

EN PORTADA

UNA APUESTA POR



APASIONADA EL MEJOR CINE

CONVERSAMOS CON UNO DE LOS MÁS LONGEVOS CABALLEROS DEL CINE ESPAÑOL AÚN EN ACTIVO, *ENRIQUE GONZÁLEZ MACHO*, SOBRE LAS DIFICULTADES -Y LOS PRIVILEGIOS- DE SER UN EXHIBIDOR INDEPENDIENTE, LA HISTORIA DEL CINE ESPAÑOL, LA COMUNICACIÓN ENTRE EXHIBIDORES Y PÚBLICO, O EL PRESENTE -Y EL FUTURO- TANTO DE LAS SALAS COMO DE LAS PLATAFORMAS DE *STREAMING*

por Rubén de la Prida - fotos Lupe de la Vallina

D

e Enrique González Macho se puede decir, sin miedo a exagerar, que es una parte viva de la historia de nuestro cine. Su carrera profesional es la de una sólida -y a veces muy arriesgada- apuesta

por el producto local, como demuestran, entre otros, tres apuntes de su extensa biografía: fue el primer distribuidor independiente de cine español con Alta Films, Premio Nacional de Cinematografía en 1988, y presidente de la Academia de Cine entre 2011 y 2015. Entre los datos más anecdóticos, está el de haber sido el gestor de la primera sala en Moscú dedicada en exclusiva a producciones españolas, o el de haber sido jurado de la sección *Un Certain Regard* del festival de Cannes en 2013. Al entrar en su despacho de la castiza Cuesta de San Vicente de Madrid, y aunque colocadas de modo nada ostentoso, llaman la atención dos Espigas de Oro de la SEMINCI de Valladolid, que recuerdan también su faceta como productor. A sus casi ochenta años, Enrique sigue liderando uno de los circuitos de exhibición más longevos e idiosincráticos de nuestro país, los Cines Renoir, que actualmente se componen de tres cines en Madrid -Renoir Plaza de España, Princesa y Renoir Retiro, con cinco, once y cuatro pantallas, respectivamente- uno en Barcelona -Renoir Floridablanca, con siete pantallas- y los multicines de la ciudad manchega de Guadalajara, con catorce pantallas. Una andadura que comenzó con la fundación, en el año 1986 con los míticos Renoir Plaza de España, uno de los cines más queridos por los cinéfilos de la capital.

Enrique, ¿cómo terminó 2022 para los Cines Renoir, y cómo ha empezado el nuevo año?

El año 2022 no ha sido precisamente un modelo de placer, ni mucho menos: acabó mal, para nosotros como para el resto del sector. Es verdad que el año pasado ha sido mejor que 2021, y que no hemos sido los peores de Europa, pero queda mucho camino por delante. El comienzo del año es esperanzador, pero el éxito depende de las películas.



¿Prevéis nuevas adquisiciones o cierres?

Dado el tipo de cine que a mí me gusta -y que es el que exhibo fundamentalmente-, ampliar el circuito no es sencillo, ya que en muchas ciudades españolas no hay un público suficiente como para mantener, comercialmente hablando, unas salas que ofrezcan un tipo de cine alternativo.

¿Cuál es el estado de renovación de vuestras salas en cuanto a confort y actualización tecnológica?

Lógicamente, hemos abordado la digitalización de las salas, y hemos reducido aforos a fin de que las butacas sean más cómodas. Asimismo, hemos aprovechado el momento de la pandemia para realizar un mantenimiento mayor. Es cierto que hay cine de todo tipo, y las salas más proclives a las películas-espectáculo deben tener siempre disponible hasta la última innovación en sonido, en proyección, etc. Pero creo que, en nuestro caso, el principal factor diferenciador que podemos ofrecer a nuestro público es el de poder ver el tipo de cine que ofertamos en salas más reducidas, más íntimas, que favorecen la complicidad entre el espectador y lo que pasa en la pantalla. Por lo demás, nuestros

cines son sobrios y sencillos: mantener un programa de calidad constituye nuestra mayor inversión.

A pesar de que vuestra línea empresarial se centra en el cine independiente y de autor, también proyectáis superproducciones y películas más comerciales: ¿cuál es el equilibrio entre ambos segmentos en vuestras salas?

Yo defenderé exactamente igual una película de autor que una producida por una *major*, siempre que esté dentro de unos límites de calidad artística. Por ejemplo, proyectamos *Avatar 2*. A pesar de su enorme éxito, en mis cines ha aportado una rentabilidad más bien modesta. Pero me parece una película valiosa, que la gente viene a ver en familia, y que creo que merece estar en nuestras salas. No obstante, hay una barrera, un mínimo de calidad, que nunca transgredimos, venga de donde venga la película. Y al contrario: si una película muy pequeña me parece de gran valor, hago todo lo posible por exhibirla. No hablo de género, sino de interés cinematográfico. No siempre es fácil esta apuesta por la calidad, pero constituye la seña de identidad de nuestros cines.

Tres años después del estallido de la pandemia, ¿en qué sectores del público percibís una mayor inercia que impida la vuelta a los cines?

Creo que hemos perdido una parte del público de edad más avanzada, no tanto por motivos cinematográficos, sino, quizá, debido a un mayor miedo al contagio, a pesar de que, como ha ratificado la Unión Europea, los cines nunca han sido un foco de infección. Sin embargo, afortunadamente, hemos percibido un aumento en el número de espectadores jóvenes.

Hablemos, entonces, de este sector del público. En vuestros cines es posible utilizar el abono joven. ¿Crees que son suficientes los incentivos para atraer a las nuevas generaciones a las salas?

Creo que iniciativas como la del abono joven son relevantes, pero son una gotita de agua en el océano. En cualquier caso: no es necesario un abono joven para ir al cine a 4,50 € el día del espectador. Toda contribución a que la gente venga al cine es positiva, pero pienso que la efectividad del abono joven, en particular, ha sido pequeña. Hasta donde yo sé, por problemas técnicos no ha sido fácil de obtener. ➤

«MANTENER UN PROGRAMA DE CALIDAD CONSTITUYE NUESTRA MAYOR INVERSIÓN»

¿Consideras adecuadas las inversiones y estrategias de las distribuidoras en materia de comunicación para el lanzamiento de películas?

Se trata de un momento malo a nivel de comunicación, no tanto por el cine en sí, sino porque se han cerrado muchos canales. Así, por ejemplo, una herramienta tan importante como era la cartelera de los periódicos ha desaparecido. Si yo fuera un mero espectador, no me enteraría, porque saber qué películas se estrenan y cuáles valen la pena ha dejado ser algo tan sencillo como era abrir el periódico. Si soy una persona mayor que quiere ir al cine, ¿cómo hago para enterarme? ¿Me meto en internet? ¿En las redes? Además, ¿qué fiabilidad tiene esa información? Ha pasado la época de los grandes críticos, que tenían sus seguidores, porque conectaban con su sensibilidad: José Luis Guarner, Ángel Fernández Santos, Carlos F. Heredero, etc. Siempre he sido un acérrimo defensor de la Crítica con mayúsculas, y he defendido el papel de orientadores, casi de profesores, de los buenos críticos. De hecho, fui pionero en una decisión que se me criticó mucho y que luego han copiado otros: la de poner en la entrada de los cines lo que dice la crítica sobre las películas que exhibo. Nadie, ni los mejores críticos, tiene la verdad absoluta, pero ahora esos canales casi han desaparecido o ya no funcionan. Mucho de lo que hay en las redes son solo opiniones de personas, que tienen todo el derecho a darlas, pero que en muchas ocasiones carecen de formación cinematográfica y de criterio, por lo que dichas opiniones se parecen más a una publicidad desvirtuada que a una crítica sólida. Los medios en los que normalmente se publicaba el cine o han desaparecido o están también en unos niveles muy bajos, y esto dificulta mucho la tarea de una comunicación real.

¿Cuáles son vuestras estrategias de marketing para retener y atraer nuevos espectadores?

Como decía antes, nuestra estrategia fundamental es la de intentar mantener un nivel alto de calidad en la selección de las películas, vayan bien o vayan mal. Esto es importante, porque no todas las películas son rentables. A veces, el efecto boca-oreja es la mejor estrategia. Es el

caso, por ejemplo, de *Close*, que empezó muy débil y luego fue mejorando con el paso del tiempo. Es una película que, desgraciadamente, solo se proyectó en muy pocas salas en España. La mantuve en cartelera todo el tiempo que pude, porque satisfizo mucho al público.

Enumera los tres temas más urgentes, por orden de importancia, que crees que el sector debe abordar lo antes posible.

Creo que lo primero es que todo el sector aúne esfuerzos por encontrar el

punto de equilibrio entre las salas y las plataformas de *streaming*. Lo digo convencido, no ya por defender mi actividad, sino porque es un hecho histórico: desde que RKO -traicionando a todo el sector- comenzó a vender cine a las televisiones, se ha demostrado que las películas que funcionan en cines funcionan luego mejor en las televisiones. Creo que esto es válido también para las plataformas. Ahora bien, si una película maravillosa como puede ser *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) solamente se pone en las plataformas, los cines no



se benefician de esa calidad. Es verdad que *Roma* es una excepción, el ejemplo que siempre se pone al hablar de este conflicto. Es verdad, también, que hay otras películas muy buenas en *streaming* que pasan desapercibidas. Pero no todo es *Roma*: lo excepcionalmente bueno lo es, esté donde esté, pero no puedes hacer constantemente cosas maravillosas. Mantener ese nivel de excelencia que han pretendido las plataformas no es posible. Ahora mismo reina un cierto caos en torno a esta cuestión, que está provocando cambios todos los días. La venta de cine a las televisiones generó una inmensa crisis, que se saldó con el cierre de la propia RKO. Posteriormente, vino otra crisis quizá mayor, que fue la aparición del vídeo. Como la me-

moria es corta, conviene recordar que, durante algunos años, algunos de los mejores locales de las grandes ciudades eran videoclubs. El vídeo hizo mucho daño a las salas, pero era manejado por gente profesional, del sector. La mayor parte de las plataformas, sin embargo, están muy mediatizadas por los fondos de inversión, a los que solo les importa la rentabilidad, pero no las películas, ni el público, ni otros factores: quieren ganar dinero. Dicho lo cual: se puede percibir un cierto retorno, no voy a decir a la normalidad anterior, ni mucho menos, pero sí una cierta desaceleración del *streaming*.

El segundo reto es relativamente sencillo y, además, en esto en España vamos por delante. Responde a la necesidad de

que los cines reúnan el mínimo de condiciones para que las películas se vean bien. Me atrevería a decir que los cines de España son, si no los mejores, de los mejores cines de Europa. Esto es debido, quizá, al hecho de que la reconversión de salas en España se ha hecho relativamente tarde. Hay excepciones, claro, pero la tónica dominante es muy buena. Lo digo en favor de todos. Creo que, en general, los exhibidores españoles no podemos dar más calidad ni más confort por un precio medio de la entrada que, además, es casi el mismo que hace una década, y uno de los más baratos de toda Europa, con la excepción de Portugal.

Y el tercer reto, del que ya hemos hablado, sería el de la comunicación. A este respecto, me parece fundamental que los cines sean centros de cultura, donde no solo se proyecten los últimos estrenos, sino que también ofrezcan otro tipo de actividades. Nosotros, por ejemplo, trabajamos mucho -y nos funcionan bastante bien- las sesiones de cine para colegios, que, aunque tienen una rentabilidad muy pequeña, merecen la pena, porque vienen niños de 8 o 9 años que nunca antes han ido al cine. Esto es algo que hacemos mucho en los Cines Retiro, donde también periódicamente proyectamos películas mudas con música en directo de un pianista o un pequeño conjunto. Lo hacemos muy a menudo, y lo comunicamos a través de nuestros socios. Es un modelo eficaz: la sala siempre se llena. También hacemos presentaciones de películas y pases con el director. Es fundamental tener este tipo de variedad de eventos.

Hablemos del Gobierno: ¿qué esperas que aporte la nueva Ley del Cine para la exhibición y la industria cinematográfica en España?

En mi experiencia -y ya es muy larga la mía- no espero demasiado de estos cambios legislativos, aparte de que aporten medidas para que podamos sobrevivir cuando arrecien tiempos difíciles. He conocido a multitud de ministros, llevo peleando por el sector toda la vida, y sí, ha habido algunos avances, como la Ley del 2007 que, sin embargo, no se ha llegado a desarrollar del todo, y que aportaba una gran cantidad de propuestas que no han llegado a implementarse. ➤

**«ME PARECE FUNDAMENTAL QUE
LOS CINES SEAN CENTROS DE
CULTURA»**

En la actualidad, ¿cuáles son las cuestiones y dificultades más críticas para un exhibidor independiente?

[Ríe]. Después de tantos años, los distribuidores ya me conocen un poquito, asumen que no siempre van a compartir mis decisiones, y me permiten ciertas libertades. Como decía antes, he proyectado *Avatar 2*, pero en mi circuito no ha sido particularmente rentable. Sin embargo, tuve una película tan maravillosa como *Maixabel* durante muchísimo tiempo en cartel. Los compañeros de Disney estaban perplejos, porque ellos prefieren, lógicamente, hacer 50 millones más con *Avatar 2* que 50 mil más con *Maixabel*. Pero yo no aflojaba. Les decía: no la quito hasta que deje de entrar la gente. Porque el criterio es otro. Al final te dejan por imposible y se dicen: bueno, pues si quiere seguir, que siga [ríe]. También lo contrario es cierto. En ocasiones me piden que exhiba alguna película que las distribuidoras no saben cómo manejar, pero que es buena, y ellos solo quieren que se exhiba en algún lado. Ahí también se llega, fácilmente, a un punto de equilibrio. Pero a veces la relación con las *majors* es dura, en tanto que son multinacionales, y sus directivos no se pueden arriesgar tanto: su objetivo es el de hacerlo bien y defender la rentabilidad y las estrategias de negocio. Y ahí tenemos una diferencia de opiniones.

¿Qué relevancia porcentual tiene el cine español en vuestros números de taquilla?

En nuestro caso, el producto nacional tiene una relevancia muy fuerte. En primer lugar, porque soy un acérrimo defensor del cine español, que no es ni mejor ni peor que el de ningún otro sitio, pero que es el nuestro. En particular, por ejemplo, sí que me parece bastante mejor que el francés, aunque tenga mucho menos reconocimiento que este. Es por ello que procuro poner toda película española que me propongan y que tenga un mínimo de dignidad, como en general es el caso. Por ejemplo: el cine de Santiago Segura no es un cine muy propio de mis salas, pero lo exhibo porque me parece que es un director admirable. Sé que en mi circuito no va a hacer grandes rendimientos, y es un modelo de cine que no es el que más me gusta, pero lo

quiero poner, porque es un buen producto, que se debe reconocer, y también por deferencia hacia los muchos millones de espectadores que van a ver sus películas. No obstante, precisamente a otras películas españolas, que son de excelente calidad y no las exhibe casi nadie, intento darles el mejor trato posible, para que el público las pueda ver, porque se debe reconocer todo el esfuerzo que hay detrás, el empeño por hacer una película buena, aunque luego no sean buenos los beneficios. En suma, el cine español contribuye aproximadamente al 40% de la recaudación de mis salas.

¿Qué vínculos unen a los Cines Renoir con la distribuidora Caramel Films?

Mi hijo Enrique [González Kühn] lidera Caramel Films. Desde 1976 dirigí una distribuidora independiente, Alta Films que, a nivel de ingresos, era una de las ocho primeras de España. Fuimos la primera distribuidora de cine español de autor. De hecho, éramos parte incluso de FEDICINE, la federación que reúne a las *majors*. Enrique prefirió no hacerse cargo de Alta Films, y ahora está haciendo un muy buen trabajo desde Caramel.

¿Qué opinas de un sistema de entradas flexible en función de la película, los días y las horas de proyección?

Opino que el sistema debería ser así, pero que es muy difícil de implementar.





En primer lugar, porque implicaría unir y poner de acuerdo a todo el sector de la exhibición para que hiciera eso, lo cual no es del todo fácil, incluso desde el punto de vista de las objeciones que tendría el Tribunal de la Competencia. Por otro lado, pienso que también sería un modelo difícil para las distribuidoras. Y el tercer en problema, en mi opinión, sería la percepción por parte del público: ¿por qué por esta película me cobran 12€ y en esta otra me cobran 5€? ¿Es que es mejor la de 12€? Tampoco es lógico, industrialmente hablando, cobrar para una película de dos horas y media lo mismo que por una de 62 minutos. No obstante, la uniformidad en los precios es relativa: hace poco, estuvimos revisando los precios medios de las localidades entre los cines de Madrid, los nuestros y los de la competencia, y entre el precio normal, el del día del espectador, el de los fines de semana, el de otros eventos, etc. el hecho es que tenemos, en estos momentos, hasta veinte precios diferentes. Es un tema complejo.

El Renoir Plaza de España de Madrid no ofrece comidas ni bebidas, a diferencia de sus otros cines.

¿Cuál es la estrategia detrás de esta elección?

Fue una decisión presente desde el primer momento, desde que abrimos los Renoir Plaza de España, al lado de los míticos Alphaville, y que nos distinguía de todo el mundo. Primero, que en nuestros cines no se podía comer ni beber, y segundo que no había publicidad en la pantalla. Me llamaron de todo [ríe]. Tenían su punto de razón, y no sé si ahora tendría el valor de hacerlo. Lo de la publicidad lo he cambiado un poquito, y ahora sí ponemos algunos anuncios, pero muy pocos, solo de tipo cinematográfico, y siempre antes de la hora de comienzo indicada en el horario de la película. Respecto a la decisión de no permitir comidas ni bebidas, somos conscientes de que hay mucha gente que nos elige por eso: a los que somos muy puristas y venimos de la cinefilia, nos gusta disfrutar de la película en silencio. Quizá por eso hay otros que han copiado el modelo. Y es arriesgado, porque en muchos cines las comidas y bebidas son una parte esencial de la facturación.

¿Crees que la oferta cinematográfica de este año será suficiente para mantener alto el nivel de asistencia del público? ¿Cómo piensas que cerrará el mercado cinematográfico en España en 2023?

Es difícil predecirlo a priori: no lo sé, dependerá de las películas, porque el cine son las películas. Que esas películas “caigan de pie” o “caigan torcidas” depende de todos: no se le puede echar toda la responsabilidad, por ejemplo, a las *majors*. Pero puede pasar también que grandes películas pasen desapercibidas. Y viceversa: a veces películas de las que no he esperado nada, han sido un gran éxito. Es imposible saberlo. Creo que va a ser un año mejor, indudablemente, si seguimos como hasta ahora. También porque quizás se esté debilitando un poco esa especie de dios que eran las plataformas. Han subido los precios, ya no se pueden compartir, van a tener publicidad... Y yo me pregunto qué diferencia habrá entre ellas y Antena 3, o La 2, donde sé que no ponen anuncios. Pienso que el futuro de estas plataformas va a ser el de convertirse en un canal de televisión más. **BO**