinématographiques: un nouvel enjeu territorial», en *Annales de Géographie*, n.º 606, pp. 151-169.
- Barrado Timón, D. (1998): «Implicaciones territoriales de las instalaciones deportivo-recreativas periurbanas: el caso de la Comunidad de Madrid» en *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, vol. XXX, n.º 115, pp. 145-164.
- Caparrós Lera, J. M. (1992): *El cine español de la democracia*, Anthopos, Barcelona.
- Cuevas, A. (1999): *La economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*, Cia. Audiovisual Imaginógrafo, S.A, Madrid.
- Dale, M. (1994): «Esperando el ave fénix. El reto de una industria cinematográfica europea» en *Situación* n.º 4, BBV.

- Fernández Blanco, V. (1998): *El cine y su público en España, un análisis económico*, Fundación Autor, Madrid.
- Fernández Torres, A. (1983): «La industria cinematográfica en la encrucijada» en *Información Comercial Española*, n.º 597, pp. 93-102.
- García, M.; Encinar del Pozo, M. y Muñoz, F. (1997): *La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB*, Fundación Autor, Madrid.
- García, M.; Fernández, y Zofío, J. L. (2000): *La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)*, Fundación Autor, Madrid.
- Martínez, J. (1992): *Los primeros veinticinco años de cine en Madrid, 1896-1920*, Filmoteca española, Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Madrid.
- Marcos, C. y Urraca, A. (1992): «La industria audiovisual en la Comunidad de Madrid» en *Economía y Sociedad*, n.º 6, pp. 175-189.
- Méndez, R. y Ondátegui, J. (1999): «La estructura territorial del sistema productivo», en García Delgado, J. L. (Coord) *Estructura económica de Madrid*, pp. 131-164, Cívitas, Madrid.
- Ministerio de Cultura (1974): *La exhibición cinematográfica en España. Situación y condicionantes*, Ministerio de Cultura, Madrid.
- Ministerio de Cultura, Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (1993): *La industria cinematográfica en España (1980-1991)*, Fundesco, Madrid.
- Ministerio de Cultura, Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (1999): *Boletín informativo. Anexo Cultura en Cifras, 1998*, Ministerio de Educación y Cultura, Madrid.
- Ministerio de Cultura, Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (2000): *Avance datos cinematográficos. Año, 1999*, Ministerio de Educación y Cultura, Madrid.
- Ministerio de Cultura, Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (2000): *Avance datos cinematográficos. Enero-Febrero 2000*, Ministerio de Educación y Cultura, Madrid.
- Palacio, M. y Zunzunegui, S. (1995): *Historia General del Cine. Vol. XII. El cine en la era audiovisual*, Cátedra, Madrid.
- Ramiro, B. (1989): «Arquitectura de salas cinematográficas: palacios de película» en *Revista MOPU*, n.º 370, pp. 41-45.
- SGAE: *Mapa informatizado de recintos escénicos, 1999*, SGAE, Madrid.
- Valenzuela Rubio, M. (1999): «Turismo y Servicios recreativos», en García Delgado, J. L. (Coord.) *Estructura económica de Madrid*, pp. 503-538, Cívitas, Madrid.