

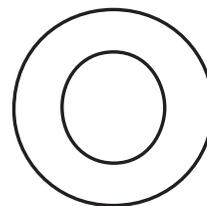
EL CINE ES ESENCIAL



Ghislain Barrois

TELECINCO CINEMA CUMPLE QUINCE AÑOS. CON MOTIVO DE ESTE ANIVERSARIO, EL CEO DE LA PRODUCTORA DEL GRUPO MEDIASET, **GHISLAIN BARROIS**, Y SU DIRECTOR GENERAL, **ÁLVARO AGUSTÍN**, HAN QUERIDO CONCEDER A *BOX OFFICE* UNA ENTREVISTA EN LA QUE REFLEXIONAN ACERCA EL PASADO, EL PRESENTE Y EL FUTURO DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN ESPAÑA

por **Rubén de la Prida**



cho apellidos vascos. Las aventuras de Tadeo Jones. Lo imposible. Se trata de títulos escritos en letras mayúsculas en

la historia del cine español, y que han emanado del impulso, la profesionalidad y el amor por el cine de Ghislain Barrois y Álvaro Agustín, respectivamente CEO y director general de Telecinco Cinema. Aunque la productora del Grupo Mediaset fue fundada en 2000 bajo el nombre de Estudios Picasso, el arrollador éxito que supuso el Oscar a *El laberinto del fauno no solo* catapultó a Guillermo del Toro al firmamento de los directores cinematográficos, sino que también marcó el comienzo de la andadura de la actual Telecinco Cinema. En un tono distendido y abierto, ambos aportan perspectivas com-

COMERCIAL PARA EL MODELO

plementarias en torno a los éxitos de los últimos quince años, la situación actual de la producción en España, o los hitos alcanzados por Telecinco Cinema en lo que a la promoción y a la buena fama del cine español se refiere.

¿De dónde surgió la intuición de crear Telecinco Cinema?

Ghislain: donde pone intuición deberías poner obligación [ríe]. La obligación de producir cine aparece para las televisiones en el año 99, y nos obliga a invertir un porcentaje de nuestra facturación en cine y series. Enseguida decidimos montar una productora que diese salida a esta obligación.

Álvaro: Había que darle forma jurídica a esa obligación, con lo que en 2000 se crea la rama de producción de Telecinco, que se llamaba Estudios Picasso. Fue en el año 2008, tras el *Oscar a El laberinto del fauno*, cuando Paolo Vasile decidió que la productora pasaría a llamarse Telecinco Cinema.

¿En qué medida repercute el resultado en taquilla de una de vuestras películas en la explotación posterior a la proyección?

Álvaro: muy al principio hacíamos películas pensando solo en la televisión, pero pronto decidimos que nuestra razón de ser es la de hacer cine para las salas. Esa es nuestra primera regla de actuación. Y si luego funcionan en televisión, estupendo. Durante muchos años no hubo un gran apetito por la emisión de cine español, no solo en Mediaset, sino en general. Todo esto empezó a cambiar coincidiendo con la creación de Telecinco Cinema. Comenzamos a producir grandes títulos y de repente la antena se interesó por ellos. No obstante, se da el caso de películas muy exitosas en la taquilla y cuyo éxito no se corresponde luego con la emisión. O al revés, también se da la >



Álvaro Agustín



El laberinto del fauno

situación de tener una comedia pequeña, que haya pasado sin pena ni gloria en la taquilla, y que luego tiene -por esas cosas de la magia de la televisión- unos resultados buenísimos. No es clara la relación, por tanto. No condicionamos el estreno en televisión para las películas que hacemos, eso es una regla que nos grabamos a fuego hace muchos años. Por otro lado, Ghislain insiste -y tiene razón- en que tampoco deberíamos hacer películas que la antena no pudiera emitir: esa es la regla número dos que debemos cumplir.

Hablemos de la promoción. Telecinco Cinema invierte mucho en promoción a través de sus canales para el estreno en salas de sus producciones cinematográficas. ¿En qué medida afecta esto al éxito de vuestras películas?

Álvaro: negociamos las campañas de promoción con el Ministerio de Industria, que, bajo la etiqueta de “cultura europea”, nos permite promocionar nuestros propios productos sin que nos cuente como espacio publicitario. Tenemos la fortuna de pertenecer a un grupo de comunicación enorme, que hace las veces de unos altavoces potentísimos. Cuando queremos promocionar un film, lo incorporamos en muchos de nuestros programas, lo cual tiene una gran eficacia, porque cuando el público lleva varios meses oyendo hablar de una película, o

aparecen hablando de ella en algún programa el director o los actores, es difícil que no llegue a la gente.

Ghislain: antes no teníamos la maquinaria de promoción tan integrada, y resultaba absurdo que tuviéramos la obligación de producir películas, pero no pudiéramos promocionarlas en nuestro grupo de canales. Conseguimos convencer a la Administración de que era razonable y esta promoción se reveló como brutalmente eficaz: hemos visto que cuando juntamos una película redonda con una campaña bien pensada, la estrategia funciona muy bien. Por ello, producimos pocas películas cada año, a fin de poder promocionarlas adecuadamente. Creo que en Europa no hay nadie que promocione sus películas tan potente y tácticamente como lo hacemos nosotros.

¿Cuáles son vuestros criterios de evaluación a la hora de elegir una distribuidora para llevar vuestras películas a los cines? ¿Habéis pensado alguna vez en crear vuestra propia empresa de distribución?

Álvaro: hemos distribuido con todo tipo de distribuidoras: grandes, medianas y pequeñas. Es verdad que el tipo de producto y de cine que hacemos nosotros se corresponde más con distribuidores grandes. Pero también hay películas pequeñas y muy especiales, que son más bien objeto de distribuidoras independientes,

porque con una *major* no tendrían el mismo recorrido, ni siquiera el mismo cuidado, ya que las *majors*, como nosotros estamos acostumbradas a un tipo cine muy comercial.

Ghislain: como tenemos un modelo basado en las salas, es de vital importancia para nosotros recuperar nuestras inversiones en la taquilla, con lo que la consecuencia lógica es que vamos a menudo de la mano de aquellas distribuidoras que pueden ejercer más presión para conseguir estos objetivos, que son muy ambiciosos. Tenemos una excelente relación con todos los distribuidores, aunque es verdad que con algunos hemos trabajado mucho, como Universal, Paramount y, últimamente, con Sony y con Disney. La razón por la que nunca hemos creado una distribuidora se debe al hecho de que, como decía antes, producimos unas cuatro o cinco películas al año, con lo que no tiene sentido hacerlo, teniendo a nuestro alcance unas estructuras fantásticas.

¿A cuánto ascenderá vuestra inversión en producción en 2023? Y en comparación con años anteriores, ¿esta cifra aumenta o disminuye?

Álvaro: desafortunadamente, se trata de una cifra menguante respecto a ejercicios anteriores. La inversión es siempre del 2% sobre los ingresos. Lógicamente, si las televisiones -como en efecto ha su-

cedido- facturamos un poquito menos, la inversión a la que estamos obligados es menor.

Desde el principio habéis apoyado a directores que han alcanzado prestigio internacional, como Juan Antonio Bayona o Guillermo del Toro, y producido éxitos increíbles como *Ocho apellidos vascos* y su secuela, o *Las aventuras de Tadeo Jones*. ¿Cómo seleccionáis los proyectos que va a producir?

Chislain: entran muchísimos factores en juego en la decisión de participar o no en un proyecto. Es un proceso largo y complejo, porque las variables son múltiples y, sobre todo, van cambiando constantemente. Hasta justo antes de la pandemia, el mercado era muy estable y sabíamos que metiendo ciertos elementos en la ecuación, el producto obtendría un determinado nivel de beneficios. Ahora, el mercado ha cambiado de manera radical y tenemos que reinventar nuestro modelo, lo cual quiere decir que no podemos seguir produciendo las mismas películas que antes, ni podemos producirlas de la misma manera. Llevamos un año largo reflexionando en torno a esto, y ya hemos extraído alguna conclusión, algunas



Lo imposible

líneas se han aclarado, pero admito que todavía tenemos dudas sobre cómo seguir adelante.

¿Cuáles son vuestros temores y esperanzas a propósito de la nueva Ley del Cine?

Chislain: no tenemos esperanzas ni temores: la acataremos. Hemos visto mucho miedo con esta ley entre los productores independientes, quizá por un desconocimiento de nuestras verdaderas intenciones. He leído algunas declara-

ciones que pensaban que algunos borradores eran el Armagedón. Algunos han pensado que nuestra intención iba a ser producir solo para las plataformas. Y lo cierto es que no hay Armagedón ni hay nada que se le parezca [ríe]. Desde Telecinco Cinema no tenemos intención de trabajar en exclusiva con las plataformas, porque, como ya he comentado, nuestra prioridad es producir películas para las salas. Después, con la ayuda de las plataformas podemos sacar más rendimiento, pero solo una vez que la película ha >



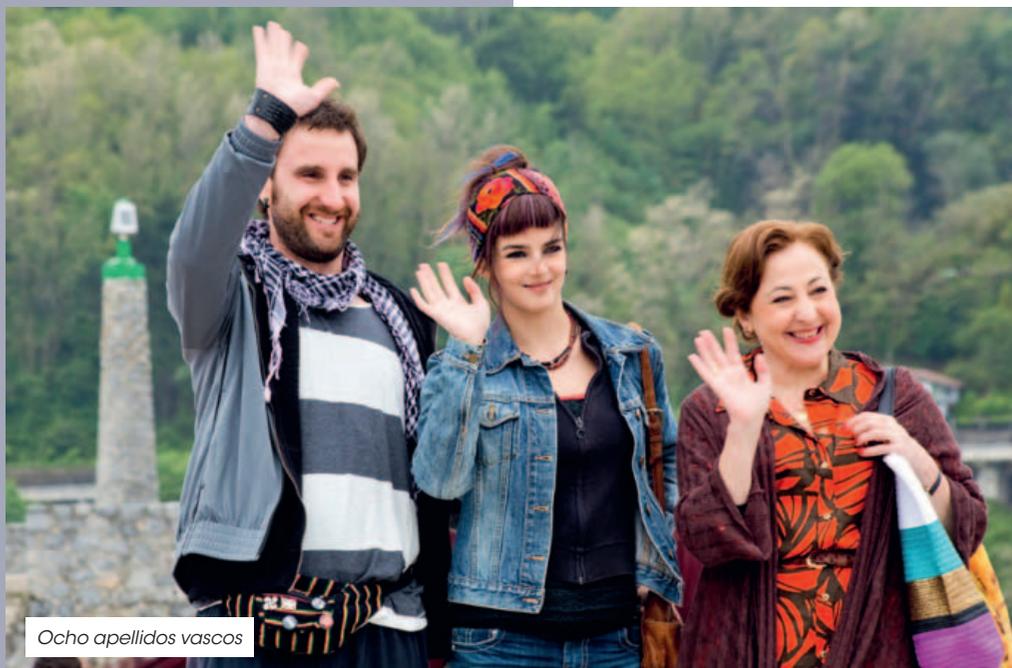
Ghislain y Álvaro en el inicio del rodaje de *El secreto de Marrowbone*

estado en las salas. El reglamento ha ido cambiando muchísimo, pero hace unos años nosotros teníamos la libertad de producir un porcentaje en las películas sin productores independientes. Podríamos haberlo hecho, pero la realidad es que no hemos producido ni una sola de las películas sin un productor independiente. No entendemos, por tanto, el miedo irracional de algunos de ellos, que piensan que de repente vamos a cambiar radicalmente y a ignorarlos, cuando no lo hemos hecho nunca. La figura del productor independiente nos parece absolutamente fundamental.

Álvaro: no obstante, estamos todos pendientes del reglamento, porque hay una serie de definiciones que nos van a afectar. Por ejemplo, deberemos dedicar una parte de nuestra producción a películas realizadas exclusivamente por mujeres, y otra a películas en euskera, catalán o gallego. Y vemos aún un margen de indefinición grande respecto de estas cuestiones

¿Cómo juzgáis el estado de salud de la producción española?

Álvaro: creo que estamos en un momento de buena salud. La realidad es que se está produciendo casi más que nunca: aunque el sector está tocado en lo relativo a la exhibición en salas, no se para de producir. Lo que no se está consiguiendo es producir para distribuir en salas: se está produciendo para plataformas o se está



Ocho apellidos vascos

reconvirtiendo la producción en series de ficción. Independientemente de estos cambios, nosotros somos un buque a velocidad de crucero: seguimos produciendo esas cuatro o cinco películas al año que tenemos obligación de producir. Pero el mercado está en ebullición: en las últimas películas nos ha costado encontrar técnicos; una carestía que ha generado una burbuja y una inflación brutales. El problema, más que la salud de la producción, es que al final nos jugamos el dinero en un modelo que ya no está funcionando.

Ghislain: a medio plazo veo este modelo problemático, porque se están produciendo películas maravillosas, pero que tienen bastante poco recorrido en las salas. Me parece que falta la parte industrial del cine: el cine comercial es esencial para que se sostenga el modelo.

¿De qué logros al frente de Telecinco Cinema os sentís más orgullosos?

Ghislain: somos como unos padres [ríe], con lo que estamos muy orgullosos de cada uno de nuestros hijos. Es verdad que luego hay unos que te salen más listos que otros. Si me tuviera que quedar con una película que fue un *pelotazo* estratosférico, te diría *Ocho apellidos vascos*. Hay un antes y un después de ella, sobre todo por la confianza que nos dio a todos los productores de que era posible competir

Foto del final del rodaje de *Way Down*



con el cine comercial estadounidense. Fue una barrera psicológica que logramos romper. Añadido otra, una película que es un ejemplo perfecto de lo que no teníamos que haber hecho, pero que salió bien: *Adú*. Producirla fue una locura absoluta: narra la historia de un niño inmigrante que cruza África hacia las puertas de Europa. Se trata de un film muy duro, pero también muy necesario, y que apeló a un público masivo. Es absolutamente maravilloso cuando esto ocurre.

Álvaro : a mí, más allá de los proyectos en sí, me gustaría destacar dos cosas. Una es el cambio de paradigma: llevo muchos años esta profesión y estoy cansado de oír a la gente hablar del cine español de manera despectiva. De quince años a esta parte, gracias entre otros a Telecinco Cinema, han empezado a surgir películas que han reconciliado al espectador con el cine español. Para mí esto es un verdadero orgullo. La otra cosa sería haber podido trabajar con directores muy consagrados, pero, sobre todo, haber tenido la oportunidad de descubrir talentos -como Bayona- que tuvieron con nosotros su primera oportunidad y que luego han triunfado a nivel mundial.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta actualmente el sector televisivo? Las plataformas, ¿representan una mayor amenaza para el cine en salas o para la televisión?



Posando con los tres Goyas de *No habrá paz para los malvados*

Chislain : empiezo por la segunda pregunta. Las plataformas no son una amenaza: son una realidad. No tiene sentido intentar ponerle puertas al campo, con lo que o nos adaptamos o probablemente muramos en el intento. Han sido cambios un poco drásticos, acelerados por la pandemia, pero son cambios que hubieran ocurrido en cualquier caso. Obviamente, las plataformas están teniendo un impacto, y se han convertido en un socio importantísimo, con las series, por ejemplo.

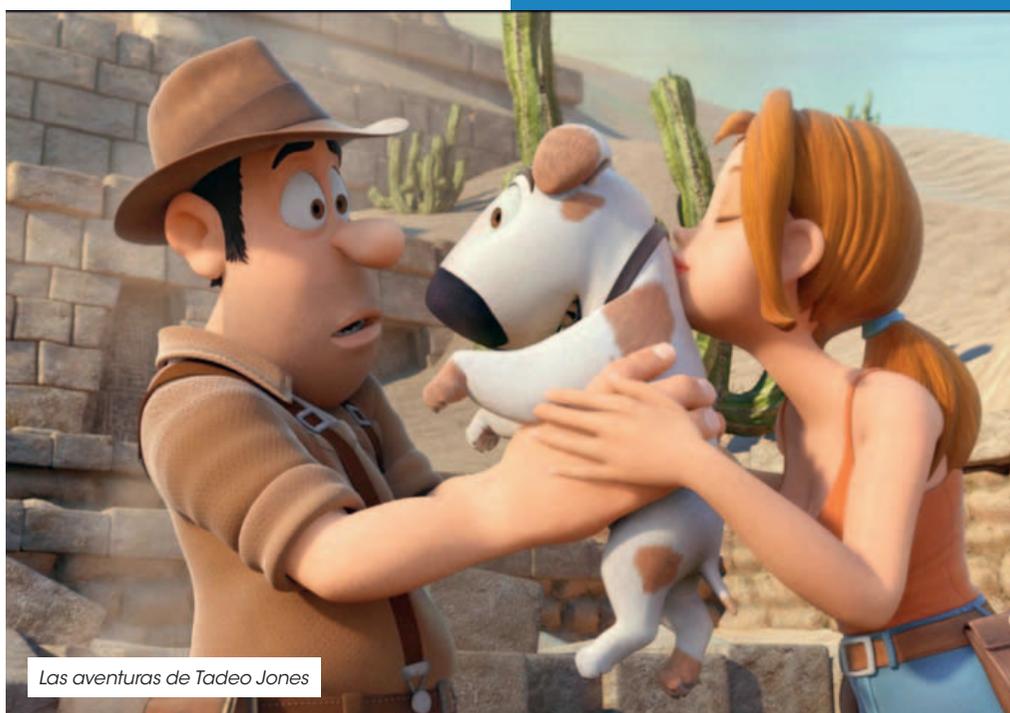
Álvaro : es una cuestión de reajuste. Cuántas veces se dio por muerta a la radio, luego a la tele o el video... Tampoco creo que el cine en salas vaya a desaparecer: pienso que lo que tiene que hacer es

adaptarse y encontrar su hueco y su manera de sobrevivir. Y lo hará. Lo mismo pasa con la televisión en abierto, que es tan cuestionada en todos los ámbitos, en todos los países, por todos los medios... Y ahí está, sobreviviendo y a veces con muchísima fuerza. La gente sigue consumiendo televisión en abierto. La pandemia ha descubierto a la gente la posibilidad de suscribirse a plataformas, pero sobre todo les ha descubierto que nosotros ya estábamos en sus hogares.

De cara al futuro, ¿cómo creéis que evolucionarán la producción, la exhibición y el consumo de películas en los próximos años?

Chislain : creo que ya hemos tocado fondo: ahora debemos recuperar poco a poco el camino a las salas. A pesar de que todo cambie con tanta rapidez, no hay que ponerse nerviosos: la experiencia de ir a una sala llena y disfrutar de una película junto con el resto del público es lo único que no puedes hacer en el salón de tu casa. Es cierto que algunos de nuestros compañeros de la exhibición lo están pasando fatal, y obviamente no aplica a todas las películas, pero esta experiencia del cine no la sustituye ninguna plataforma ni ningún sofá. Nuestra responsabilidad es encontrar las historias que el público pueda disfrutar en la pantalla grande.

Álvaro : a lo largo de la entrevista ya hemos hablado de que existen nuevas formas de consumo. Eso no lo vamos a cambiar. Debemos, más bien, potenciar el deseo de la gente de volver a disfrutar de las películas en la sala de cine.



Las aventuras de Tadeo Jones

© Telecinco Cinema (8)

BO