

## El megacine: un nuevo fenómeno americano

Con la reciente inauguración de un novísimo y enorme cine en los suburbios de Detroit (estado de Michigan), se manifiesta una nueva tendencia en el negocio del entretenimiento. Consta de no menos de 20 salas diferentes, aforo para 6.000 personas, aparcamiento para 5.000 coches, sistemas de sonido digital de última tecnología, y un diseño definitivo de ambiente temático, el complejo Star Southfield representa todo lo que el negocio del cine en Estados Unidos cree que puede ser el futuro de este tipo de entretenimiento.

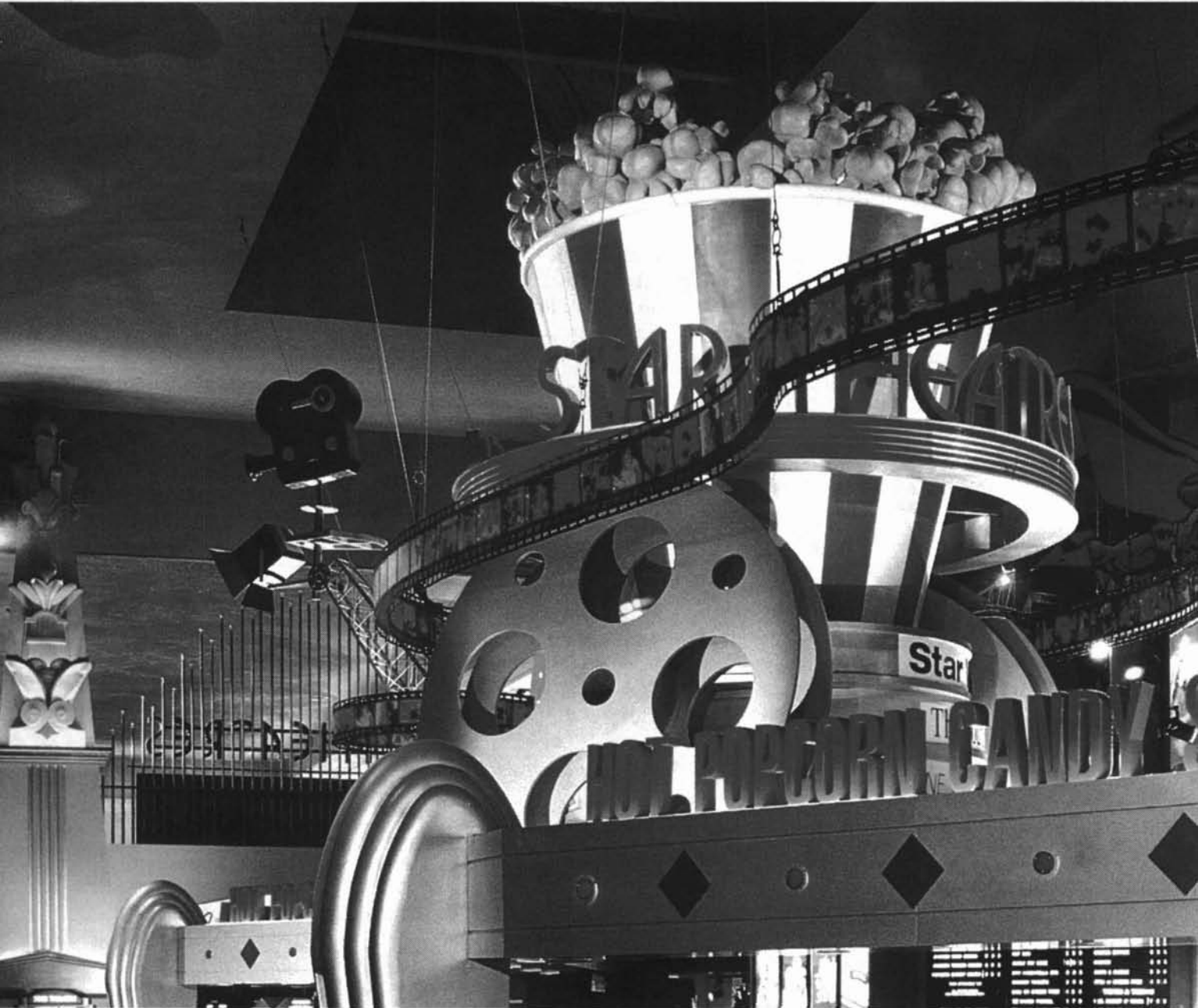
Según algunos analistas, este tipo de proyectos a gran escala sólo son una respuesta a la demanda del consumidor. Así como las tiendas individuales cedieron su espacio a los centros comerciales y las supertiempos, o el colmado del barrio a supermercados y gigantes tiendas de descuento, el pequeño cine ha sido sustituido, primero por el multicomplejo y ahora por el megacomplejo. Los gigantescos complejos de entretenimiento como el Star Southfield, con una superficie edificada de más de 50.000 m<sup>2</sup>, ofrecen una respuesta al perfil del típico espectador de cine y, debido a su ambiente único de entretenimiento, también es una invitación para los que no van al cine tan a menudo. En Star Southfield, los espectadores reciben la bienvenida en un edificio monumental inspirado en el art déco y después pasan a través de tres espacios principales antes de acceder a las salas. En primer lugar, hay una entrada estilo estudio de Hollywood en forma de una fabulosa verja. Después, se encuentran en una área, que recuerda un plató, donde están las concesiones de alimentos que sirven una gran variedad de opciones de comida rápida. El centro de esta área está señalada por un gigantesco cubo de palomitas en erupción, un icono de la experiencia del cine para el público americano. Varios quioscos venden mercancía relacionada con el cine en un espacio decorado con verdaderos accesorios cinematográficos. También hay un puesto de servicios con un conserje a tiempo completo que puede hacer cualquier cosa, desde pedir un taxi hasta hacer reservas de avión. Detrás del área de comida rápida hay otro espacio de reunión con reconstrucciones e instalaciones de puntos de referencia arquitectónicos de

Detroit, casi todos de cines que ya no existen. Estos elementos forman un collage visual y espacial que funciona como el principal vestíbulo de circulación para las salas principales.

Finalmente, los espectadores llegan a los cines. Tienen butacas tipo estadio que eliminan los problemas de línea de visión y ofrecen asientos más amplios de lo normal. Se puede escoger entre salas, desde las dos más grandes con aforo de más de 700 espectadores cada una, hasta las cuatro más pequeñas, con asientos para 96 personas cada una. Todas las salas incorporan la última tecnología de sonido digital THX, que puede dar, con una fidelidad impecable, desde el efecto de sonido más asombroso en una película de acción hasta el murmullo más sutil de una escena íntima. Se ha dedicado bastante dinero y muchas consideraciones de diseño en la calidad de imagen y sonido, así como en la comodidad, el confort y la decoración de las salas.

La mayor parte del concepto de diseño en el multicomplejo Star Southfield es una respuesta directa a las tendencias del consumo y a la realidad de la industria de exhibición del cine a lo largo y ancho de Estados Unidos, donde un sorprendente 75% de las ganancias netas no vienen de las ventas de entradas sino de las concesiones de alimentos. Ir al cine ya no es simplemente pagar el precio de la entrada. Mientras la gente tradicionalmente podía tomar una bebida o una tapa antes del cine y cenar después, la tendencia en Norteamérica ahora es construir megacomplejos «de destino único», donde la gente tiene la tentación de pasar varias horas dentro, y consumir no sólo comida sino también mercancías. O hacer lo que hace el 60% de los espectadores los sábados en otro megacomplejo en Dallas, Texas: ir a ver otra película.

Es fundamental e importante para la industria de la exhibición atraer negocios, ya que se enfrenta a la competencia directa de las cadenas de alquiler de vídeos. Muchos consumidores han reducido bastante su costumbre de ir al cine, por varias razones, incluyendo una mala experiencia o el inconveniente de tener que conducir largos trayectos, o hasta la molestia de encontrar un aparcamiento. Los megaproyectos como éste están enfocados precisamente a este tipo de público, y las expectativas de los que desarrollan el proyecto es incrementar las noches de ir al cine de dos o tres veces al año hasta siete u ocho. Sony Retail Entertainment, con sede en Nueva York, observó atentamente este tipo de patrones y, asociados con la cadena de cines Star, decidieron llevar a cabo una respuesta decidi-



da. La Star ya dirigía varios cines de éxito en el área de Detroit y hacía un esfuerzo específico en aspectos como confort, limpieza y servicio con cortesía. Las ventas anuales en los cines de la cadena Star crecían un impresionante 25% anual, y Sony Entertainment tomó buena nota. Star Southfield es hoy en día el complejo de cine más grande que tiene la cadena Sony-Loews, una división de Sony Entertainment.

Sony Entertainment contrató a la empresa de arquitectos Rockwell Group, responsable del exitosísimo concepto global de Planet Hollywood, para desarrollar este proyecto. El Rockwell Group diseñó un ambiente típicamente temático que intenta captar la emoción de las salas de cine de principios de siglo. El edificio, que tiene un decorado art decó, proyecta una presencia distintiva y diferente de los complejos de cine de suburbio, aburridos y cuadrados. Según David Rockwell, el arquitecto jefe del grupo de diseño, y Jim Loeks, jefe de Star Theatres, «sólo entrar al edificio tiene que valer el precio de la entrada».

Parece que la ola de ambientes temáticos ha pasado sobre muchos negocios hoy en día, y las salas de cine no son una excepción. Con un costo de más de 40 millones de dólares, este ambiente de cine tipo Disney es de un desarrollo muy costoso. Pero Sony Entertainment tiene confianza y ya planifica varios proyectos parecidos en otras regiones de Estados Unidos. Si el éxito del primer fin de semana inaugural de Star Southfield, cuando 40.000 espectadores compraron entradas, es un indicio del entusiasmo del público por este tipo de experiencia de entretenimiento, el futuro parece luminoso. El tiempo dirá si estos ambientes temáticos tendrán que rediseñarse por completo cada cinco años para mantener el interés del público, o si las cuestiones de confort y eficiencia serán la razón básica de la aprobación del público. Hay una cosa segura: la película ya no es, para muchas personas, la única razón para ir al cine; y los que entienden eso están haciendo la revolución en la industria de exhibición de cine en Norteamérica.

## The mega-movie: a new American phenomenon

With the recent opening of a brand new and gigantic multi-screen theater in the suburbs of Detroit (Michigan), a new trend in the entertainment business is heralded. Boasting no less than 20 different auditoriums, seats for 6,000 people, parking for 5,000 vehicles, state-of-the-art digital sound systems, and an unmistakable theme-park design, the Star Southfield complex represents what the movie business in the United States believes the future of this form of entertainment will be like.

According to some analysts, such large scale projects are simply a response to consumer demand. Just as individual stores gave way to shopping centers and superstores, or neighborhood groceries to supermarkets and giant discount food stores, the small movie theater has been supplanted first by the multiplex and now the megaplex. Gigantic entertainment complexes such as the Star Southfield, with a built area of more than 50,000 square meters, offer an answer to the profile of the typical movie-goer, and because of its unique entertainment environment, is also an invitation to those who do not go the movies as often. At Star Southfield spectators are greeted by a monumental Art Deco inspired building and then pass through three main spaces before they reach the theaters. First there is a Hollywood style studio entrance in the form of a fabulous gate. People then find themselves in an area reminiscent of a sound stage which contains the food concessions, serving a variety of fast food options, and marked at the center by a giant erupting popcorn bucket, an icon of the movie experience for the American public. Several kiosks sell movie-related merchandise, in a space decorated with real movie props. There is also a service booth, with a full time concierge, who can do everything from calling a taxi to making an airline reservation. Behind the fast food area there is another gathering space featuring reconstructions and installations of Detroit's architectural landmarks, mostly of no-longer existing theaters. These elements form a visual and spatial collage and function as a main circulation lobby for the main theaters.