

HUELGAS Y NUBES EN EL HORIZONTE

En el momento de escribir estas líneas, las negociaciones entre AMPTP (Alianza de Productores de Cine y Televisión) y SAG-AFTRA (Sindicato de Actores de Pantalla - Federación Estadounidense de Artistas de Radio y Televisión) se han detenido bruscamente, justo cuando parecía vislumbrarse una luz al final del túnel. Los estudios estadounidenses se han retirado, afirmando que “la brecha entre AMPTP y SAG-AFTRA es demasiado grande y la conversación ya no avanza en una dirección productiva”. Sin duda, las negociaciones están destinadas a reanudarse, ya que este estancamiento no beneficia a nadie, pero, a medida que pasa el tiempo, en América del Norte comienzan a verse los efectos perjudiciales de estos meses de huelga a corto y largo plazo. No solo los estudios continúan perdiendo cientos de millones de dólares, sino también, a principios de octubre, se registró que más de 45000 profesionales estadounidenses ya habían perdido sus empleos debido a esta situación de estancamiento (a pesar de los fondos anunciados en apoyo a la industria); sin mencionar las empresas que han quebrado. Basta pensar en todas las compañías relacionadas con el mundo audiovisual que se han visto contra las cuerdas de la noche a la mañana, en

muchos casos con actividades completamente paralizadas.

Aunque la resolución de la huelga se juega exclusivamente en suelo estadounidense, el próximo año todos los mercados internacionales, incluida España, tendrán que gestionar las repercusiones en la oferta cinematográfica. De hecho, si por el momento hay pocos cambios importantes en el calendario de estrenos de este año (*Rivales*, *Dune 2*, *Ghostbusters* y *Kraven*), según los informes, ya en el primer semestre de 2024 existe el riesgo de que haya períodos sin grandes *blockbusters* en el calendario (y respecto al segundo semestre aún hay incertidumbres). Mucho dependerá de cuán rápido AMPTP y SAG-AFTRA logren encontrar un acuerdo común, pero mientras tanto, el mercado (ahora nos referimos al mercado español) deberá mostrarse decidido para enfrentar otro período complicado, en el que, sin embargo, se abren oportunidades. Las distribuidoras deberán tener la previsión de llevar a las salas producciones españolas y contenido medio en los momentos de menor actividad, compensando los vacíos inevitables que se crearán y manteniendo alta la atención en la gran pantalla. Siempre tratando de comunicar de la mejor manera los títulos, para recordar al público que el cine está vivo y sigue siendo atractivo.

por Paolo Sinopoli