

BOXOFFICE

AÑO II - N. 10 - OCTUBRE 2023

TAQUILLA

Todos los números del verano

EXHIBICIÓN

Sostenibilidad en los cines

AYUDAS

Subvenciones a festivales

DISTRIBUCIÓN

Vender a las televisiones: nuevas dinámicas



Pilar Sierra Artieda

EL CINE SE HA VUELTO A PONER DE MODA

SECRETARIA GENERAL Y DIRECTORA DEL GREMI D'EMPRESARIS DE CINEMES DE CATALUNYA DESDE HACE 20 AÑOS VE UN FUTURO "BRILLANTE" PARA LAS SALAS. LÍDER PATRONAL EN UNA COMUNIDAD DE TRADICIÓN CINÉFILA, CANTA VICTORIAS COMO UNA LEY "JUSTA" DE CINE DOBLADO AL CATALÁN O LAS AYUDAS A LA EXHIBICIÓN DURANTE LA PANDEMIA, QUE HAN ABIERTO UNA PUERTA. QUEDAN BATALLAS COMO FIJAR LAS VENTANAS O PROGRAMAS ESCOLARES DE VISITA AL CINE

**SEGUIREMOS TRABAJANDO
POR Y PARA EL CINE.**

PRODUCTORAS ASOCIADAS

A CONTRACORRIENTE FILMS
ABRE TU MENTE PRODUCCIONES
ÁLAMO PRODUCCIONES AUDIOVISUALES
ANDY JOKE
A. DURÁNDEZ
ÀRALAN FILMS
AVALON PC
BETA FICTION SPAIN
BLOGMEDIA
BOWFINGER INTERNATIONAL PICTURES
BTEAM PRODS
BUENAPINTA MEDIA
BUENPASO FILMS
CABALLO FILMS
CAPITÁN ARAÑA
COMBA FILMS
EL NIÑO PRODUCCIONES
EL VIAJE FILMS
ELASTICA FILMS
ENRIQUE CEREZO PC
FEDERATION SPAIN
FEELGOOD MEDIA
FILMAX
IMPALA PRODUCCIONES
LA CANICA FILMS
LA CHARITO FILMS
LA CLAQUETA PC
LA TERRAZA FILMS
MOGAMBO
MR FIELDS&FRIENDS CINEMA
MR MIYAGI FILMS
NADIE ES PERFECTO
NICKEL-ODEON 2
NOSTROMO PICTURES
PECADO FILMS
PELÍCULAS PENDELTON
POKEEPSIE FILMS
PRIS&BATTY FILMS
PRODUCCIONES CALCON
QUEXITO FILMS
SECOND GEN PICTURES
SHOWRUNNER FILMS
SUSPENSE ENTERTAINMENT
TANDEM FILMS
TORNASOL FILMS
TRIPICTURES
VACA FILMS
VORAMAR FILMS
WANDA VISION

CUATROCIENTOS MILLONES DE OPORTUNIDADES

El mercado audiovisual español nos trae una noticia de gran calado, la aprobación por la Comisión Europea de la propuesta del Gobierno para aumentar en 340 millones de euros —que, sumados a los 60 de ahora, hacen un total de 400 millones— los recursos para apoyar la producción y rodaje de películas mediante deducciones fiscales a través del Spanish Audiovisual Hub, ente creado con fondos europeos para paliar la crisis de COVID. Se trata de una importante cantidad de dinero de la que podrán beneficiarse obras audiovisuales españolas e internacionales que rueden en España. A eso habría que sumar que el año pasado se aumentó la dotación para ayudas del ICAA de 65 a 106 millones de euros. Las deducciones fiscales tienen la virtud de ser “ciegas” y de fomentar la inversión de dinero privado en la producción. En todos los países de Europa, obligados también por directivas de Bruselas, existe este fundamental apoyo de recursos del Estado. Sin embargo, también se ha demostrado que la financiación pública

de proyectos puede distorsionar la competencia entre empresas al disminuir la calidad media de la producción. Es más importante que nunca la constitución de comisiones altamente profesionales y expertas que logren un equilibrio entre el apoyo de las empresas y talento con una consolidada trayectoria profesional a la vez que mirar hacia el futuro para respaldar figuras emergentes del sector audiovisual. El nuevo esquema de desgravaciones también apunta bien al aumentar de 10 a 20 millones el máximo deducible, lo cual favorecerá que se realicen menos proyectos pero de mayor calidad y en mejores condiciones, elevando el listón del producto nacional medio y su exportación. El año pasado se produjeron en España 322 películas, que claramente son demasiadas. En esencia, estos 400 millones obligan a instituciones y operadores a trabajar bien y juntos. El cine español tiene un futuro radiante si sabe aprovechar esta ventajosa oportunidad que se le brinda desde el Estado.

por **Vito Sinopoli**



© Foto por Lupe de la Vallina

EL CINE SE HA VUELTO A PONER DE MODA

Entrevista con Pilar Sierra Artieda, Secretaria general y directora del Gremi d'Empresaris de Cinemes de Catalunya

8

EN PORTADA

6
NEWS

16
EXHIBICIÓN

SOSTENIBILIDAD EN LOS CINES: UNA NUEVA ERA

En tiempos de crisis climática y de nuevas y más estrictas regulaciones medioambientales, las salas se enfrentan al reto de ser sostenibles. Además de ganar el planeta, pueden ahorrar energía, ser más eficientes y mejorar su reputación entre los clientes

20
TAQUILLA

UN VERANO EN ROSA CHICLE

Los cines logran sus mayores llenazos desde 2019 en un verano espectacular. Aquí están todas las cifras de taquilla y asistencia a las salas de cine de junio, julio y agosto

26
ESCENARIOS

EL PODER DE LOS SINDICATOS EN HOLLYWOOD

Durante los últimos meses los sindicatos de guionistas (WGA) y actores (SAG-AFTRA) han salido a la calle para protestar por mejores condiciones y protecciones, paralizando la industria. Echemos un vistazo a los orígenes de estos gremios y a su historia para entender mejor el panorama actual

32

AYUDAS

FESTIVALES

DE CINE EN ESPAÑA: MÁS SUBVENCIONES QUE NUNCA

El ICAA invierte en 2023 casi tres millones y medio en festivales de cine, mucho más del doble que hace cinco años. Algunos, como Atlántida o Zinebi, han multiplicado su ayuda mientras otros como Alcances languidecen o desaparecen del listado en un panorama general de auge

38

FOCUS

VENDER A LAS TELEVISIONES: NUEVAS DINÁMICAS Y NUEVOS ALIADOS

Las distribuidoras se adaptan a un escenario muy afectado por las plataformas y la fragmentación de las ventanas. RTVE solo compra 25 películas al año y las empresas dependen de la taquilla

42

EXHIBICIÓN

VENTANAS EN EUROPA: UNA COMPARACIÓN

La reciente investigación Territoriality and Release Windows in the European Audiovisual Sector del Observatorio Audiovisual Europeo ha proporcionado una visión actualizada de cómo se gestiona la regulación de las ventanas de explotación en el viejo continente

48

TREND

LA REVOLUCIÓN CRISTIANA EN LA TAQUILLA

El rotundo éxito de *Sound of Freedom* en los cines estadounidenses, con más de 183 millones de dólares, ha devuelto el protagonismo a las películas

de temática cristiana. Analicemos las perspectivas de un género en expansión comercial, y revisamos su potencial en España

52

DEDUCCIONES FISCALES

400 MILLONES PARA IMPULSAR LOS RODAJES

Bruselas ha dado luz verde al Gobierno para multiplicar de 60 a 400 millones el presupuesto de los subsidios fiscales. Gipuzkoa, por su parte, ofrece un 70% de deducción, récord mundial. ¿Ayudará la nueva norma solo a los rodajes internacionales o servirá también para potenciar películas españolas de mayor presupuesto?

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE

AÑO II - Nº 10
OCTUBRE 2023

Director responsable Vito Sinopoli

Responsable de redacción Paolo Sinopoli
(psinopoli@e-duesse.es)

En sala de redacción Valentina Torlaschi

Han colaborado Juan Sardà Frouchtmann, Pau Brunet, Marco Cacioppo, Elisa Grando, Roy Menarini

Maquetación y fotolitos Emmegi Group Milano

Coordinación gráfica a cargo de Alda Pedrazzini

Coordinación técnica Paola Lorusso
(plorusso@e-duesse.es)

Tráfico Elisabetta Pifferi
(elisabetta.pifferi@e-duesse.es)

Impresión JOMAGAR

C/ Moraleja de Enmedio, 16, Pol. Ind. Nº 1. 28938 Móstoles, Madrid

Distribución SGEL
Avda. Valdelaparra, 29. Pol. Ind. - 28108 Alcobendas (Madrid)

Depósito Legal: M-25651-2022
ISSN 2952-1025

Todos los derechos reservados.
Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL
C/ Fernando el Católico, 17
28015 Madrid
www.e-duesse.es

Este número de *Box Office* se terminó de imprimir el 29 de Septiembre 2023



BOX OFFICE ESPAÑA DESCARGA NUESTRA APLICACIÓN

PUEDES HOJEAR BOX OFFICE EN TU TELÉFONO MÓVIL O TABLET CON IOS O ANDROID. ACCEDER A LA TIENDA DE TU DISPOSITIVO Y DESCARGA LA APP DE FORMA GRATUITA: ESTARÁS INFORMADO DONDE Y CUANDO QUIERAS. HAY MUCHAS FORMAS DE LEER BOX OFFICE. ELIGE LA MEJOR PARA TI



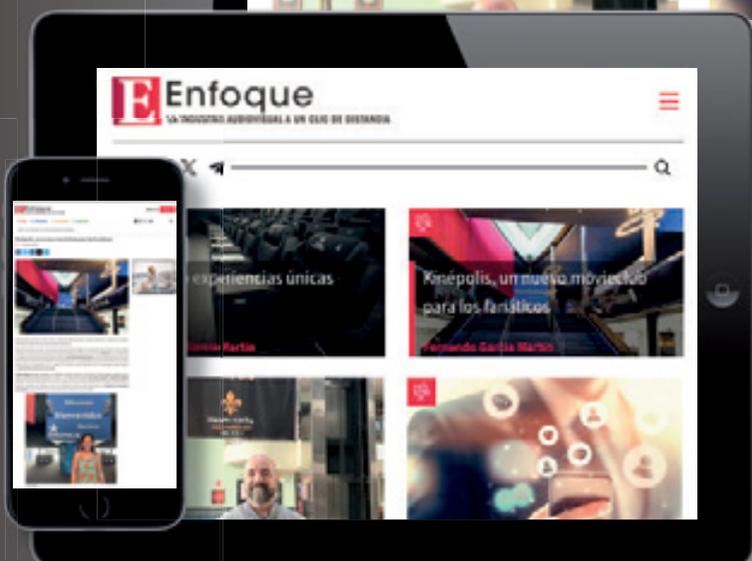
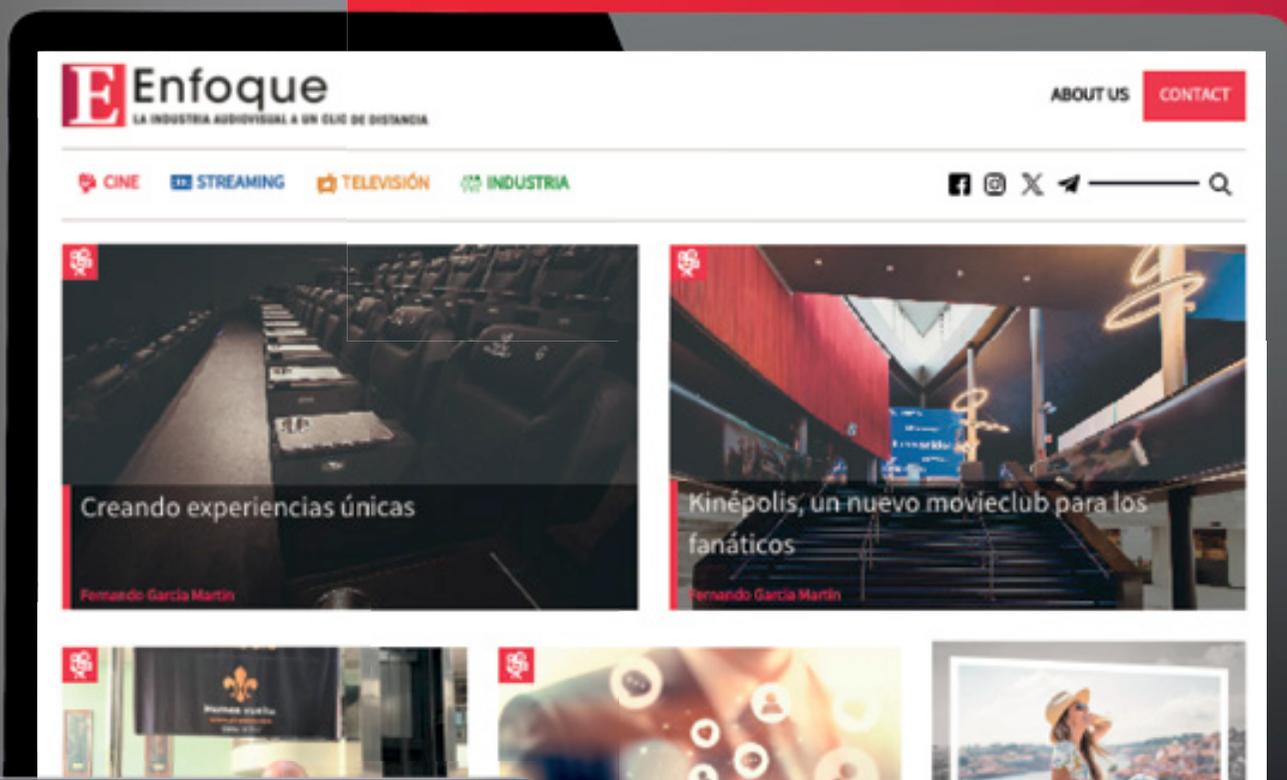


Enfoque

LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL A UN CLIC DE DISTANCIA

NOVEDAD

Bienvenidos a nuestro nuevo sitio web donde encontrarás todas las noticias de la industria audiovisual actualizadas en tiempo real. No te lo pierdas



www.enfoqueav.es

Accede a nuestras diferentes secciones para estar al día de todas las novedades:

- CINE
- STREAMING
- TELEVISIÓN
- INDUSTRIA

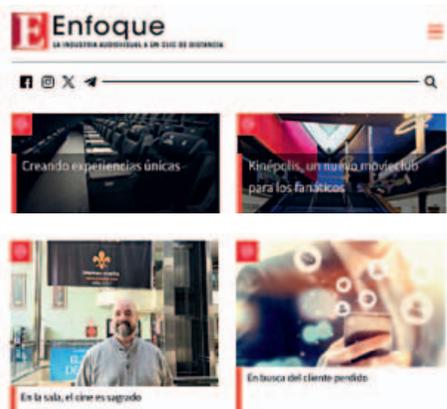
Y además, la mejor selección de las revistas BOX OFFICE y TIVÙ



15 MILLONES A 45 PELÍCULAS PARA EL SEGUNDO PROCEDIMIENTO DE LAS "SELECTIVAS"

En un sistema de ayudas como el español que distingue entre "generales", para proyectos de mayor presupuesto, y "selectivas", de tipo más autoral o como dice el ICAA "con especial valor cinematográfica", se han anunciado los 45 proyectos que se repartirán los 15 millones que reparte el ICAA en la segunda convocatoria de este 2023. De éstos 21 son ficción; 16 documentales y 2 de carácter experimental. Tal y como marca la ley, el 40% están dirigidos por mujeres. Entre los que han recibido una ayuda más cuantiosa se encuentran *Forastera* (Lastor Media, La Periferica de Produccions y Vilaut Films), debut de Lucía Aleñar tras ser seleccionado su corto homónimo en la Semana de la Crítica de Cannes; *El día que Ewan McGregor me presentó a sus padres* (Santa Coyote AIE y Mr. Miyagi Films), filme de animación de Marta Puig; *Salen las lobas*, producido por Alba Sotorra con dirección de Cláudia Estrada sobre una adolescente rebelde; *Each of Us* (Alhena Production), de Eva Pauné, que

nos transporta a un campo de concentración nazi: *La Deuda* (La Deuda Película AIE); de Daniel Guzmán, sobre una anciana que será desahuciada de su apartamento; *Korri, Kuru, Korri!* (Dibulitoon Studio), adaptación de una popular novela de literatura infantil vasca o *A la cara* (Pecado Films, Langosta Films, LaCima Producciones y Biograf Capital AIE), en la que veremos en formato de largometraje el laureado corto de Javier Marco sobre los mensajes de odio en redes sociales.



ENFOQUEAV, TODA LA ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL A UN SOLO CLICK

Ya puede visitarse la nueva web de información sobre la industria de cine y televisión enfoqueav.es, que nace con el objetivo de convertirse en el portal de referencia. Un equipo de cuatro periodistas mantendrá constantemente actualizado el site para estar siempre a la última en cuanto a información se refiere a sumar los mejores reportajes y entrevistas de las revistas *Box Office*, líder en información de industria del cine y *Tivú*, dedicada a televisión y plataformas. Las últimas noticias, análisis en profundidad de industria, audiencias y taquilla, entrevistas a figuras destacadas y reportajes serán los ingredientes esenciales de una cobertura completa y al minuto.

PIRATERÍA 2022: + 9% LAS PELÍCULAS

El año pasado el sector cultural perdió 1.995 millones de euros por culpa de las descargas ilegales. Así se desprende del Observatorio de la Piratería 2022 que se ha publicado cargado de datos alarmantes. El año pasado, se registraron 5.268 accesos ilegales, solo un 2,5% menos que en 2021 con un valor de mercado de 33.056 millones de euros. En un sector que en la actualidad emplea a 103 mil profesionales se podrían haber creado hasta 85.358 nuevos puestos de trabajo y las arcas públicas dejaron de recaudar más de 551 millones. El sector audiovisual resulta especialmente perjudicado ya que después de la música (2.351 millones de accesos ilegales) las series (986 millones) son las más pirateadas, incrementando un 5% las descargas del año pasado mientras la descarga ilegal de películas creció un 9%.

© iStock



LA SOCIEDAD DE LA NIEVE ES LA PELÍCULA CANDIDATA DE LA ACADEMIA ESPAÑOLA PARA EL OSCAR

Tras clausurar el Festival de Venecia cosechando aplausos, la épica de Juan Antonio Bayona *La sociedad de la nieve*, reconstrucción del accidente de avión de 1972 en el que unos deportistas uruguayos sobrevivieron durante semanas en los Andes comiéndose los cadáveres, será la candidata española para el Oscar a la Mejor Película en Habla No Inglesa. Se trata de una producción de Belén Atienza y Sandra Hermida a través de Apaches Entertainment y Telecinco Cinema y la distribuye Netflix.

BREVES

- 34 mil espectadores para Cibeles de Cine. El ciclo de películas celebrado en verano organizado por MK2 en CentroCentro, del Ayuntamiento de Madrid, obtiene un récord histórico de visitas.
- Los Cines Embajadores crecen en el centro de la capital con la apertura de Cines Embajadores Río, situado a pocos metros de éstos. Tres nuevas salas para disfrutar del mejor cine en versión original en un ambiente familiar



**¡Nos vemos
en los cines!**



EL CINE SE HA VUELTO A PONER DE MODA

SECRETARIA GENERAL Y DIRECTORA DEL GREMI D'EMPRESARIS DE CINEMES DE CATALUNTA DESDE HACE 20 AÑOS, **PILAR SIERRA ARTIEDA**, VE UN FUTURO "BRILLANTE" PARA LAS SALAS. LÍDER PATRONAL EN UNA COMUNIDAD DE TRADICIÓN CINÉFILA, CANTA VICTORIAS COMO UNA LEY "JUSTA" DE CINE DOBLADO AL CATALÁN O LAS AYUDAS A LA EXHIBICIÓN DURANTE LA PANDEMIA, QUE HAN ABIERTO UNA PUERTA. QUEDAN BATALLAS COMO FIJAR LAS VENTANAS O PROGRAMAS ESCOLARES DE VISITA AL CINE

por **Juan Sardà Frouchtmann** - fotos **Lupe de la Vallina**

E

ntusiasta y "empollona", Pilar Sierra Artieda combina la pasión para defender a los cines que representa con un prodigioso conocimiento de las cifras y los datos del sector de la exhibición. Secretaria general y directora del Gremi d'Empresaris i Cinemes de Catalunya desde hace 20 años, Sierra augura un "futuro brillante" a las salas. Es la líder patronal en una comunidad como Catalunya que siempre ha sido muy cinéfila y que antes del confinamiento tenía un ratio de visitas al cine superior a las 2,5 al año por persona, más que en el resto de España y que la media de Europa. ➤



EN PORTADA

«ESTAMOS DE ACUERDO EN QUE HAY QUE IMPULSAR EL CINE EN CATALÁN PERO DE UNA MANERA RAZONABLE. TENEMOS UN ACUERDO DESDE 2012 CON LA GENERALITAT QUE SE RENUEVA CADA AÑO Y FUNCIONA MUY BIEN»



Con oficinas en el centro de Barcelona en la calle Pau Claris, el Gremi desarrolla una actividad frenética

El Gremi representa nada menos que a 64 cines pertenecientes a 46 empresas, lo que significa 464 pantallas y un 80 ó 90% del total del parque de Catalunya sin contar los centros cívicos y sin ánimo de lucro. Atrás queda la pandemia, durante la cual el sector vivió momentos duros de cierres y cambios constantes en las normas. Fue también un momento en que la asociación demostró en todo su esplendor su utilidad y la secretaria general muestra su satisfacción por la forma en que logró ayudas directas de la Generalitat, un apoyo a la exhibición que nunca se había dado y abrió una puerta crucial. Tras un verano de récords marcado por el fenómeno “Barbenheimer” Sierra está segura de que “el cine se ha vuelto a poner de moda” y en breve se alcanzarán las cifras previas a la pandemia. Su lucha es fundamental ya que en Catalunya los cines están regulados por una ley autonómica dictada por la Generalitat, salvo algunos flecos puntuales como la cuota de cine europeo que regula el ICAA, y se le presentan batallas como la negociación para que la obligación del número de películas dobladas al catalán no sea una ruina. Como miembro de la Junta de FECE, la asociación estatal, asegura que la relación con el ente nacional es “excelente” y de colaboración absoluta.

¿Cómo llega a ser presidenta del Gremi de Cines?

Estudie económicas en Barcelona y en París. Después trabajé un tiempo en la Comisión Europea y en el ICO (Instituto de Crédito Oficial) en Madrid. Acto seguido surgió la oportunidad de trabajar para el Gremi y gané la plaza. Tenía una cierta experiencia en cine ya que en el ICO gestioné muchos créditos para producción adelantando los derechos de antena. Es un trabajo que me apasiona porque tiene una parte de gestión y empresarial que me gusta mucho pero también cultural. Por ejemplo, en asuntos como reclamar a la Generalitat que dedique un 2% del presupuesto al Departament de Cultura colaboras con las editoriales, lo museos... Y luego están los eventos, eso que llaman “glamour” del cine que también hace que no sea lo mismo que representar a una alianza del metal o los tornillos.

¿Cuáles son los orígenes del Gremi?

Fue en el año 1977 para negociar el convenio del sector en Barcelona. El Gremi es la patronal del sector de exhibición en Catalunya y entonces solo era Gremi de Barcelona que luego se convirtió en Gremi de Catalunya cuando se añadieron las otras tres provincias y las funciones se han ampliado muchísimo. Ejercemos la representación institucional ante los diferentes Departaments de la Generalitat, sobre todo de Cultura pero también el de Interior y de Afers Socials. Llegar a todos los ayuntamientos es complicado pero tenemos mucha relación con el de Barcelona y otras poblaciones.

¿Cuál es el objetivo del Gremi?

Defender los intereses de los asociados y colaborar con las distintas administraciones para garantizar que haya una normativa que facilite que el negocio se pueda llevar a cabo. No queremos que se pongan barreras al desarrollo del negocio. Los cines son empresas privadas y es muy importante la conservación de puestos de trabajo. Hemos trabajado muy bien por ejemplo el tema del fomento del cine en catalán con el Departament de Cultura y Fedicine (Federación de Distribuidores Cinematográficos) desde el año 2012. Con Afers Socials, por ejemplo, hemos negociado un código de accesibilidad que tiene 300 páginas en lo que nos afecta. También somos patronos fundadores de la Academia de Cinema Català y colaboramos con los Premios Gaudí. Dentro de la FECE, nos encarga-

mos también de aplicar en Catalunya las medidas que se toman para fomentar la asistencia a las salas.

¿Es un lastre para las salas de Catalunya tener que programar cine doblado al catalán?

Estamos de acuerdo en que hay que impulsar el cine en catalán pero de una manera razonable. Desde 2012 tenemos un acuerdo que se renueva todos los años y funciona muy bien. Dos años antes, se aprobó una ley que establecía unas cuotas del 50 y el 50 por ciento de cine doblado al castellano y al catalán que nunca ha llegado a aplicarse. Exigimos que haya también unas políticas para fomentar la demanda y que se incremente la asistencia. La Generalitat lo entendió y los sucesivos gobiernos lo han seguido entendiendo. El Gremi pidió amparo a la justicia europea y nos dio la razón. Ahora mismo tenemos un modelo por el cual se definen una serie de películas a estrenar en catalán todos los años a propuesta de la distribución que son los propietarios. Ya tenemos una experiencia de varios años y ya sabemos qué películas funcionan mejor en catalán, por ejemplo las destinadas al público infantil.

¿Los cines de Catalunya los regula el Estado Español o la Generalitat?

Las competencias de cultura están cedidas a la Generalitat. El 90% de la normativa de cines es catalana. Es verdad que el ICAA últimamente ha empe- ➤



zado a convocar ayudas para las salas de cine y de alguna manera la ley de cine también se aplica aquí en temas como las cuotas de cine europeo, pero la ley que se aplica es la catalana. Por eso tiene mucho sentido un Gremi catalán. Lo vemos también con el problema de que los clientes puedan llevar sus propias bebidas o comida al cine. En Catalunya los cines pueden prohibirlo, lo cual fue una victoria para nosotros porque igual que no entras con un bocadillo al bar no puedes llevar consumiciones de fuera a un cine. Forma parte de las condiciones del derecho de admisión.

¿Es Catalunya una comunidad muy cinéfila?

Hace unos años la asistencia al cine estaba por encima de la media española y europea. El año pasado fueron más de 11 millones de espectadores y somos 7 millones. La asistencia no está todavía al 2 como algo como antes de la pandemia pero este año llegaremos a los 13 y pronto volveremos a esos 19 millones de visitas de 2019. Teníamos una de las medias más altas de Europa y la vamos a recuperar.

¿El fenómeno “Barbenheimer” que ha arrasado este verano la taquilla supone un punto de inflexión?

Totalmente. Mucha gente que no estaba yendo al cine ha vuelto y si vas luego vuelves porque sales contento y satisfecho. No tenemos en septiembre los datos de la tercera semana de julio, pero estamos por encima del año anterior y solo un 20% por debajo de 2019, que fue muy bueno. Sin duda, ha habido un cambio de tendencia. La gente ha visto que los cines son fantásticos, son cómodos, y puedes ver las películas mejor que en otros formatos. A veces la prensa insiste mucho en que la gente no va a al cine, lo lees y piensas que no está de moda. Un martes por la tarde quizá no está lleno, o sí porque los cines hacen actividades durante la semana dirigidas a espectadores más cinéfilos como reposiciones de películas con coloquio. Vemos también que cines que no apostaban por la VO ahora lo hacen porque el público está cambiando. Los jóvenes de hoy tienen un nivel de inglés mejor que la generación anterior. Está también

el éxito de los contenidos alternativos y gracias a las inversiones de los últimos años la experiencia es más atractiva. Este cambio de tendencia con “Barbenheimer” se mantiene. La práctica de ir al cine ha vuelto, las colas han vuelto.

¿Han cerrado cines en Catalunya por la pandemia?

Los cines que han cerrado ya tenían previsto cerrar. Por ejemplo, cuando cerró el Meliés, después del 2020, ya estaba en una situación muy delicada. Algún otro cine ha cerrado por la renegociación de alquileres. Son decisiones estratégicas o empresariales que en cualquier caso se hubieran producido. No ha habido un cierre generalizado de cines para nada. El parque de salas se mantiene prácticamente el mismo desde el año 2019, habrán cerrado tres o cuatro cines. Son casos puntuales como algunos cines pequeños que los llevaban personas mayores que después del parón estaban ya cansadas.

¿Faltan, sobran o hay los cines justos en Catalunya?

Sobrar no sobra ni uno. Hay alguna





de recuperar ese público perdido?

Es bueno que haya mucha oferta y que llegue a las salas de cine pero es verdad que algunas veces las películas podrían tener una explotación más larga. Hay una necesidad del mercado de ofrecer productos nuevos pero algunas películas aguantan en la sala menos tiempo de lo que igual podrían estar. Es una afirmación general del sector que se estrenan muchas películas cada año. Por una parte es bueno porque hay mucha oferta pero no hay espacio ni tiempo para todas.

¿Cómo valora la experiencia vivida durante la pandemia?

Siento que tengo la confianza de los socios. Vivimos momentos duros pero la asociación se mostró en ese momento súper útil. Hasta ganamos socios que nunca habían querido unirse a nosotros y vieron su utilidad. Tuvimos muchas reuniones con el Departament de Cultura para diseñar unas subvenciones que no se habían dado nunca, fueron ocho millones de euros a fondo perdido. La sensibilidad de la Generalitat fue muy grande pero entonces supuso mucho trabajo. No he trabajado tanto como en la pandemia. Cada semana o quince días había una nueva resolución, toque de queda, se cerraban los cines otra vez... Luego que prohibían las palomitas, no ganabas para sustos, ¿ahora qué va a pasar? La parte buena es que consolidamos relaciones con la administración y que se creó este precedente de ayudar a las salas de cine porque antes no había ninguna ayuda. Se ha abierto una puerta que continúa como vemos con esa ayuda a los sèniors del martes a dos euros que solo tenía precedentes en Madrid y Murcia. Por fin vimos cómo se le estaba dando al sector de las salas de cine la importancia que se merece como la actividad cultural más accesible. No solo eso, es la pasarela de acceso a actividades culturales más caras.

zona como el Pla de Lleida donde antes había más cines y ha habido una desertización de salas. Allí las películas llegan gracias a circuitos que hacen una labor más itinerante. Hay localidades pequeñas en las que si no hay un apoyo público no puedes mantenerlo. Luego llega el Ayuntamiento y dice “qué pena”. Si lo hubieras pensado antes... También tenemos cines como el Alhambra de la Garriga, que tiene 110 años o el Cine Catalunya de Terrassa que ha llegado al centenario o El Prat, 75 años. La empresa JCA de Lleida este año cumple los cien años Hay cines de poblaciones pequeñas que se mantienen y tienen una historia detrás que es la propia historia del cine.

¿Cómo valora la campaña de cine a dos euros los martes para los jubilados?

Sin duda el público mayor, los sènior, es el que mas está costando recuperar. La FECE ha hecho una gran labor de explicación al ICAA para contarle cómo estaban las cosas. La propia FECE encargó un estudio que nos decía eso, que los que no habían vuelto eran los sèniors y esta campaña de los 2 euros ya está impulsando la recuperación de ese público. ¿Faltan buenas películas para acabar

¿Las plataformas son la competencia del cine?

Por un lado han sido la competencia durante los dos años convulsos en que los cines han estado sufriendo más durante la pandemia. Por otro lado tiene que ser bienvenido un modelo de >

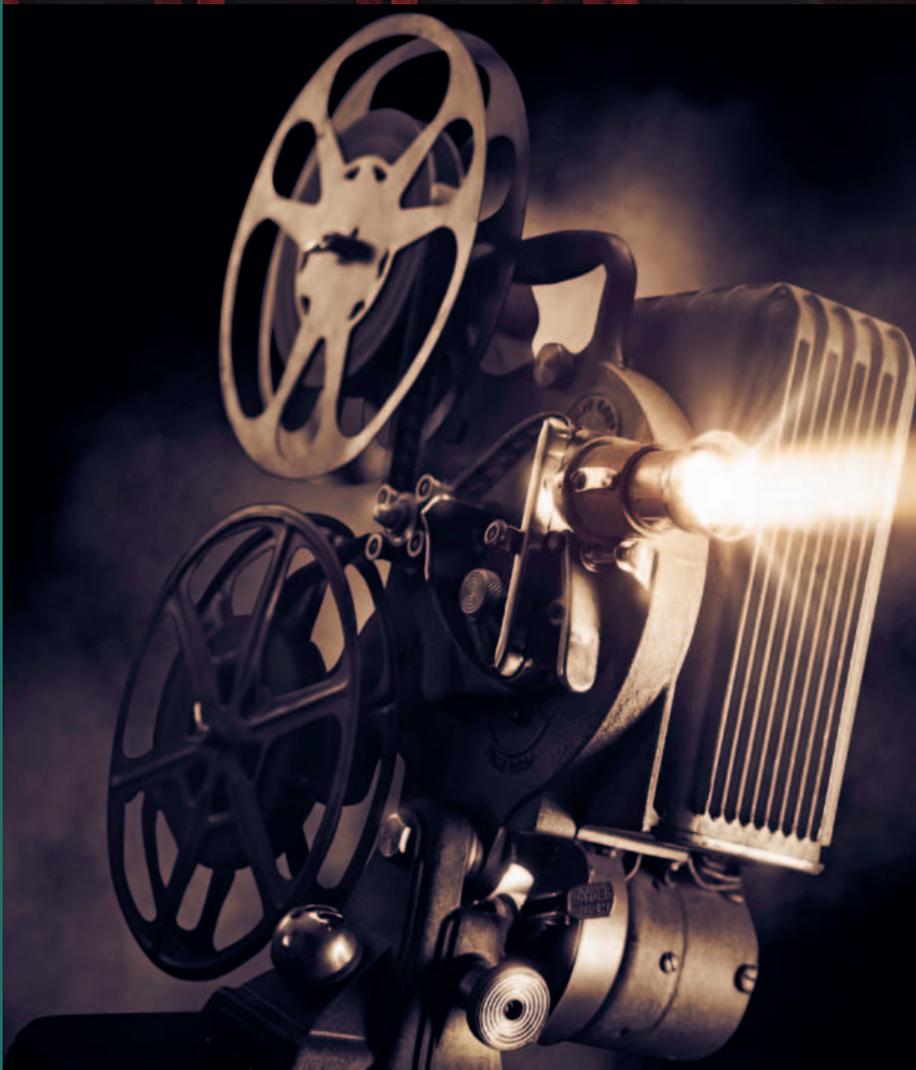


Pilar Sierra cuenta que ama su trabajo porque combina la gestión y lo empresarial con el mundo de la cultura

negocio que sea legal porque antes de eso existía la piratería, que hacía mucho daño. Es otro modelo de negocio de explotación de las películas diferente al de las salas de cine. Sin duda es cierto que algunas personas han abandonado las salas de cine y han ido hacia las plataformas. Yo creo que podemos empezar a recuperar a esos espectadores. Las plataformas básicamente ofrecen series y el cine se ve mejor en el cine porque además en una plataforma hay películas que están y otras que no. Durante un tiempo o para determinadas personas las plataformas han supuesto una competencia pero a medio plazo va a dejar de serlo. Pronto, las dos opciones o cualquier otra que salga van a convivir, igual que conviven con otro tipo de explotaciones como películas por televisión.

En un momento en el que lo cines aun acusan los efectos de la pandemia, ¿eso ha perjudicado la renovación tecnológica?

No solo no es así sino que algunos cines aprovecharon la pandemia para realizar reformas, desde cambiar las





«SIENTO QUE TENGO LA CONFIANZA DE LOS SOCIOS. VIVIMOS MOMENTOS DUROS EN LA PANDEMIA PERO LA ASOCIACIÓN DEMOSTRÓ SER SÚPER ÚTIL. HASTA GANAMOS SOCIOS QUE NUNCA HABÍAN QUERIDO UNIRSE A NOSOTROS»

butacas, proyectores... también señalar que con los fondos Next Generation de la Unión Europea se han podido hacer renovaciones que sin ese dinero no se hubieran generado porque los cines no habrían podido solicitar ayudas. A Catalunya llegaron dos millones de euros y se han hecho una serie de inversiones en renovación tecnológica, como los proyectores láser o tecnologías inmersivas de sonido que no se hubieran podido hacer porque no habrían existido esos fondos.

¿Cómo valora la sostenibilidad?

La sostenibilidad es muy importante y la aplicamos desde el año 2004, cuando no estaba de moda. Ese año firmamos un acuerdo con el Ayuntamiento de Barcelona para difundir la separación de residuos. Los cines aparte de difundir esa publicidad también lo hacían. Este acuerdo luego se hizo más grande y los cines firmaron el acuerdo "Barcelona más sostenible" que está funcionando desde hace una década. Cada año los cines definen una serie de objetivos de sostenibilidad y el tiempo para llevarlo a cabo. El cambio del analógico al digital fue importante porque significó un ahorro de energía, transporte... y también hemos visto los cambios de las luces. Son pequeñas actuaciones que emprendimos antes de que se pusiera de moda la sostenibilidad como que casi no haya posters en papel sustituidos por displays digitales. El proyector láser es un ahorro de energía pero es verdad que son caros, poco a poco lo iremos viendo. Como veremos un cambio en los envases, las palomitas, bebidas... Se trata de que este proceso sea económicamente viable, no ser sostenible aunque sea más caro, lo sostenible debe ser rentable y así ha sido.

¿Qué opinión le merecen las ventanas de explotación?

La ventana es vital para las salas de cine, se reserva esa explotación exclusiva para la sala. El sector pide que sea 100 días, es una vieja reivindicación. Es fundamental porque en esa cadena de valor ordenada se maximizan los rendimientos. Se ha demostrado en estos años convulsos en los que se han hecho algunas pruebas que es beneficioso

que todo vuelva su sitio para todas las partes. La ventana le da la relevancia al producto, a la película, para que dé beneficios también en las sucesivas explotaciones. Es importante que exista para maximizar el rendimiento para todo el sector. Un elemento crucial es que ordena la información para el consumidor porque saben dónde pueden ver una película primero. Durante los dos últimos años ha habido un poco de lío, la información no era clara, si se estrenaba en cines, plataforma... Al final, el cine es lo más democrático porque todo el mundo puede ir. No puedes apuntarte a todas las plataformas. Por tanto, es la manera más ordenada y asegura los mejores resultados no solo para las salas de cine sino también para los explotadores posteriores.

¿Cuál es la relación con FECE, la federación española de cines?

Catalunya aporta el 20% de las pantallas de España. Estamos asociados a la FECE y formamos parte de la Junta Directiva. Algunos de nuestros socios también están en esa junta porque tienen cines en el resto de España. Yo soy secretaria de la junta de la Federación Española. Aportamos nuestro punto de vista y colaboramos en lo que podemos también a nivel institucional en Catalunya. Estamos a disposición del equipo de la FECE para ayudarles en lo que haga falta. Hay una relación muy buena.

¿Cómo cree que puede incentivarse la asistencia a salas de cine?

La creación de públicos es fundamental. Nos gustaría que el cine estuviera en las escuelas. Que fuera una actividad obligatoria como en Francia, donde hay unos programas super consolidados. Claro que en Francia hacía 250 millones de espectadores cuando aquí teníamos 100, que sigue siendo un dato muy positivo.

¿Cómo ve el futuro?

Lo veo brillante. Tenemos unas instalaciones fabulosas, de los mejores de Europa, y más modernas. Falta poco para que los cines puedan llegar a un punto de tranquilidad como existía hace unos años. 

SOSTENIBILIDAD EN LOS CINES: UNA NUEVA ERA

EN TIEMPOS DE CRISIS CLIMÁTICA
Y DE NUEVAS Y MÁS ESTRUCTAS
REGULACIONES MEDIOAMBIENTALES,
LAS SALAS SE ENFRENTAN AL RETO DE
SER SOSTENIBLES. ADEMÁS DE GANAR
EL PLANETA, PUEDEN AHORRAR
ENERGÍA, SER MÁS EFICIENTES Y
MEJORAR SU REPUTACIÓN ENTRE LOS
CLIENTES

por Juan Sardà Frouchtmann



L

as pajitas de plástico fueron las primeras en caer. El pasado 10 de abril, la Ley de Residuos y Suelos Contaminados las prohibió definitivamente por lo que ahora se distribuyen de cartón, que también dan problemas y han despertado dudas por sus componentes químicos. Dentro de no mucho, veremos que además de las pajitas, cambian los recipientes por vasos reusables. En cualquier caso, el proceso, con sus incertidumbres y dudas, es imparable. Viene marcado por directrices de la Unión Europea bajo el paraguas de la Estrategia Española de Economía Circular y Planes de Acción 2030 que establece objetivos ambiciosos de reducción de residuos y materiales con el fin de “descarbonizar” la economía en su conjunto.

Eso provoca que las leyes serán cada vez más estrictas y los certificados de eficiencia ecológica serán necesarios, ya comienzan a serlo, para acceder a ayudas o subvenciones. La nueva era de la economía verde, en suma, ya está aquí mientras la aceleración evidente del cambio climático se encarga de concienciar a la sociedad, sobre todo a los jóve-

nes, muy comprometidos con el medio ambiente y sensibles al compromiso de las empresas.

La sustitución de los antiguos proyectores de 35 mm por digitales que comenzó en 2009 supuso un cambio drástico al consumir mucha menos energía, materiales y ahorro en transporte. Ya estamos viendo el siguiente paso ya que se van imponiendo los proyectores con tecnología láser, más eficientes energéticamente. La Federación de Cine en España (FECE) en su propia página web marca cinco objetivos de sostenibilidad: completar la transición al digital, el ahorro energético, la incorporación de energías renovables y la reducción y eliminación de plásticos de un solo uso. Se trata de un largo proceso de “descarbonización” que requiere por una parte de inversiones y por la otra de cambios significativos en la organización interna. Cambios que, como advierten en Creast, pueden “asustar” a algunos en tiempos en los que los cines siguen acusando el “largo invierno” de la pandemia y luchando por recuperar los espectadores perdidos y las deudas generadas en ese tiempo. ➤

Sin embargo, como explica Lorea Elso, responsable de sostenibilidad en distribución y exhibición de Creast tras ser jefa de comunicación durante muchos años de Golem, se trata de un proceso “progresivo, consciente y accesible para todo el mundo, no solo para las empresas con más recursos. Estamos al lado del cliente, conocemos la realidad del sector audiovisual y no podemos hacer la sostenibilidad un bien de lujo”. Empresa española con presencia internacional, Creast es una “consultora medioambiental especializada en el audiovisual con un equipo de técnicos medioambientales y un equipo especializado de gente que venimos de la industria audiovisual y sus diferentes ramas, completando el ciclo completo” explica Elso. El proceso es imparable y también, como señalan, no solo no tiene por qué costar una fortuna, a la larga también tiene un retorno porque abarata los costes de energía, hace más eficaz la organización interna y mejora la reputación de la marca entre los clientes.

Para que el proceso transforme de una manera total el cine, se genera un largo camino que va desde el cálculo de la huella de carbono a la obtención de alguno de los certificados oficiales como el Climate Neutral Now, emitido por la ONU, o los de MITECO, expedidos por el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico, conocidos como “Mido”, “Reduzco” y “Compenso”, que implican un progresivo compromiso medioambiental. También se pueden tramitar ISOS como el 14001 que es un sello medioambiental que certifica la gestión. Como veremos más adelante, estos sellos cada día son más importantes para acceder a ayudas.

DE LA HUELLA DE CARBONO AL CERTIFICADO

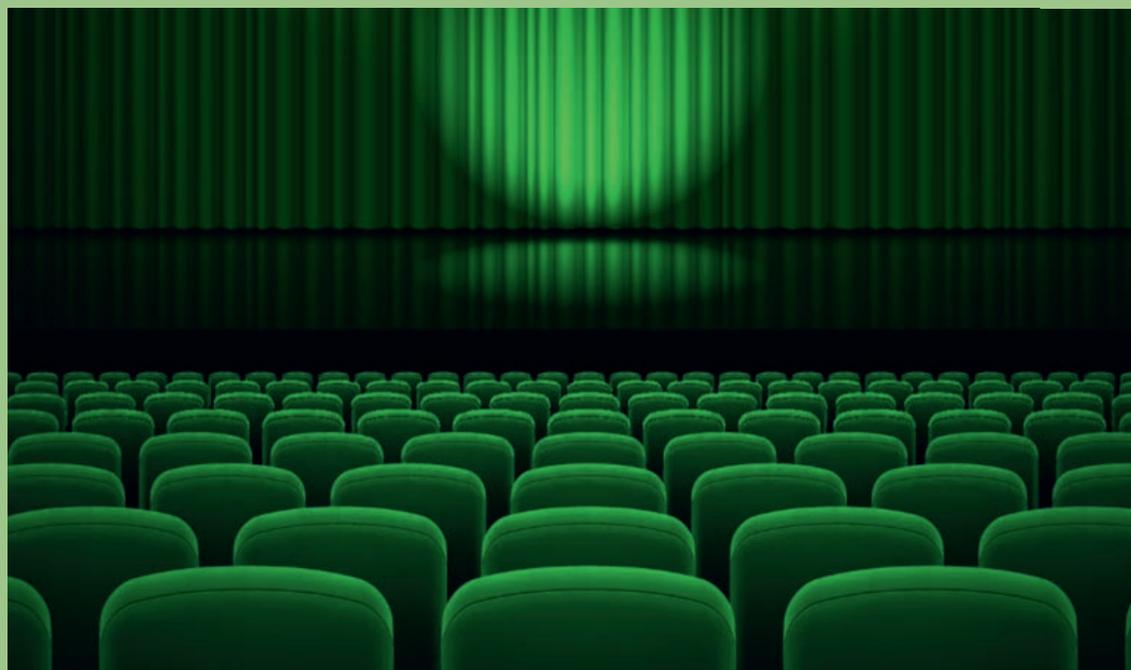
El proceso comienza con el cálculo de la huella de carbono. Explica Elso: “Para tener el dato de esa huella seguimos unos protocolos oficiales y utilizamos los factores de emisión. Son factores del Ministerio pero también de Naciones Unidas”. Esa huella es un “indicador que mide los gases de efecto invernadero provocados por una organización, en este caso por un cine. Esa actividad genera en el medio ambiente unas con-

secuencias que se traducen en un dato matemático. Así ayudamos a que reduzcan ese impacto medioambiental y a compensarlo”. Para obtener ese número observan siete categorías: la movilidad, lo que consumen los trabajadores que se tienen que desplazar al cine para poder ejercer su trabajo; la energía; el consumo energético; el consumo de los alimentos y bebidas, los materiales que produce y el agua que se gasta”.

Para que esa huella de carbono sea significativa, en Creast trabajan durante doce meses midiendo datos “Es una fase más al detalle porque se aboga por un compromiso a largo plazo, no sirve de nada medir la huella un solo mes, con una trayectoria de doce meses puedes ver el impacto que has genera-

primero es que el cine se conciencie con esa medición de la huella de carbono. Del mismo modo que se habla de una “alfabetización audiovisual” abogamos por una “alfabetización sostenible”. Hay que concienciar a los exhibidores y los espectadores y no se trata de cambiarlo todo de golpe. Primero cambias la compañía eléctrica por una más sostenible, los dispensadores con sensores para detectar movimiento y que el consumo de agua se reduzca, sensores de luz... Hay una serie de medidas que se pueden ir aplicando pero no es el primer mes”.

Por supuesto, el propio negocio tiene sus particularidades: “Es muy importante la gestión de los residuos porque el movimiento de las salas de cine la dificulta y hay que estudiar bien cuáles



do. Analizamos desde la programación mensual, los espectadores, consumos del bar, venta de palomitas, bebidas... los materiales que imprime el cine, la cartelería, diferenciando los *displays* de las distribuidoras y la sala o cómo gestionan los residuos. Después ese dato de la huella de carbono lo analizamos en profundidad por espectador, proyección, por cine, por película...”.

Después, llega, claro, la fase de las soluciones: “Tras analizar ese impacto sugerimos medidas de reducción. Hay cines que ya implementan ciertas medidas y otros que poco a poco, cada cliente es un mundo. No es un cambio brusco. Lo

son los movimientos, dónde se pueden poner los contenedores etc Son pequeñas acciones que sirvan para generar pequeños cambios”. Y no hace falta que se queden en cines “tristes” con una iluminación lóbrega o apagar la calefacción y el aire acondicionado: “Somos conscientes de que los cines necesitan luces para promocionarse y aire acondicionado y calefacción. Solo cambiando por iluminación LED o con fuentes de energía renovable puedes compensar”. Y ya la tercera fase sería esa “compensación” que consiste en devolver al medio ambiente el daño que le hemos hecho. “Se puede ha-



cer desde plantando árboles hasta financiando proyectos de investigación o invirtiendo en políticas en países en vías de desarrollo”.

La comunicación, sin duda, es insoslayable. Explica María José Pérez, ahora en Creast y durante años jefa de comunicación de EOne: “La huella de carbono es importante para tomar conciencia, da un mensaje de que vas a trabajar a favor de ella. Te posiciona de cara al cliente y el propio sector de la exhibición”. Añade Elso: “Naciones Unidas aboga por comunicar lo que haces, el objetivo es concienciar. Es importante aplicar las medidas y darlas a conocer. Sin caer en el *green washing*, estás haciendo una labor de concienciación”. Ese *green washing* es una etiqueta para detectar aquellas empresas que aplicando medidas ínfimas tratan de promocionarse como marcas “verdes”. Porque el compromiso, tiene que ser profundo y a largo plazo: “Ser sostenible no consiste solo en reciclar ni cuando aplicas medidas simples; pasa mucho en rodajes, por no tener botellas de plástico tienes un rodaje sostenible”, señala Costas. Aunque el ICEC catalán da algunas ayudas a empresas, no existe ningún plan

de subvenciones específico para que los cines puedan ser más verdes como sí las hubo para que hicieran la transición al digital. Un respaldo público que sin duda sería positivo para el medio ambiente y también sería una excelente forma de apoyar a unas salas que aún acusan los efectos de la pandemia. Pero ser sostenible también comienza a ser requisito indispensable. Como señala Costas: “Cada vez más instituciones contemplan la sostenibilidad en todos sus pliegos. En Creast asesoramos a las empresas sobre cuál es la información que tienen que preparar. Ahora mismo tenemos desde las ayudas del ICAA; los fondos Next Generation, Europa Cinemas... Todo lo que llega de Europa viene muy marcado por el cuidado medioambiental. La regulación para exhibición se irá ampliando. En producción ya viene muy marcada por los fondos europeos, que exigen un criterio ambiental”. **BC**

UN VERANO EN ROSA CHICLE

LOS CINES LOGRAN SUS MAYORES LLENAZOS DESDE 2019 EN UN VERANO ESPECTACULAR. AQUÍ ESTÁN TODAS LAS CIFRAS DE TAQUILLA Y ASISTENCIA A LAS SALAS DE CINE DE JUNIO, JULIO Y AGOSTO

por Pau Brunet

El verano de 2023 traía consigo grandes expectativas para la taquilla, especialmente debido a los estrenos de mega-películas como *Indiana Jones y el Dial del Destino*, *Misión Imposible: Sentencia Mortal* y *The Flash*, entre otras. Sin embargo, fue la combinación de los lanzamientos de *Barbie* y *Oppenheimer*, simultaneidad conocida como 'Barbenheimer', lo que cambió el rumbo de un verano que ha resultado ser espectacular. Durante los meses de junio, julio y agosto, se recaudaron más de 158.3 millones de euros, marcando así la mejor temporada desde 2019.

Barbie ha sido el mejor resultado de taquilla de este verano (30,8 millones de euros)



Indiana Jones y el dial del destino fue percibida como un fracaso en todo el mundo pero en España recaudó 11,5 millones de euros, el quinto mejor resultado a nivel internacional

Las imágenes de cines abarrotados durante estos meses cálidos serán difíciles de olvidar. El fenómeno 'Barbenheimer' dominó los titulares gracias a los impresionantes números que generó de manera constante durante semanas. Ambas películas han recaudado en España un total de 50.2 millones de euros desde su estreno, con *Barbie* liderando con 31.5 millones y ocupando el décimo lugar entre las cintas más taquilleras de la Historia. Pero quizá lo más destacado es la sensación de que la gente volvió a hablar y a dar prioridad al cine como un gran evento social. La película de Greta Gerwig recaudó 2.7

millones de euros en su primer día en cartelera, lo que se tradujo en un total de 6.9 millones al finalizar el primer fin de semana. El fenómeno de *Barbie* fue tan masivo que la película mantuvo una recaudación constante de más de 1 millón de euros durante 10 días consecutivos y permaneció en el top 5 durante más de siete semanas. Este "efecto llamada" atrajo a una corriente de espectadores que elevó el promedio de recaudación semanal durante todo el verano.

Concretamente, la media de recaudación semanal durante este periodo del año se situó en 12.17 millones de euros, un 45.7%

más que en los meses previos, cuando se generaron 8.3 millones de euros por semana. El dato de 2023 superó en un 37.3% a los 7.1 millones de euros de 2022, pero quedó por debajo del período de 2017-2019, cuando el promedio semanal estaba entre los 11 y 12 millones de euros.

En términos generales, este verano ha representado un aumento del 38.5% en comparación con 2022 y un 106% en comparación con 2021, manteniendo así el crecimiento constante posterior a la pandemia. Sin embargo, la comparación más interesante es con los años previos a la crisis del COVID. A pesar de que >



Oppenheimer fue el segundo mejor resultado de taquilla este verano (18,1 millones de euros)

Este verano *Elemental* recaudó 11,3 millones de euros

las cifras de este verano fueron un 9% inferiores a las de 2019, hay que destacar que los datos de julio y agosto estuvieron casi a la par en ambos años. Además, en comparación con 2018 y 2017, las cifras del verano 2023 fueron un 10.4% superiores. En esta comparativa, cabe señalar que, gracias a los éxitos vistos este año, la brecha entre 2019 y 2023 se ha reducido significativamente. Hasta junio, este año estaba un 22.1% por debajo de 2019, mientras que, al concluir agosto, esa diferencia se redujo al 16.5%.

Junio fue el mes más flojo, con una recaudación de 32.7 millones de euros, a pesar de los estrenos de películas como *Indiana Jones y el Dial del Destino*, *The Flash* y *Spider-Man: Cruzando el Multiverso*. Es importante destacar que, a pesar de que *Indiana Jones* fue percibida como un fracaso en todo el mundo, los 11.5 millones de euros recaudados en España representan el quinto mejor resultado a nivel internacional para la película. Además, España fue uno de los territorios donde la diferencia entre la cuarta parte estrenada en 2008 y la nueva entrega fue menor. En el caso de *Spider-Man*, sus 8,05 millones de euros supusieron el sexto mejor resultado del verano.

El cine español también fue el gran ganador de la temporada estival, comenzando en julio con el estreno de *Vacaciones de Verano* de Santiago Segura y terminando con *CampeoneX* a finales de agosto. Ambas películas se convirtieron en las más taquilleras de producción nacional del año hasta la fecha. También es relevante mencionar los 2,13 millones de euros de *Como Dios Manda* y, en menor medida, los 833 mil euros de *Mi Soledad Tiene Alas*, los 726,000 euros de *De Perdidos a Río* y los 490 mil euros recaudados por *Te Estoy Amando Locamente*. En conjunto, el cine español generó 19 millones de euros durante el verano, lo que representa un 38.1% del total del año.

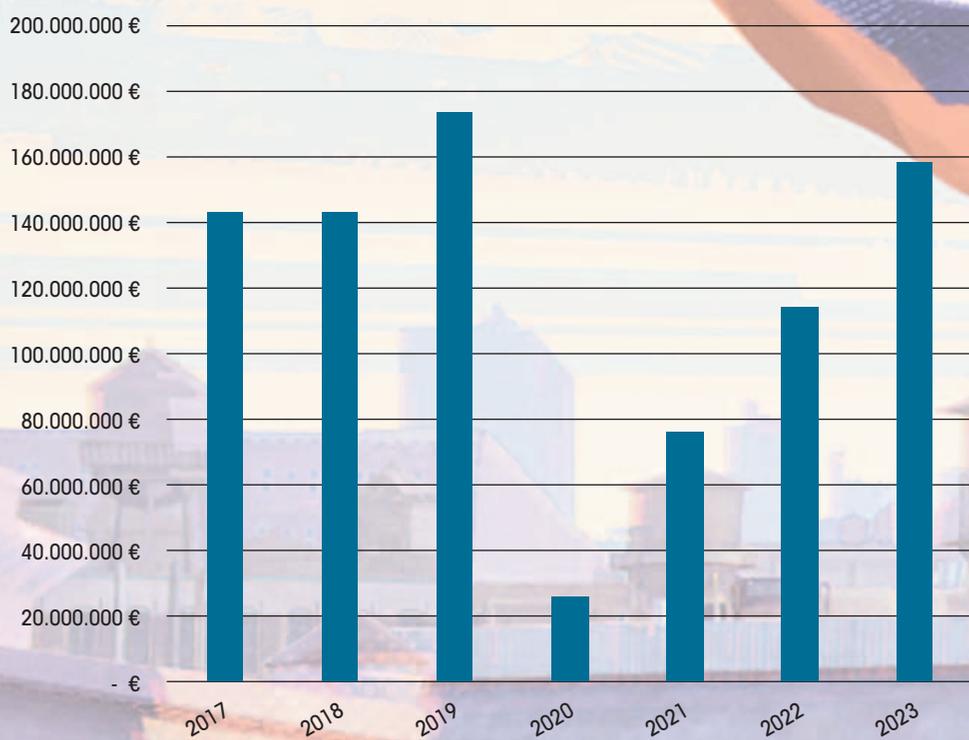
En total, este 2023 el cine español ha generado 49.8 millones, lo que supone una cuota de mercado del 14.6%. En comparación, en 2022 la cuota fue del 22% con 82.7 millones de euros, y en 2021 fue del 15% con 41.4 millones de euros. En 2019, la cuota fue del 15%, pero con una recaudación de 91.7 millones de euros. Lo que resta del año será crucial para ver una mejora en las recaudaciones del cine español y una recuperación gradual del

Este verano l'horror
Megalodon 2: La fosa recaudó
10,3 millones de euros



Fig. 1

LO NÚMEROS DE LOS VERANOS DEL 2017 AL 2023 (RECAUDACIÓN DE LOS MESES DE JUNIO, JULIO Y AGOSTO)

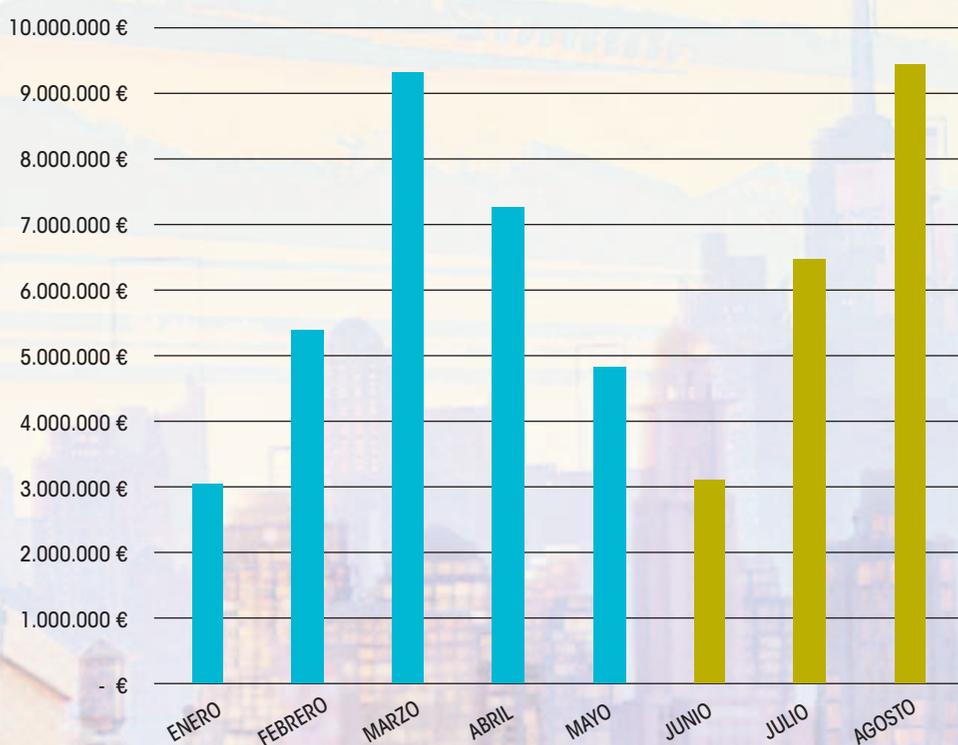


Fuente: Comscore

Spider-Man: Cruzando el multiverso tuvo un buen resultado con una recaudación de 8 millones de euros en un verano en el que dos títulos originales, *Barbie* y *Oppenheimer*, fueron las grandes triunfadoras

Fig. 2

RECAUDACIÓN MENSUAL DEL 2023



Fuente: Comscore

mercado, que en los años anteriores a la pandemia superaba los 100 millones de euros. Durante este verano, cinco películas lograron recaudar más de 2 millones de euros en su estreno, y en general, todas se mantuvieron de manera excelente gracias a que las cifras entre semana, en muchas ocasiones, superaron a las del fin de semana. Por esta razón, películas como *Te Estoy Amando Locamente* o *Elemental* tuvieron un comportamiento que les permitió multiplicar por siete sus cifras de estreno. Incluso *Barbie* logró una cifra seis veces mayor que su recaudación inicial. Con *Barbie*, todo cambió. Los cines se llenaron y no mostraron señales de detenerse. Es especialmente significativo que, desde el estreno de la película basada en la famosa muñeca, las cifras del fin de semana se mantuvieron constantemente similares o superiores a las registradas en los años previos a la pandemia, desde 2015 hasta 2019. De hecho, este último verano solo varió un 6% en comparación con el promedio de verano entre 2015 y 2019, gracias a las cifras de julio y ➤

PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS DEL 1 DE JUNIO AL 31 AGOSTO DE 2023

TÍTULO	DISTRIBUIDORA	ESTERNO	TAQUILLA VERANO	ESPECTADORES VERANO	TAQUILLA TOTAL*	ESPECTADORES TOTAL*
1 Barbie	WBI	20/07/23	30.886.058 €	4.836.984	31.556.994 €	4.934.000
2 Oppenheimer	UPI	20/07/23	18.156.466 €	2.720.964	18.759.071 €	2.802.302
3 Indiana Jones y el Dial del Destino	DISNEY	28/06/23	11.454.716 €	1.706.897	11.504.963 €	1.713.691
4 Elemental	DISNEY	14/07/23	11.322.291 €	1.834.220	11.724.127 €	1.895.472
5 Megalodon 2: La fosa	WBI	04/08/23	10.383.560 €	1.546.249	10.885.991 €	1.615.914
6 Spider-Man: Cruzando el multiverso	SPE	02/06/23	8.050.953 €	1.251.120	8.051.346 €	1.251.217
7 Sirenita, La	DISNEY	26/05/23	7.329.462 €	1.146.077	11.481.403 €	1.777.350
8 Vacaciones de verano	SPE	06/07/23	6.979.892 €	1.162.413	7.020.356 €	1.169.061
9 Campeonex	UPI	18/08/23	6.175.780 €	1.020.052	7.512.599 €	1.223.136
10 Mision: Imposible - Sentencia Mortal. Parte Uno	PPI	12/07/23	5.809.509 €	863.250	5.859.598 €	869.871
11 Insidious: La puerta roja	SONY	20/07/23	4.262.976 €	658.256	4.291.613 €	662.393
12 Fast & Furious X	UPI	19/05/23	3.316.706 €	483.360	12.561.136 €	1.809.832
13 Flash, The	WBI	16/06/23	3.242.116 €	487.551	3.242.116 €	487.551
14 Transformers: El despertar de las bestias	PPI	09/06/23	3.010.950 €	449.496	3.010.950 €	449.496
15 Gran Turismo	SONY	11/08/23	2.994.667 €	461.441	3.273.981 €	501.598
16 Como Dios manda	WBI	02/06/23	2.047.740 €	319.368	2.047.889 €	319.614
17 Hablame	DIAMOND	11/08/23	1.928.991 €	299.532	2.128.853 €	327.911
18 Ruby, Aventuras de una kraken adolescente	UPI	30/06/23	1.914.849 €	313.207	1.916.032 €	313.466
19 Blue Beetle	WBI	18/08/23	1.471.286 €	229.245	1.607.564 €	249.870
20 Mansion Encantada (Haunted Mansion)	DISNEY	28/07/23	1.353.299 €	220.396	1.356.131 €	220.847
21 Super Mario Bros. La película	UPI	05/04/23	1.233.744 €	201.149	26.710.829 €	4.248.790
22 Sin malos rollos	SPE	23/06/23	1.194.702 €	184.146	1.194.702 €	184.146
23 GUARDIANES DE LA GALAXIA: VOLUMEN 3	DISNEY	04/05/23	1.140.349 €	172.567	11.042.485 €	1.769.524
24 Ninja Turtles : Caos Mutante	PPI	25/08/23	1.098.003 €	176.697	1.555.075 €	246.732
25 Boogeyman, The	DISNEY	02/06/23	1.076.500 €	165.559	1.076.500 €	165.559
26 Asteroid City	UPI	16/06/23	814.203 €	124.264	818.075 €	124.801
27 De perdidos a Ríto	SONY	04/08/23	698.913 €	112.415	700.067 €	112.580
28 Mi soledad tiene alas	WBI	25/08/23	634.713 €	102.035	893.774 €	140.285
29 Vaya vacaciones	UPI	21/04/23	594.945 €	98.872	4.627.633 €	772.079
30 Te estoy amando locamente	FILMAX	06/07/23	478.354 €	78.390	490.133 €	80.199
31 Maestro jardinero, El	CARMEL	09/06/23	418.334 €	67.708	418.761 €	67.783
32 Tiburon negro	DEAPLANETA	06/07/23	402.003 €	63.076	402.003 €	63.076
33 No tengas miedo (Cobweb)	VERTICE	25/08/23	381.876 €	60.242	535.064 €	82.311
34 Operacion Kandahar	DEAPLANETA	16/06/23	333.712 €	52.123	333.712 €	52.123
35 Reposo absoluto	DIAMOND	06/07/23	286.345 €	43.620	286.345 €	43.620
36 Una familia de superhéroes	VERCINE	16/06/23	210.895 €	38.045	211.142 €	38.090
37 Una vida no tan simple	ACONTRA	23/06/23	202.906 €	32.778	203.556 €	32.887
38 Ocho montañas, Las	AVALON	19/05/23	163.787 €	26.834	377.128 €	62.161
39 Todo sobre mi padre	DIAMOND	09/06/23	163.645 €	26.097	163.645 €	26.097
40 Godland	ACONTRA	11/08/23	155.745 €	25.784	181.317 €	29.747
41 Hombre del saco, El	FILMAX	11/08/23	146.238 €	23.624	147.634 €	23.842
42 FIRST SLAM DUNK, THE	SELECTAVISION	06/07/23	122.090 €	17.687	122.144 €	17.695
43 Els encantats (Los encantados)	ACONTRA	02/06/23	120.458 €	19.196	120.816 €	19.290
44 Rally Road Racers	VERTIGO	28/07/23	114.251 €	19.966	114.251 €	19.966
45 Chicas estan bien, Las	ELASTICA	25/08/23	114.099 €	19.353	187.090 €	30.714
46 Puerta magica, La	DEAPLANETA	23/06/23	111.825 €	18.340	111.825 €	18.340
47 Upon Entry (La llegada)	KARMA	16/06/23	109.861 €	18.104	109.891 €	18.108
48 Vampiro al rescate	CINEMARAN	11/08/23	109.642 €	19.129	111.151 €	19.440
49 SUGA - Agust D TOUR 'D-DAY' In JAPAN : Live View (Concert)	VERDIG	04/06/23	104.585 €	5.368	104.585 €	5.368
50 Regreso de las golondrinas, El	BTEAM	14/07/23	103.452 €	17.258	106.312 €	17.691
51 Extraña forma de vida	BTEAM	26/05/23	103.325 €	22.320	219.555 €	47.700
52 Cata de vinos	ACONTRA	28/07/23	96.531 €	16.132	97.428 €	16.294
53 Libres	BOSCO	21/04/23	90.755 €	13.134	570.623 €	86.544
54 Posesion infernal: El Despertar	WBI	21/04/23	84.707 €	12.698	3.714.415 €	576.046
55 Padre y soldado	ACONTRA	09/06/23	76.248 €	12.759	76.721 €	12.846
56 Detective Conan: Black Iron Submarine	ALFAPICT	28/07/23	76.048 €	11.490	76.362 €	11.539
57 Colegio de los animales magicos 2: El origen, El	FLINS	04/08/23	75.117 €	12.587	75.117 €	12.587
58 20.000 Especies de abejas	BTEAM	21/04/23	68.873 €	11.353	894.613 €	155.826
59 Primer dia de mi vida, El	ACONTRA	06/07/23	62.707 €	10.251	63.428 €	10.356
60 Viaje de Harold, El	ACONTRA	25/08/23	60.285 €	10.418	79.395 €	13.547
61 Metallica M72 World Tour Live from TX #1	VERDIG	19/08/23	54.631 €	3.963	54.631 €	3.963
62 Vesper	YOUPLANET	06/07/23	52.986 €	8.551	53.134 €	8.603
63 Esperando a Dalí	ALFAPICT	14/07/23	51.763 €	8.575	52.236 €	8.653
64 Osos no existen, Los	AVENTURA	02/06/23	51.255 €	8.608	53.018 €	8.930
65 Metallica M72 World Tour Live from TX #2	VERDIG	21/08/23	49.691 €	3.636	49.691 €	3.636
66 Todas somos Jane	DIAMOND	04/08/23	48.633 €	8.277	49.818 €	8.520
67 Secaderos	BEGIN AGAIN	02/06/23	48.568 €	10.766	48.666 €	10.794
68 Un blanco facil	WANDA	09/06/23	47.404 €	7.741	48.533 €	8.023
69 Patti y la furia de Poseidon	NOTORIOUS	12/05/23	47.058 €	8.868	468.588 €	88.724
70 Cicladass, Las. Escapada de amigas	ADSO	02/06/23	46.276 €	7.710	46.276 €	7.710
71 MET Opera: Flauta Magica, La (2023)	METOPR	03/06/23	45.798 €	2.560	45.798 €	2.560
72 Caballeros del Zodiaco, Los	SONY	26/05/23	44.359 €	7.285	186.407 €	30.019
73 Trovatore, Il - ROH, London 2023 (Opera)	VERDIG	13/06/23	43.946 €	2.903	43.946 €	2.903
74 Desconocida, La	FILMAX	09/06/23	43.503 €	6.969	43.558 €	6.978
75 Mas que nunca	KARMA	28/07/23	39.739 €	6.875	39.766 €	6.878
76 Su unico hijo	BOSCO	23/06/23	39.314 €	5.793	39.925 €	5.883
77 Houria (Libertad)	BTEAM	30/06/23	37.089 €	6.213	37.089 €	6.213
78 Colibrí, El	KARMA	26/05/23	35.834 €	5.883	89.145 €	14.636
79 Rebel	FESTIVAL	02/06/23	35.426 €	6.031	35.906 €	6.165
80 Vacaciones sin mama	YOUPLANET	11/08/23	33.982 €	5.780	33.982 €	5.780
81 Ultimas Voluntades	ALFAPICT	30/06/23	33.651 €	5.799	33.651 €	5.799
82 Delfines de plata	FILMAX	28/07/23	33.620 €	5.664	33.985 €	5.762
83 Rocky Aur Rani Kii Prem Kahaani	INDP	04/08/23	32.766 €	3.431	32.766 €	3.431
84 Reino de Terracota, El	VERDIG	04/08/23	32.066 €	5.480	32.380 €	5.547
85 Caso Braibantii, El	SURTSEY	14/07/23	31.078 €	5.483	31.923 €	5.619
86 Pequeños grandes amigos	VERCINE	11/08/23	30.798 €	5.213	32.221 €	5.453
87 Amantes del engaño, Los	DIAMOND	16/06/23	30.076 €	4.749	30.076 €	4.749
88 Pequeñas casualidades	ACONTRA	18/08/23	29.293 €	5.002	32.770 €	5.539
89 Mi crimen	CARMEL	05/05/23	29.268 €	4.563	322.289 €	56.561
90 Olvido	DALIA	29/06/23	28.995 €	4.919	30.703 €	5.167
91 Entre las higueras	ATALANTE C	14/07/23	28.792 €	5.293	29.006 €	5.335
92 Mavka, Guardiania del bosque	SELECTAVISION	28/04/23	28.018 €	5.449	853.521 €	146.458
93 Maestro(s)	VERTIGO	26/05/23	27.974 €	5.142	67.992 €	11.803
94 Zorro, El (Der Fuchs)	KARMA	06/07/23	27.940 €	4.666	27.960 €	4.669
95 Tierra de nuestras madres	MELOCREO	20/07/23	27.893 €	4.949	28.397 €	5.042
96 Carry On Jatta 3	INDP	30/06/23	27.607 €	2.853	27.607 €	2.853
97 Viaje de Ernest y Celestine, El	ACONTRA	11/08/23	26.722 €	4.379	28.451 €	4.656
98 Fortaleza, La	SYLDAVIA	23/06/23	26.267 €	4.285	26.267 €	4.285
99 Titina	ALFAPICT	18/08/23	25.577 €	4.324	26.723 €	4.510
100 Ultima reina, La	SURTSEY	11/08/23	24.921 €	4.330	25.033 €	4.356

El cine español ha triunfado. *Vacaciones de verano* (en la foto), de Santiago Segura, recaudó 7 millones en los meses de junio, julio y agosto. *Campeonex* (6,17), y *Como Dios Manda* (2) también dieron buenos resultados. Abajo, *La Sirenita* (7,3 millones)



*Datos a 6 de septiembre de 2023
Fuente: Comscore



agosto. En concreto, julio de 2023 fue el segundo mejor mes de los últimos cinco años, solo superado por los 65 millones de julio y agosto de 2019. Además, agosto de 2023 fue el cuarto mejor mes de los últimos cinco años.

En el ámbito del cine más independiente, es importante destacar el éxito de películas que se estrenaron con menos de 100 copias, como *El Maestro Jardinero* con 418.330 euros (Caramel), la española *Una Vida No Tan Simple* con 202.900 euros (A Contracorriente), *Godland* con 181.300 euros (A Contracorriente) y *El Retorno de las Golondrinas* con 106.300 euros (BTeam Pictures).

En general, los comportamientos observados este verano recuerdan a los tiempos anteriores a la pandemia. Las cifras del fin de semana, combinadas con la alta afluencia de espectadores entre semana, representaron un momento de inflexión para las salas y las distribuidoras. Solo en los meses de julio y agosto se generó el 37% de todos los ingresos del año, con más de 18 millones de espectadores. **BO**

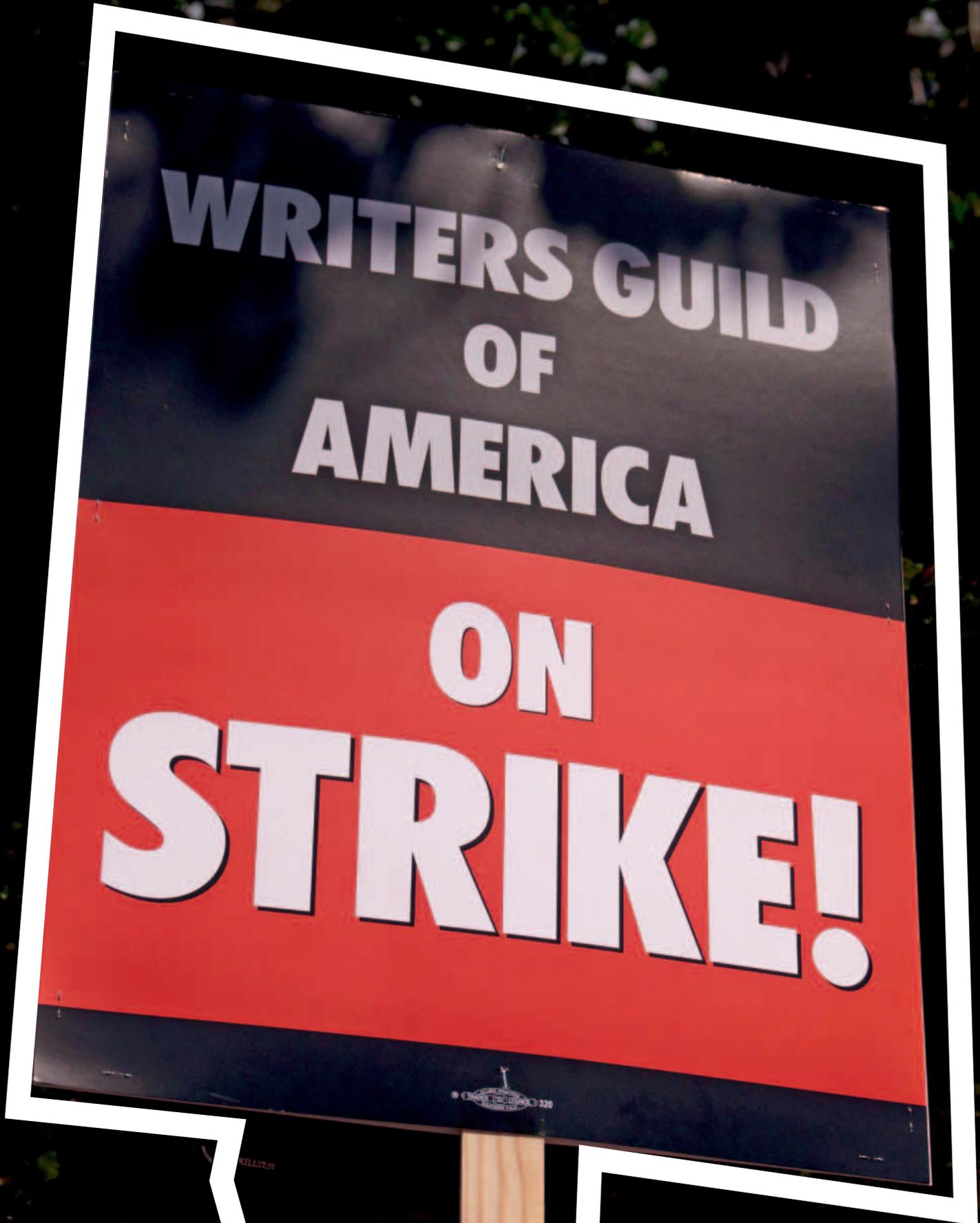
© Warner Bros. Discovery (2); Disney (2); Disney/Pixar (1); Universal (1); Sony Pictures (1); Danimedina/Sony Pictures (1)

Fig. 4

PELÍCULAS ESPAÑOLAS MÁS TAQUILLERAS PERÍODO: DEL 1 DE JUNIO AL 31 DE AGOSTO DE 2023

TÍTULO	DISTRIBUIDORA	ESTERNO	TAQUILLA VERANO	ESPECTADORES VERANO	TAQUILLA TOTAL*	ESPECTADORES TOTAL*
1 Vacaciones de verano	SPE	06/07/23	6.979.892 €	1.162.413	7.020.356 €	1.169.061
2 Campeonex	UPI	18/08/23	6.175.780 €	1.020.052	7.512.599 €	1.223.136
3 Como Dios manda	WBI	02/06/23	2.047.740 €	319.368	2.047.889 €	319.614
4 De perdidos a Río	SONY	04/08/23	698.913 €	112.415	700.067 €	112.580
5 Mi soledad tiene alas	WBI	25/08/23	634.713 €	102.035	893.774 €	140.285
6 Vaya vacaciones	UPI	21/04/23	594.945 €	98.872	4.627.633 €	772.079
7 Te estoy amando locamente	FILMAX	06/07/23	478.354 €	78.390	490.133 €	80.199
8 Una vida no tan simple	ACONTRA	23/06/23	202.906 €	32.778	203.556 €	32.887
9 Hombre del saco, El	FILMAX	11/08/23	146.238 €	23.624	147.634 €	23.842
10 Els encantats (Los encantados)	ACONTRA	02/06/23	120.458 €	19.196	120.816 €	19.290
11 Chicas estan bien, Las	ELASTICA	25/08/23	114.099 €	19.353	187.090 €	30.714
12 Upon Entry (La llegada)	KARMA	16/06/23	109.861 €	18.104	109.891 €	18.108
13 Extraña forma de vida	BTEAM	26/05/23	103.325 €	22.320	219.555 €	47.700
14 Libres	BOSCO	21/04/23	90.755 €	13.134	570.623 €	86.544
15 20.000 Especies de abejas	BTEAM	21/04/23	68.873 €	11.353	894.613 €	155.826
16 Esperando a Dalí	ALFAPICT	14/07/23	51.763 €	8.575	52.236 €	8.653
17 Secaderos	BEGIN AGAIN	02/06/23	48.568 €	10.766	48.666 €	10.794
18 Desconocida, La	FILMAX	09/06/23	43.503 €	6.969	43.558 €	6.978
19 Últimas Voluntades	ALFAPICT	30/06/23	33.651 €	5.799	33.651 €	5.799
20 Delfines de plata	FILMAX	28/07/23	33.620 €	5.664	33.985 €	5.762
21 Olvido	DALIA	29/06/23	28.995 €	4.919	30.703 €	5.167
22 Tierra de nuestras madres	MELOCREO	20/07/23	27.893 €	4.949	28.397 €	5.042
23 Fortaleza, La	SYLDAVIA	23/06/23	26.267 €	4.285	26.267 €	4.285
24 Fantástico caso del Golem, El	SIDERAL	16/06/23	21.874 €	3.734	21.874 €	3.734
25 Hermano Caballo	BETA	08/06/23	20.511 €	2.956	20.511 €	2.956
26 Unicornios	FILMAX	30/06/23	16.963 €	2.846	16.974 €	2.848
27 Fatum	UPI	28/04/23	14.506 €	2.320	944.649 €	158.685
28 Kepler Sexto B	FILMAX	16/06/23	13.949 €	2.360	13.949 €	2.360
29 Momias	WBI	24/02/23	11.911 €	2.656	5.679.131 €	922.837
30 Matar cangrejos	FILMAX	26/05/23	11.896 €	2.120	19.058 €	3.310
31 Medjugorje, la película	EURODF	01/10/21	8.051 €	1.118	308.608 €	48.469
32 Caso Padilla, El	SHERLOCK	02/06/23	7.320 €	1.219	7.342 €	1.223
33 Tres Mosqueteros: D'Artagnan, Los	DEAPLANETA	14/04/23	5.963 €	1.177	752.219 €	115.531
34 Mari(dos)	DISNEY	10/03/23	5.298 €	1.058	3.948.562 €	603.307
35 Matria	AVALON	24/03/23	4.942 €	1.655	222.093 €	39.386
36 Paradoja de Antares, La	CONUNPACK	27/06/23	4.790 €	924	4.790 €	924
37 Liuben	SYLDAVIA	06/07/23	4.164 €	723	4.164 €	723
38 Hotel de los lios, Garcia y Garcia 2, El	DISNEY	24/03/23	4.153 €	782	2.153.025 €	350.713
39 Satisfacción: sexo sin tapujos	INDP	13/06/23	3.442 €	604	3.442 €	604
40 Cel de Plom, Un	FILMAX	28/04/23	3.425 €	692	104.336 €	17.081
41 Saldos, Los	ACARIÑO	09/06/23	3.262 €	579	3.262 €	579
42 Cielo no puede esperar, El	EURODF	24/02/23	3.184 €	542	236.659 €	38.124
43 Sica	ACONTRA	19/05/23	2.767 €	489	33.258 €	5.660
44 Buenas compañías, Las	FILMAX	05/05/23	2.740 €	576	101.619 €	19.245
45 Constructores de la Alhambra, Los	VERDIG	25/11/22	2.707 €	381	75.629 €	12.714
46 Mujeres olvidadas	OLIEITE	09/06/23	2.532 €	458	2.532 €	458
47 Noches de Teñfa, Las (Capítulo 1 y 2)	BETA	22/06/23	2.532 €	389	2.532 €	389
48 Nato 0. El origen del mal	CONUNPACK	09/06/23	2.449 €	463	2.449 €	463
49 Buenos modales, Los	WBI	28/04/23	2.448 €	478	275.247 €	45.433
50 As bestas	ACONTRA	11/11/22	2.085 €	354	6.901.801 €	1.083.597

* Datos a 6 de septiembre de 2023
Fuente: Comscore



EL PODER DE LOS SINDICATOS EN HOLLYWOOD

DURANTE LOS ÚLTIMOS MESES LOS SINDICATOS DE GUIONISTAS (WGA) Y ACTORES (SAG-AFTRA) HAN SALIDO A LA CALLE PARA PROTESTAR POR MEJORES CONDICIONES Y PROTECCIONES, PARALIZANDO LA INDUSTRIA Y PONIENDO EN CRISIS A LOS ESTUDIOS Y EMPRESAS VINCULADOS AL SECTOR AUDIOVISUAL. ECHEMOS UN VISTAZO A LOS ORÍGENES DE ESTOS GREMIOS Y A SU HISTORIA PARA ENTENDER MEJOR EL PANORAMA ACTUAL

por Roy Menarini

En España, debido a un sistema menos estructurado que en Estados Unidos, la doble huelga convocada en los últimos meses por guionistas (primero) y actores (después) ha sorprendido a muchos no profesionales. En efecto, se piensa que Hollywood es un reino neoliberal dedicado al beneficio y carente de reglas, cuando en realidad está coordinado desde hace muchas décadas por contratos férreos entre la producción y los sindicatos. El peso de estos últimos es enorme, como se puede percibir al observar la completa congelación de la realización de películas y series de televisión a la que seguimos asistiendo (al cierre de esta edición), una situación que podría comenzar a cambiar después de que los guionistas pusieran fin a su protesta el 26 de septiembre tras 148 días. Si quisiéramos pintar una imagen histórica de este asunto, tendríamos que em-

pezar por el origen de los sindicatos en Hollywood y cuál fue propósito. Todo el siglo XX fue escenario de luchas. Basta con recordar que ya en 1914 los sindicatos Wobblies consiguieron (de Universal, en particular) un salario mínimo para los extras, los mismos extras que ahora hay que proteger para evitar que se conviertan en imagen digital y sean reutilizados como fondos de película en múltiples ocasiones. O basta con recordar que entre 1942 y 1944, fueron los músicos los que se declararon en huelga, causando serias dificultades en la postproducción de muchas películas durante la Segunda Guerra Mundial. El sindicato de guionistas, que convocó la huelga el 2 de mayo de 2023, se llama WGA (Writers Guild of America), fue fundado hace 70 años, en 1933, y ya ha protagonizado seis huelgas a lo largo de las décadas. Dos de las más relevan- ➤



La sede del Writers Guild of America en West Hollywood, California

tes son la de 1960 (el único otro caso en que se unieron a la huelga los actores) y la de 2007-2008, esta última más reciente, y recordada por el bloqueo que causó en varias producciones importantes, incluyendo las producciones en serie (algunos atribuyen a esa lucha sindical algunas de las caídas abruptas en la calidad de la escritura de la serie *Perdidos* y otros títulos de culto). La actividad del sindicato es muy definida, abarcando desde la protección del trabajo intelectual hasta la justa compensación, y desde los derechos de uso de la obra hasta la redacción estándar de los contratos. Como es común, la comunidad de guionistas también organiza sus propios premios anuales, los Writers Guild of America Awards, que se entregan antes de los Oscar y se centran en la escritura audiovisual y cinematográfica. Por su parte, el SAG (Screen Actors

Guild) organiza los SAG Awards, que son similares y complementarios a los WGA Awards. También fundado en 1933, año de la fundación de numerosos sindicatos de la industria cinematográfica, entre las dos guerras y durante la presidencia de Roosevelt, con evidentes fines de protección tras la catástrofe de producción inducida por el crack de Wall Street cuatro años antes, el SAG representa a unos 160.000 actores de cine y televisión. En realidad, hoy se llama SAG-AFTRA, porque en 2012 se produjo la tan esperada fusión con la American Federation of Television and Radio Artists (AFTRA), un paso necesario en la era de las franquicias mediáticas y de un sistema cada vez más integrado frente a los avances tecnológicos y las revoluciones del consumo audiovisual. A lo largo del tiempo, este sindicato ha sido cuestionado principalmente por sus

afiliados debido a ciertas debilidades en la defensa del trabajo de los actores, en contraste con la solidez del WGA. No obstante, regula el mercado y a sus afiliados con igual nivel de normativa, coordinando contratos, uso de la imagen, compensaciones por explotación posterior del producto en el que aparecen actrices y actores, salarios mínimos, etc. Los dirigentes del SAG suelen ser figuras menos prominentes que las estrellas (quienes respaldan las luchas, pero obviamente no enfrentan problemas económicos), aunque en la historia sindical destacan nombres como James Cagney (presidente de 1942 a 1944) y el futuro presidente de EEUU Ronald Reagan (uno de los presidentes con mayor tiempo en el cargo, con dos mandatos: el primero a finales de los años 40 y el segundo entre los 50 y los 60). SAG-AFTRA declaró una huelga en julio de 2023, bajo la presi-

En estas dos páginas algunos piquetes de los sindicatos WGA y SAG-AFTRA frente a las sedes de los estudios de Netflix, Warner Bros Discovery y Paramount. A la protesta también se unieron las estrellas (dcha.) Rosario Dawson y Sarah Silverman





dencia de Fran Drescher, conocida sobre todo por su papel de protagonista en la sitcom *La niñera*; y esto también podría ser un signo del cambio en comparación con el siglo pasado.

¿Qué ocurrió en 1960? Algo parecido a lo que ocurre ahora. Si en 2023 el principal punto de conflicto son las grandes plataformas OTT y la aceleración tecnológica dispuesta a remplazar al ser humano en el proceso creativo, en esa época el foco estaba en la televisión. Nada regulaba los derechos de guionistas y actores en la pequeña pantalla, y mucho menos su remuneración cuando las películas -tras su estreno en las salas- se vendían a las cadenas televisivas (un negocio completamente nuevo y casi un *far west* legislativo, donde eran principalmente los productores los que se beneficiaban económicamente).

Y aquí es donde entra en juego la pala-

bra clave de ayer y de hoy: los *residuals*. Básicamente, se trata de las compensaciones, que en su momento no se otorgaban, y que cubrían tanto las réplicas de películas en televisión como las nuevas series que inundaban los canales estadounidenses. La idea era que no era justo compensar a los creadores e intérpretes una sola vez, ya que las réplicas garantizaban -a menudo durante largos periodos- importantes sumas de dinero tanto para los demandantes como para las cadenas. Los escritores audiovisuales han obtenido con el nuevo acuerdo hasta un 50% de bonificación por esos *residuals* cuando los programas tengan más de un 20% de audiencia en las plataformas así como el compromiso de Netflix o Disney + de ser más transparentes con los datos. Se calcula que ganarán 233 millones más al año, menos de los 433 que pedían pero mucho más que los

83 que la patronal ofreció en la primera negociación.

También en aquella época, los guionistas fueron los primeros en protestar, a los que más tarde se unieron los actores encabezados por Reagan; los productores hicieron oídos sordos y los sindicatos (WGA y SAG) prometieron batallas interminables; también entonces las estrellas (no todas) simpatizaron con sus colegas menos protegidos y les ayudaron con donativos para superar el periodo de crisis. Al cabo de varios meses (aunque no a tiempo para la ceremonia de los Oscar de 1961, que se esperaba que sellara la paz), se llegó a un acuerdo óptimo. Si bien el punto central del acuerdo era la compensación residual, con el tiempo también se logró establecer una serie de cuestiones accesorias, que iban desde el seguro médico hasta las protecciones >

contractuales, pasando por los fondos de pensiones para guionistas y actores, algo que, años después, se ha valorado como uno de los avances más sólidos y significativos para los profesionales de la industria.

Volviendo a los temas actuales, se comprende cómo el concepto de *residuals* es bastante relativo en una época en la que el *streaming* carece del concepto de "réplica" y el cálculo del número de visionados del producto no ofrece ninguna certeza más allá de lo declarado por las compañías (sin *rating*, sin programación, etc.). Si a esto se añade el hecho de que los grandes gigantes del entretenimiento están invirtiendo abiertamente en sistemas de inteligencia artificial que pueden reemplazar la concepción de temas (cuando no su elaboración en guiones), en una época de fragmentación laboral y de producción frenética

bajo un único pago, se hace necesaria una reestructuración global del sistema. Partiendo, por supuesto, de posiciones muy divergentes.

La contraparte de SAG-AFTRA y WGA siempre ha sido AMPTP, la sociedad de los productores de Hollywood. Sin duda poderosa, pero siempre en dificultad debido a las huelgas. Es precisamente la fuerza granítica (o casi) de los sindicatos la que provoca una y otra vez un estancamiento capaz de afectar profundamente a los inversores, un fenómeno característico de las grandes organizaciones del entretenimiento estadounidense (quienes siguen el baloncesto americano recordarán las huelgas y los cierres patronales de la NBA, capaces de decapitar temporadas enteras sin ceder un ápice a la presión de los aficionados y los patrocinadores).

En la actualidad, sin embargo, cada una

de las partes está experimentando tensiones. La asociación AMPTP incluye tanto a estudios de Hollywood (como Warner Bros. Discovery, Disney, NBCUniversal, Paramount y otros) como a *streamers* (como Amazon, Apple o Netflix). Es natural que surjan objetivos diferentes, ya que la suspensión en la producción de contenidos audiovisuales afecta más a unos (cuyo negocio principal son las películas y series) y menos a otros (Amazon puede sobrevivir como empresa sin alimentar Prime Vídeo durante un tiempo). Además, WGA ha señalado cómo la posición dominante de los gigantes del entretenimiento corre el riesgo de asfixiar la competencia y el libre mercado. Las fusiones son cada vez más frecuentes, las integraciones verticales de servicios y divisiones también, hasta llegar a la sospecha más espinosa para el sistema estadounidense: la acusación -quizá ve-



Muchas estrellas de Hollywood se han unido a los actos sindicales para apoyar la batalla de WGA y SAG-AFTRA. Desde la izquierda, Mark Ruffalo, Jack Black, Bryan Cranston, Florence Pugh, Lucy Liu, Sean Penn, Octavia Spencer y Susan Sarandon



© Getty Images (16)

lada en términos más indirectos- de que las grandes plataformas del *streaming* están formando un “cártel” de precios, servicios, contratos y salarios, una cuestión tabú que también marcó las famosas sentencias antimonopolio contra las productoras estadounidenses después de la II Guerra Mundial (lo que provocó cambios significativos en la industria cinematográfica de Hollywood). También existe un elemento de debilidad inherente a los sindicatos, que no se limita a su capacidad para resistir durante largos periodos. La noción de “producción independiente”, por ejemplo, ha desencadenado muchas polémicas internas entre los huelguistas. No se trata sólo de películas autárquicas realizadas con un presupuesto reducido por aspirantes a autores y actores. El ejemplo más significativo surgió con la noticia de que el SAG incluyó *Ferrari*, de Michael Mann, en la lista de largometrajes que podían presentar al reparto en las alfombras rojas (incluida la de Venecia), porque la productora Neon no figura en-

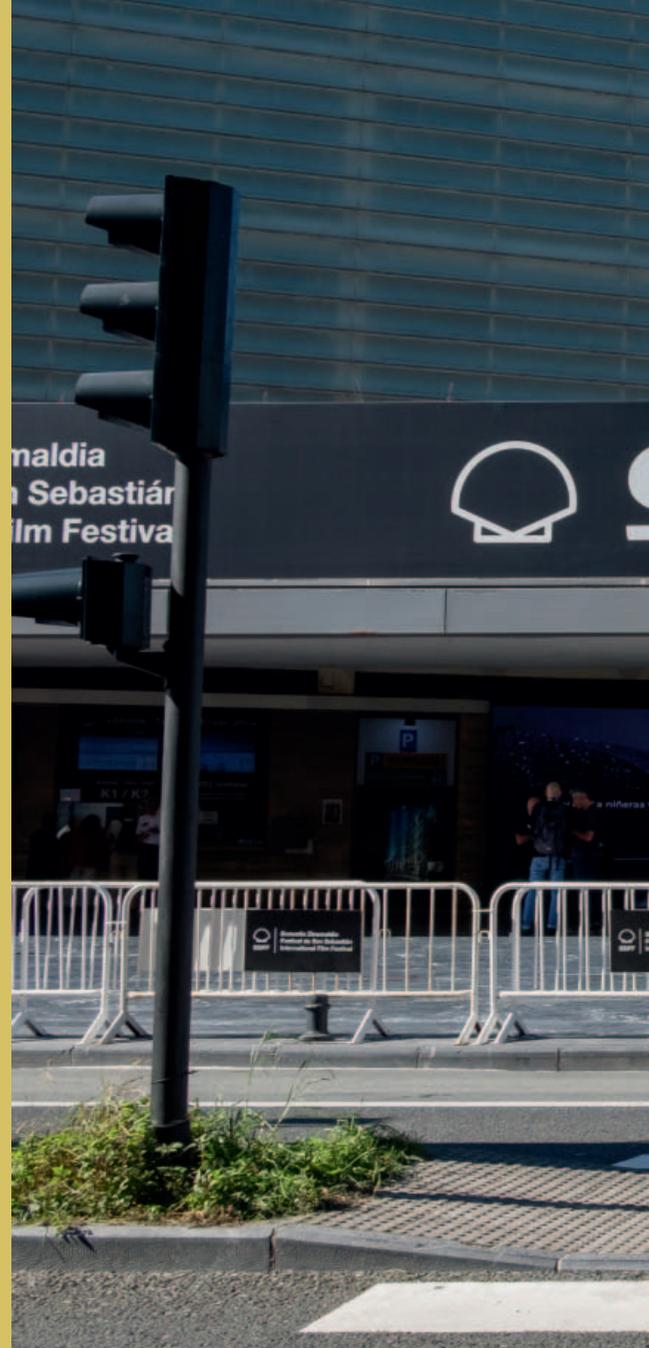
tre las representadas por la AMPTP. Todo bastante paradójico, ya que esta película “independiente” cuenta con estrellas como Penélope Cruz y Adam Driver. Además, una de las reivindicaciones de la WGA (tener un número mínimo de guionistas en las *writer’s room*) no despierta el entusiasmo de varios *showrunners*, quienes posiblemente prefieran contar con menos colaboradores y no quieren verse obligados a contratar a un número mayor de estos profesionales, para que acaben por quedarse de brazos cruzados durante el proceso de redacción. El acuerdo establece como mínimo tres para un programa de seis episodios y seis para las series que cuenten con 13 capítulos por temporada. En resumen, sería un gran error considerar lo que se quedará en la memoria como “la gran huelga de 2023” como una anomalía puntual en una época complicada, marcada por el post-Covid, la IA y los cambios tecnológicos. La industria cinematográfica mundial ha estado per-

petuamente en el ojo del huracán de los cambios mediáticos y culturales, casi un termómetro de las tensiones nacionales e internacionales. A su vez, Hollywood ha sido históricamente el epicentro de perturbaciones mucho más amplias en la relación entre las grandes empresas y los profesionales del mercado laboral. Con los *sets* paralizados, todas las demás categorías pierden su empleo (de montadores a cámaras, de directores de fotografía a escenógrafos, de electricistas a conductores), así como una multitud de empresas en las que las producciones confían desde hace tiempo, subcontratando segmentos enteros del producto (empezando por los efectos especiales). ¿Era realmente imposible esperar un poco más, dado el momento de recuperación post-Covid, para iniciar una agitación con consecuencias tan perturbadoras? El fin de la huelga de guionistas parecer marcar una luz en el camino pero los actores siguen parados y sin ellos sin haber películas. **BO**

FESTIVALES DE CINE EN ESPAÑA: MÁS SUBVENCIONES QUE NUNCA

EL ICAA INVIERTE EN 2023 CASI TRES MILLONES Y MEDIO EN FESTIVALES DE CINE, MUCHO MÁS DEL DOBLE QUE HACE CINCO AÑOS. ALGUNOS, COMO ATLÀNTIDA O ZINEBI, HAN MULTIPLICADO SU AYUDA MIENTRAS OTROS COMO ALCANCES LANGUIDECEN O DESAPARECEN DEL LISTADO EN UN PANORAMA GENERAL DE AUGE

por Juan Sardà Frouchtmann



T

odos, o casi todos ganan, pero algunos ganan más que otros. El Gobierno de España, a través del ICAA, gastará en 2023 casi tres millones y medio de euros para fortalecer los festivales de cine. Para ser exactos, 3.424.850 millones. De este dinero, 1.447.100 euros son en concepto de “subvenciones nominativas”, es decir, sin concurso público y 1.977.750 se reparten todos los años en la convocatoria anual del ICAA. En 2018, el importe de las ayudas previamente garantizadas era prácticamente el mismo (aunque no los beneficiarios) pero las concurrentes han pasado de 739 mil euros en 2018 a los casi dos millones de este año, casi el triple. Eso ha significado también que el Estado ahora respalde 57 certámenes cinematográficos cuando hace cinco años eran muchos menos, 35.



El Festival de San Sebastián es con mucha diferencia el que recibe más dinero por parte del ICAA, 1.122.100 euros en concepto de subvención nominativa, es decir, que se concede de manera automática



Estamos ante una efervescencia que algún día quizá se acaba ya que parte del dinero extra surge de los fondos europeos del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia para paliar la crisis del COVID y no son eternos. Para ser precisos, del 1.977.750 de este año, 350 mil llegan de Bruselas; en 2022, de 1.353.900, 349 mil tuvieron origen europeo y en 2021, primer año en el que aparecen, fueron 207.951 de un presupuesto de 1.135.456 en un ejercicio marcado por la pandemia en el que los festivales celebraron ediciones más modestas.

En el apartado VIP de festivales con subvenciones nominativas, destaca el Festival de San Sebastián, que recibe 1.122.100 concedidos de manera automática, seguido de los 200 mil del Festival de Málaga, plataforma de promoción del cine español con vocación comercial, y 125 mil para Sitges, consagrado al cine fantástico y con gran prestigio internacional. Una lista exclusiva a la que se ha añadido en tiempos recientes el certamen catalán y de la que han caído el de Las Palmas y Huelva.

N. 1

TOTAL ANUAL EN SUBVENCIONES CONCURRENTES 2018-2023

AÑO	2023	2022	2021	2020	2019	2018
335C - ICAA	1.627.750 €	1.004.900 €	927.505 €	640.000 €	739.000 €	739.000 €
330YA C25	-	349.000 €	-	-	-	-
330A	-	-	207.951 €	-	-	-
MRRR	350.000 €	-	-	-	-	-
TOTAL	1.977.750 €	1.353.900 €	1.135.456 €	640.000 €	739.000 €	739.000 €

Fuente: ICAA

Los 1.977.750 euros de las subvenciones concurrentes se reparten todos los años en la convocatoria anual del ICAA y en 2023 se han visto beneficiados 57 festivales con cifras que van de los 120 mil del Festival de Gijón, el que recibe más fondos, a los 1.850 del Festival Internacional de Cine Infantil de Valencia, el que menos. A ello habría que sumar los cientos de miles de euros que ingresan los certámenes cinematográficos patrios por parte de los Ayuntamientos y Comunidades Autónomas ya que prácticamente todos se financian con fondos públicos estatales pero también locales.

Sirva como ejemplo de este modelo el Festival de San Sebastián, el único nacional de clase A, la calificación máxima de la FIAP.

El Festival se configura como una Sociedad Anónima integrada en partes iguales por el Ayuntamiento de Donostia, el Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Ministerio de Cultura, Educación y Deporte. Con un total en 2022 de 5,9 millones de euros en subvenciones, la aportación más generosa es la de la Diputación Foral (1,38), seguida del Gobierno Vasco (1,32), el Ayuntamiento (1,23) y el ICAA (1,12). En realidad, la contribución del organismo estatal es más abultada ya que en 2022 concedió 400 mil euros adicionales a cargo de los fondos europeos y 115 mil más extraídos de las partidas para el fomento de incubadoras de creación, dos ayudas que San Sebastián en su tabla general incluye dentro del apartado "otras subvenciones".

N. 2

FESTIVALES SUBVENCIONADOS EN 2023 Y EVOLUCIÓN DESDE 2018

PROMOTOR	FESTIVAL	TOTAL 2023	AYUDA 2023 33YA	AYUDA 2020	AYUDA 2018	VARIACIÓN % 2018/2023
DIVERTIA GIJÓN S.A	FESTIVAL INT. DE CINE DE GIJÓN	120.000 €	-	83.100 €	64.100 €	47
FUNDACION MUNICIPAL DE CULTURA DEL AYTO. DE VALLADOLID	SEMINCI - SEMANA INT. DE CINE DE VALLADOLID	114.800 €	24.000 €	100.000 €	100.000 €	14
CENTRO DE ACTIVIDADES CULTURALES TEATRO ARRIAGA S.A	FESTIVAL INT. DE CINE DOCUMENTAL Y CORTOMETRAJE DE BILBAO - ZINEBI	111.600 €	-	12.000 €	-	830
INSTITUTO DE LA CULTURA Y LAS ARTES AYTO. SEVILLA	SEVILLA FESTIVAL DE CINE EUROPEO	105.000 €	20.000 €	117.000 €	90.600 €	-13,71
FILMIN MALLORCA, S.L	ATLÁNTIDA FILM FEST	80.700 €	-	12.000 €	10.000 €	707
FUNDACIÓN CULTURAL FESTIVAL DE HUELVA DE CINE	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE IBEROAMERICANO DE HUELVA	75.300 €	6.000 €	-	-	-
NOU CINEMAART S.L.	D'A FILM FESTIVAL BARCELONA	71.000 €	-	11.500 €	11.900 €	83
ENTIDAD DE GESTIÓN DE DERECHOS DE LOS PRODUCTORES	PREMIOS PLATINO DEL CINE IBEROAMERICANO	66.700 €	-	-	-	-
ASOC.INFORMADORES CINEMATOGRAFICOS DE ESPAÑA	PREMIOS FERROZ 2023	66.600 €	-	9.000 €	8.800 €	656
ENTIDAD DE GESTIÓN DE DERECHOS DE LOS PRODUCTORES	PREMIOS JOSÉ MARÍA FORQUÉ	62.600 €	-	9.000 €	-	-
FUNDACIÓN ABYCINE-AB AUDIOVISUAL	ABYCINE-FESTIVAL INT. DE CINE DE ALBACETE	61.300 €	-	23.500 €	21.300 €	187,8
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA S.A	FESTIVAL INT. DE CINE CIUDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	60.700 €	-	-	-	-
ASSOCIACIÓ CULTURAL MODIBAND	MI PRIMER FESTIVAL DE CINE	59.900 €	9.300 €	-	-	-
LA FABRICA DEL CINEMA ALTERNATIU	FESTIVAL DE CINE INDEPENDIENTE DE BARCELONA L'ALTERNATIVA	45.200 €	-	23.700 €	21.500 €	110
NICDO S.L.	PUNTO DE VISTA/FEST. INT. DE CINE DOC. DE NAVARRA	43.900 €	-	18.000 €	-	143
CINE EN RUTA	FESTIVAL MÁRGENES. FESTIVAL DE CINE INDEPENDIENTE DE MADRID	41.500 €	11.495 €	5.900 €	7.200 €	476
MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A	DOCUMENTA MADRID - FESTIVAL INT. DE DOCUMENTALES DE MADRID	39.800 €	-	18.000 €	10.000 €	298
AYTO. DE AGUILAR DE CAMPOO	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CORTOMETRAJES DE AGUILAR DE CAMPOO	38.500 €	13.400 €	13.400 €	6.300 €	511
EXMO. AYTO. DE ALCALÁ DE HENARES	ALCINE. FESTIVAL DE CINE DE ALCALÁ DE HENARES / COM. DE MADRID	35.000 €	-	17.600 €	8.100 €	332
PARAMOTION FILMS SRL	PREMIOS QUIRINO DE ANIMACIÓN IBEROAMERICANA	33.500 €	-	17.500 €	-	91,43
ASOCIACIÓN TENIQUE CULTURAL	MUESTRA DE CINE DE LANZAROTE	29.675 €	-	4.700 €	-	531
EL OBRADOR	MAJORDOCS	28.760 €	-	-	-	-
PLANETA MED, S.L.U	DOCSBARCELONA	28.500 €	9.300 €	14.700 €	18.000 €	58,3
ASOCIACIÓN CULTURAL ESEB	(S8) MOSTRA INTERNACIONAL DE CINEMA PERIFERICO	24.700 €	14.300 €	12.900 €	6.700 €	268
ASOCIACIÓN FICBUEU	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE BUEU	24.000 €	17.049 €	3.000 €	-	700
AL TARAB	FESTIVAL DE CINE AFRICANO FCAT	23.400 €	-	4.000 €	-	485
ASOC CULTURAL POLA CREACION ARTISTICA ENFOQUES-TUI	PLAY-DOC FESTIVAL INT. DE DOCUMENTALES DE TUI	22.900 €	8.600 €	8.600 €	-	166
FUNDACIÓN TRIANGULO	LESGAICINEMAD. FESTIVAL INT. LESBICO, GAY Y TRANS DE MADRID	22.500 €	-	8.900 €	6.400 €	251
PLAY ACCIO CULTURAL	REC. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE TARRAGONA	19.500 €	432 €	7.000 €	-	178
RIZOMA TRANSATLANTIC TURNSTILES SL	FESTIVAL RIZOMA	19.050 €	19.050 €	5.000 €	-	281
A. C. ALBATROS	INTERSECCIÓN	18.700 €	-	-	-	-
ASSOCIACIÓ GRUP DE RECERCA DE Cerdanya	FICC - FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE CERDANYA	18.400 €	-	-	-	-
ATHLETIC PROMOTIONS 2005 SL	FESTIVAL IN-EDIT	17.500 €	-	12.000 €	-	46
LA FABRICA GESTION MAS CULTURA SL	NOTODOFILMFEST.COM	16.800 €	16.800 €	-	-	-
FUNDACIÓN FESTIVAL DE CINE DE HUESCA	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE HUESCA	15.300 €	-	12.000 €	10.000 €	53
ASOCIACIÓN ZINEGOAK ELKARTEA	ZINEGOAK, FESTIVAL LGTBIQ+ DE BILBAO	14.600 €	2.800 €	4.100 €	-	256
ASOCIACIÓN CULTURAL PASAJES DE CINE	FILMADRID FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE	13.100 €	-	700 €	-	1771
ASOCIACIÓN RETEENA AUDIOVISUAL	FESTIVAL RETEENA	13.100 €	-	-	-	-
PROMOTORA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SCCL	MUESTRA INTERNACIONAL DE FILMS DE MUJERES DE BARCELONA	12.800 €	1.960 €	10.300 €	2.900 €	341
ASOCIACION ANOTHER WAY	ANOTHER WAY FILM FESTIVAL	12.500 €	4.000 €	3.900 €	-	220
ASOC CULTURAL Y DEPORTIVA DO PORRINO	FESTIVAL DE CANS	12.300 €	-	7.300 €	8.000 €	54
FESTIVAL CINE DE SANTANDER	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE SANTANDER	11.000 €	11.000 €	3.000 €	-	266
AYTO. MEDINA DEL CAMPO	SEMANA DEL CINE DE MEDINA DEL CAMPO	10.300 €	-	9.700 €	-	6
FESTIVAL DE CINE DE CARTAGENA FICC	FESTIVAL DE CINE DE CARTAGENA FICC	9.600 €	9.600 €	2.800 €	-	242
AAMMA	GENERAMMA - FESTIVAL DE CINE REALIZADO POR MUJERES	8.574 €	8.574 €	-	-	-
TAUI MEDIA S.L.	BILBAO SURF FILM FESTIVAL	7.600 €	7.600 €	-	-	-
LIMBO PRODUCCIONES S.L	FESTIVAL CINE POR MUJERES MADRID	7.200 €	7.200 €	-	-	-
FUNDACIÓN POR LA JUSTICIA	HUMANS FEST. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE Y DDHH	7.000 €	7.000 €	-	-	-
ASOCIACION DISCAPACIDAD VERDBLANCA	FESTIVAL INCLUSIVO DE CORTOMETRAJES GALLO PEDRO	6.100 €	-	-	-	-
AUDITORIO DE GALICIA	CURTOCIRCUITO. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE	6.000 €	-	12.000 €	4.900 €	22
EVOLUTION INTERNATIONAL FILM FESTIVAL S.L	EVOLUTION MALLORCA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	6.000 €	6.000 €	7.000 €	-	-14
MELITON FILMS S.L.	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE NAVARRA - NIFF	5.200 €	5.200 €	-	-	-
ASOCIACIÓN CULTURAL TRAX TREX TRIX	FESTIVAL NAC. DE CORTOS DE TALAVERA DE LA REINA	5.000 €	5.000 €	-	-	-
ABORIGEN. ASOC. CULT. DE VANGUARDIAS ARNEDANAS	OCTUBRE CORTO. FESTIVAL DE CINE DE ARNEDO EN LA RIOJA	4.900 €	-	2.800 €	-	75
MAGO AUDIO VISUAL PRODUCTION S.L.	CINEMA LLIURE A LA PLATJA	4.450 €	4.450 €	-	-	-
ESPECTARAMA S.A	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE BARCELONA-SANT JORDI	4.000 €	4.000 €	5.000 €	-	-20
ASOCFESTIVAL INTCINE INFANTIL VALENCI- FICIV	ASOC. FESTIVAL INTER. DE CINE INFANTIL VALENCIA	1.850 €	1.850 €	-	-	-

Fuente: ICAA (Elaboración propia)

El Festival de Sitges goza desde 2019 una subvención

Aunque como se ve la mayoría de la financiación es pública, los festivales también ingresan dinero gracias a la recaudación en taquilla. En el caso de San Sebastián, que todos los años despierta verdadero furor entre los habitantes de la ciudad, en 2022 convocó a 935.545 espectadores, lo que supuso una recaudación de 935 mil euros. En esa edición, el certamen se recuperó de manera casi definitiva del bajón de público en los años de la pandemia con un descenso de asistencia del 1,9% respecto a 2019, el año de los récords. Merecedor de un análisis más detallado a sumar el ICAA y las instituciones locales, la tercera pata de la financiación de los festivales son los patrocinios, quizá una



fuelle en la que existe margen de crecimiento. En el caso de Donosti, según su presupuesto de 2023, este mismo año recibirán 5,21 millones en subvenciones y 3,48 en “patrocinios y otros ingresos”.

El segundo festival de cine de España más importante, o al menos el segundo que recibe una mayor ayuda del Estado, es el de Málaga, consagrado al cine “en español” ya que presenta estrenos tanto de películas nacionales como latinoamericanas en su Sección Oficial y paralelas. En su edición de 2021, última con datos disponibles, el certamen recibió una subvención “nominativa” por valor de 200 mil euros del ICAA a los que hay que sumar 150 mil de la Junta de Andalucía y 50 mil de la Diputación de Málaga. Al igual que sucede con Donostia, las proyecciones son muy populares entre los malagueños y en 2023 tuvo 90 mil espectadores, con 45 mil entradas emitidas, que supusieron una recaudación de 200 mil euros.

El muy selecto club de los tres festivales que reciben subvenciones “nominativas”, previamente concedidas, concluye con el de Sitges, titulado oficialmente Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya. Desde 2019, en atención al hecho de que “constituye el Festival de cine fantástico más relevante internacionalmente” según el ICAA que tiene garantizados 125 mil euros anuales. Es un buen incentivo, pero mucho más le da la Generalitat de Catalunya (600 mil euros) a un Festival que siempre ha destacado por la gran afición del público, por lo cual en 2022 ingresó 846 mil euros por venta de entradas según sus propios datos.

TODOS GANAN, O CASI

Más allá de San Sebastián, Málaga y Sitges, 57 festivales se han repartido en 2023 los fondos del ICAA. En 2023 ha dado casi el triple que en 2018, cuando fueron 739 mil euros frente a los 1.977.750 euros actuales. Un aumento muy sustancial que por una parte se explica por el hecho de que el Gobierno en octubre de 2022 aumentó la propia partida del ICAA desde los 65 a los 106 millones de euros. Por la otra, a los fondos europeos, ya mencionados, que se han adjudicado cada año en función de diferentes conceptos; en 2023 como parte del “Mecanismo de Recuperación y Resiliencia”; en 2022 en la carpeta “Programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual. >



El Festival de Málaga, forma parte de la lista VIP de festivales con subvención nominativa, 200 mil euros. En la foto, Guillermo del Toro y Kim Morgan en 2018

Penélope Cruz y Juan Diego Botto pasean por la alfombra roja de San Sebastián en 2022, donde presentaron el drama social *En los márgenes*



Cultura” y en 2021 bajo el epígrafe de “Cultura. Mecanismo de Recuperación y Resiliencia”. Más dinero también ha significado más certámenes beneficiados ya que se ha pasado de los 35 de 2018 a los 57 de 2023.

El pelotón apenas ha cambiado en los últimos años aunque todos han obtenido más dinero gracias a ese aumento general del presupuesto. En primer lugar, destacan los festivales que obtienen más de 100 mil euros, En cabeza se encuentran certámenes tan veteranos como el Festival Internacional de Cine de Gijón (que ha pasado de 120 mil euros en 2023 frente a los 64.100 de 2018), seguido a poca

distancia por la Semana Internacional de Cine de Valladolid (114.800 en 2023 frente a 100 mil en 2018) y el Festival de Cine Europeo de Sevilla (105 mil euros en 2023 frente a 90.600 hace cinco años). El gran triunfador de los últimos años sin duda es el Festival Internacional de Cine Documental y Cortometraje de Bilbao (Zinebi) que ha visto crecer de manera exponencial su ayuda. En 2018 ni siquiera aparece, en 2019 recibe 10 mil euros en 2022 ya eran 60 y en la última convocatoria se han convertido en 111.600.

Acto seguido, encontramos a los festivales que obtienen entre 50 y 100 mil euros. En primer lugar, el certamen organizado

por la plataforma de VOD Filmin Atlántida Film Fest, que tiene sede física en Mallorca y online en el propio sitio web de la plataforma. Con una subvención de 80.700 euros (frente a los 10 mil de 2018) se trata junto a Zinebi de Bilbao del festival que más ha crecido en el último lustro. Tras un festival joven como el Atlántida, que este verano ha celebrado su 13 edición, uno veterano como el Festival Internacional de Cine Iberoamericano de Huelva, que ya va por la 49 edición y le han sido concedidos 75.300. Es una ayuda sustanciosa pero el veterano certamen sufrió un pequeño golpe en mayo de 2022 cuando el Gobierno decidió retirarse del Patronato y eliminó la subvención nominativa que le venía dando desde 2005. Un golpe que fue más simbólico que económico ya que entonces recibía 80 mil euros, menos de cinco mil de lo que han logrado con las subvenciones concurrentes. En tercer lugar, un certamen pujante como el D'A Film Festival Barcelona, que ha logrado en 2023 hasta 71.000 euros frente a los 11.900 de 2018. Acto seguido, un clásico del cine de vanguardia como Abycine, Festival Internacional de Cine de Albacete, que en la última convocatoria ha recibido 61.300, tres veces más que hace 5 años cuando fueron 21.300. Acto seguido, el Festival Internacional de Cine Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, con 60.700, bastante menos que los 100 mil que recibió en 2019 como subvención nominativa del ICAA. En último lugar, Mi Primer Festival de Cine, un certamen dirigido a acercar el cine a los niños con sede en Madrid y Barcelona que obtuvo 50.900 euros, Vemos también la desaparición en 2023 de algunos festivales veteranos como Alcances, de Cádiz, por la 55 edición, que hasta 2022 siempre figuraba y en 2023 se ha quedado fuera. Otro tanto sucede con Animac, el veterano festival de animación de Lleida, el certamen de cortos barcelonés MECAL o la Mostra de València. Observando el mapa de festivales subvencionados, parece consolidarse la tendencia de que Cataluña (11) y Madrid (7) lideren las comunidades con más certámenes seguido de Castilla y León, País Vasco y Andalucía, con tres cada uno. Mientras, otras comunidades autónomas como Murcia, la Rioja, Castilla La Mancha, Baleares o Navarra cuentan con uno o ninguno.

© SSIF - Photo: Pablo Gómez (1); © SSIF - Photo: Gari Garaialde (1); Gettyimages (3)

TIVÙ ESPAÑA

TODO EL NEGOCIO DE LA TELEVISIÓN

Las últimas noticias sobre las cadenas y las plataformas OTT. Anticipaciones de contenidos. Estrategias internacionales de los operadores. Datos y estadísticas sobre la evolución del mercado. Tendencias y resultados de las inversiones publicitarias. Perspectivas sobre las audiencias y la televisión social. Proyectos en curso de productores y creativos. Además de encuestas y panorama de las tendencias del momento



Descargue **gratuitamente** en **iOS** y **Android** en todo el mundo la edición digital de la revista

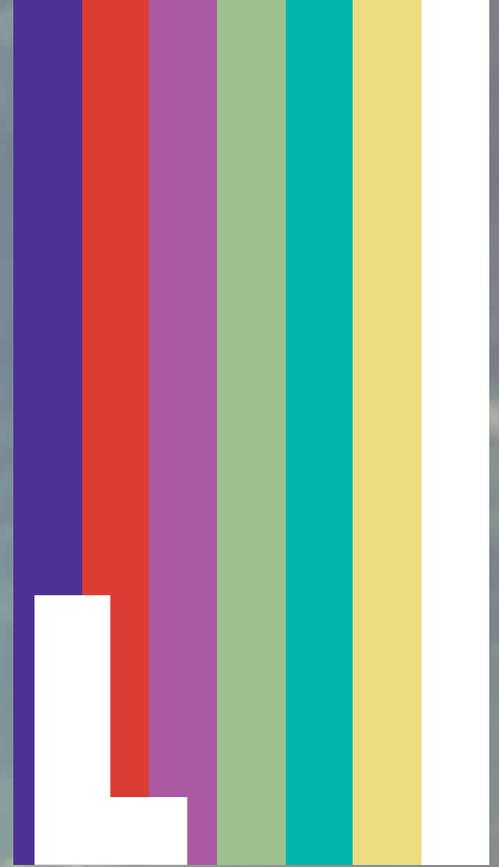


VENDER A LAS TELEVISIONES: NUEVAS DINÁMICAS Y NUEVOS ALIADOS

LAS DISTRIBUIDORAS SE ADAPTAN A UN ESCENARIO MUY AFECTADO POR LAS PLATAFORMAS Y LA FRAGMENTACIÓN DE LAS VENTANAS. RTVE SOLO COMPRO 25 PELÍCULAS AL AÑO Y LAS EMPRESAS DEPENDEN DE LA TAQUILLA

por Pau Brunet





Las ventas de derechos televisivos han sido durante décadas un elemento esencial en la intersección entre el mundo de la distribución cinematográfica y la televisión. La dinámica de esta relación se ha forjado en función de las políticas internas de las cadenas privadas y, en paralelo, de las decisiones tomadas por las televisiones públicas. Desde la incursión de las plataformas digitales, esta relación entre distribuidoras y televisiones se ha visto forzada a un cambio sistémico similar a otros que también se han venido produciendo en la explotación cinematográfica.

Este artículo tiene como objetivo arrojar luz sobre lo que significan las ventas a las televisiones de producciones extranjeras que previamente se han estrenado en los cines tras ser adquiridas por agencias de ventas para su estreno español. El panorama, sin ser catastrófico, no es bueno. En este análisis, se han mantenido conversaciones con empresas significativas del sector como A Contracorriente, Bteam Pictures, Elástica Films y Avalon. Estas compañías desempeñan un papel destacado con cerca de cincuenta lanzamientos anuales en total.

De forma general, todas las empresas coinciden en que la actual explotación de derechos televisivos ha cambiado principalmente debido a la transformación en el consumo doméstico de cine, un fenómeno que también se ha visto reflejado en las taquillas y en la casi total desaparición del DVD. “Ha cambiado el negocio de las televisiones y el negocio doméstico en general, pero no tanto el negocio del cine como >



ADOLFO BLANCO
Fundador y Consejero Delegado
de A Contracorriente

tal”, afirma Adolfo Blanco, CEO de A Contracorriente Films, responsable de estrenos recientes de prestigio como la española *Una vida no tan simple* o la danesa *Godland*. Este cambio se observa sobre todo en la fragmentación de los compradores, más canales de nicho que pertenecen a grandes conglomerados, la cada vez más limitada programación de producto cinematográfico tanto en las cadenas privadas como públicas, y la necesidad de incluir el *streaming* en esta ecuación.

Cuando se habla de la explotación televisiva, esta se divide en tres fases que vienen determinadas por la exclusividad del estreno. La primera es la televisión privada, que suele guardarse un período de tiempo exclusivo que le da un valor extra a sus suscriptores. Acto seguido, llega la televisión en abierto (pública y privada), y ya la tercera ventana son los canales de nicho dentro de la televisión en abierto, que en este caso suelen solaparse con la presencia en otras cadenas televisivas o plataformas. A diferencia del pasado, todas las distribuidoras coinciden en incluir en la primera ventana de explotación tanto a Movistar+ como Filmin en su modalidad de transaccional y para suscriptores. Ambas plataformas apuestan claramente por una marca que se destaca por estar asociada tanto al cine tanto comercial como al de autor.

Movistar+ ostenta un rol central desde los tiempos de Canal+, pero es más la excepción que la regla ya que en otras cadenas la atención al cine se dispersa en beneficio de otro tipo de contenido. Como indica Enrique Cosa, socio fundador de Elástica Films: “El equipo de

compradores de Movistar+ tiene el conocimiento y la experiencia para saber lo que quieren sus suscriptores”. Este *expertise* se vislumbra en una constante asociación con la mayoría de las distribuidoras nacionales. Una alianza que queda clara, por ejemplo, en el hecho de que los distribuidores independientes suelen sondear a los compradores tanto de Movistar+ como de Filmin sobre las potenciales compras que se desarrollan en los mercados. Este sondeo permite a las distribuidoras contar con un apoyo que reduce el riesgo.

Filmin, por su parte, es importante ya que sirve tanto como apoyo de las adquisiciones de algunas distribuidoras y también participa en producción como hacen las televisiones o la propia Movistar+. Las plataformas de origen estadounidense, en cambio, tienen un modelo muy diferente respecto a la compra de derechos a las distribuidoras locales, por lo cual el compromiso de ambas con el cine independiente es crucial. “Filmin ha apostado por el cine independiente, tanto internacional como nacional, el resto de plataformas ni están ni se las espera,” afirma Enrique Costa.

Las grandes empresas de *streaming* suelen funcionar mediante adquisiciones de derechos a nivel mundial o de macroterritorios (Europa, Latinoamérica o Asia) más que por la compra territorio a territorio, lo que afecta seriamente a las distribuidoras independientes. El resultado es que su aparición no ha revertido en otra nueva ventana sino en una reducción de la explotación doméstica. Su oferta de cine de autor, además, es muy limitada con lo cual se echa de menos una mayor implicación de estos grandes conglomerados con el cine realizado también con criterios artísticos y no puramente comerciales.

De esta manera, desde su irrupción en 2015, Netflix, Amazon y otras no han venido a compensar lo que antes se generaba en otras ventanas como el DVD, sino, como afirma Alex Lafuente, más bien han suavizado el impacto negativo de lo que ya no se genera desde las televisiones. Esta dinámica no es exclusiva de España, y se ha podido observar a nivel mundial. La ventaja en Europa y en países latinoamericanos es la posi-

bilidad de poder contar con el apoyo, marcado por ley, de las cadenas públicas a la hora de programar contenido autoral.

Estos cambios dentro de explotación de derechos en el mercado español han tenido un impacto claro en las compras de títulos, sobre todo en los “mínimos garantizados” ya que el peso de la taquilla es cada vez mayor, lo cual eleva la incertidumbre ya que el distribuidor no puede confiar en que si la película va mal en los cines puede rentabilizar la inversión con la venta a televisiones. De esta manera, Stefan Schmitz de Avalon asegura que, por lo general, ocho de cada diez películas que distribuyen dependen más de la taquilla que de ninguna otra ventana. Algo similar explica Alex Lafuente, CEO de BTeam Pictures, “La ventana de TV tradicional es poco fiable a la hora de medir el contenido que adquirimos los mercados, especialmente para nuestro contenido más independiente. Además, la taquilla también puede marcar el precio de venta a una cadena”.



ENRIQUE COSTA
Distribuidor independiente en
Elastica, socio fundador

El peso de la taquilla también puede ser determinante para la negociación de la exclusividad y el período de duración de esta exclusividad, así como la exposición de la película en las versiones digitales de un canal. Una vez concluida la negociación con la televisión privada de pago, las distribuidoras cierran tratos con las televisiones en abierto tanto públicas como privadas.

ESCASA OFERTA DE CINE EN LAS CADENAS GENERALISTAS

En el ámbito de las televisiones públicas, se incluyen tanto Radio Televisión Española (TVE y La2) como las cadenas autonómicas, que suelen realizar sus adquisiciones a través de FORTA, la Federación de Organismos de Radio-Televisión Autónoma. Estas cadenas están reguladas por entidades públicas que



ALEX LAFUENTE
Distribuidor, co-fundador
y productor de BTeam Pictures

determinan partidas presupuestarias específicas para la adquisición de contenidos. En el caso de RTVE, al tratarse de un organismo estatal, tiene la obligación de diversificar esas compras inten-

tando favorecer a un número máximo de distribuidoras. El problema está en el limitado espacio que se destina al cine y, en especial, el cine de autor en RTVE. “Televisión Española solo programa un espacio semanal en la parrilla con las películas que llevamos las empresas en ADICINE [la Asociación de Distribuidores Independientes de España],” lamenta Blanco. Esta limitación se traduce en apenas 25 adquisiciones al año, un número muy pequeño para empresas que en su mayoría distribuyen entre 10 y 20 filmes anualmente.

Esta limitación de espacio en las parrillas al cine no solo se da en la televisión pública estatal sino en otras cadenas públicas y privadas. Esta realidad está muy vinculada a un cambio de costumbres de los espectadores que, en general, buscan el cine en las plataformas de una forma más inmediata y han dejado de consumirlo siguiendo las programaciones televisivas. Con todo, en Estados Unidos, esta tendencia está revirtiendo debido al auge de las conocidas como FAST TVs, canales con parrillas y *Video on Demand*, gratuito, y con anuncios.

Otras cadenas privadas como Mediaset y Atresmedia, apuestan de forma muy limitada por el cine autoral. A Contracorriente, por su parte, de forma muy ocasional, logra vender algún producto infantil o familiar a cadenas especializadas como Clan TV. “El cine familiar antes era un valor muy seguro para ventas de televisión, pero hoy esto se ha perdido afectando a los precios de adquisición”. Blanco también subraya que en España “se paga menos por cine familiar que en otros países de Europa donde sus TVs aún apuestan por este contenido, como en Italia”. Enrique Costa añade: “Al final, la responsabilidad de comprar es de las televisiones y también debemos respetar que ellos conocen a su audiencia.” Este matiz es importante a la hora de entender la diferencia de mercado entre compradores públicos y privados, en especial cuando se habla de un cine más alternativo.

Más allá de las grandes cadenas, sigue habiendo algunos espacios más de nicho como TCM, Paramount, Turner, o Cosmo, que pueden generar ganancias de segunda explotación televisiva, pero “sus ingresos van a menos y hay

mucha más competencia” (Lafuente). No está claro si una hipotética aparición en España de los mencionados canales FAST TV puede tener un efecto positivo, con ampliación de nichos, como negativo con la reducción de ellos.

UN MAYOR COMPROMISO DE RTVE

Con todo, el cine de autor sigue siendo más seguro que comprar películas de gran envergadura comercial. Las distribuidoras independientes suelen lanzar al año un par de títulos *high profile*, pero la mayoría del producto suele ser un cine más autoral, en teoría más difícil para la taquilla, y por ello a la hora de calcular el retorno los distribuidores por lo menos cuentan con Movistar+ y Filmin para ser rentables. Lafuente de BTeam redundante en la importancia de la taquilla para obtener mejores ventas televisivas: “Lo hemos visto con una película china como *El retorno de las golondrinas* que estrenamos el pasado julio. Al final obtendremos una muy buena rentabilidad gracias a su taquilla de 107.000 euros con un limitado costo de adquisición y lanzamiento que sin duda beneficia su posterior explotación en televisión”.

La clave en la que todos los distribuidores coinciden está en un mayor apoyo y compromiso de las televisiones públicas. Adolfo Blanco va un paso más allá destacando que las televisiones, sobre todo RTVE, deberían volver a creer en el cine como espacio de ocio y cultura a través de programas cinéfilos, una mayor presencia en los telediarios y una conexión más cercana con el público. Esta desaparición del universo cinematográfico en las televisiones, en tiempos en que el cine de autor aún sigue estando más perjudicado por la recuperación de la asistencia a las salas pospandemia, se traduce en lo que Costa destaca como “precariedad” de una industria que aún lucha contra los elementos.

A pesar de los desafíos y las incertidumbres, la industria del cine en España sigue siendo un faro de creatividad y talento, y con el apoyo adecuado, puede florecer aún más. El constante cambio que vive la industria cinematográfica requiere que las instituciones se comprometan y sean veloces en adaptarse.



© iStock (2). Courtesy of BTeam Pictures (1). Courtesy of A Contracorriente (1).
Courtesy of Elástica (1)

VENTANAS EN EUROPA: UNA COMPARACIÓN

LA RECIENTE INVESTIGACIÓN *TERRITORIALITY AND RELEASE WINDOWS IN THE EUROPEAN AUDIOVISUAL SECTOR* DEL OBSERVATORIO AUDIOVISUAL EUROPEO HA PROPORCIONADO UNA VISIÓN ACTUALIZADA DE CÓMO SE GESTIONA LA REGULACIÓN DE LAS VENTANAS DE EXPLOTACIÓN EN EL VIEJO CONTINENTE. VEREMOS UN RESUMEN DE CÓMO FUNCIONAN ESTAS VENTANAS EN EL REINO UNIDO, FRANCIA, ALEMANIA, ESPAÑA E ITALIA CONFIGURANDO UN PANORAMA EXTREMADAMENTE DIVERSIFICADO QUE ABARCA DESDE ACUERDOS COMERCIALES QUE VARÍAN SEGÚN LA PELÍCULA, HASTA LEYES NACIONALES ARTICULADAS Y RÍGIDAS

por Marco Cacioppo



urante los años del Covid, la duración y la cronología de las ventanas de explotación de películas en las distintas cadenas de distribución experimentaron cambios significativos. En particular, la ventana de exclusividad *theatrical* se redujo drásticamente, e incluso se eliminó en algunos casos, al estrenarse los títulos en plataformas de *streaming* al mismo tiempo que en las salas. Ahora que la situación sanitaria ha vuelto a la normalidad y el mercado marcha (casi) al ritmo de antes, ¿cómo se configuran las ventanas en Europa? ¿Cuánto duran las distintas ventanas en los diferentes países del Viejo Continente? ¿Cómo se regulan? ¿Se da preferencia a los acuerdos comerciales entre las partes o a la legislación nacional?

Las respuestas a estas preguntas se encuentran en la reciente investigación *Territoriality and Release Windows in the European Audiovisual Sector* del Observatorio Audiovisual Europeo. Se trata de un exhaustivo informe publicado el pasado mes de julio que, en unas 90 páginas, ofrece una instantánea actualizada de cómo se regula la explotación cinematográfica en el

Viejo Continente. En este artículo, proporcionamos un resumen sobre los principales Estados miembros de la UE: Francia, Italia, Alemania, España y Reino Unido.

Como también destaca el informe, el debate sobre las ventanas está muy vivo a nivel industrial y político en los distintos países europeos, y se considera crucial no sólo para la salud del mercado cinematográfico europeo, sino también para la protección del cine y su papel central en la cadena de explotación cinematográfica.

UN PANORAMA VARIADO

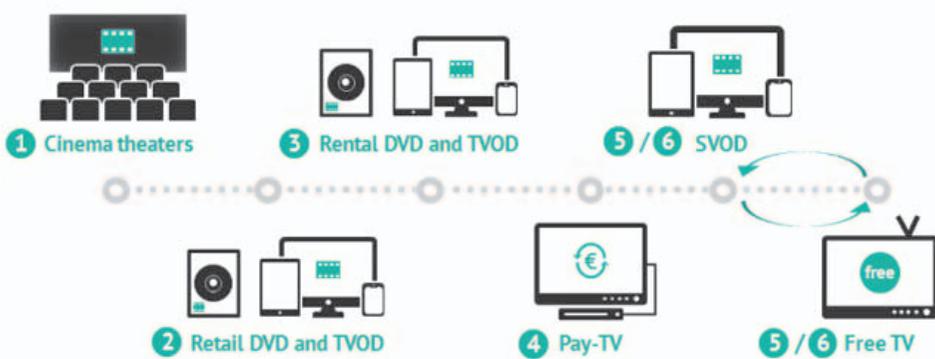
Actualmente existen cinco ventanas que siguen el estreno en salas de una película: distribución física (Blu-ray y DVD) y ODT (Transacciones de Distribución en Línea); Pago por Visión (Pay-per-View); Televisión de Pago (Pay TV); SVOD (Suscripción de Distribución en Línea); Televisión Gratuita (Free TV). A excepción del artículo 8 de la Directiva AVMS (Servicios de Medios Audiovisuales), que exige como norma general que los Estados miembros “garanticen que los prestadores de servicios de medios bajo su jurisdicción no transmitan obras cinematográficas fuera de los períodos acordados con los titulares de los derechos”, todavía no existe (y es poco probable que exista) un marco común en el ecosistema audiovisual europeo en lo que respecta a las ventanas de estreno.

El *statu quo* actual se ha forjado a través de un juego de equilibrios entre aquellos que consideran que el sistema de ventanas de estreno es crucial para la buena salud y la sostenibilidad de la industria audiovisual europea, y aquellos que querrían minimizar o incluso eliminar estas regulaciones.

La mayoría de los países (incluidos España y el Reino Unido) han optado por aplicar el requisito mínimo mencionado anterior- ➤

N. 1

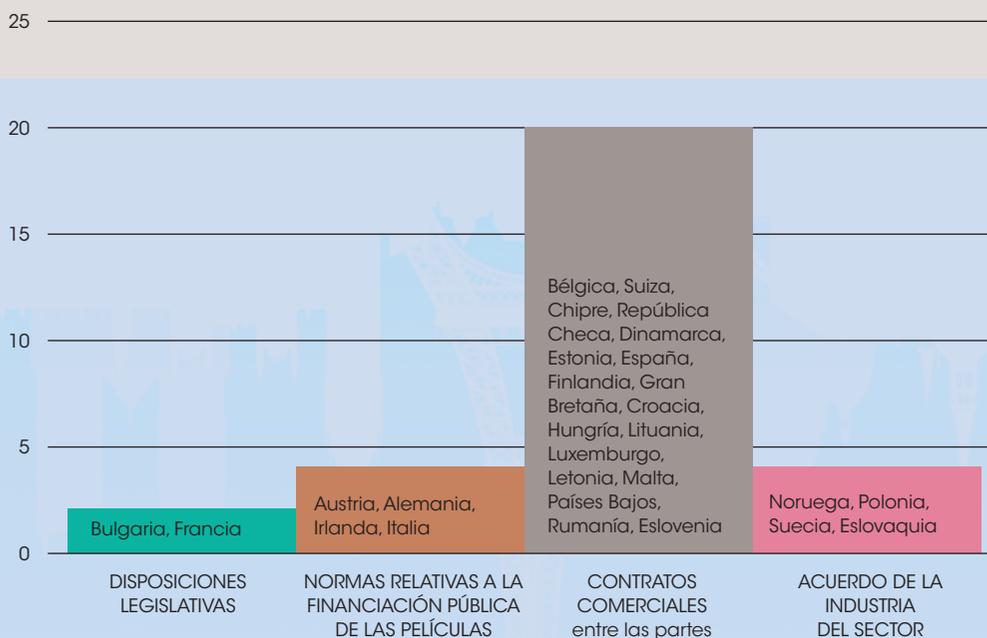
LA CRONOLOGÍA TÍPICA DE LAS VENTANAS DE EXPLOTACIÓN



Fuente: Observatorio Audiovisual Europeo

N. 2

TIPOLOGÍA DE LA REGULACIÓN DE LAS VENTANAS



Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual

mente, dejando que las ventanas sean una cuestión contractual entre las partes involucradas, que debe decidirse caso por caso. Sólo en cuatro países (Polonia, Suecia, Eslovaquia y Noruega) el sector ha acordado un marco común aplicable a todos los operadores. Otros, en cambio, han establecido marcos de ventanas de estreno más elaborados, ya sea a través de una legislación específica (como Francia), o mediante normativas gu-

bernamentales que imponen una duración mínima de la ventana de exclusividad en salas sólo para las películas que han tenido audiencia (como Italia y Alemania). Como ya se ha mencionado, la convulsión económica provocada por la pandemia ha tenido un impacto significativo en la regulación de las ventanas en Europa: ahora que se han eliminado todas las restricciones, las ventanas no vuelven a ser lo que eran

a principios de 2020. Francia, por ejemplo, considerada como modelo por sus ventanas reguladas más largas, en 2022 tuvo que adaptarse a la presión de las OTT reduciendo los tiempos relativos a la ventana SVOD (de 36 meses a 15-17 según el acuerdo). Pero analicemos ahora en los detalles los distintos países.

ESPAÑA

En España, las ventanas de explotación se acuerdan título por título. La Federación de Cines de España (FECE) considera que uno de los principales problemas a los que se enfrentan los cines españoles para recuperar las cifras anteriores a la pandemia es la reducción del tiempo entre la ventana de estreno en salas y la siguiente. Antes de la pandemia, lo habitual era respetar un mínimo de 112 días desde el estreno en salas hasta la siguiente ventana, pero en 2022, en el 94% de los casos analizados por la FECE, los estrenos que no respetaron la ventana de 112 días se multiplicaron por seis (del 6% al 38%), mientras que el número de películas que SÍ respetaron la ventana de 112 días se redujo en más de 30 puntos (del 94% en 2019 al 62% en 2022). Este cambio es mucho más pronunciado en el caso de las *majors* estadounidenses. Mientras que antes de la pandemia no había estrenos bajo la ventana de 112 días, ahora esta es una práctica común. Un

PAÍS	REGULACIÓN	VENTANA 1	VENTANA 2	VENTANA 3	VENTANA 4	VENTANA 5
REINO UNIDO	Contractual	A / Distribución física (DVD, BD): 4 meses, ocasionalmente reducida a 1 o 2 en el caso de estrenos limitados. B / Transacciones de distribución en línea (ODT): <i>Opciones de acceso permanente</i> : generalmente el mismo día y la misma fecha que el estreno físico o 2 semanas antes del estreno en salas (3 semanas en algunos casos); <i>Opciones de acceso limitado en el tiempo</i> (TVOD): el mismo día y la misma fecha que el estreno físico, ocasionalmente 2 meses después del estreno en salas (y a veces, si se trata de VOD Premium, el mismo día que el estreno en salas). Actualmente, la mayoría de los grandes títulos tienen una ventana de entre 45 y 50 días	Pay-per-View: mismo día y fecha que el estreno físico (normalmente 4 meses).	Televisión de pago: de 4 a 6 meses después del estreno en salas.	Suscripción de distribución en línea (SVOD): a partir de 7 meses con acuerdos individuales para cada película.	TV en abierto: Comienza una vez finalizada la primera ventana de TV de pago. Si no hay TV de pago, es habitual que transcurra un mínimo de 12 y un máximo de 27 meses tras la exclusividad en salas.



PAÍS	REGULACIÓN	VENTANA 1	VENTANA 2	VENTANA 3	VENTANA 4	VENTANA 5
FRANCIA	Legislativa	A / Distribución física (DVD, BD): 4 meses según lo dispuesto en el nuevo decreto francés de febrero de 2022, que pueden convertirse en 3 si una película ha registrado menos de 100.000 espectadores en 4 semanas. B / Transacciones de distribución en línea (ODT): 4 meses (o 3 si una película ha registrado menos de 100.000 espectadores en 4 semanas).	Pago por visión: 4 meses.	TV de pago: Cine de pago por visión 8 meses, pero con la posibilidad de una ventana de 6 meses sólo para películas con menos de 100.000 espectadores: para la primera ventana de TV de pago.	Suscripción de distribución en línea (SVOD): de 15 a 17 meses dependiendo de si las plataformas SVOD han formado el acuerdo de 2022 o no.	TV en abierto: TV en abierto y TV de pago estándar 22 meses, pero con la posibilidad de una ventana de 20 meses sólo para películas con menos de 100.000 espectadores.

62% de sus lanzamientos tienen menos de 109 días y, dentro de este grupo, más de la mitad (el 56%) tienen menos de 60 días. En el caso de las distribuidoras independientes, aunque también ha aumentado el número de lanzamientos por debajo de 109 días (del 9% en 2019 al 24% en 2022), los que superan los 112 días siguen siendo comunes en el 76% de los casos analizados por FECE. Por el momento, la ventana media de explotación sigue siendo de 3-4 meses; sin embargo, en el marco de la nueva Ley del Cine, se está trabajando para llegar a una normativa que exija un período de exclusividad en salas.

REINO UNIDO

En el Reino Unido, la duración de las ventanas, tanto a nivel nacional como internacional, sigue sin estar regulada ni por la legislación gubernamental ni por acuerdos entre asociaciones comerciales. En esencia, la duración de la exclusividad en salas se establece película por película mediante acuerdos contractuales entre las distribuidoras y los operadores cinematográficos. Mientras que hasta 2019 el tiempo medio entre el estreno en salas y la primera ventana de distribución física y las Transacciones de Distribución en Línea (ODT) era de 108 días, sujeto a los términos contractuales específicos de cada caso, hoy en día el promedio es de alrededor de 4 meses, en particular para los títulos más importantes. En el caso de los lanzamientos técnicos, existe

la posibilidad de reducir la ventana de lanzamiento a 1 ó 2 meses. Si las ventanas dedicadas al pago por visión y a la televisión de pago comienzan al mismo tiempo que la ventana del vídeo doméstico, y no más tarde de 6 meses después del estreno en salas en el caso de la televisión de pago, la ventana dedicada a la Distribución en Línea por Suscripción (SVOD) comienza a partir del séptimo mes después del estreno en salas, con acuerdos personalizados según el producto individual. Dependiendo de si hay o no estreno en la televisión de pago, la ventana de explotación en la televisión gratuita puede comenzar después de un mínimo de 12 meses, y no más tarde de un máximo de 27 meses desde el estreno en salas.

FRANCIA

En Francia, el periodo entre la exclusividad en salas y la primera ventana de explotación posterior está regulado por ley. Las negociaciones sobre un nuevo acuerdo de la industria sobre las ventanas de estreno han sido especialmente intensas en el último año, con las plataformas SVOD exigiendo una flexibilización de las ventanas y el acceso al fondo de apoyo audiovisual gestionado por el CNC para las series independientes encargadas por las plataformas. Mediante un decreto legislativo del 9 de febrero de 2022, el Ministro de Cultura decidió que el acuerdo para la reorganización de la cronología de los medios de comunicación, firmado por las organiza-

ciones profesionales de cine y los representantes de los radiodifusores el 24 de enero de 2022, sea aplicable a todas las entidades interesadas en el territorio francés. El acuerdo tiene una validez de tres años, y se revisará al menos cada 12 meses. La ventana cinematográfica se mantiene sin cambios, con una exclusividad de 4 meses que puede reducirse a 3 meses, si la película tuvo menos de 100.000 espectadores en las primeras 4 semanas. De los OTT, sólo Netflix ha firmado el acuerdo, lo que permite la emisión en *streaming* de una película 15 meses después de su estreno en cines, en comparación con los 36 meses del acuerdo anterior. Otros servicios que no han firmado el acuerdo, como Disney y Amazon, tienen que ajustarse a una ventana de 17 meses. Sin embargo, incluso Netflix, aunque ha firmado el acuerdo, considera que el sistema francés es insostenible a largo plazo, y busca reducir aún más la ventana SVOD a 12 meses. Por su parte, las cadenas de televisión de acceso gratuito como TF1, M6 y France Télévisions, acusan a los proveedores de SVOD de presionar a toda la industria, amenazando con retirar sus películas de las salas de cine. El 6 de diciembre de 2022, la CNC celebró una reunión en el contexto de la revisión de la cronología actual de los medios de comunicación. A petición del Syndicat des éditeurs de vidéo à la demande (Sevad), la ventana TVOD se reduciría, con carácter excepcional, de cuatro a tres meses, pre-



vio acuerdo con el distribuidor, y el precio tendría en cuenta el éxito en salas. Además, tras las conversaciones mantenidas a finales de 2022 entre Disney y los grupos TF1, M6 y France Télévisions, las cadenas podrían acordar emitir las películas producidas por las plataformas SVOD, con un presupuesto superior a 25 millones de euros, dos meses después de lo previsto en el acuerdo original. A cambio, tendrían dos meses de exclusividad, durante los cuales la plataforma SVOD no podría emitir la película. Estos cambios forman parte de una cláusula de revisión, y actualmente están siendo tramitados por la CNC, antes de ser presentados a la industria.

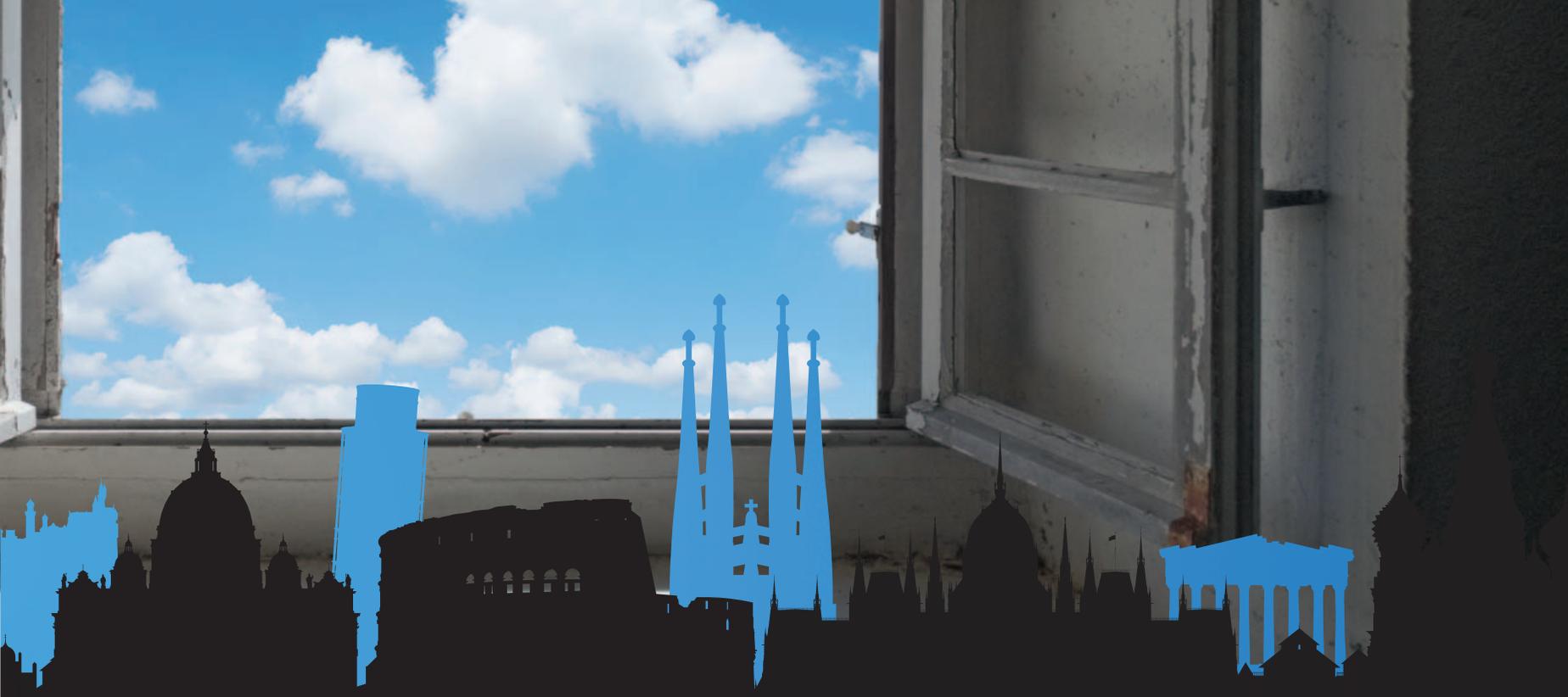
ALEMANIA

El artículo 53 de la Ley alemana de financiación del cine (Filmförderungsgesetz - FFG) estipula que las películas subvencionadas en virtud de la FFG (Ley Alemana de financiación del cine) deben cumplir determinados plazos de estreno (los denominados “períodos de bloqueo”) y establezca la norma general relativa a las distintas ventanas que una película debe respetar después de su primer estreno en salas: vídeo doméstico, TVOD y pago por visión (6 meses); televisión de pago y SVOD (12 meses); televisión de acceso libre y servicios gratuitos de VOD (18 meses). El artículo 54, por su parte, contempla ciertos casos en

los que es posible una reducción de la ventana, a petición del productor, siempre que no sea contraria a los intereses de la industria cinematográfica: en el primer caso, se podría reducir a 5 ó 4 meses; en el segundo, a 9 ó 6 meses; y en el caso de servicios no de pago, a 12 ó 6 meses. Estas normas se aplican a las producciones cinematográficas (de duración superior a 79 minutos y 59 minutos si se trata de películas infantiles) o coproducciones que hayan recibido subvenciones estatales del Consejo Federal de Cine alemán (FFA). Para todas las demás películas que no cumplen con estos criterios, no se aplican estos períodos de estreno. En estos casos, la primera ventana suele ser de 45-50 días, aunque las grandes superproducciones suelen tener ventanas de estreno más largas. A petición del productor, es posible establecer periodos de estreno más cortos. En mayo de 2023, se firmó un acuerdo con toda la industria para reducir y flexibilizar la ventana de las películas alemanas financiadas por la FFA (de 6 a 4 meses). La nueva normativa se aplicó en una directiva del Consejo de Administración de la Administración Federal Alemana de Cine (FFA). Por regla general, los proyectos individuales que requieran un calendario de explotación diferente debido a su éxito económico pueden beneficiarse de la reducción o exención de las ventanas de estreno. A petición del

productor, las ventanas de estreno regulares para películas coproducidas con una cadena de televisión pueden reducirse a seis meses tras la aceptación del coproductor de la cadena de televisión. La solicitud de reducción de la ventana de estreno sólo podrá presentarse antes del inicio de la explotación regular de la película. El plazo de estreno no podrá reducirse si la explotación de la película en la fase solicitada ya había comenzado antes de que se tomara la decisión de reducir el plazo de estreno. La versión de 2022 de la FFG introdujo una flexibilidad adicional: en casos de fuerza mayor, la primera proyección regular, o la continuación de una explotación en salas ya iniciada, puede sustituirse por una explotación en servicios de pago de “vídeo a la carta” si la explotación de la película en salas no es posible a nivel nacional durante un periodo de tiempo insuficiente. La industria cinematográfica debe participar de forma significativa en la explotación en servicios de pago de “vídeo a la carta” hasta el final del período de bloqueo regular. A partir del 1 de enero de 2023, las solicitudes de una ventana de estreno reducida para películas que hayan recibido financiación a través de los fondos para películas culturales del BKM pueden presentarse al FFA. Ya no será necesario presentar una solicitud por separado al BKM.

PAÍS	NORMATIVA	VENTANA 1	VENTANA 2	VENTANA 3	VENTANA 4	VENTANA 5
ALEMANIA	Normativa de financiación pública.	A / Distribución física (DVD, BD): 4 meses (para películas que reciben subvenciones estatales del FFA), pero hay cambios pendientes. B / Transacciones de distribución en línea (ODT): 4 meses (para películas que reciben subvenciones estatales de la FFA), pero hay cambios pendientes.	Pago por visión: 9 meses (con la posibilidad de reducir el periodo a 5 meses o, en casos excepcionales, a 4).	Televisión de pago: 12 meses (con posibilidad de reducir el periodo a 9 meses o, en casos excepcionales, a 6).	Suscripción de distribución en línea (SVOD): 6 meses (con posibilidad de reducir el periodo a 5 meses o, en casos excepcionales, a 4).	Televisión en abierto: 18 meses (con posibilidad de reducir el plazo a 12 meses o, en casos excepcionales, a 6, sobre todo si el organismo de radiodifusión ha contribuido a la financiación de la producción).



PAÍS	REGULACIÓN	VENTANA 1	VENTANA 2	VENTANA 3	VENTANA 4	VENTANA 5
ESPAÑA	Contractual.	A / Distribución física (DVD, BD): 112-124 días. B / Transacciones de distribución en línea (ODT): <i>Opciones de acceso permanente</i> : 112-124 días; 2-3 semanas antes del lanzamiento del DVD/BD + ocasionalmente el mismo día y fecha que el lanzamiento del DVD/BD.	Pago por visión: Mismo día y fecha que la Ventana 1.	Televisión de pago: 8-10 meses.	Suscripción de distribución en línea (SVOD): Se establece de forma individual. Normalmente: 12-24 meses después de la fecha de estreno en salas para ciertos títulos, llegando a 7-8 meses (en el caso de una licencia que sustituya a la licencia tradicional de TV de pago) o después de la primera ventana de TV de pago y/o TV en abierto (dependiendo de las negociaciones entre distribuidor y licenciatario).	TV en abierto: 24 meses.

PAÍS	REGULACIÓN	VENTANA 1	VENTANA 2	VENTANA 3	VENTANA 4	VENTANA 5
ITALIA	Normas de financiación pública.	A / Distribución física (DVD, BD): 105 días (a menudo, en el caso de las superproducciones, 16 semanas). B / Transacciones de distribución en línea (ODT): 105 días (que en algunos casos pueden reducirse a 14 semanas).	Pago por visión: 105 días.	Televisión de pago: 3 meses después de la primera ventana.	Suscripción de distribución en línea (SVOD): Entre el mismo día y la misma fecha que la televisión a la carta y la de pago, dependiendo de los acuerdos contractuales entre los proveedores de SVOD y los productores/distribuidores de películas.	Televisión en abierto: 3 meses después de la televisión de pago para películas de nacionalidad italiana; en el caso de películas no italianas, normalmente 6 meses.

ITALIA

En Italia, las ventanas de estreno sólo se aplican a las películas de nacionalidad italiana subvencionadas con fondos públicos, mientras que, para las películas no italianas, los estrenos se gestionan caso por caso. El cumplimiento del marco regulador de las ventanas de estreno es un requisito previo para poder optar a la financiación pública (incluidos los créditos fiscales). Además, en caso de incumplimiento de la normativa sobre ventanas de estreno, las producciones no podrán acceder a créditos fiscales ni a otros beneficios fiscales o financieros destinados a producciones cinematográficas.

Estas normas establecen una ventana de 105 días tras el primer estreno en salas para todas las plataformas, que se reduce a 60 días si la obra se estrena en menos de 80 salas y consigue menos de 50.000 espectadores tras los primeros 21 días de proyección. La reducción sólo se permite si, durante el período de programación, no

hay ninguna actividad de lanzamiento y promoción relacionada con la disponibilidad posterior de la película a través de proveedores de servicios de comunicación audiovisual. Por último, si la película sólo se proyecta durante tres (o menos) días laborales, a excepción de los viernes, sábados y domingos (los denominados “estrenos evento”), la ventana se reduce a 10 días. En marzo de 2022, la ventana de programación de 105 días para las películas italianas subvencionadas por el Gobierno se redujo a 90 días, para ayudar a los exhibidores a recuperarse de la crisis pandémica. Además, el 13 de julio de 2022, el Senado aprobó cuatro mociones, que incluyan la ampliación de la ventana de 90 días a las películas extranjeras durante los sucesivos tres años; el aumento del crédito fiscal al 60% para la distribución; la remodelación del crédito fiscal para la producción al 40% para películas con prioridad de explotación cinematográfica, y la introducción de una regulación clara para los estrenos

de eventos de tres días, que, en ausencia de ciertas normas, a menudo se utilizaban para eludir el período de ventana. Sin embargo, el cambio de Gobierno en octubre de 2022 y una decisión del Tribunal Administrativo Regional que anuló la medida mencionada (ya que el Ministerio de Cultura, una vez finalizada la emergencia sanitaria, y sin el dictamen previo y preceptivo del Consiglio Superiore del Cinema e dell’Audiovisivo, debería haber restablecido las ventanas de programación obligatoria a 105 días) dejaron de lado estas propuestas de cambio. No obstante, el nuevo Ministro de Cultura, Gennaro Sangiuliano, declaró que el plazo de 105 días es razonable, y que la intención del Gobierno es establecer “para todas las películas, italianas y extranjeras, incluso las que no disfrutan de subvenciones estatales, un plazo no superior a 105 días, sin perjuicio de la posibilidad de derogación y, por tanto, de prórroga en función de ciertas peculiaridades de tipos específicos de películas”. **BO**

© iStock (3)



La pasión de Cristo

LA REVOLUCIÓN CRISTIANA EN LA TAQUILLA

EL ROTUNDO ÉXITO DE *SOUND OF FREEDOM* EN LOS CINES ESTADOUNIDENSES, CON MÁS DE 183 MILLONES DE DÓLARES, HA DEVUELTO EL PROTAGONISMO A LAS PELÍCULAS DE TEMÁTICA CRISTIANA. SE TRATA DE TÍTULOS MUY DIFERENTES ENTRE ELLOS, PERO CON RASGOS COMUNES: TODOS PROCEDEN DE PRODUCTORES INDEPENDIENTES MUY ESPECIALIZADOS EN EL GÉNERO, Y PUEDEN CONTAR CON UN EFICAZ BOCA-OREJA ENTRE LAS COMUNIDADES RELIGIOSAS. ANALIZAMOS LAS PERSPECTIVAS DE UN GÉNERO EN EXPANSIÓN COMERCIAL, Y REVISAMOS SU POTENCIAL EN ESPAÑA

por Elisa Grando

D

arejas en crisis que logran reconciliarse a través de la oración, cónyuges que enfrentan la desgarradora pérdida de un hijo, niños que experimentan el más allá luchando al borde de la muerte, pero también batallas legales sobre la existencia de Dios y las historias bíblicas. Estos son solo algunos de los argumentos abordados por las películas estrenadas en Norteamérica en los últimos 10 años, y pertenecientes a la llamada “vertiente religiosa”; es decir, títulos relacionados con temas cristia-

nos, que han encontrado un público fiel y constante a lo largo del tiempo, convirtiéndose a menudo en inesperados fenómenos comerciales. El caso más reciente y llamativo ha sido el de la rentable película independiente *Sound of Freedom*, protagonizada por Jim Caviezel y Mira Sorvino, la cual, estrenada el pasado 4 de julio, recaudó más de 183 millones de dólares, manteniéndose durante diez semanas en el Top 10 de las películas más vistas en Estados Unidos. Un resultado en salas superior incluso a las cifras registradas en el mercado doméstico por grandes producciones de Hollywood como *Indiana Jones y el dial del destino* (173 millones de dólares) y *Misión Imposible: Sentencia mortal* (165 millones de dólares).

Sound of Freedom se inspira en la historia real de Tim Ballard, un agente federal que, tras rescatar a un niño de unos traficantes de menores, descubre que la hermana del niño sigue prisionera, y se embarca en una peligrosa misión en la selva colombiana para liberarla. No se trata de un simple thriller de acción: bajo la película y su producción subyace un fuerte espíritu que representa los valores de la comunidad cristiana estadounidense de actitud conservadora. A pesar de que su temática no es explícitamente religiosa, *Sound of Freedom* consiguió atravesar varios segmentos de público que conectan entre sí: los aficionados a los temas de fe, pero también los cercanos al Partido Republicano. No es casualidad que la película ➤

TOP 10 PELÍCULAS RELIGIOSAS DE NORTEAMÉRICA

	TÍTULO	TAQUILLA TOTAL	TAQUILLA PRIMER FIN DE SEMANA	N. CINE PRIMER FIN DE SEMANA	ESTERNO	DISTRIBUIDORA
1	La pasión de Cristo	370.274.604	83.848.082	3.043	2004	Newmarket Films
2	El cielo es real (Heaven is for Real)	91.443.253	22.522.221	2.417	2014	TriStar Pictures
3	La canción de mi padre (I Can Only Imagine)	83.482.352	17.108.914	1.629	2018	Roadside Attractions
4	War Room	67.790.117	11.351.389	1.135	2015	TriStar Pictures
5	Los milagros del cielo (Miracles from Heaven)	61.705.123	14.812.393	3.047	2016	TriStar Pictures
6	God's Not Dead	60.755.732	9.217.013	780	2014	Freestyle Releasing
7	Son of God	59.700.064	25.601.865	3.260	2014	Twentieth Century Fox
8	The Shack	57.386.418	16.172.119	2.888	2017	Lionsgate
9	Soul Surfer	43.853.424	10.601.862	2.240	2011	TriStar Pictures
10	The Star	40.852.824	9.812.674	2.837	2017	Sony Pictures Entertainment

Fuente: Boxoffice Mojo

N.B. Todos los ingresos se reflejan en dólares



Sound of Freedom: esta película sobre tráfico de niños ha recaudado más de 183 millones de dólares en Estados Unidos





La cabaña (2017)

recibiera el respaldo del mismo Donald Trump, registrando un salto neto en la taquilla nacional (+54%) el 21 de julio, día de su presentación en el Trump National Golf Club Bedminster. Fue distribuida por Angel Studios, una empresa de Utah especializada en la producción y distribución de títulos basados en la fe a través del *crowdfunding*, y ya creadora de la serie *The Chosen* (*Los elegidos*), sobre la vida de Jesús y los discípulos, que en tres temporadas ha cosechado una audiencia en *streaming* de más de 110 millones de personas, y fue adquirida por Netflix, pese a estar alejada de las líneas editoriales habituales de la plataforma. Mientras tanto, ya se habla de una posible secuela de *Sound of Freedom*.

Esta película confirma, en definitiva, la salud de un fenómeno que ha sido protagonista absoluto del mercado estadounidense en la última década. Para entender su éxito, hay que remontarse al padre del género, *La Pasión de Cristo*, de Mel Gibson, que en 2004 recaudó 370 millones de dólares en todo el mundo, con el propio Jim Caviezel en el papel de Jesús. Desde entonces, el actor se ha convertido en una auténtica autoridad para este tipo de público, no sólo por su carrera cinematográfica, sino también por su participación en decenas de conferencias cristianas y tutoriales de YouTube de ejercicios espirituales. Junto con Mel Gibson, Caviezel puede considerarse el único actor de Hollywood que es cristiano declarado y practicante, lo que atrae a un gran número de seguidores dispuestos a abrazar sus apariciones en pantalla,

Un lugar donde rezar (2015)



Los milagros del cielo (2016)



La canción de mi padre (2018)

un elemento que sin duda contribuyó a la fortuna de *Sound of Freedom*. Los epígonos posteriores de *La Pasión de Cristo* son numerosos.

En el Top Ten de las películas religiosas más taquilleras de Norteamérica, todas ellas realizadas en los últimos 10 años, se encuentran *El cielo es real* (más de 91 millones), *La canción de mi padre*, protagonizada por Dennis Quaid (83 millones), *Un lugar donde rezar* (67 millones), sobre una pareja que se reencuentra gracias al poder de la oración; *Los milagros del cielo* (61) protagonizada por Jennifer Garner, sobre una niña que se recupera milagrosamente de una grave enfermedad; *Dios no está muerto* (60 millones), que se ha

convertido en una franquicia y cuenta con el grupo de música cristiana Newsboy; *Hijo de Dios* (59 millones) sobre la vida de Jesús, *La cabaña* (57 millones) protagonizada por Sam Worthington en la piel de un padre que emprende un viaje espiritual para superar la desaparición de su hija; *Jesus Revolution* (producida por Kevin Downes, el mismo de *Una canción para mi padre*, que recaudó más de 52 millones el pasado febrero); y luego *Soul Surfer* (43 millones), protagonizada por Dennis Quaid y Helen Hunt, sobre la historia real de la surfista Bethany Hamilton que perdió un brazo por el ataque de un tiburón. También están los dos títulos por encima de los 40 millones de dólares, *Más allá de*



El cielo es real (2014)

la esperanza, con un reparto de calibre que incluye a Chrissy Metz, Josh Lucas y Topher Grace, y la película de animación *The Star: The Story of the First Christmas* que cuenta la Navidad desde el punto de vista de los animales del pesebre.

¿Qué tienen en común estos títulos con historias tan diferentes? En primer lugar, son casi todas historias en las que el aspecto religioso casa con temas contemporáneos, brindando un fuerte impulso motivacional o “inspiracional” para mejorar la propia vida o afrontar situaciones difíciles a través de la fe y la oración. El segundo aspecto es puramente productivo: la mayoría de estas películas proceden de producciones independientes, y su éxito comercial no varía según sean distribuidas por *majors*, como Tristar Pictures y Lionsgate, o por distribuidoras independientes, como Roadside Attractions. A pesar de que la inversión promocional es a menudo mínima, su éxito comercial se apoya en un público específico muy interesado en temas religiosos, capaz de desarrollar un eficaz boca-oreja incluso entre comunidades e iglesias, especialmente las comunidades cristianas protestantes. Además, se trata de un mercado autosuficiente. Para *Sound of Freedom*, por ejemplo, Angel Studios implementó el modelo “Pay It Forward”, que permite a los espectadores comprar una especie de “billete suspendido” para donarlo a quienes no pueden permitirse pagar la entrada. No todos los billetes sobrantes se canjean después, pero el dinero queda a disposición de los estudios y puede sumarse al *crowdfunding* con el que se financian otros proyectos, como la película bíblica animada *David*, para la que Angel Studios ha recaudado hasta ahora 50 millones de dólares.

Finalmente, la especialización del producto juega un papel importante en este éxito: al igual que Angel Studios, existen varias productoras y distribuidoras dedicadas a películas “aptas para la fe y la familia”. Un ejemplo es la plataforma Pure Flix, que tiene como misión “seleccionar contenidos multimedia que refuercen tu fe y tus valores, que sean sanos y adecuados para tu familia y tu comunidad”. Además del éxito *Dios* ➤

no está muerto, Pure Flix tiene en su catálogo unas cuarenta películas ambientadas en la época contemporánea o en acontecimientos bíblicos, pero en cualquier caso dedicadas a los valores cristianos. Lo mismo hace Affirm Film, la división de Sony Pictures dedicada al cine religioso que ha producido *Los milagros del cielo* y *Un lugar donde rezar*: Prueba de esa avidez del público cristiano lo confirma el hecho de que Sony, precisamente a través de Affirm Entertainment, adquiriera Pure Flix hace dos años.

A pesar de representar un nicho potencialmente lucrativo, la vertiente religiosa es a menudo desestimada por el cine *mainstream*, y objeto de numerosas polémicas. La más espinosa recientemente afectó a *Sound of Freedom*, acusada de acercarse a las teorías conspirativas de la derecha y a la imaginería de QAnon, el grupo político que afirma la existencia de una conspiración organizada por poderes ocultos y un supuesto "Estado profundo", en connivencia con redes mundiales de pedofilia. Las acusaciones fueron desestimadas por el director Alejandro Monteverde, pero Caviezel se ha mostrado repetidamente cercano a las teorías de la conspiración en las redes sociales, además de haber hablado en una convención de QAnon



The Star: The Story of the First Christmas (2017)

en Las Vegas en 2021: seguramente el sorprendente resultado de la película se deba también a la adhesión de un segmento del público ya ideológicamente cercano a estas teorías.

En el caso de España existe un boom silencioso del cine religioso que deja claro que existe un nicho de público, no masivo pero sí muy fiel. Rara vez estos títulos acumulan taquillas millonarias o alcanzan el Top 10 del *box office* salvo en grandes producciones de Hollywood como *La pasión de Cristo* (11 millones) o el *Exodus: Dioses y reyes* de Ridley Scott (8.8 millones) que juegan en otra liga y atraen al público *mainstream*. Lo que vemos en los títulos específicamente dirigidos al público reli-

gioso es que sus resultados suelen estar por encima de películas de cine independiente que se estrenan avaladas por premios y con mucha mayor cobertura mediática. Porque estas películas "cristianas" apenas aparecen en los medios de comunicación no especializados en temática religiosa.

Queda claro ese nicho fiel al repasar las muy respetables cifras de taquilla nacionales de los *blockbusters* religiosos de Estados Unidos: *El cielo es real*, (259 mil euros), *Los milagros del cielo* (189 mil) o *La cabaña* (190 mil euros). Sin embargo, otros títulos que han triunfado en los cines americanos se han estrenado en España directamente en plataformas o DVD como *Un lugar don-*



A la izquierda, *Unplanned* (2019), película antibortista que fue un éxito en Estados Unidos y causó una gran controversia. En España se ha estrenado directamente en las plataformas Rakuten y Filmin

Previo a su llegada a Amazon Prime, la serie *The Chosen* (*Los elegidos*), sobre la vida de Jesús, se estrenó de manera temporal en cines con una recaudación de casi 20 mil euros. Distribuye A Contracorriente



Natividad (2006)



A la izquierda, *María Magdalena* (2018) y a la derecha *Cristiada* (2012), producciones de Hollywood con temática cristiana



de rezar o *Una canción para mi padre*. Como es lógico, muchos de los títulos más exitosos en el mercado nacional tienen un marcado acento católico, distinto al de los Evangélicos de Estados Unidos. Eso lleva a que muchas películas que llegan a los cines sean producciones españolas o de países afines como Italia o suramericanos. Veamos el resultado de algunas de las últimas películas de las dos únicas distribuidoras españolas especializadas, European Dreams Factory, mucho más activa, y Bosco Films. Este mismo 2013, la primera ha triunfado con estrenos como *Madre Teresa. No hay amor más grande* (50 mil euros), biopic estadounidense de la santa; *Medjugorje*, sobre apariciones de la Virgen en Bosnia (256 mil euros) o los 230 mil de *El cielo no puede esperar*, película brasileña sobre el joven Carlo Acutis, “el influencer de Dios”.

De vez en cuando, además, alguna de estas películas da la sorpresa. Como el documental *Libres*, el más exitoso del año en España, sobre los monasterios de clausura. Desde su estreno el pasado 21 de abril ha ganado nada menos que 575 mil euros con apenas promoción. Con su mensaje de quietud y desconexión para valorar lo “esencial de la vida”, sin duda también ha logrado ampliar su radio de impacto a estresados espectadores urbanitas. Ha sido distribuido Bosco Films, que estrena menos pero de vez en cuando da en la diana. Ya en 2021 triunfaron con otro documental, *Vivo*, sobre la eucaristía, que amasó 231 mil euros. No siempre les va tan bien. Ese mismo año, *Noche de paz* y *¿Dónde está el truco?* recaudaron 4300 euros y 658 respectivamente.

Finalmente cabe señalar la distribuidora A Contracorriente, la más prolífica en estrenos de cine europeo y de películas al margen de los estudios con vocación comercial, con un catálogo muy marcado por el feel-good. Parece cada vez más interesada en este fenómeno y después de adquirir los derechos de *The Chosen* estrenará este mismo octubre *Sound of Freedom*, icono de esta nueva ola de cine religioso.



© Shutterstock (1); Icon Productions (1); Metanola/Santa Fe Films (2); Summit Entertainment/TJK Films (Aether Productions/Windblown Media (1)); Kevin Downes Productions/Mission Pictures International/City on a Hill Productions (1); FaithStep Films/Affirm Films/Red Sky Studios/Talent One/Tristar Pictures (1); Columbia Pictures/Affirm Films/Boh Films/Franklin Entertainment/Tristar Pictures (1); Tristar Pictures/Boh Films/Screen Gems (1); Affirm Films/Sony Pictures Animation (1); New Line Cinema/Sound for Film/Temple Hill Entertainment (1); See-Saw Films/Porchlight Films/UPP/Film4 (1); Dos Corcoranos Films/NewLand Films (1); Cur or Order Studios/The Chosen Texas (1)

400 MILLONES PARA IMPULSAR LOS RODAJES

BRUSELAS HA DADO LUZ VERDE AL GOBIERNO PARA MULTIPLICAR DE 60 A 400 MILLONES EL PRESUPUESTO DE LOS SUBSIDIOS FISCALES. GIPUZKOA, POR SU PARTE, OFRECE UN 70% DE DEDUCCIÓN, RÉCORD MUNDIAL. ¿AYUDARÁ LA NUEVA NORMA SOLO A LOS RODAJES INTERNACIONALES O SERVIRÁ TAMBIÉN PARA POTENCIAR PELÍCULAS ESPAÑOLAS DE MAYOR PRESUPUESTO? LA FINANCIACIÓN PRIVADA ES LA ETERNA DEUDA PENDIENTE DEL CINE ESPAÑOL

por Juan Sardà Frouchtmann



23

de julio de 2021. El presidente del Gobierno, con mascarilla, anuncia en Los Angeles la intención del Gobierno de convertir a España en el “Hollywood de Europa”. Se trataba de promocionar el Spanish Audiovisual Hub, anunciado poco antes, en marzo, un muy ambicioso plan dotado con nada menos que 1.600 millones en el que participan hasta 13 ministerios. Un buen empujón para la industria aunque parte se ha destinado a videojuegos y creación de imagen digital. Todo el dinero surge de los fondos europeos para ayudar a España a superar la crisis del COVID.

Parte del mismo impulso, en octubre de 2022, se anunció que el ICAA aumentaría su presupuesto hasta los 167 millones, 70 más que en 2022. En tiempos

convulsos por la pandemia y la guerra en Ucrania, el cine pudo afrontar el futuro con cierto optimismo al contrario que en la crisis financiera de 2008, cuando los recortes fueron masivos. El dinero, ya se sabe vuela, y en marzo de este año María González Veracruz, secretaria de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, anunció que ya se había ejecutado el 75%, 1200 millones, del plan.

Aunque los nuevos beneficios fiscales se aplicaban desde enero de este año, en julio quedó despejado el vertiginoso aumento de 60 millones a 400 cuando la Comisión Europea lo aprobó, medida necesaria ya que corren a cargo del Spanish Audiovisual Hub. Entre las nuevas ventajas, también se duplica el importe máximo a deducir de 10 a 20 millo- ➤

nes por película y se eleva el máximo a 10 millones por episodio de una serie. Se fija que los gastos realizados en España tienen que ser de al menos un millón de euros, 200 mil en el caso de las películas de animación.

Teniendo en cuenta que el presupuesto medio de una película española fue de 3,5 millones en 2022 según el ICAA, parece claro que se trata de potenciar los rodajes internacionales e trata de potenciar los rodajes, así como de favorecer las superproducciones, muy escasas en España. Aquí, al contrario. En nuestro país, al contrario que en Estados Unidos, los presupuestos de las películas no se hacen públicos ni figuran en los datos del Ministerio. Un repaso breve a las películas de esta década nos permite comprobar que solo dos títulos de animación como *Tadeo Jones. La tabla esmeralda* (11 millones) y *Momias* (11,6 millones) y el thriller *Los renglones torcidos de Dios* (11 millones) tienen un presupuesto superior a 10 millones de euro. A su vez, la producción patria vuelve a acusar una sobreinflación de títulos: 322 el año pasado, siendo obviamente imposible no solo que un porcentaje razonable sea un éxito sino que en muchos casos lleguen a estrenarse en condiciones.

Prueba de ese interés en atraer rodajes internacionales se manifiesta también en el hecho de que se aprobara en junio del año pasado un nuevo “Procedimiento de entrada y permanencia en España de profesionales nacionales de terceros países que ejercen actividad en el sector industrial”. Se trata de un mecanismo que facilita de manera exponencial la obtención de un visado de trabajo, permite trabajar 180 días sin solicitar autorización de residencia y de trabajo y extiende esos privilegios a los cónyuges e hijos de los trabajadores del sector audiovisual, entre otras ventajas.

No hay cambios en los porcentajes de deducción. Actualmente, los inversores pueden aorrarse un 30% del primer millón de euros de la base y el 25% para el exceso de dicho importe. Los productores, por su

parte, reclaman con insistencia que se aumenten esos descuentos a como mínimo el 35 y el 30 por ciento. El importe máximo tampoco cambia, del 50% del presupuesto total de la producción, sumando también el importe de ayudas percibidas manteniendo el tradicional equilibrio fifty/fifty de inversión pública y privada. Donde sí hay mejoras es en el aumento de la deducción hasta el 85% para cortometrajes, el 80% para producciones a cargo de noveles con un presupuesto no superior a 1 millón y medio, producciones rodadas íntegramente en alguna de las lenguas cooficiales, o dirigidas por personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33%. En el caso de



películas dirigidas exclusivamente por directoras, con un especial valor cultural o artístico, documentales u obras de animación de presupuesto inferior a 2 millones y medio, los inversores podrán deducirse hasta un 75%. También se fomenta las coproducciones con Europa y los países iberoamericanos aumentando al 60% el máximo de ahorro fiscal.

La inversión privada en producciones audiovisuales se sigue canalizando a través de las famosas AIE (Agrupaciones de Interés Económico), entidades con personalidad jurídica y mercantil con estructuras financieras flexibles. Muy frecuentes en el cine español, son tan amadas como temidas por otros, que

consideran que son demasiado complejas y ofrecen poca seguridad jurídica. Cuando funcionan tienen una virtud indiscutible y es que también permiten compensar las bases imponibles negativas, que son una parte importante de la bonificación fiscal que pueden obtener los inversores.

Según datos presentados por María González Veracruz en Málaga, la política de los últimos años de fomentar las deducciones fiscales está funcionando. En 2019, hubo 345 beneficiarios del incentivo fiscal a la producción de obras españolas, por un importe de 19,5 millones de euros. En 2020, en plena pandemia, los beneficiarios fueron 270, por un importe de



16,5 millones de euros. Las estimaciones para 2021 es llegar a 248 beneficiarios, por un importe total de 90,95 millones de euros, mientras que en 2022 serían 608 los beneficiarios del incentivo fiscal a la producción, por una cantidad que alcanzaría los 153 millones de euros.

CANARIAS, PAÍS VASCO Y NAVARRA

Las Comunidades Autónomas también son fundamentales. Canarias es el caso más claro de éxito. En su propia página web, la Canarian Film Commission presume del “sistema de incentivos fiscales a la producción cinematográfica y audiovisual más potente de toda Europa”. Ofrece un 50-45% de deducción directa para producciones internacionales y un 50-45% de deducción por inversión en producciones o coproducciones españolas.

Rambo: Last Blood, *Han Solo: Una historia de Star Wars* o *Furia de Titanes* o producciones españolas como *La estrategia del pequinés*, *4 latas* o *¿Qué te juegas?* son solo algunos de los títulos rodados allí. En 2021 se rodaron más de 155 producciones con una inversión cercana a los 100 millones de euros. Incluso en 2020 fueron 80 producciones. Con un sistema que obliga a las productoras extranjeras a contratar a compañías locales, ha propiciado la aparición de numerosas empresas vinculadas al sector. Por su parte, el País Vasco ofrece las deducciones más elevadas del mundo, un 70%. Comenzó la puja Bizkaia, ofre-



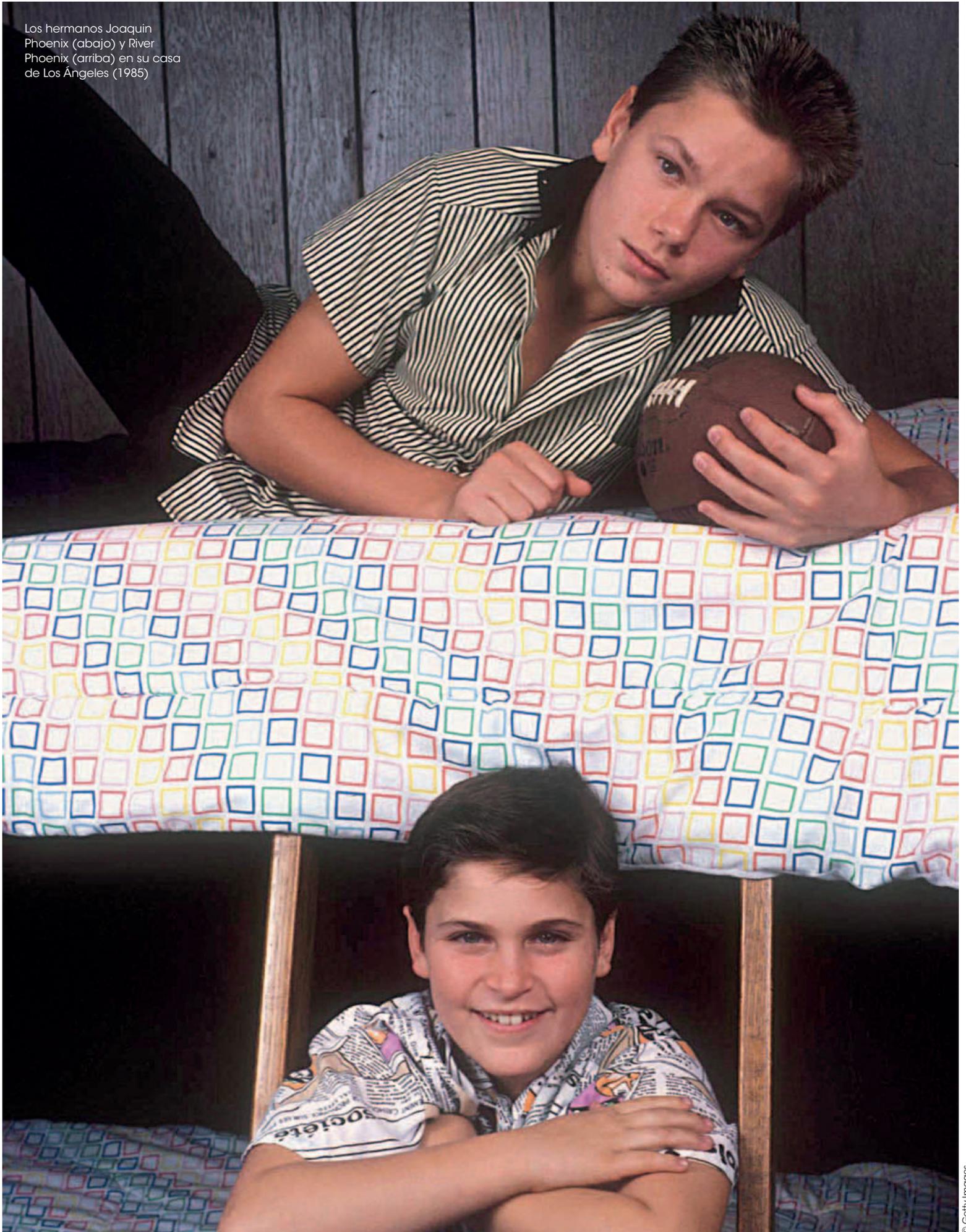
Abajo a la izquierda, *Rambo: Last Blood*, rodada en Tenerife. La comunidad de Canarias ha sido pionera la hora de apostar por los subsidios fiscales. Arriba, *Cinco lobitos*, rodada en Bizkaia, que ofrece hasta un 70% de beneficios fiscales, y Alden Ehrenreich en *Han Solo: Una historia de Star Wars*, rodada en Fuerteventura

ciendo desde el uno de enero de 2023 hasta un 70% de quita para películas habladas en euskera y del 60% para todas las demás (en la legislación estatal es un 35%) y luego le han seguido las otras dos provincias vascas, Alava y Gipuzkoa, igualando la oferta. En 2022, Bizkaia, donde se han rodado grandes éxitos españoles como *Cinco lobitos*, *El cuarto pasajero* o la serie de Netflix *Intimidación*, acogió 166 rodajes, de los cuales 94 fueron proyectos vascos y 47 de otras partes de España.

BO

©Stock (1); Encanta Films (1); Lionsgate (1); Lucasfilm/Walt Disney Company (1)

Los hermanos Joaquín Phoenix (abajo) y River Phoenix (arriba) en su casa de Los Ángeles (1985)



© Getty Images

¡TU REVISTA DE CINE: BEST MOVIE!

EL CINE COMO NUNCA LO HAS LEÍDO.
PODRÁS ENCONTRARLA EN QUIOSCOS
DE LAS PRINCIPALES CIUDADES ESPAÑOLAS.
DESCÁRGATELA TAMBIÉN EN LA APP PARA
LLEVARLA SIEMPRE CONTIGO.



EN QUIOSCOS
y TIENDAS DIGITALES



INCREÍBLEMENTE INSPIRADA EN HECHOS REALES



ME HE

HECHO

VIRAL

11 OCTUBRE SOLO EN CINES

STUDIO CITY BOWFINGER ME HE HECHO VIRAL LA POLICIA S.R.L. Warner Bros. M+ glow MOCAMBO cre 3 INCAA Argentina WARNER BROS.

NO RECOMENDADA PARA MENORES DE DOCE AÑOS