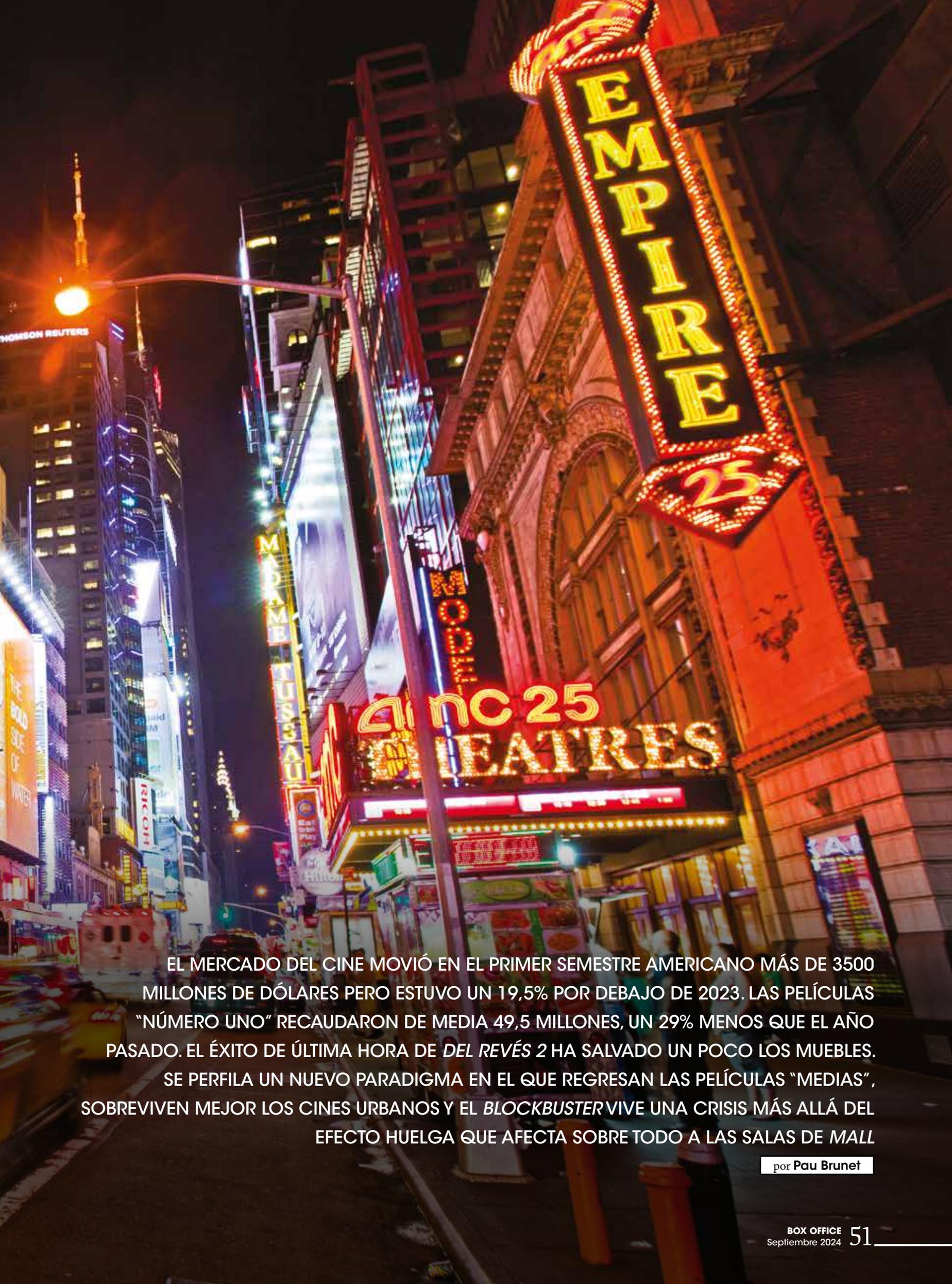




ESTADOS UNIDOS: MALOS RESULTADOS, BUENOS AUGURIOS Y UNA CRISIS DE IDENTIDAD



EL MERCADO DEL CINE MOVIÓ EN EL PRIMER SEMESTRE AMERICANO MÁS DE 3500 MILLONES DE DÓLARES PERO ESTUVO UN 19,5% POR DEBAJO DE 2023. LAS PELÍCULAS "NÚMERO UNO" RECAUDARON DE MEDIA 49,5 MILLONES, UN 29% MENOS QUE EL AÑO PASADO. EL ÉXITO DE ÚLTIMA HORA DE *DEL REVÉS 2* HA SALVADO UN POCO LOS MUEBLES. SE PERFILO UN NUEVO PARADIGMA EN EL QUE REGRESAN LAS PELÍCULAS "MEDIAS", SOBREVIVEN MEJOR LOS CINES URBANOS Y EL *BLOCKBUSTER* VIVE UNA CRISIS MÁS ALLÁ DEL EFECTO HUELGA QUE AFECTA SOBRE TODO A LAS SALAS DE MALL

por Pau Brunet

La magia de la sala de cine sigue atrayendo importantes masas de espectadores en todo el mundo y generando un volumen de negocio y visibilidad relevante. Si 2023 se caracterizó por una importante recuperación en la venta de entradas, 2024 está siendo lo contrario

y abre de nuevo debates sobre la sostenibilidad de las propias salas. Pero, ¿cómo dudar de un mercado que sigue generando un volumen de negocio de más de 3.500 millones de dólares? Las cifras que se han observado en Estados Unidos durante la primera mitad del año pueden percibirse como una crisis relevante, pero también pueden ser una forma de analizar y entender el nuevo paradigma en el que se encuentra la industria de exhibición y producción cinematográfica. Además, estas cifras, junto con las de 2022 y 2023, sirven como marco para reformular la forma de entender los resultados de la taquilla en el presente sin vivir a la sombra de un pasado como la década de 2010-2019. Una década muy dominada por macro-proyectos Marvel que generaron ritmos imposibles de sostener.

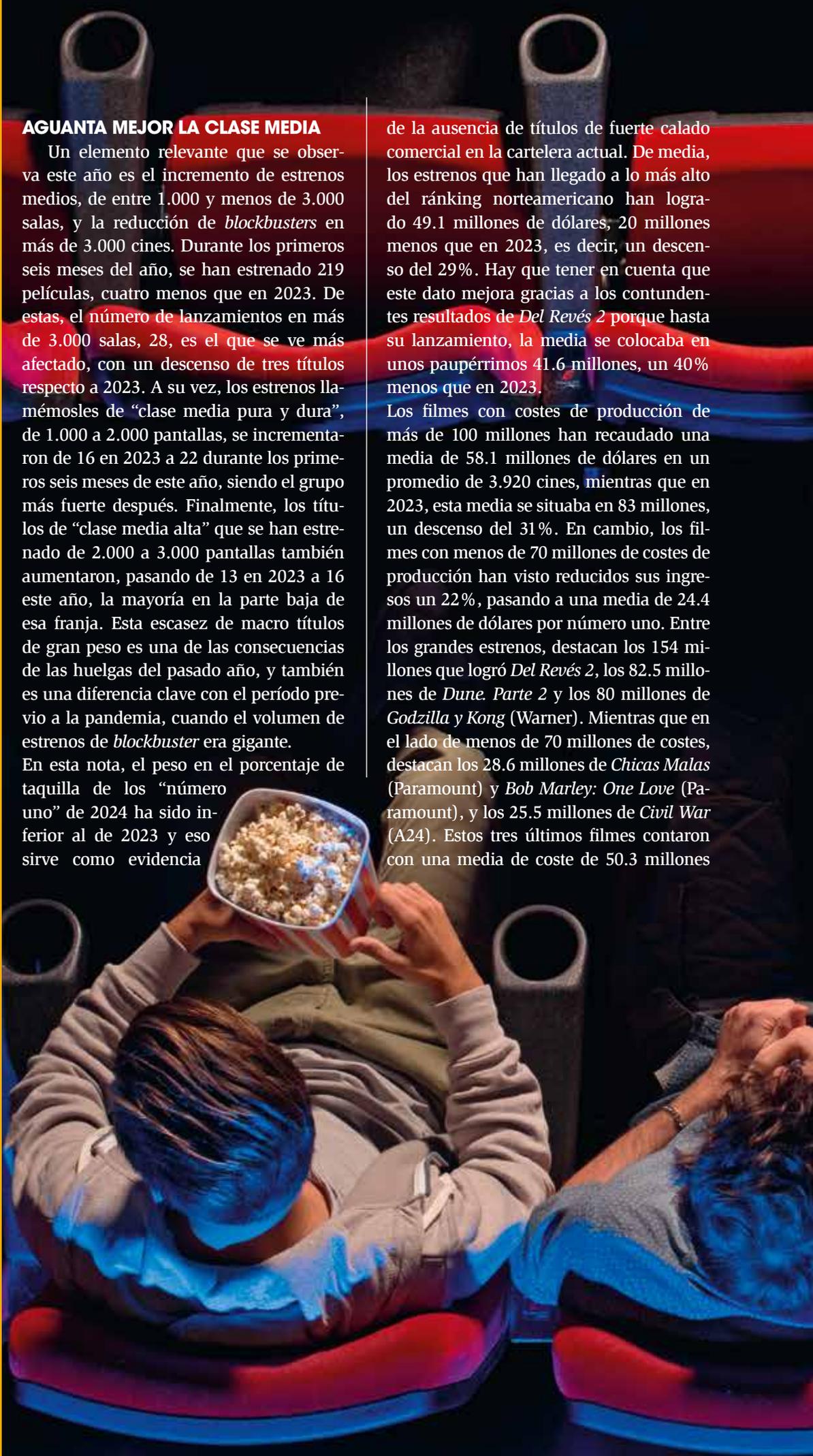
Durante la primera mitad de 2024, los cines norteamericanos han recaudado 3.552 millones de dólares, lo que supone una caída relevante del 19.5% respecto al mismo periodo de 2023, equivalente a 1.000 millones de dólares. Durante la primera mitad de 2023, la taquilla americana fue capaz de generar 4.400 millones de dólares, cifra que aumentaría acto seguido hasta los 6.575 millones gracias a un espectacular julio y un óptimo agosto. Sin embargo, en este 2024, solo el mes de marzo logró tomar ventaja sobre 2023 gracias a los 749.2 millones de dólares que se lograron gracias a las enormes cifras de *Dune: Parte 2* (Warner). Y junio salvó los muebles favorecido por el desmedido éxito de *Del Revés 2* (Disney) y *Bad Boys: Ride or Die* (Sony), lo que le permitió alcanzar 962.5 millones, un 3.9% menos que en 2023. Durante el resto de 2024, la diferencia con el pasado año fue bastante abismal, con un abril que ha supuesto no solo la mitad de 2023 sino un 24.6% menos que 2022 y a mucha distancia de 2017-2019. Los meses de enero, febrero y mayo se movieron con descensos que oscilaron entre el 15 y el 29% respecto a 2023.

AGUANTA MEJOR LA CLASE MEDIA

Un elemento relevante que se observa este año es el incremento de estrenos medios, de entre 1.000 y menos de 3.000 salas, y la reducción de *blockbusters* en más de 3.000 cines. Durante los primeros seis meses del año, se han estrenado 219 películas, cuatro menos que en 2023. De estas, el número de lanzamientos en más de 3.000 salas, 28, es el que se ve más afectado, con un descenso de tres títulos respecto a 2023. A su vez, los estrenos llamémosles de “clase media pura y dura”, de 1.000 a 2.000 pantallas, se incrementaron de 16 en 2023 a 22 durante los primeros seis meses de este año, siendo el grupo más fuerte después. Finalmente, los títulos de “clase media alta” que se han estrenado de 2.000 a 3.000 pantallas también aumentaron, pasando de 13 en 2023 a 16 este año, la mayoría en la parte baja de esa franja. Esta escasez de macro títulos de gran peso es una de las consecuencias de las huelgas del pasado año, y también es una diferencia clave con el período previo a la pandemia, cuando el volumen de estrenos de *blockbuster* era gigante. En esta nota, el peso en el porcentaje de taquilla de los “número uno” de 2024 ha sido inferior al de 2023 y eso sirve como evidencia

de la ausencia de títulos de fuerte calado comercial en la cartelera actual. De media, los estrenos que han llegado a lo más alto del ranking norteamericano han logrado 49.1 millones de dólares, 20 millones menos que en 2023, es decir, un descenso del 29%. Hay que tener en cuenta que este dato mejora gracias a los contundentes resultados de *Del Revés 2* porque hasta su lanzamiento, la media se colocaba en unos paupérrimos 41.6 millones, un 40% menos que en 2023.

Los filmes con costes de producción de más de 100 millones han recaudado una media de 58.1 millones de dólares en un promedio de 3.920 cines, mientras que en 2023, esta media se situaba en 83 millones, un descenso del 31%. En cambio, los filmes con menos de 70 millones de costes de producción han visto reducidos sus ingresos un 22%, pasando a una media de 24.4 millones de dólares por número uno. Entre los grandes estrenos, destacan los 154 millones que logró *Del Revés 2*, los 82.5 millones de *Dune. Parte 2* y los 80 millones de *Godzilla y Kong* (Warner). Mientras que en el lado de menos de 70 millones de costes, destacan los 28.6 millones de *Chicas Malas* (Paramount) y *Bob Marley: One Love* (Paramount), y los 25.5 millones de *Civil War* (A24). Estos tres últimos filmes contaron con una media de coste de 50.3 millones





y acumularon solo en Estados Unidos un total de 237 millones de dólares.

CAMBIO DE PARADIGMA

Estas cifras son un claro contraste con el periodo 2017-2019, lo que resalta mucho el cambio de paradigma en el que se encuentra la industria tanto de producción como de exhibición. Durante 2019, la media de ingresos de los estrenos en el número uno fue de 75.3 millones de dólares, a la par que en 2018, y por detrás de los espectaculares 96.8 millones que en 2018 generaron los número uno del primer semestre. Pero la diferencia más interesante la encontramos en los volúmenes de estrenos. En 2017, el número de lanzamientos en más de 3.000 cines era de 38 títulos, nueve más que este año; en 2018 fueron 31 y en 2019, 34. El otro grueso es en los estrenos de 2.000 a 3.000 salas, con una media de 20 títulos entre 2017 y 2019, y muchos en la parte alta de esa franja. Finalmente, los títulos estrenados en 1.000 a 2.000 salas solo fueron seis en 2019, diez en 2018 y ocho en 2017, lo que supone que la suma de los tres años es equivalente a lo que se ha visto en 2024.

Aun con la perspectiva de incluir las consecuencias de las huelgas, la bajada de venta de entradas respecto a los años de 2017 a 2019 ha encendido alarmas en la indus-

tria. La evidencia es que hay una tendencia a la baja en los grandes macro-estrenos, y una subida importante en estrenos moderados de corte más independiente. Durante 2024, la caída de espectadores se coloca en un 45% respecto a ese periodo, equivalente a un estimado de 280 millones de espectadores menos por año. Esta diferencia se nota contundentemente en la falta de grandes títulos, ya que si en 2024 solo un filme superó una apertura de más de 100 millones, en 2019 fueron tres, en 2018 cinco y en 2017 cuatro, con películas como *Endgame* superando los 350 millones o los films de *Black Panther* o *Infinity War* superando los 200 millones. La falta de lanzamientos fuertes de la factoría Marvel y Disney (hay que resaltar los enormes éxitos de los remakes en imagen real de *La Bella y la Bestia* y *Aladdín*) se ha hecho notar. Si este panorama tan diferente al pasado se mantiene en el resto del año, incluso con productos fuertes, toca entender que el paradigma actual no tiene nada que ver con el de la década de 2010-2019 y, ante ello, las comparaciones serían poco positivas, así como abre otras conversaciones sobre el estado de las salas.

Mantener el ojo en los periodos de 2017 a 2019 obliga a seguir pensando que la industria de la exhibición en salas es capaz de mantener el rit

en esos tiempos no solo era capaz de lanzar entre cinco y diez macro-films más por semestre, sino también capaz de vender casi el doble de entradas. Incluso con los éxitos de *Del Revés* (Disney), *Bad Boys* (Sony), o previsiblemente los de *Gru 4* (Universal) y *Deadpool* y *Lobezno* (Disney), toca preguntarse, ¿tiene sentido un volumen de salas de exhibición desorbitado? Esta puede ser la pregunta más traumática en estos momentos y de difícil respuesta, pero sí es pertinente pensar que el pasado de excesos y enormes volúmenes de venta y copias ya no está. Esto se enlaza con que la potencial crisis de grandes *blockbusters* afecta y afectará contundentemente a la parte de exhibición de los multicines de centros comerciales.

Una de las noticias más interesantes de este semestre fue la compra de Sony de la cadena de salas Alamo, 35 complejos de multisalas en 28 poblaciones de Estados Unidos. La característica clave de esta cadena es que sus complejos están todos situados en grandes centros urbanos, apostando más por el concepto de barrio que el de centro comercial, y con el objetivo de atraer una audiencia hipster, moderna, urbana y cinéfila. Durante 2023, el crecimiento de los Alamos fue muy elevado comparado con el resto, y durante 2024 la cadena sigue creciendo en volumen de ventas mientras otros macro multicines descienden su venta de entradas. Conectando los puntos anteriores, es factible pensar que hay un cambio de tendencia en el que los espectadores potenciales se mantienen y crecen en las grandes ciudades y centros urbanos de ciudades medianas, mientras decrecen en los centros comerciales como consecuencia de cambios de hábitos tanto en el uso de esos espacios como el auge de las plataformas digitales.

En los próximos meses, este análisis seguirá y añadirá algunos de los resultados del verano y el otoño, donde las salas van a recibir varios candidatos a grandes éxitos. Con todo, el verano se perfila como una época difícil para recuperar el terreno no andado respecto a 2023 ya que los resultados de julio y agosto del año pasado fueron espectaculares. La presencia no solo de *Barbie* (Warner) y *Oppenheimer* (Universal), si no también de títulos de altos vuelos como *Misión: Imposible. Sentencia Mortal* (Paramount), *Indiana Jones y el dial del destino* (Disney), *Megalodón 2* (Warner), y un largo etcétera.

BO

Gettyimages(1), shutterstock(2)