

GONZALO GARCÍA CHASCO

No han sido años fáciles para los sectores de la exhibición y distribución cinematográfica. La pandemia mundial y su resaca han provocado, primero el lógico cierre de las salas durante el confinamiento, y luego notables descensos en la asistencia del público. Justo ahora comienzan a registrarse cifras que ya se acercan algo a las que había en 2019, pero hay otros factores como el auge de las plataformas de streaming, o la actual huelga del Sindicato de Guionistas en Hollywood, que demandan reflexión y nuevas consideraciones e ideas en el seno de unos sectores fundamentales en la industria cinematográfica.

Resulta por tanto más que apropiada la iniciativa de mesa redonda (llevada a cabo con el apoyo de la Oficina de Coordinación para la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea) que ayer mismo se celebró en el marco de este SSIFF, con el objeto de debatir entre exhibidores y distribuidores en torno a nuevas estrategias para activar la taquilla en los cines de Europa.

Participaron en el coloquio Ariane Toscan du Plantier, directora de comunicación y patrimonio de Gaumont Cinemas en Francia; el español Eduardo Escudero, de A Contracorriente Films y co-presidente de Europa Distribution, asociación de distribuidores independientes que aglutina cerca de 120 distribuidoras en 32 países; el también español Enrique Costa, distribuidor independiente de ELASTICA Films; y la polaca Maria-Magdalena Gierat, directora del Kino Pod Baranami de Cracovia y secretaria de Europa Cinemas, que agrupa a más de 1.200 salas de cine en toda Europa. Moderó Wendy Mitchell, delegada del Festival de San Sebastián y redactora de Screen International.

Seguramente, el primer mensaje que pudo extraerse de la mesa redonda es la proclamación de un cierto optimismo. Eduardo Escudero fue muy expresivo en la metáfora que empleó para diagnosticar el momento presente: "Nuestra paciencia ha tenido que visitar la UVI, pero ya hemos subido a planta. Hay que ser optimistas". Enrique Costa, aun reconociendo que todavía no está el sector cerca de las cifras de 2018, calificó la situación como "prometedora". En su caso ha distribuido este

# La complicada búsqueda del Barbenheimer europeo



Los asistentes a la mesa redonda de exhibidores y distribuidores europeos.

PABLO GÓMEZ

**“Nuestra paciencia ha tenido que visitar la UVI, pero ya hemos subido a planta. Hay que ser optimistas”**

año con ELASTICA Films películas de notable éxito en taquilla a pesar de ser propuestas cultas dirigidas a un público adulto, muy alejadas del blockbuster, tales como *Aftersun* (Charlotte Welles, 2022) o *Drive My Car* (Ryūsuke Hamaguchi, 2022).

Este ánimo esperanzado se sustenta en cifras que marcan una tendencia a la recuperación. En Francia, tal y como indicó Ariane Toscan du Plantier, ya se encuentran en registros cercanos a los pre-pandémicos, mientras que en España, Escudero apuntó que desde enero se ha regis-

trado un incremento del 30% más de taquilla respecto al mismo periodo de 2022, aunque quiso llamar la atención sobre el hecho de que el 70% de la taquilla la han concentrado sólo catorce películas. “Que haya películas disponibles para ser vistas, y ahora hay muchos medios para poder acceder a muchas películas, no significa que efectivamente se vaya a ver. El marketing y las estrategias online son fundamentales. Pensemos más allá del momento del estreno. Hay que darse cuenta de que una película es para siempre”.

Yes que el impacto aglutinador de taquilla que tienen las grandes producciones de Hollywood y el dominio del mercado que ostentan las *majors*, y cómo eso afecta al cine independiente es un debate siempre abierto. Toscan du Plantier ve beneficios y una convivencia entre ambos tipos de películas que puede ser provechosa para los exhibidores y distribuidores europeos que apuestan por un cine de calidad. “Durante la pandemia se perdió el hábito de ir al cine, y el ser

humano funciona por hábitos. El fenómeno provocado por el estreno simultáneo en periodo estival de dos películas con gran empaque comercial como son *Barbie* (Greta Gerwig, 2023) y *Oppenheimer* (Christopher Nolan, 2023) provocaba muchas dudas, pero al final funcionó muy bien. Y eso también nos beneficia, porque recupera en la gente precisamente eso, el hábito de ir al cine”.

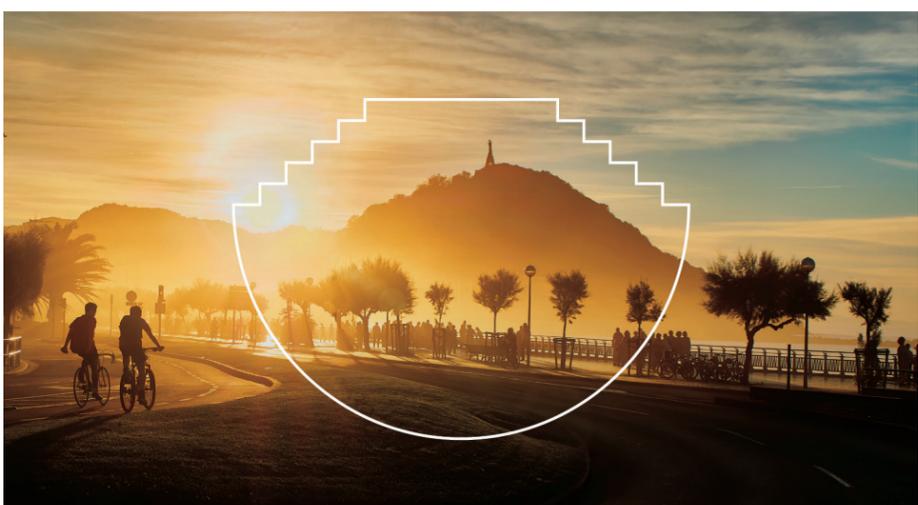
“Las salas no pueden sobrevivir sin *blockbusters*”, añadía Escudero, mientras Costa, que se reconoce poco amigo de las películas procedentes de *majors*, también destacó el efecto boomerang que ha tenido el fenómeno ‘Barbenheimer’: “Nos ha beneficiado a todo el mercado”.

## Foco en la juventud

“¿Es posible un Barbenheimer europeo?”, lanzaba la pregunta Wendy Mitchell. “Barbenheimer es algo muy difícil con películas europeas, manejamos presupuestos muy distintos, tanto para producir como para promocionar”, reconocía Escudero.

“Pero se ha marcado un camino que ha devuelto el cine y el debate sobre las películas a las redes sociales y en espacios muy populares, y eso hoy en día es clave”.

Hay estrategias de futuro para el cine independiente. Maria-Magdalena Gierat apuntó algunas iniciativas muy interesantes que han puesto en práctica en Polonia. “Es importante trabajar con distintos perfiles de espectadores: estudiantes, jóvenes, mayores... Y convocarlos a debates posteriores a los visionados para conocer sus reacciones y opiniones”. Y añadió las experiencias exitosas del programa “Jóvenes embajadores”, consistente en seleccionar estudiantes *influencers* en sus escuelas para promocionar el cine, o las sesiones de “*pijama cinema*”, noches enteras de proyección de películas con debates sobre las mismas hasta el amanecer. Y es que todos los presentes destacaron la importancia de acercar el cine particularmente a la juventud. Y de acercar la juventud a las salas de cine.



**Las buenas películas siempre tienen una puesta en escena inolvidable**

Ongi etorri Donostia Zinemaldira  
Welcome to the 71st edition