

# BOXOFFICE

AÑO III - N. 4 - ABRIL 2024

WWW.ENFOQUEAV.ES

**REPORT FECE**  
Todas las cifras del cine  
en España en 2023

**SALAS**  
No, el cine no  
es muy caro



## ANÁLISIS

El reino de la comedia  
en el cine español

## AYUDAS

Lo que las comunidades  
autónomas destinan al  
audiovisual



# ACTORES SÍ, PERO TAMBIÉN PRODUCTORES

LEONARDO DICAPRIO, EMMA STONE, MARGOT ROBBIE EN HOLLYWOOD O SANTIAGO SEGURA Y PENÉLOPE CRUZ EN ESPAÑA, CADA VEZ MÁS ESTRELLAS HAN DECIDIDO ABRIR SUS PROPIAS PRODUCTORAS PARA REALIZAR LAS PELÍCULAS EN LAS QUE ACTÚAN, PERO NO SOLO: ES UNA MANERA DE TENER MÁS CONTROL SOBRE SUS CARRERAS, Y TAMBIÉN DE CAPITALIZAR SU FAMA E IMPONER UNA NUEVA IDEA DE CINE QUE DESAFÍE LOS CÁNONES ESTABLECIDOS POR LA INDUSTRIA





UNA PELÍCULA DE  
KIKE MAILLO

**JAIME LORENTE, ALBERTO AMMANN, ALEJANDRO SPEITZER Y BLANCA SUÁREZ**

DEPLANETA MEDIA PRODUCCIONES: MADRE ES PERFECTO P.C. S.L., LA CHICA DE LA CUBA S.L. Y RUMBA BOLSA A.E. EN CO-PRODUCCIÓN CON DOO FILMS. PRODUCCIÓN DE FILM FACTORY ENTERTAINMENT S.L. CO-PRODUCCIÓN GOBIERNO DE ESPAÑA Y FUNDOS VANE. CO-PRODUCCIÓN DE CREA 300  
 CON IVÁN PELLICER, POL GRANCH, ALBERTO BARO, JAVIER MORGADO  
 CON ANNA GONZÁLEZ PASCOA Y GONNAR VINYET ESCOBAR. MÚSICA POR PAULA CRUZ Y SERRIO LOPEZ. EDICIÓN POR ANDRÉS FERRER. MONTAJE POR JORDI BOTI GARCÍA-SOLÍS. DISEÑO DE SONIDO JULIANA LASQUEN. ARTE DE MARC WALTER. VESTUARIO MARC WIND. MAQUILLAJE MARTI ROSA  
 MONTAJE DE CÁMERA: KIKÉ MAILLO Y MARÍA LIBERTAD. DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN JOSÉ LUIS JIMÉNEZ. DIRECCIÓN DE CASTING TERESA PLAN. DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN ALBERTO ARANDA Y CHRISTOPHER NOEL. PRODUCTORES EJECUTIVOS JESÚS ALJER KADOL Y FILM MUSIC S.L. PRODUCTOR EJECUTIVO KIKÉ MAILLO  
 DIRECCIÓN DE KIKÉ MAILLO



**17 DE MAYO EN CINES**

# ES MEJOR ESTAR PREPARADOS

Después de las huelgas de guionistas y actores que el año pasado paralizaron Hollywood durante varios meses, con consecuencias aún visibles, desde Estados Unidos parece acercarse el espectro de una nueva huelga. Esta vez podría ser el turno de los equipos técnicos cinematográficos, que estarían listos para luchar con los estudios por mejores condiciones contractuales. Desde hace varios meses circulaban rumores sobre esta potencial nueva huelga prevista para el verano de 2024, aunque pocos parecían creer en estos rumores. Sin embargo, estas voces podrían pronto resultar fundadas. En el momento de ir a la imprenta, ya han comenzado negociaciones entre la Alliance of Motion Picture and Television Producers y tres sindicatos: International Brotherhood of the Teamsters (transportistas), y International Alliance of Theatrical Stage Employees y Hollywood Basic Crafts, que protegen varios elementos de los equipos cinematográficos sin los cuales los sets no podrían seguir adelante. Tres sectores que, aunque llevan a cabo

reuniones por separado, pretenden ratificar conjuntamente los nuevos contratos antes del vencimiento. Ciertamente, la perspectiva de una nueva huelga intimida no solo a Hollywood, sino también al resto de la industria cinematográfica mundial. Pero independientemente de lo que suceda, es importante anticiparse y estar preparados. Debemos estar alerta para absorber un creciente número de producciones cinematográficas estadounidenses que, con tal de mantener los motores encendidos, podrían venir a filmar a España. Sin contar con el virtual aumento de oportunidades, empezando por el nacimiento de nuevas coproducciones y producciones ejecutivas. Y esto requiere que el sistema cinematográfico español esté con los ojos abiertos en todos los frentes y pueda contar con regulaciones claras que faciliten este tipo de colaboración con los estudios estadounidenses. Tal vez todo permanezca igual y no ocurran más huelgas en ultramar. Pero saber de esta posibilidad no es lo mismo que no saberlo.

por Paolo Sinopoli

# 8

EN PORTADA

## ACTORES SÍ, PERO TAMBIÉN PRODUCTORES

Leonardo DiCaprio, Emma Stone, Margot Robbie en Hollywood o Santiago Segura y Penélope Cruz en España, cada vez más estrellas han decidido abrir sus propias productoras para realizar las películas en las que actúan, pero no solo: es una manera de tener más control sobre sus carreras, y también de capitalizar su fama e imponer una nueva idea de cine que desafíe los cánones establecidos por la industria



© Getty Images (12)



# 26

## 6

NEWS

## 14

ANÁLISIS

### TODAS LAS CIFRAS DEL CINE EN ESPAÑA EN 2023

El informe anual de FECE arroja luz sobre una recuperación prolongada pero imparable mejorando en 2023 un 26% la taquilla y un 31% la recaudación respecto a 2022

## 18

SALAS

### NO, EL CINE NO ES MUY CARO

El precio medio de la entrada en España no solo no ha subido en la última década si no que ha descendido de los 6,29 euros de 2013 a los 6.10 de 2023. Además, los precios siguen estando muy por debajo del entorno europeo

## 22

INFORME

### EL CINE EUROPEO, MÁS PRESENTE EN CINES QUE EN PLATAFORMAS

Un europeo necesitaría 166 días, sin dormir, para ver las 40 mil películas disponibles. El VoD es el 88% de la oferta. El cine de la UE tiene un 62% de la cuota en cines frente al 36% en TVOD. Datos del Observatorio Europeo del Audiovisual



# 14



**26**

ANÁLISIS

## EL REINO DE LA COMEDIA EN EL CINE ESPAÑOL

Seis de las diez películas españolas más taquilleras de los últimos diez años son comedias, 13 de las 20. Su recaudación supone un 70% del total de las 20 más taquilleras de la última década

**30**

AYUDAS

## LO QUE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DESTINAN AL AUDIOVISUAL

España cuenta con diecisiete Comunidades Autónomas y todas dan ayudas al audiovisual. Repasamos la inversión que se realizó en cada una en 2023

**34**

INVESTIGACIÓN

## MÁS INCENTIVOS, MENOS AYUDAS DIRECTAS

El Observatorio Europeo del Audiovisual publica un informe sobre la financiación de las películas entre 2016 y 2020 para concluir que el respaldo público aumenta un 2,6 por las bonificaciones

**40**

FOCUS

## FESTIVAL DE CANNES Y LA TAQUILLA

Con el éxito reciente de *Anatomía de una caída* o *Perfect Days* y fenómenos como *Parásitos*, a las puertas de un nuevo Festival de Cannes analizamos una década en taquilla. La Palma de Oro es sinónimo de prestigio, pero cada vez más también de negocio

**44**

FOCUS

## EL PODER SOCIAL DE LAS ESTRELLAS

Las cuentas de las estrellas en las diferentes redes sociales, especialmente en Instagram, se han vuelto cada vez más centrales en las estrategias de promoción y marketing para el lanzamiento de películas

**50**

INVESTIGACIÓN

## EUROPA, LA AFLUENCIA DE LOS CINES SIGUE CRECIENDO

En el primer año completamente post-pandémico (aunque condicionado en su final por las huelgas en Hollywood), los cines del Viejo Continente recuperan terreno con un aumento del +18% respecto a 2022

**52**

CINES HISTÓRICOS

## CINES CALLAO, UN ICONO DE MADRID

A punto de cumplir los 100 años este emblema art déco de la Gran Vía sigue siendo escenario de glamorosos estrenos

# BOXOFFICE

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA  
AÑO III - N° 4  
ABRIL 2024

Director responsable Vito Sinopoli

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

En sala de redacción Valentina Tortaschi  
Han colaborado Juan Sardà Frouchtmann, Cristiano Bolla, Pau Brunet, Marco Cacioppo, Elisa Grandó, Javier Yuste, Fernando Muñoz, Laura Pérez Gómez, José Suay Alamo

Maquetación y fotolitos Emmegi Group Milano

Coordinación gráfica a cargo de Alda Pedrazzini

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

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

Impresión JOMAGAR

C/ Moraleja de Enmedio, 16. Pol. Ind. N° 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-uesse.es

Este número de Box Office se terminó de imprimir el 13 de Febrero 2024



## 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



LEA LAS ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE ENFOQUEAV.ES



## KINEPOLIS CELEBRA SUS 25 AÑOS EN ESPAÑA

En 1999, a ritmo de gaitas, se inauguraba en Madrid el primer complejo de la cadena de exhibición belga Kinepolis en España. 25 años después, no solo sigue a pleno rendimiento su megacine de Ciudad de la Imagen, que con 25 salas fue un tiempo el más grande del mundo, sino que la cadena se ha expandido a Valencia, Granada o Barcelona y cuenta con 10 mutisalas. Para celebrarlo, celebró en su primera sede una jornada especial en la que participó la Film Symphony Orchestra, el público pudo ver antes de la fecha de estreno algunos joyas sin faltar pequeños "obsequios" cinematográficos.



## JORDI OLIVA DEJA LA PRESIDENCIA DE PROA

Relevo en la presidencia de Proa, la Federación de Productoras Audiovisuales, centrada en Catalunya, tras la renuncia de Oliva después de tres años en el cargo. Le sustituye de manera interina Ferran Cera hasta que se lleven a cabo nuevas elecciones el próximo año.

## 1.712 MILLONES PARA EL SPAIN AUDIOVISUAL HUB

Formando parte de la segunda fase del Plan de Recuperación, dotado de 40 mil millones de fondos europeos, el Spain Audiovisual Hub ha recibido 1.712 millones de euros para sufragar préstamos a través del ICO que podrán amortizarse hasta 2036 en condiciones

ventajosas. El objetivo es "financiar proyectos del sector audiovisual para mejorar la inversión privada y mejorar el acceso a la financiación de proyectos relacionados con el cine, televisión, generación de contenidos, cultura digital" así como "contenidos multimedia" como videojuegos.



## UNA OFICINA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA CONTROLAR LA IA

El Consejo de Ministros ha aprobado, a propuesta del Ministro de Cultura Ernest Urtasun, la esperada y largamente anunciada Oficina de Propiedad Intelectual con el fin de garantizar "el derecho a la creación de los artistas españoles y proteger su autoría". Se marca cinco objetivos como "adaptar el marco jurídico a la Inteligencia Artificial", "combatir incumplimientos en materia de derechos de autor", "liderazgo internacional en el debate", "informar y sensibilizar" así como el "control de gestión de las agencias de derechos de propiedad intelectual".



## IMAX AUMENTA SUS INGRESOS UN 25% EN 2023

IMAX Corporation recaudó el año pasado 375 millones de euros pese a la caída de ingresos en el tercer y cuarto trimestre. La compañía logró un récord de taquilla en América del Norte. *Oppenheimer* fue la película más exitosa.

## NUEVO FORO DE CO-PRODUCCIÓN INTERNACIONAL DE ECAM

Del próximo 10 al 13 de junio tendrá lugar en Madrid ECAM FORUM, un nuevo foro de co-producción con marcado perfil internacional. Concurrirán proyectos en programas impulsados por la propia ECAM como La incubadora para largometrajes junto a otros con potencial internacional en fase de desarrollo y posproducción, seleccionados mediante convocatoria, a sumar algunos que ya han pasado por festivales y programas de desarrollo como Cannes FOCUS COPRO, BAM Bogota, Malaga MAFF, IKUSMIRA/ Festival de San Sebastián.



© Shutterstock (1); Courtesy of Kinepolis (2); Courtesy of Spain Audiovisual Hub (1); Courtesy of PROA (1)



JEAN-PAUL ROUVE

KIM HIGELIN

ADAPTACIÓN DE LA NOVELA « EL CONSENTIMIENTO » DE VANESSA SPRINGORA

© ÉDITIONS GRASSET & FASQUELLE, 2020 - PARÍS, FRANCIA

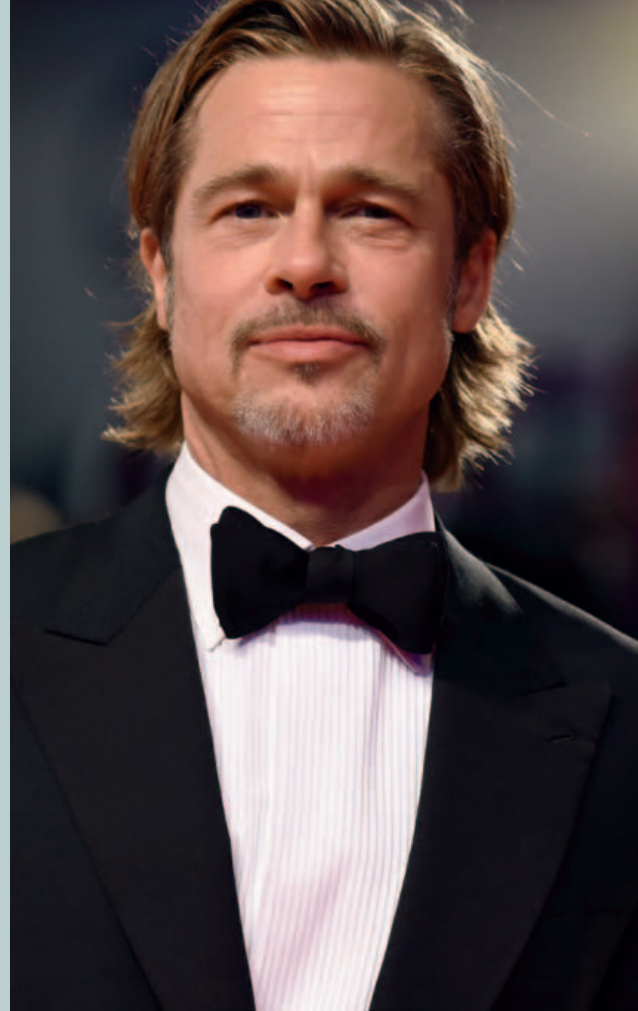
TRADUCIDA AL ESPAÑOL POR EDITORIAL LUMEN

EL  
**CONSENTIMIENTO**

UN FILM DE VANESSA FILHO

LAETITIA CASTA

**ESTRENO SOLO EN CINES EL 19 DE ABRIL**



# ACTORES SÍ, PERO TAMBIÉN



LEONARDO DICAPRIO, EMMA STONE, MARGOT ROBBIE EN HOLLYWOOD O SANTIAGO SEGURA Y PENÉLOPE CRUZ EN ESPAÑA, CADA VEZ MÁS ESTRELLAS HAN DECIDIDO ABRIR SUS PROPIAS PRODUCTORAS PARA REALIZAR LAS PELÍCULAS EN LAS QUE ACTÚAN, PERO NO SOLO: ES UNA MANERA DE TENER MÁS CONTROL SOBRE SUS CARRERAS, Y TAMBIÉN DE CAPITALIZAR SU FAMA E IMPONER UNA NUEVA IDEA DE CINE QUE DESAFÍE LOS CÁNONES ESTABLECIDOS POR LA INDUSTRIA

por Elisa Grando y Juan Sardà Frouchtmann





A la izquierda, Margot Robbie y Brad Pitt. A la derecha, Leonardo DiCaprio y Penélope Cruz



# PRODUCTORES

# E

n el Top 10 global de películas con mayores ingresos en 2023, tres comparten una característica común: son producidas por sus actores protagonistas. El caso más destacado es el de *Barbie* de Greta Gerwig, fuertemente impulsado por Margot Robbie, quien trabajó durante seis años para llevar a cabo el titánico proyecto con su compañía de producción LuckyChap, fundada en 2014 junto a su esposo Tom Ackerley y su amigo Josey McNamara. Pero en el quinto lugar de la taquilla también está *Fast X*, producida al igual que las películas anteriores de la saga por la productora One Race de Vin Diesel, quien abrió la productora en 1995; y en la octava posición se encuentra *Misión imposible: Sentencia mortal - Parte 1*, producida por el propio Tom Cruise con su empresa TC Productions. No se trata de casos aislados, parece que los actores y las actrices que han decidido abrir sus propias productoras, desde Leonardo DiCaprio hasta Jessica Chastain, desde Brad Pitt hasta Emma Stone, son numerosos los ejemplos,

y sus proyectos son cada vez más centrales en el mercado cinematográfico mundial. La mayoría se centra en producir películas en las que también actúan, pero muchas estrellas colocan la actividad de producción al mismo nivel que la actuación. Y no se trata solo del placer de dar forma a sus propios proyectos de manera (casi) independiente. La mayoría, de hecho, se inclina por correr riesgos y desafiar los cánones impuestos por los grandes estudios. También hay un esfuerzo por reducir la brecha de género en los roles protagónicos de Hollywood, un desafío que sobre todo las actrices productoras se han tomado muy en serio.

En el principio estaba Mary Pickford, la diva del cine mudo fue una de las primeras en convertirse en productora al cofundar United Artists en 1919. Un siglo después, Margot Robbie fundó LuckyChap con el objetivo específico de favorecer proyectos dirigidos por mujeres en los que el personaje femenino no fuera siempre subordinado al protagonista masculino. La primera pe- ➤

De izq. a dcha., Tom Cruise, Robert Downey Jr. junto a su esposa y coproductora Susan Downey y Santiago Segura



lícula producida fue *Tonya* en 2017, con la propia Robbie como protagonista, seguida por *Una joven prometedor* de Emerald Fennell, donde la actriz no aparece pero que es un verdadero símbolo del *girl power* (de la misma Fennell, LuckyChap también ha producido la provocadora *Saltburn*). El megaéxito de *Barbie* ha consolidado la empresa, que ahora cuenta con trece empleados y alrededor de veinte proyectos en marcha, incluyendo una precuela de *Ocean's 11* en la que Robbie y Ryan Gosling serán, según rumores, los padres de Danny Ocean (el personaje de Clooney en la saga de ladrones), y *Naughty* de Olivia Wilde. Robbie desempeña un papel operativo y quiere estar en copia en cada correo electrónico. LuckyChap, según declaró a *Variety*, "tiene debilidad por las actrices que se convierten en escritoras y directoras como Olivia, Greta, Emerald y Megan Park". Y ella será seguramente una de las próximas en ponerse detrás de la cámara.

Por su parte, Emma Stone también decidió trabajar con su esposo, Dave McCary, fundando en 2020 la productora Fruit Tree y

asegurándose un contrato de distribución con A24, la principal compañía de cine independiente a nivel mundial. Muchos actores-productores se comprometen a ayudar a otros actores que quieren debutar como directores. Fruit Tree lo hizo con la primera película de Jesse Eisenberg, *Cuando termines de salvar el mundo*, antes de producir la serie *The Curse* y la sorprendente *Pobres Criaturas*, que, además de ganar el Globo de

Oro como mejor comedia y por la actuación de Stone, también le ha dado un Oscar a la actriz. Todos son proyectos, en resumen, con una gran dosis de inconformismo y experimentación, que probablemente habrían tenido dificultades para encontrar el favor de los grandes estudios. Las estrellas más cotizadas, por lo tanto, cuando sus carreras ya son sólidas, sienten la necesidad de dar un paso más: convertirse activamente en defensores de sus proyectos artísticos para atreverse con roles complejos (el personaje de Bella Baxter que interpreta Stone en *Pobres Criaturas* es un ejemplo claro) que pueden también abrirles el camino hacia los grandes premios.

## EL PIONERO BRAD PITT

Una historia interesante es la de Plan B Entertainment, la productora que Jennifer Aniston fundó en 2001 con su entonces esposo Brad Pitt: después de la separación, él tomó las riendas, produciendo películas ganadoras de Oscar como *12 años de esclavitud*, *The Departed*, *Moonlight*, *Érase una vez en Hollywood*, pero también *Troy* y la próxima *Beetlejuice 2*. Mientras tanto, ella abrió Echo Films con la cual produjo una de las series más exitosas de los últimos años, *The Morning Show*. Entre las productoras familiares también se encuentran la Team Downey de Robert Downey Jr. y su esposa Susan, que realizó *Las aventuras del Doctor Dolittle*, *El juez* y la serie de HBO *Perry Mason* en la que el actor no aparece. Y luego está la Brownstone Productions de Elizabeth Banks, fundada con su esposo Max Handelman, que produjo la famosa trilogía juvenil *Dando la nota* y ahora la película *El club de las luchadoras* con la nueva estrella Ayo Edebiri, además de las películas dirigidas por Banks, como la última versión de *Los Angeles de Charlie* (2019).

Entre las primeras en capitalizar su éxito como actrices para debutar en la producción se encuentra Drew Barrymore, quien con gran clarividencia a los veinte años, en 1995, dio vida a Flower Films. Con esta compañía, produjo las primeras películas de *Los ángeles de Charlie*, así como títulos icónicos de culto como *Donnie Darko* y comedias románticas como *50 primeras citas*, que la actriz interpretó y coprodujo junto a Adam Sandler. También Sandler, por otro lado, tiene su propia compañía de producción, la Happy Madison Productions, especializada en comedias y romances, no solo aquellas en las que es protagonista



En el sentido del reloj, tres actrices poderosas: Jessica Chastain, Nicole Kidman y Natalie Portman

(como *El clan de los rompehuesos*, *Os declaro marido y marido*, *Jack y su gemela*, *Garra*) sino también clásicos de la risa de los años 2000 como *¡Este cuerpo no es el mío!* y *Los calentabanquillos*. Otras veteranas en la producción son Natalie Portman, quien fundó Handsomecharlie Films en 2007, produciendo películas fuera de lo común como *Orgullo y prejuicio y zombis*, y Nicole Kidman, que con su Blossom Films reinventó efectivamente su carrera televisiva con gran éxito con series como *Big Little Lies*, *The Undoing*, *Nine Perfect Strangers* y la próxima serie *Expats*.

### UN OSCAR PARA THERON

Charlize Theron apostó con perspicacia por *Monster*, la primera película producida por su Denver & Delilah Productions, dirigida por la debutante Patti Jenkins, que le valió el Premio Oscar como Mejor Actriz Protagonista en 2004. Pero de su *factory* también salieron *El escándalo* (*Bombshell*) de Jay Roach y la serie *Mindhunter*. Jessica Chastain ha realizado con su Freckle Films todos sus éxitos más recientes, como la película *Los ojos de Tammy Faye*, que le valió el Oscar como mejor actriz en 2022, la serie *George & Tammy* y la próxima *Mother's Instinct* de Benoît Delhomme: todas historias de mujeres controvertidas con rol protagónico. Quizás la más centrada en el papel de productora sea Reese Witherspoon: en 2000 fundó Type A Films, que en 2016 se fusionó en la nueva compañía Hello Sunshine, produciendo títulos variados y cruciales como *Alma salvaje* de Jean-Marc Vallée, *Perdida* de David Fincher y, junto con sus colegas, las series *Big Little Lies* y *The Morning Show*.

Todos aseguran que cuando se producen películas en las que también se hace de protagonista, la relación con el director se complica. Por ejemplo, para asumir el papel de *Barbie*, Margot Robbie trató, dos semanas antes del rodaje, de separarse de la producción y en lugar de liderar el proyecto, se dejó guiar por Greta Gerwig. Sin embargo, según declaró, nunca dejás de ser realmente productor, ni siquiera en el set. "Como actor, generalmente tienes que adaptarte al personaje que te presentan y estás a merced del proceso de producción", dijo Emma Stone. "Como productor, en cambio, puedes apoyar a los autores de manera más significativa, no ser solo un engranaje de la máquina". Después de todo, se trata de estrellas que a menudo constituyen, con su

En el sentido del reloj, Adam Sandler, Emma Stone y Drew Barrymore



sola presencia, casi todo el valor de producción de una película: así que, todos piensan, mejor tener también un control directo como productores. Y la elección de abrir sus propias compañías puede protegerlos de contratiempos en sus carreras desde el punto de vista financiero. Su audacia y compromiso ya están cambiando Hollywood.

### ACTORES Y PRODUCTORES ESPAÑOLES

En España, no son pocos los actores que se han pasado a la producción, aunque con muy diversos grados de implicación. El caso más conocido sin duda es el de Santiago Segura, que es a la vez el director, actor y productor más exitoso de España. Tras una serie de cortos de terror *underground*, en 1998 Segura logró un éxito espectacular con *Torrente, el brazo tonto de la ley*, en la que creaba a un personaje, el policía fascistoide, medio tonto y a pesar de todo, tierno, que ya forma parte del imaginario popular español. Era una película de pequeño presupuesto y rompió la banca al atraer a más

de 3 millones de espectadores y recaudando más de 10 millones de euros que actualizados serían más de 20.

A partir de la segunda parte, titulada *Misión en Marbella*, rodada tres años después con mucho más presupuesto que la primera, Segura comienza a producirse a sí mismo a través de Amiguetes Entertainment, una compañía fundada años atrás junto a Juan Dakas, quien también participó en la producción del primer *Torrente*. Durante los siguientes años, Amiguetes produce las siguientes, y exitosas, tres partes protagonizadas por el icónico personaje. Además, la productora también produce otras películas como la comedia *El oro de Moscú* (2003), *El asombroso mundo de Borjamari* y *Pocholo* (2004), protagonizadas, pero no dirigidas por Segura o *Tensión sexual no resuelta* (2010) que obtuvieron notables resultados de taquilla.

A partir del final de la saga "torrentiana", Segura emprende un nuevo rumbo artístico, finiquita Amiguetes y comienza a producir con su nueva socia María Luisa Gutiérrez,

En el sentido del reloj, Elizabeth Banks, Antonio Banderas y Javier Bardem



productora ejecutiva de sus anteriores películas, una serie de comedias de gran éxito con la marca Bowfinger. Arrancan con *Sin rodeos* (2017), que supera los 4,5 millones de euros, y el boom llega con la saga *Padre no hay más que uno*, cuyas tres partes han recaudado más de 33 millones de euros. Además, Bowfinger ha producido otras películas como las comedias familiares *A todo tren: Destino Asturias* y su secuela, *Vacaciones de verano* (2023) o *Me he hecho viral* (2023) a sumar thrillers como *Lobo feroz* (2023) o películas juveniles como *El hombre del saco* (2023).

Segura es sin duda el actor-productor más activo de España pero no es el único. Penélope Cruz, tras participar como productora independiente en cinco películas de tipo autoral a las que “bendecía” con su propia presencia como la italiana *Volver a nacer* (2013), la sátira *Competencia Oficial* (2021) como productora ejecutiva, o el drama social *En los márgenes* (2022), acaba de dar un paso crucial en esta dirección al fundar junto a The MediaPro Studio la productora Moonlyon, anunciada en julio del año pasado. De momento, ha anunciado dos proyectos con esta nueva aventura. Por una parte, *Days of Abandonment*, que dirigirá Isabel Coixet y protagonizará Penélope Cruz, basada en una novela de Elena Ferrante. Por la otra, también ha comunicado que ella misma está dirigiendo un documental, su

debut tras la cámara, sin concretar el tema, que estará finalizado dentro de dos años.


Un astro del cine patrio como Antonio Banderas también ha producido 11 largometrajes, tanto en España como Estados Unidos en registros muy distintos. Arrancó como productor independiente con la comedia “indie” de Estados Unidos *White River Kid* (1999), que protagonizaba junto a Bob Hoskins. Su productora, Green Moon, con sede

en Málaga, su ciudad natal, nace en 2003 muy ligada a la producción de la primera película de Banderas como director, *El camino de los ingleses* (2006).

En el catálogo de Green Moon, películas muy variadas como las producciones españolas de animación, en colaboración con Kandor Graphics como *El lince perdido* (2008) y *Justin y la espada del valor* (2013) o thrillers futuristas como *Automata* (2014). Sus últimos trabajos como productor han sido la serie para Amazon sobre cantantes y músicos españoles *Escena en blanco y negro*, presentada por él mismo, y en calidad de productor ejecutivo, la película *Competencia Oficial* (2021), junto a Penélope Cruz.

Más activo en los últimos tiempos, tiene en cartera dos proyectos, *Akil*, que dirigirá él mismo, un drama sobre inmigración ambientado en España protagonizado por Melanie Griffith, y el thriller *The Monster of Florence*, basada en un best seller, que protagonizará él mismo. Eso sí, los volverá a producir él solo ya que Green Moon no figura por ninguna parte como productora.

Otro astro patrio, Javier Bardem, también ha dado pasos en la producción, siempre en películas de temática social o en las que tenga una implicación personal. Con siete películas producidas, surgen títulos como el documental *Invisibles* (2007), donde se mostraban diversas zonas del globo azotadas por la miseria; otro documental como *Sanctuary* (2019) sobre el deshielo del Ártico, o *Bigas x Bigas* (2016), dedicado al director de cine Bigas Luna, con el que trabajó en varias ocasiones. Como productor se ha implicado en solo dos largometrajes de ficción, *Los lobos de Washington* (1999) y *Loving Pablo* (2017).

Actor popular gracias a la televisión, Paco León obtuvo en 2012 un gran éxito como productor con su primera película como director, la comedia de bajo presupuesto *Carmina o revienta*. Desde entonces, ha producido también su secuela, *Carmina y Amén* (2014) y la serie para Movistar *Arde Madrid* (2018), hasta la fecha su última producción aunque ha dirigido más películas. Finalmente, Luis Tosar ha participado como productor en cuatro películas en las que también participa como actor como *18 comidas* (2010), *Crebinsky* (2011), *Operación E* (2012) y *Los fenómenos* (2014) así como la cinta de animación experimental *Psiconautas* (2015). 

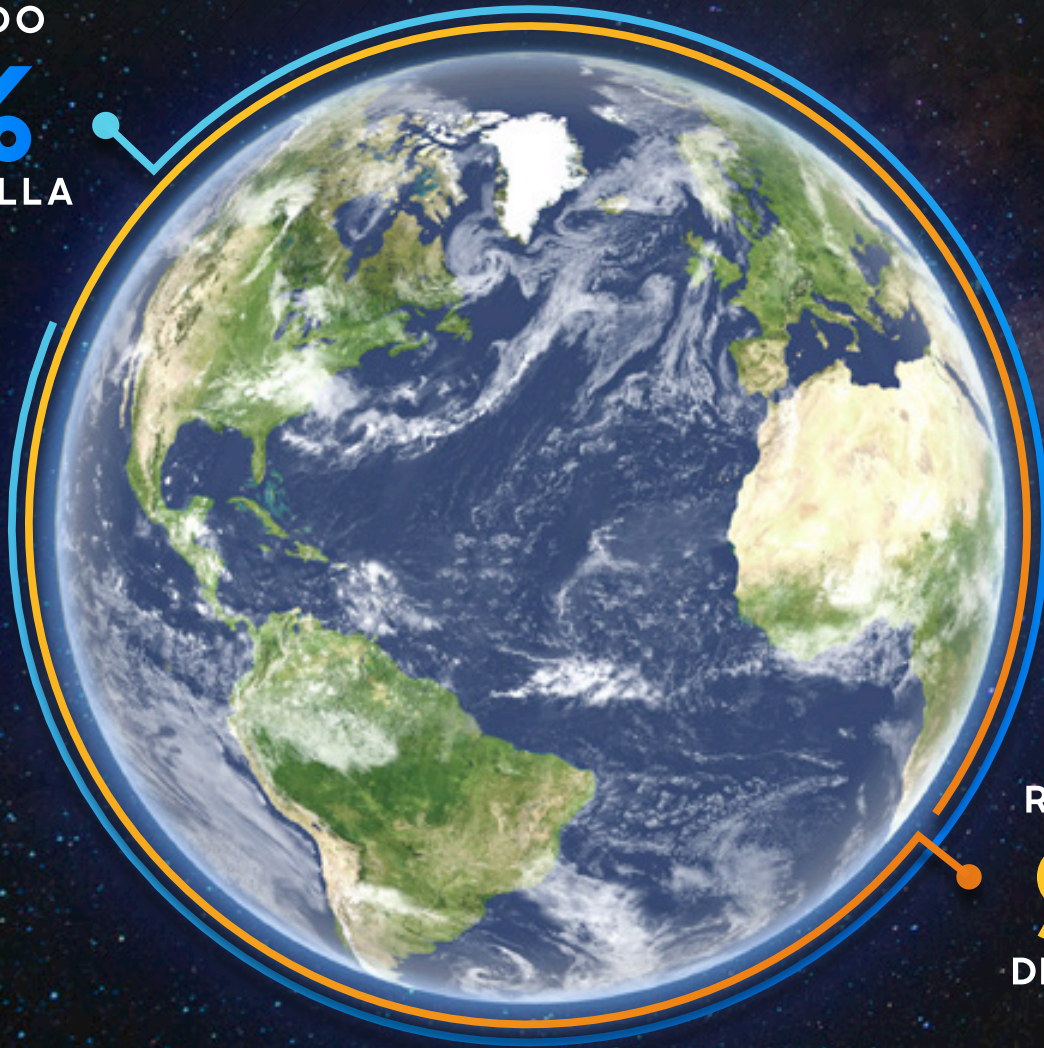
# Comscore Movies

## Conoce el estado de la Industria del Cine.

Resultados de taquilla de todos los mercados clave: rápidos, fiables e intuitivos.

Puede usarse en cualquier dispositivo.

RECOGIENDO  
**95%**  
DE LA TAQUILLA  
MUNDIAL



RECOGIENDO  
**98%**  
DE LA TAQUILLA  
DE ESPAÑA

**11**  
OFICINAS EN  
EL MUNDO

**625**  
PARTNERS

**33,000+**  
CINES

**175,000+**  
PANTALLAS

**24**  
HORAS AL DIA

**7**  
DÍAS A LA SEMANA

**365**  
DÍAS AL AÑO



[movies.comscore.com](http://movies.comscore.com)

# TODAS LAS CIFRAS DEL CINE EN ESPAÑA EN 2023

EL INFORME ANUAL DE FECE ARROJA LUZ SOBRE UNA RECUPERACIÓN PROLONGADA PERO IMPARABLE MEJORANDO EN 2023 UN 26% EL NÚMERO DE ENTRADAS VENDIDAS Y UN 31% LA RECAUDACIÓN RESPECTO A 2022. EL MEJOR DÍA DEL AÑO FUE EL 26 DE JULIO CON 900 MIL ESPECTADORES GRACIAS AL FENÓMENO "BARBENHEIMER"

por **Juan Sardà Frouchtmann**

La recuperación de las salas de cine prosigue imparable pero no a toda prisa. El año pasado acudieron a los cines españoles 77,8 millones de espectadores, una cifra que comienza a ser positiva, pero aún está lejos de la barrera de los 100 millones de visitas que se considera el punto de inflexión para que la exhibición cinematográfica vaya viento en popa. Es un 26% más que en 2022, cuando comenzó la recuperación postpandemia, pero sigue un 25% por debajo de la media 2015-2019. En 2022,

la diferencia aún estaba en un significativo 40%. Si los espectadores han mejorado de manera notable, aún lo ha hecho más la recaudación, que fue de 504,5 millones de euros, un 31% mejor que en 2022. Según FECE, que agrupa al 80% de las salas de nuestro país, el precio medio por entrada fue de 6,5 euros.

El fenómeno "Barbenheimer" marcó de manera profunda el 2023. El día con más espectadores fue el 26 de julio, en el que se alcanzaron los 909.540 y el fin de semana con mayor asistencia fue el del 21-23 de julio, con 11,5 millones de recaudación. No es casualidad,

claro, que ese mismo fin de semana coincidiera el estreno de *Barbie* y *Oppenheimer*, dos películas muy distintas que el público acabó asociando, creando una marca conjunta de manera creativa y espontánea en redes sociales generando mucho ruido. La película sobre la muñeca de Mattel tuvo

el mejor estreno internacional con 5,3 millones de euros y acabó siendo la cinta más exitosa del año con 33,7 millones engrosados mientras el *biopic* del creador de la bomba atómica se coloca en cuarta posición con unos excelentes 20,7 millones de euros.

No han sido los únicos éxitos de 2023. Hasta 33 películas alcanzaron la primera posición del *box office*, y fue *Avatar: El sentido del agua*, la que aguantó más semanas en esa posición, siete. A pesar de haber sido estrenada en diciembre de 2022, el año pasado aún engrosó en sus arcas 25,4 millones de los 49 que recaudó en total la película de James Cameron. En segunda posición del ranking se sitúa *Super Mario Bros: la película*, estrenada en abril, que dio una alegría de primavera a los cines con una recaudación de 27,5 millones. En un año en el que algunas franquicias no han funcionado tan bien como se esperaba, hemos visto la robustez de *Fast and Furious*, que en su décima secuela alcanzó los 12,9 >

### MEJOR FIN DE SEMANA DEL AÑO

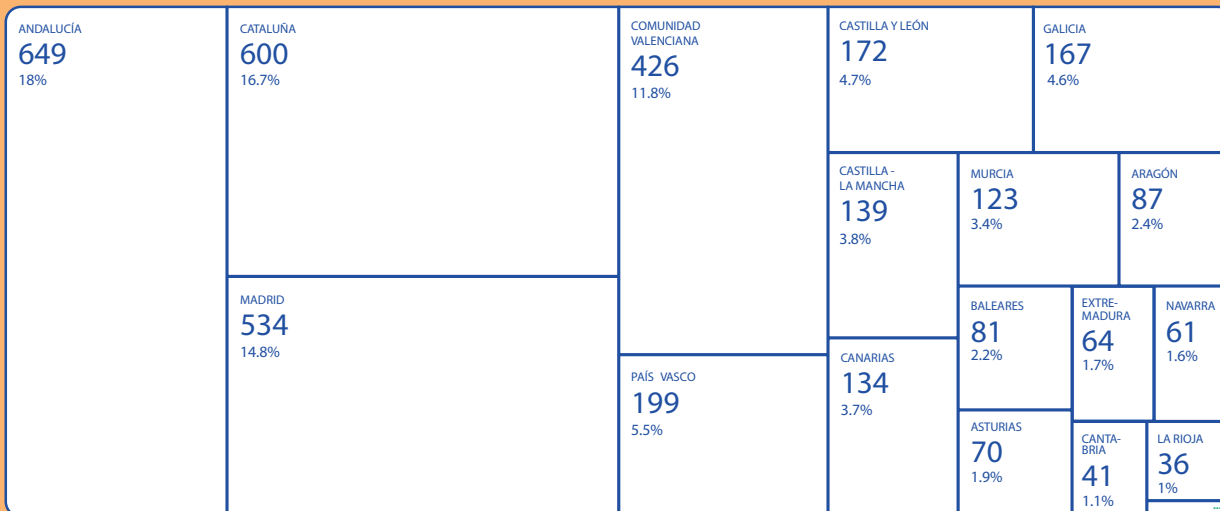
21-23 de julio con 11.5 M€

### MEJOR DÍA DEL AÑO

26 de julio con 909.540 ENTRADAS VENDIDAS

## CENSO SALAS DE CINE 2023

DISTRIBUCIÓN DE PANTALLAS POR CCAA



CINES  
751  
COMUNITAT VALENCIANA  
+2.6%  
vs 2022

PANTALLAS  
3.591  
944  
EQUIPADAS CON  
TECNOLOGÍA 3D

BUTACAS  
750.751

FUENTE: CENSO SALAS DE CINE AIMC, 23 DE MAYO 2023

millones: el éxito de la cinta de terror y aventuras *Megalodón 2* con 11,9 millones y el regreso, no tan exitoso como se preveía pero notable, de dos personajes de Disney conocidos y queridos como *La sirenita* en versión *live action* (11,8 millones) e *Indiana Jones* con su última

De izquierda a derecha: Yolanda del Val, Directora de Ficción de DeaPlaneta y Vicepresidenta de ADICINE; David Rodríguez, General Manager Comscore Movies; Ignasi Camós, Director General ICAA; Jordi Agustí, Presidente de OCINE y Presidente del Gremi de Cines de Catalunya; Luis Gil, Director General de FECE

película, *El dial del destino*, que alcanzó los 11,7 millones. Solo una película española se cuela en un top 10 dominado por Hollywood, la divertida y tierna *Campeónex*, que tuvo el mejor estreno de cine nacional con 1,9 millones y acabó alcanzando los 11,8 millones. En el cine local, le sigue *Ocho apellidos marroquíes* (8,2 millones), *Vacaciones de verano* (7,2 millones) y la cinta de animación *Momias* (5,9 millones).

Respecto al parque de cines, Andalucía, la comunidad más poblada de España con

8,4 millones de habitantes tiene 649 pantallas, un 18% del total seguida por los principales motores económicos del país, Catalunya, con 600, un 16,7% y Madrid, con 534, un 14,8% encabezando la lista de comunidades autónomas. Acto seguido vemos la Comunitat Valenciana (con 426 pantallas, un 11,8%), el País Vasco (199 pantallas, un 5,5%) y al final de la lista comunidades como Navarra (con 61 pantallas) y La Rioja (con 36). En número absolutos, en España había el año pasado 751 cines, un 2,6 por ciento más que en 2022. Esos cines equivalen a 3591 pantallas, 944 equipadas con tecnología láser. El número disponible de butacas es de 750.751.

Respecto a los datos por comunidades autónomas, encabezan la lista de ascensos en espectadores Ceuta y Melilla, con un 53% más que en 2022, las Islas Canarias, con una mejora del 37,3%, seguida de País Vasco (+33,5%), Cantabria (+31,8%) y Navarra (30,9%). Cifras que no son tan positivas en dos mercados fundamentales como Catalunya (+21,1%) y Madrid (+23,2%), por debajo de la media española del 26%, mientras Andalucía o Valencia se sitúan en la tendencia general con +24,6% y +27,8% respectivamente.

### ÉXITO DE LAS CAMPAÑAS SÉNIOR Y JOVEN

En la propia introducción a las conclusiones del mercado el año pasado, FECE remarca la importancia que han





tenido las campañas Martes Sénior, dirigidas a los jubilados, y el Bono Cultural Joven, para los españoles que cumplen 18 años. Dice FECE: “Iniciativas como éstas son fundamentales para fomentar la asistencia a las salas de cine. En el primer caso, como aliciente a nuestros queridos mayores para que no se recluyan en sus hogares, en el segundo caso, para debilitar la barrera económica que los jóvenes pueden tener en el acceso a la cultura. Tenemos que seguir trabajando, junto con el Ministerio de Cultura, en que estas iniciativas sean un éxito y poner en marcha otras que nos ayuden a la creación de los públicos futuros, poniendo especial atención en las etapas de aprendizaje y la colaboración con los centros educativos”.

Respecto al Bono Joven, FECE asegura que el cine es la “opción favorita” de sus usuarios y aporta como dato que Cine, Teatro y Música acumulan el 48,7 por ciento de las compras y el 58,7 por ciento del gasto. El éxito del día Sénior queda claro con profusión de datos. 924.724

jubilados españoles se acogieron a esta campaña del Gobierno por la cual se subvencionan las entradas para que tengan un coste de dos euros. El mes con más espectadores Séniors fue octubre con 205.609 y el mejor día fue el 28 de noviembre, cuando se vendieron 53.756 tickets. Otros datos nos permiten constatar su impacto positivo como que propulsaron un aumento de la asistencia a salas del 49,6% respecto a 2022 los martes, que fue también el día que más crece en asistencia de un año a otro. No solo eso, la asistencia media ese día fue incluso un 23% superior al mismo período de 2019, antes de la pandemia y mejor año de la última década. *Napoleón, Los asesinos de la luna, 8 apellidos marroquíes, Oppenheimer y Campeonex*



fueron las películas más exitosas entre un público veterano que también favorece de manera especial el cine de mayor calidad e interés cultural y el nacional. Catalunya, Comunidad de Madrid y la Valenciana fueron los lugares donde tuvo más seguimiento.

Otra iniciativa de incontestable éxito ha sido la Fiesta del cine, que celebra dos ediciones, en mayo y octubre. En su edición de primavera, la convocatoria que ofrece entradas a precio reducido de 3,5 euros atrajo a 981.757 espectadores, siendo su película favorita *Guardianes de la Galaxia Vol. 3*. Y en otoño aún se mejoró la asistencia con 1.201.024 visitantes, que encumbraron la cinta *The Creator*. Esta iniciativa resulta particularmente exitosa en Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga, Alicante y Sevilla. Finalmente, cabe destacar que España se sitúa en el tercer lugar de países europeos que logran mejorar con mayor consistencia la asistencia a las salas de cine. Un ranking que encabeza Italia, donde las restricciones de aforo por la pandemia duraron más que en otros países, donde la asistencia creció un impresionante 58,6% seguida de Países Bajos con un aumento del 26,5%. En cuarto lugar se sitúa Alemania, con una mejora del 18,6%, en un mercado que en 2022 vivió un vertiginoso ascenso del 81,7% seguido de otro país como Francia (más 18,9%), dos territorios en los que la asistencia a salas de cine comienza a ser la misma que antes del COVID.

## CINE SENIOR



Nº DE ESPECTADORES SENIORS

**924.724**

**25%** DEL TOTAL DE ENTRADAS VENDIDAS

MEJOR MES DE ESPECTADORES SENIORS

**205.609**

**Octubre**

MEJOR DÍA DE ESPECTADORES SENIORS

**53.756**

**28 de Noviembre**

**51%** DEL TOTAL DE ENTRADAS

PELÍCULAS MÁS VISTAS

**Napoleón**  
**Los asesinos de la luna**  
**8 apellidos marroquíes**  
**Oppenheimer**  
**Campeonex**

TOP 3 COMUNIDADES AUTÓNOMAS

**Cataluña**  
**Comunidad de Madrid**  
**Comunidad Valenciana**

# NO, EL CINE NO ES MUY CARO

EL PRECIO MEDIO DE LA ENTRADA EN ESPAÑA NO SOLO NO HA SUBIDO EN LA ÚLTIMA DÉCADA SI NO QUE HA DESCENDIDO DE LOS 6,29 EUROS DE 2013 A LOS 6.10 DE 2023. ADEMÁS, LOS PRECIOS SIGUEN ESTANDO MUY POR DEBAJO DEL ENTORNO EUROPEO. MADRID Y BARCELONA TIENEN LAS ENTRADAS MÁS CARAS

por José Suay Alamo

Con los resultados de las salas en 2023 aún un 25% por debajo a la media pre-pandémica 2015-2019, desde algunos ámbitos, sobre todo en los medios de comunicación, se apunta a veces a un “excesivo” precio de las entradas como posible causante de las dificultades en la recuperación de espectadores. Sin embargo, según datos de Comscore (tabla 1), el precio medio de la entrada en nuestro país ha pasado de 6,29 euros en 2013 a 6,1 en 2023, una tendencia de contención del precio e incluso de ligero descenso que puede observarse en todas las provincias, desde Barcelona o Madrid, donde las entradas son más caras (7,06 y 7,23 respectivamente) a Zamora, donde cuesta 5,28. Hace diez años, un ticket de cine costaba en la capital catalana 7,03 euros, tres céntimos menos, en Madrid 7,3 euros, siete céntimos más que actualmente, y en Zamora también

era más cara, 5,83. Si tenemos en cuenta que la inflación acumulada en la última década es del 25,99 por ciento, estos datos acaban de ser elocuentes.

Algunos indicios permiten apuntar a que esta contención en el precio de las entradas podría comenzar a revertirse. Málaga ha superado por primera vez la barrera de los 10 euros por entrada, en concreto en los Cines Yelmo Vialia Málaga, cuyo ticket cuesta ahora 10,4 euros. De esta manera, el precio medio por entrada en los cines de Yelmo es, a día de hoy, de 11,40 euros, sin promociones de ningún tipo, y eso sin contar con los precios que ofrecen en su versión de lujo, Palafox. Actualmente, el precio medio de esta cadena está un euro por encima de sus competidores más directos. Sus salas de cine más caras están, como es la norma en el mercado, en Madrid. Sin embargo, desde la cadena de cines ase-

N.1

**EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO DE LA ENTRADA POR PROVINCIAS (2013-2023)**

PROVINCIAS	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Alava	6,36 €	6,13 €	5,53 €	5,39 €	5,68 €	5,83 €	6,02 €	6,11 €	6,13 €	6,32 €	6,32 €
Albacete	6,30 €	6,04 €	5,70 €	5,57 €	5,51 €	5,50 €	5,34 €	5,21 €	5,61 €	6,00 €	6,00 €
Alicante	5,91 €	5,86 €	5,81 €	5,74 €	5,67 €	5,78 €	5,84 €	5,75 €	5,78 €	6,34 €	6,34 €
Almería	6,02 €	5,74 €	5,52 €	5,46 €	5,35 €	5,29 €	5,31 €	5,45 €	5,66 €	5,68 €	5,68 €
Asturias	6,35 €	6,22 €	6,12 €	5,93 €	5,90 €	5,97 €	6,05 €	6,10 €	6,15 €	6,63 €	6,63 €
Ávila	6,02 €	5,73 €	5,44 €	5,49 €	5,41 €	5,68 €	5,88 €	5,84 €	5,85 €	6,04 €	6,04 €
Badajoz	5,89 €	5,87 €	5,75 €	5,29 €	5,24 €	5,22 €	5,19 €	5,27 €	5,26 €	6,23 €	6,23 €
Barcelona	7,06 €	6,76 €	6,62 €	6,60 €	6,42 €	6,50 €	6,55 €	6,55 €	6,58 €	7,03 €	7,03 €
Burgos	5,89 €	5,72 €	5,74 €	5,76 €	5,61 €	5,76 €	5,91 €	5,90 €	5,74 €	6,69 €	6,69 €
Cáceres	5,65 €	5,49 €	5,52 €	5,56 €	5,48 €	5,54 €	5,54 €	5,57 €	5,65 €	6,05 €	6,05 €
Cádiz	5,85 €	5,63 €	5,53 €	5,49 €	5,42 €	5,42 €	5,40 €	5,42 €	5,48 €	5,82 €	5,82 €
Cantabria	6,22 €	6,35 €	6,35 €	5,58 €	5,48 €	5,44 €	5,56 €	5,71 €	5,80 €	6,36 €	6,36 €
Castellón	6,25 €	5,74 €	5,78 €	5,62 €	5,90 €	5,94 €	5,85 €	5,95 €	5,97 €	6,61 €	6,61 €
Ceuta y Melilla	5,93 €	5,58 €	5,33 €	5,24 €	5,13 €	5,18 €	5,19 €	5,23 €	5,36 €	5,75 €	5,75 €
Ciudad Real	6,06 €	5,95 €	5,98 €	5,81 €	5,70 €	5,72 €	5,81 €	5,82 €	5,83 €	6,22 €	6,22 €
Córdoba	5,60 €	5,57 €	5,50 €	5,46 €	5,32 €	5,35 €	5,44 €	5,48 €	5,52 €	6,11 €	6,11 €
Cuenca	5,81 €	5,54 €	5,73 €	5,68 €	5,67 €	6,01 €	5,98 €	5,91 €	5,55 €	6,41 €	6,41 €
Gerona	6,62 €	6,47 €	6,44 €	6,27 €	6,19 €	6,26 €	6,16 €	6,14 €	6,26 €	6,75 €	6,75 €
Granada	6,13 €	5,85 €	5,74 €	5,52 €	5,43 €	5,48 €	5,59 €	5,44 €	5,30 €	5,67 €	5,67 €
Guadalajara	5,55 €	5,54 €	5,66 €	5,73 €	5,57 €	5,55 €	5,82 €	5,85 €	5,88 €	6,48 €	6,48 €
Guipuzcoa	6,69 €	6,36 €	5,91 €	5,99 €	6,05 €	6,07 €	6,13 €	6,18 €	6,18 €	6,69 €	6,69 €
Huelva	5,44 €	5,20 €	5,03 €	5,00 €	5,01 €	5,09 €	5,22 €	5,26 €	5,20 €	5,90 €	5,90 €
Huesca	5,88 €	5,51 €	5,29 €	5,18 €	5,20 €	5,27 €	5,42 €	5,53 €	5,68 €	6,24 €	6,24 €
Islas Baleares	6,33 €	5,97 €	5,54 €	5,46 €	5,54 €	5,68 €	5,72 €	5,73 €	5,38 €	6,16 €	6,16 €
Jaén	5,59 €	5,51 €	5,34 €	5,21 €	5,16 €	5,19 €	5,27 €	5,29 €	5,30 €	5,83 €	5,83 €
La Coruña	6,43 €	5,87 €	5,65 €	5,66 €	5,62 €	5,81 €	5,78 €	5,72 €	5,85 €	6,46 €	6,46 €
La Rioja	5,60 €	5,45 €	5,28 €	5,10 €	5,17 €	5,14 €	5,11 €	5,27 €	5,69 €	6,15 €	6,15 €
Las Palmas	6,24 €	6,01 €	5,68 €	5,75 €	5,71 €	5,75 €	5,43 €	5,33 €	5,40 €	5,65 €	5,65 €
León	5,85 €	5,62 €	5,82 €	5,75 €	5,57 €	5,68 €	5,74 €	5,70 €	5,68 €	6,38 €	6,38 €
Lérida	6,97 €	6,69 €	6,57 €	6,48 €	6,43 €	6,77 €	7,21 €	7,13 €	7,29 €	7,06 €	7,06 €
Lugo	6,07 €	6,00 €	5,85 €	5,80 €	5,68 €	5,97 €	6,04 €	5,72 €	5,84 €	6,23 €	6,23 €
Madrid	7,23 €	6,93 €	6,65 €	6,67 €	6,53 €	6,66 €	6,58 €	6,61 €	6,69 €	7,30 €	7,30 €
Málaga	6,32 €	6,15 €	5,91 €	5,78 €	5,72 €	5,74 €	5,71 €	5,84 €	5,93 €	6,35 €	6,35 €
Murcia	5,78 €	5,66 €	5,66 €	5,59 €	5,54 €	5,61 €	5,72 €	5,73 €	5,78 €	6,36 €	6,36 €
Navarra	5,88 €	5,69 €	5,43 €	5,45 €	5,43 €	5,53 €	5,64 €	5,59 €	5,71 €	6,40 €	6,40 €
Orense	6,21 €	6,06 €	6,06 €	5,90 €	5,84 €	6,02 €	6,16 €	5,98 €	6,05 €	6,99 €	6,99 €
Palencia	5,77 €	5,86 €	5,56 €	5,48 €	5,30 €	5,59 €	5,93 €	5,90 €	5,94 €	6,03 €	6,03 €
Pontevedra	6,42 €	6,31 €	5,88 €	5,70 €	5,71 €	6,03 €	6,08 €	5,98 €	5,98 €	6,87 €	6,87 €
Salamanca	5,47 €	5,43 €	5,44 €	5,42 €	5,33 €	5,40 €	5,42 €	5,33 €	5,42 €	5,99 €	5,99 €
Segovia	6,07 €	5,38 €	5,17 €	5,09 €	5,10 €	5,22 €	5,40 €	5,37 €	5,41 €	6,13 €	6,13 €
Sevilla	6,12 €	5,85 €	5,60 €	5,56 €	5,33 €	5,33 €	5,32 €	5,37 €	5,42 €	6,13 €	6,13 €
Soria	5,83 €	5,82 €	5,67 €	5,63 €	5,60 €	5,96 €	6,09 €	6,04 €	6,10 €	6,07 €	6,07 €
Tarragona	6,34 €	6,20 €	6,13 €	6,08 €	6,04 €	6,09 €	5,92 €	5,79 €	5,94 €	6,55 €	6,55 €
Tenerife	6,30 €	6,04 €	5,91 €	5,61 €	5,51 €	5,46 €	5,35 €	5,43 €	5,56 €	5,80 €	5,80 €
Teruel	5,85 €	5,88 €	5,91 €	5,87 €	5,84 €	5,71 €	5,89 €	5,95 €	6,38 €	7,05 €	7,05 €
Toledo	6,26 €	6,24 €	5,97 €	5,63 €	5,57 €	5,46 €	5,45 €	5,44 €	5,36 €	5,83 €	5,83 €
Valencia	6,57 €	6,31 €	6,14 €	5,98 €	5,97 €	5,99 €	5,99 €	6,00 €	6,13 €	6,67 €	6,67 €
Valladolid	6,70 €	6,45 €	6,25 €	5,90 €	5,77 €	5,68 €	5,55 €	5,54 €	5,49 €	6,03 €	6,03 €
Vizcaya	6,44 €	6,16 €	5,93 €	6,01 €	5,85 €	5,97 €	6,05 €	6,11 €	6,15 €	6,53 €	6,53 €
Zamora	5,28 €	5,23 €	5,06 €	4,89 €	4,90 €	5,00 €	5,10 €	5,17 €	5,24 €	5,83 €	5,83 €
Zaragoza	5,78 €	5,51 €	5,45 €	5,43 €	5,34 €	5,29 €	5,17 €	5,13 €	5,35 €	6,00 €	6,00 €
<b>PROMEDIO</b>	<b>6,10 €</b>	<b>5,90 €</b>	<b>5,76 €</b>	<b>5,65 €</b>	<b>5,60 €</b>	<b>5,68 €</b>	<b>5,73 €</b>	<b>5,72 €</b>	<b>5,78 €</b>	<b>6,29 €</b>	<b>6,29 €</b>

Fuente: Comscore

guran que siguen estimando mantener la recaudación que tuvieron a estas alturas el año pasado sin que este aumento afecte a la asistencia.

**COMUNIDADES AUTÓNOMAS: EN NAVARRA SALE MUY RENTABLE IR AL CINE**

Los datos actualizados de Comscore (tabla 2) de este 2024 confirman a la Comunidad de Madrid como la región española donde es más caro ir al cine, con un precio medio por entrada de 7,24 euros. Tras la capital, el podio lo completan Catalunya, con una media por entrada de 6,93 euros y el País Vasco, con un coste de 6,51 euros.

El precio de las entradas se relaciona de manera estrecha con mayor PIB cápita, que Madrid encabeza según los datos del INE (serie 2020-2022), con 38.435 euros por habitante. Mientras tanto, tras Navarra, el País Vasco es la tercera en el ranking con un PIB per cápita de 35.832 euros. Por su parte, Catalunya, que siempre ha sido una de las regiones de España con mayor riqueza, siendo la segunda Comunidad Autónoma con mayor PIB tras la Comunidad de Madrid (255.154 M euros), se sitúa, con una PIB per cápita de 32.550 euros, como cuarta más alta del país. De igual manera, las tres comunidades, junto con Navarra, están por encima de la renta media en España (30.320 euros).

Siempre hay una excepción. Llama la atención ver cómo Navarra, la tercera región con más PIB per cápita, mantiene un precio por entrada menor a otras menos adineradas. De hecho, con ➤

## RECAUDACIÓN Y ESPECTADORES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 2022-2023

C.C.A.A	RECAUDACIÓN 2022	ESPECTADORES 2022	Nº CINES 2022	Nº SALAS 2022	RECAUDACIÓN 2023	ESPECTADORES 2023	Nº CINES 2023	Nº SALAS 2023
Andalucía	54.260.752 €	9.322.609	113	661	70.175.212 €	11.612.175	106	592
Aragón	7.160.112 €	1.295.670	24	77	9.382.395 €	1.619.715	28	81
Asturias	5.806.299 €	933.681	11	76	7.589.943 €	1.194.621	10	70
Canarias	13.311.978 €	2.210.949	22	158	19.032.558 €	3.035.781	21	149
Cantabria	4.127.994 €	650.167	12	38	5.343.342 €	858.895	12	38
Castilla y León	14.305.804 €	2.450.417	51	187	18.050.256 €	3.008.833	48	167
Castilla-La Mancha	9.061.653 €	1.526.376	34	141	11.368.570 €	1.874.858	32	139
Cataluña	75.620.111 €	11.340.859	163	693	95.444.247 €	13.779.457	123	629
Comunidad de Madrid	85.503.523 €	12.343.710	75	551	110.305.402 €	15.254.718	123	535
Comunidad Valenciana	43.931.842 €	7.145.569	81	432	57.927.020 €	9.134.129	81	432
Extremadura	4.625.308 €	805.325	20	64	6.039.443 €	1.039.332	19	63
Galicia	15.422.406 €	2.545.765	37	185	20.376.753 €	3.196.254	62	217
Islas Baleares	8.708.991 €	1.458.026	17	82	12.185.912 €	1.926.500	16	81
La Rioja	2.044.503 €	374.952	7	33	2.569.598 €	459.254	9	35
Murcia	11.165.774 €	1.973.758	33	118	14.937.183 €	2.585.979	35	120
Navarra	5.329.881 €	936.867	14	64	7.230.886 €	1.230.665	16	66
País Vasco	168.995.837 €	2.719.724	60	196	23.698.522 €	3.638.621	62	198

Fuente: Comscore

una media de 5,88 euros por entrada, ocupa el lugar número 13 en el ranking nacional. Por delante tiene a varias de las comunidades con menor PIB per cápita del país, como Andalucía (21.091 euros) y Canarias (22.303). En las islas, sorprende ver su alta media por entrada pese tener una IVA reducido del 7%; ocupan la octava posición con un precio de 6,27 euros. De igual forma, Andalucía es la undécima comunidad donde es más caro ir al cine, con una media de 6,04 euros. En el caso de comunidades con gran afluencia de turistas en verano y de habitantes de origen extranjero, como Andalucía y Canarias, además de la renta, influye que muchos espectadores acuden a sesiones en versión original en cines como los Yelmo con entradas algo más caras.

Vemos por ejemplo que en Extremadura, la segunda comunidad más pobre tras Andalucía, está por detrás de Navarra en el ranking y hay una correlación inversa clara entre renta y precio por entrada, con una media de 5,81 euros. Por lo tanto, de esto podemos extraer la conclusión de que en Navarra sale muy rentable ir al cine teniendo en cuenta el bolsillo de sus habitantes.

También resulta bastante idóneo ir al cine en las tres comunidades que cierran el ranking de las medias por entrada: Aragón (5,79 euros), Murcia (5,78 euros) y La Rioja (5,60 euros). Y es que Aragón, tercera por la cola en cuanto al precio de entradas, es la quinta comunidad en PIB por habitante tras Catalunya, con una renta de 31.051 euros. Mientras tanto, La Rioja, lugar donde es más ba-

rato ir al cine en España, es la séptima en PIB por habitante (29.579 euros), por lo que, junto con Navarra, es una región donde sale muy económico asistir a una sala de cine. Finalmente, Murcia, quinta Comunidad Autónoma con el PIB per cápita más baja (23.187 euros), figura como la segunda con un menor precio medio por entrada, siendo una de comunidades más empobrecidas de España donde el precio para ir al cine y la renta por habitante van más de la mano.

#### PROVINCIAS: MÁS BARATO EN LA ESPAÑA RURAL

Hasta ahora nos hemos centrado solamente en las Comunidades Autónomas, pero si indagamos más en los datos ofrecidos por Comscore, podemos apreciar todavía más diferencias si diferenciamos por provincias.

Con un precio medio a nivel nacional de 6,10 euros, las únicas provincias que sobrepasan los 7 euros por entrada son Madrid y Barcelona, con un precio de 7,23 y 7,06 euros, respectivamente. En el lado opuesto, son varias las provincias cuyas entradas están por debajo de los 6 euros, siendo Zamora, en Castilla y León, la provincia donde es más barato ir al cine en nuestro país, con una media de 5,28 euros. El podio lo completan Huelva (5,44 euros) y Salamanca (5,47 euros). Un total de 27 provincias se sitúan por debajo de la media nacional, y muchas de ellas destacan por ser zonas poco pobladas, de lo que hoy en día se conoce como "España Vacía".



## ESPAÑA, DEBAJO DE LA MEDIA EUROPEA

FACUA-Consumidores en acción, la asociación española que defiende a los derechos de los consumidores, publicó a finales de 2021 un análisis detallado sobre 330 cines situados en las 27 capitales de los países miembros de la Unión Europea. Para ello, recogieron los precios de fin de semana en horario regular de una película de estreno de hasta diez cines de cada una de las ciudades analizadas y realizaron el cambio a euros en los países con los que no compartimos moneda, con el tipo de cambio vigente el 15 de diciembre de 2021, por lo que habría que tener en cuenta que el precio a día de hoy será algo superior a causa de la Guerra de Ucrania y la creciente inflación:

La media total de todas estas ciudades de la Unión Europea es de 9,60 euros, donde destaca la notable diferencia entre unos países y otros. Como era de esperar, las ciudades de los países nórdicos lideran el ranking, con Copenhague a la cabeza con la cifra de 18,22 euros de media. En el podio le acompañan Estocolmo (17,12 euros) y Helsinki (15,07 euros). El alto nivel de vida y de renta en estos países, sumado a su escasa población explican estos precios tan elevados en comparación con España. Centrándonos en la renta de los países miembros, Irlanda y Luxemburgo son los que lideran el ranking en términos de PIB per cápita. Eso explica que Dublín tenga también una media tan alta de 11,73 euros, aunque no ocurre lo mismo que en Luxemburgo, que teniendo en cuenta su poca población y su alto nivel de vida, uno podría situarle entre los países donde es más caro ir al cine. Nada más lejos de la realidad, pues con 8,81 euros, se sitúa por debajo de la media Europa.

En cuanto a nuestro país, el estudio de FACUA en ese momento situó a Madrid con una media de 8,89 euros, ocupando así la decimotercera posición, un lugar intermedio en el ranking. Se puede afirmar que ir al cine no en España no es muy caro con respecto a Europa, ya que Madrid, la ciudad con las entradas más costosas, se sitúa por debajo de la media del continente.

Esto explica también que en las provincias de Castilla y León sea más económico ir al cine, además de Salamanca, están Soria (5,83 euros), Palencia (5,77 euros), León (5,85 euros), Burgos (5,89 euros), Ávila (6,02 euros), y Segovia (6,07 euros). No es de extrañar que la única provincia de la comunidad que supera la media sea Valladolid (6,70 euros), su capital y lugar más poblado. Esta relación entre la población de la provincia y un precio por entrada de cine más bajo se reproduce en la gran mayoría de casos. Algunas excepciones son las de Orense, provincia número 41<sup>a</sup> en cuanto a población, que cuenta con un precio medio de 6,21 euros; La Rioja, que le sigue en el ranking de población, por lo que queda claro que es una de las más rentables por su relación entre PÍB y población o Álava, 37 en población y que cuenta con un precio medio de 6,36 euros. Sin embargo, son provincias que se encuentran en Galicia y País Vasco, comunidades poco empobrecidas y con unos de los precios medios por entrada más altos de España.

Por otra parte, cabe destacar, de nuevo, el caso de Murcia, séptima provincia en cuanto a población, pues cuenta con un precio medio de 5,78 euros. Alicante también tiene un precio por entrada muy barato (5,91 euros) en relación con su población, ya que es la cuarta provincia en número de habitantes. De igual manera, otra provincia muy poblada como es Cádiz, la octava del país, tiene un precio medio de 5,87 euros. Aquí entraría de nuevo el factor socioeconómico para explicar su precio tan bajo.

De todas formas, son excepciones que confirman la regla, ya que la mayoría de provincias con mayor población del país

superan la media por entrada de 6,10 euros. Son los casos, por ejemplo, de Valencia (6,57 euros), Sevilla (6,12 euros), Málaga (6,32 euros), Islas Baleares (6,33 euros) o Las Palmas (6,24 euros), todas ellas también lugares de gran afluencia turística, dato importante en un país que el año pasado recibió 85 millones de visitantes extranjeros, casi el doble de su población, que en verano alargan su estancia semanas y tienen el cine como una de sus opciones de ocio favoritas.

### N.3

PRECIO MEDIO POR ENTRADA EN EUROPA	
CIUDAD	PRECIO MEDIO POR ENTRADA
Ámsterdam (Países Bajos)	10,84 €
Atenas (Grecia)	7,75 €
Berlín (Alemania)	10,58 €
Bratislava (Eslovenia)	8,68 €
Bruselas (Bélgica)	10,71 €
Bucarest (Rumanía)	5,39 €
Budapest (Hungría)	4,99 €
Copenhague (Dinamarca)	18,22 €
Dublín (Irlanda)	11,73 €
Estocolmo (Suecia)	17,12 €
Helsinki (Finlandia)	15,07 €
Lisboa (Portugal)	7,58 €
Liubliana (Eslovenia)	5,88 €
Luxemburgo	8,81 €
Nicosia (Chipre)	8,67 €
París (Francia)	12,02 €
Praga (República Checa)	7,47 €
Riga (Letonia)	8,45 €
Roma (Italia)	8,66 €
Sofía (Bulgaria)	6,64 €
Tallín (Estonia)	8,54 €
Valeta (Malta)	8,00 €
Varsovia (Polonia)	5,30 €
Viena (Austria)	9,54 €
Vilna (Lituania)	6,50 €
Zagreb (Croacia)	5,09 €


Fuente: FACUA

# EL CINE EUROPEO, MÁS PRESENTE EN CINES QUE EN PLATAFORMAS

UN EUROPEO NECESITARÍA 166 DÍAS, SIN DORMIR, PARA VER LAS 40 MIL PELÍCULAS DISPONIBLES QUE TIENE AL ALCANCE. EL VOD REPRESENTA EL 88% DE LA OFERTA. EL CINE DE LA UE TIENE UN 53% DE CUOTA EN CINES FRENTE AL 26% EN SVOD. SON DATOS DEL OBSERVATORIO EUROPEO DEL AUDIOVISUAL

por Fernando Muñoz

**E**n 2022 en toda la UE27, se explotaron 128.162 películas ya sea en cines, VoD o emitidas por televisión. De éstas, un 42% nunca pasaron por cines y un 58% sí fueron estrenadas en salas. Un 38% eran de la UE27, un 10% de otros países de Europa (ocho de cada diez de Gran Bretaña), un 31% de Estados Unidos y un 21% de otros países. Los cines son, con diferencia, quienes estrenan más cine de la UE, un 62% de los 10.840 títulos explotados en salas, frente a solo un 19% de películas americanas. Mientras en los dos servicios de VoD más populares, TVoD (pago por transacción) y SVoD (suscripción), donde se acumula el 70% de la explotación, el porcentaje de cine continental baja casi a la mitad, un 36 y un



37 por ciento respectivamente. Las cifras son del Observatorio Audiovisual de la Unión Europea publicadas en el informe 'Cine en las pantallas de la Unión Europea: un análisis comparativo de la oferta de películas en cine, VOD y televisión', que estima que la aparición del VoD en todas sus modalidades como mínimo ha doblado el número de títulos accesibles hasta alcanzar cifras mastodónticas.

Esto en cuanto a los totales en bruto, si miramos país por país, de media, un ciudadano europeo tuvo acceso a casi 40.000 películas diferentes (incluidas las más de 6.300 disponibles gratuitamente en AVoD o en televisión en abierto). Suficiente como para pasarse casi la mitad del año, 166 días, sin dormir consumiendo largometrajes. España se sitúa por encima de la media, con 47 mil títulos. Y el quid de la cuestión viene en cómo se reparten por territorios esos 128 mil títulos ya que algunos, los americanos, se distribuyen mucho más en muchas más ventanas mientras un gran número de películas europeas no salen jamás de sus lugares de origen y no superan una sola ventana de emisión.

Al calcular la "presencia" de películas, o sea, la oferta real disponible para un europeo medio, que el Observatorio calcula en 1.945.517, veremos que en realidad un 49% de los títulos que un europeo tiene al alcance, una de cada dos películas, en cualquiera de los canales llega de Estados Unidos. Y es que

las películas americanas solo son un 31% del número total de esas 128 mil explotadas en toda Europa pero se estrenan en cines de más países, en más plataformas, pueden visualizarse en

más servicios de pago a la carta y se emiten más veces por televisión y en más territorios. Así se explica por qué, mirando solo los datos de los cines, aunque solo un 18% de las películas totales proyectadas en salas sean de Hollywood, en realidad supongan un 26% de la oferta total en cada país de Europa. Su presencia real es aún mucho mayor en TVoD, con un 56% de cine americano, en SVoD un 37%, en AVoD un 59% y en televisión un 51%. En números absolutos, haciendo una media de todos los canales, la verdadera "presencia" del cine de la UE en la propia UE es de un 23% contra un 53% en salas.

En resumen, hay más películas europeas contadas una a una pero los títulos americanos tienen mucha mayor difusión y queda claro que son los cines quienes más apuestan, con diferencia, por el cine continental. Y eso que el estudio suma +1 por cada "presencia" en función de que se haya exhibido en salas de un país sin contar las sesiones o las pantallas (o sea, vale lo mismo un título que llega a 400 cines que el que se exhibe una sola vez en un cine de barrio), porque si se contara esos factores, el cine americano arrasaría.

### **ESPAÑA, EN LA MEDIA EUROPEA**

Si observamos los datos del ICAA, veremos que nuestro país se sitúa en la media europea. De los 2.522 títulos exhibidos en 2022, un 29,75% fueron españoles y un 49,8% de la UE (incluyendo España) frente a un 29,18% de producciones norteamericanas. La media europea es de un 21% de presencia de cine nacional y un 53% de películas de la UE en total. De esta manera, el cine europeo en nuestro país tiene una cuota de mercado del 50% pero esta no se corresponde con su porcentaje de taquilla (aspecto que el estudio no aborda) que es del 24,43% frente al 57,61% de Estados Unidos. Una vez más, desde otro ángulo, vemos cómo hay menos títulos americanos pero estos resultan mucho más rentables, lo cual explica esa mayor "presencia" en cines de más países y ventanas. >



Estos datos pueden cruzarse con los del propio Observatorio Audiovisual Europeo publicados el pasado diciembre bajo el título: “Un análisis de la estructura del box office europeo 2021-2022”, donde vemos que cada vez menos películas recaudan más mientras la mayoría pierde espectadores, lo que se llama el auge de la película “evento”. Como señala el informe, un 70% de las entradas adquiridas para ver películas europeas son de títulos con “recaudaciones bajas o medias”. Mientras, la taquilla, a su vez, concentra la mayor parte del dinero de una manera cada vez más pronunciada en los títulos más exitosos, acumulando el top 20 un 48% del total de espectadores. A su vez, los *blockbusters* americanos representan el 32% del total.

Más datos ayudan a comprender un paisaje en el que surge esa paradoja de que haya muchas más películas europeas en circulación pero su presencia efectiva en Europa sea menor. Si nos fijamos solo en las películas, de esas 40 mil de media a las que puede acceder cada europeo, que han tenido un estreno en cines, veremos cómo las producciones de la UE ganan cuota, que pasa del 23% mencionado al 30%. Es decir, las producciones europeas viajan más y tienen más posibilidades de formar parte del catálogo de VoD cuando han pasado por salas mientras, como señala el Observatorio Audiovisual de la Unión Europea, las televisiones y los servicios de VoD ofrecen una serie de películas no comunitarias nunca estrenadas en salas de la UE, normalmente

películas estadounidenses estrenadas en EE.UU. pero no en Europa o películas con producción americana que se hacen directamente para las plataformas.

En este sentido, el estudio señala que la mayoría de esos 128.162 títulos explotados en la UE (un 74%) solo lo fueron en una sola ventana, un 64% en VOD. Un 22% llegaron a dos ventanas (la combinación más habitual es VoD y televisión) y solo un 4% desembarcaron en tres. El porcentaje de películas que solo llegaron a los cines es de un 2%. El estudio remarca el problema de la producción europea con el género de animación. Frente a una presencia de ficción de la UE del 22% o del 21% en documental, solo araña un 12% en este campo destinado sobre todo a los niños y las familias, muy exitoso en la taquilla.

En este sentido, como excepción, destaca España, que está logrando exportar más películas concebidas directamente para VoD o televisión que realizadas para cines. En general, la situación pue-







de verse de dos maneras complementarias, el cine europeo necesita un plus de prestigio para exportarse o tiene mayor predicamento entre los cinéfilos. Y un dato positivo para la industria, la inmensa mayoría de los catálogos de VoD y de las emisiones de televisión están formados por películas de más de cinco años, provocando que la vida comercial de estos títulos pueda ser más larga.

### EL CINE EUROPEO MÁS ALLÁ DEL NACIONAL

De las 40 mil películas accesibles de media por país de la UE, un 79% son

extranjeras y solo un 21% nacionales viendo los números globales. La inmensa mayoría de las películas ofertadas (un 81%) son de ficción, porcentaje que se dispara hasta el 86% en salas mientras el documental gana presencia en SVoD (un 25%). Pero hay grandes diferencias entre unos países y otros. Los rumanos tienen una oferta total disponible de 24 mil títulos y los alemanes de 58 mil. En España 47 mil como se ha

mencionado. A partir de aquí, la cuota de mercado de cine europeo varía también mucho entre aquellos territorios que el Observatorio califica como “países de alta producción”, que son Francia, Italia o Alemania, donde se disparan ese porcentajes hasta el 55%, 43% y 38% respectivamente, a los “países intermedios”, entre los que está España con un 27% y los de escasa producción, en general los más pequeños, donde como es lógico se importan muchas más películas como Portugal, Hungría o Bulgaria, donde el cine de la UE está por debajo del 10.

Respecto al cine europeo no nacional accesible en Europa, hay grandes diferencias también en el origen de los títulos que tienen que ver con la capacidad exportadora de cada país. Cinco territorios copan el 70% de las exportaciones de países europeos hacia la UE.

Lidera este ranking Reino Unido (con el 31% de todas las exportaciones); le siguen Francia (17%) Alemania (10%), Italia (6%) y España (6%). Nuestro país, como se ha mencionado, es particularmente fuerte en la exportación de películas para VoD, un 6% del total, mientras Francia es especialmente exitosa en la venta de películas para cines con un 29% del total (frente a un 4% de España en esta ventana). Como curiosidad, llama la atención cómo en Croacia el informe destaca “la fuerte afluencia de películas” procedentes de España.

El Observatorio lo resume así: “La posición de liderazgo del Reino Unido en la exportación de películas europeas está impulsada por el vídeo a la carta y la televisión. Francia es el principal exportador de películas en salas de cine, pero obtiene peores resultados en vídeo a la carta y España ha aprovechado el vídeo a la carta para aumentar su cuota de exportación en comparación con el cine y la televisión”.

### EL IMPUESTO “REVOLUCIONARIO”

Para finalizar, cabe recordar que la Directiva Audiovisual que la Comisión Europea acordó en 2020 obliga a que compañías como Netflix, HBO Max, Amazon Prime y etc esto es, cualquiera que opere en el continente, debe alojar un mínimo de un 30% de contenidos de la UE. La ley audiovisual española que se aprobó en 2022 también mantiene este porcentaje que, como se ve, las plataformas han aprendido a bordear. En tiempos no tan lejanos, las *majors* españolas llamaban a esas cuotas de cine local “el impuesto revolucionario”. La directiva también señala que, más allá de mantener la cuota por encima del 30%, las plataformas deben “educar” al algoritmo para que haya “prominencia” de las obras europeas en la página principal. O sea, no vale el truco de tenerlo escondido al final de la ingente cantidad de títulos que alojan en sus servidores.

© Shutterstock (5)





# EL REINO DE LA COMEDIA EN EL CINE ESPAÑOL

LOS DATOS SON CLAROS, SEIS DE LAS DIEZ PELÍCULAS ESPAÑOLAS MÁS TAQUILLERAS DE LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS SON COMEDIAS, 13 DE LAS 20. SU RECAUDACIÓN SUPONE CASI UN 70% DEL TOTAL DE LAS 20 MÁS TAQUILLERAS DE LA ÚLTIMA DÉCADA. SANTIAGO SEGURA, *CAMPEONES*, *TADEO JONES* Y LOS "8 APELLIDOS" REINAN. SU ÉXITO RECIENTE CONTRASTA CON LOS DATOS DE LA PRIMERA DÉCADA DEL SIGLO

por Juan Sardà Frouchtmann

# E

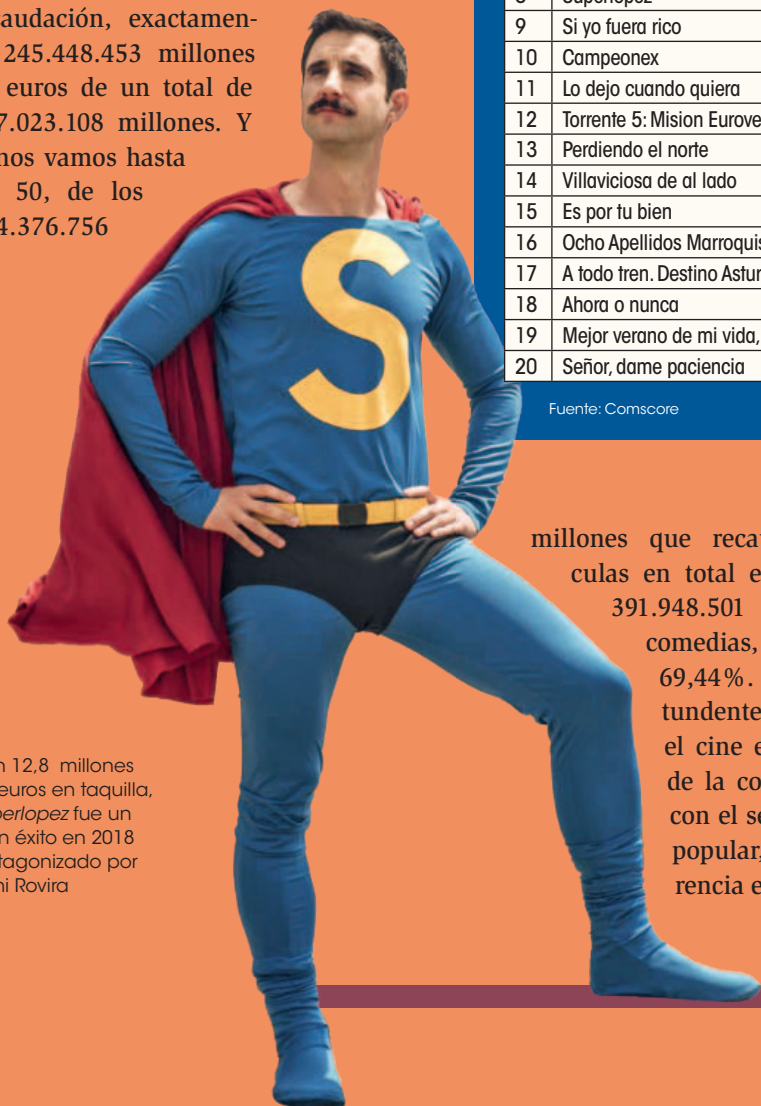
n España, como en el resto del mundo, además de la todopoderosa industria de Hollywood, la comedia es el género líder en la taquilla de los cines locales. Su clara ventaja frente a los presupuestos mastodónticos americanos es evidente, su propio "localismo" ya que suelen estar muy apegadas a las particularidades culturales de sus países de origen. Los datos son abrumadores. En nuestro país,

Ocho apellidos vascos sigue siendo un hito del cine español, arrasó en 2014 con 56,2 millones de euros



seis de las 10 películas más exitosas de la última década son comedias, 13 de las 20 y 32 de las 50.

Dicho en números de taquilla, en el top 20, suponen un 68% de la recaudación, exactamente 245.448.453 millones de euros de un total de 357.023.108 millones. Y si nos vamos hasta las 50, de los 564.376.756



Con 12,8 millones de euros en taquilla, Superlopez fue un gran éxito en 2018 protagonizado por Dani Rovira

### LAS COMEDIAS ESPAÑOLAS QUE MÁS HAN RECAUDADO DESDE 2014

	Título	Distribuidora	Estreno	Datos de taquilla	Número de espectadores
1	Ocho apellidos vascos	UPI	14/03/14	56.194.668 €	9.516.272
2	Ocho apellidos catalanes	UPI	20/11/15	36.146.632 €	5.762.694
3	Perfectos desconocidos	UPI	01/12/17	20.986.688 €	3.308.930
4	Campeones	UPI	06/04/18	19.293.276 €	3.324.886
5	Padre no hay mas que uno 3	SONY	14/07/22	15.607.000 €	2.707.090
6	Padre no hay mas que uno	SONY	01/08/19	14.252.991 €	2.498.193
7	Padre no hay mas que uno 2: La llegada de la suegra	SONY	29/07/20	12.941.144 €	2.318.539
8	Superlopez	DISNEY	23/11/18	12.762.770 €	2.178.990
9	Si yo fuera rico	PPI	15/11/19	12.582.045 €	2.064.931
10	Campeonex	UPI	18/08/23	11.888.158 €	1.975.785
11	Lo dejo cuando quiera	SONY	12/04/19	11.376.133 €	1.890.801
12	Torrente 5: Mision Eurovegas	SONY	03/10/14	10.783.333 €	1.828.020
13	Perdiendo el norte	WBI	06/03/15	10.395.728 €	1.632.586
14	Villaviciosa de al lado	WBI	02/12/16	10.088.554 €	1.553.475
15	Es por tu bien	DISNEY	24/02/17	9.536.390 €	1.552.224
16	Ocho Apellidos Marroquis	UPI	01/12/23	11.536.463 €	1.691.683
17	A todo tren. Destino Asturias	WBI	08/07/21	8.602.270 €	1.521.374
18	Ahora o nunca	SONY	19/06/15	8.442.163 €	1.419.820
19	Mejor verano de mi vida, El	ACONTRA	12/07/18	7.936.953 €	1.381.371
20	Señor, dame paciencia	WBI	16/06/17	6.636.689 €	1.087.268

Fuente: Comscore

millones que recaudaron esas películas en total entre 2013 y 2023, 391.948.501 millones fueron a comedias, un espectacular 69,44%. Con datos tan contundentes, queda claro que el cine español actual vive de la comedia. Comparada con el segundo genero más popular, el drama, la diferencia es abismal, entre las

50 más taquilleras, las películas dramáticas han recaudado 92.623.629, cuatro veces menos.

De alguna manera, puede decirse que el cine español ha vuelto “adonde estaba”, que es en la comedia, ya que en los años 80 y 90 fueron también las películas más exitosas. La taquilla de cine nacional en los 90 estuvo dominada por títulos como *Aquí huele a muerto*, *Todos los hombres sois iguales*, *Belle Époque*, *Two Much* o el

La saga de *Padre no hay más que uno* ocupa tres puestos de las diez comedias españolas más taquilleras de la última década



Con 21 millones engrosados en 2017, *Perfectos desconocidos* es una de las películas españolas más exitosas de todos los tiempos



primer *Torrente*. El análisis de los últimos diez años ofrece un fuerte contraste con los éxitos del período comprendido entre el año 2000 y 2010, inmediatamente antes, cuando el cine español comercial vivió un período insólito de su historia, que no se ha vuelto a repetir, marcado el *blockbuster* a la americana con coproducciones millonarias rodadas en inglés, el auge del cine de género y el éxito de una generación encabezada por Bayona y Amenábar, muy marcada por la influencia de Hollywood.

## DEL BLOCKBUSTER A LA COMEDIA

En los primeros años del milenio, vemos que las comedias solo fueron 6 de las 20 películas más vistas, diez menos que en la década pasada. En esos tiempos, previos a la crisis económica, el podio lo encabezaban películas de terror “a lo Hollywood” como *Los otros* (27,2 millones), el cuento gótico de Amenábar con Nicole Kidman, o *El orfanato* (25 millones), debut de Bayona. Vemos la apoteosis de Amenábar con el drama

*Mar adentro* (19,8 millones), ganadora del Oscar, y la superproducción histórica rodada en inglés *Agora* (21.4 millones). En comedia, los dos *Torrentes* de Segura pegaron fuerte y hubo otros éxitos como *Mortadelo y Filemón* (22,8 millones) o *El otro lado de la cama* (12,6 millones) pero en el ranking hay mucha mayor diversidad de géneros, del thriller carcelario de *Celda 211* (13,1 millones) a elaboradas reconstrucciones históricas con altos presupuestos como *Alatriste* (16.7 millones), *El laberinto del fauno* (8,9 millones) o *Juana la loca* (8,9 millones). Ante el dominio abrumador actual de la comedia en el cine comercial surge una buena noticia, otra mala y una advertencia. Productores, distribuidores y exhibidores pueden tener claro que la comedia tiene un público devoto que al contrario de lo que quizá sucede con otros géneros, puede decirse que está incluso ansioso por consumir comedia nacional. La parte negativa, claro está, es que a pesar de que el cine español moderno tiene altos estándares industriales y de producción, tiene dificultades para defenderse en otros ámbitos. Vemos también cómo han desaparecido las películas con grandes presupuestos. Y en el caso del drama, por ejemplo, queda claro que el éxito de las películas está muy relacionado con los Goya.

## EXPLOTANDO LOS LOCALISMOS

Probablemente, el gran punto de giro que hizo que la producción volviera a fijar sus ojos en la comedia fue el descomunal éxito de la saga *Ocho apellidos*, cuyas dos primeras partes son con enorme diferencia las películas más taquilleras españolas del período comprendido entre enero de 2014 y enero de 2024, la primera con 56.2 millones de euros y la segunda con 36.1 millones. *Ocho apellidos vascos*, estrenada en 2014, supuso un claro cambio de dirección tras esa década dominada por el *blockbuster*. Y la fórmula parece que aún funciona, la tercera parte, con nuevo director, guionistas y actores, *Ocho apellidos marroquíes*, una parodia del propio nacionalismo español y los tópicos sobre los “moros”, estrenada la pasada Navidad ha sido también

todo un éxito y lleva recaudados 11,5 millones de euros, siendo ya la 25 película más exitosa de la última década.

A partir de *Ocho apellidos*, la comedia ha vivido una década de gloria. Dentro de ella, encontramos los grandes éxitos nacionales de los últimos tiempos. *Perfectos desconocidos* (2017), adaptación española de una comedia italiana que ha tenido más de una decena de versiones en el mundo, dirigida por un clásico como Alex de la Iglesia que hizo casi 20 millones. O el fenómeno de la saga de *Campeones*, que cuenta con ternura y risas las peripecias de un equipo deportivo de personas con diversidad funcional, arrasa y la primera parte de 2018 obtuvo 19,3 millones y la segunda del año pasado, 11,9 millones.

Santiago Segura ha arrasado con las tres partes de *Padre no hay más que uno*, comedias familiares para todos los públicos que han logrado el milagro de que cada secuela recaude más que la película anterior. Esta saga sitúa tres títulos entre las 10 comedias más exitosas de la última década. De esta manera, la tercera parte ganó 15,6 millones en 2022, la primera 14,2 en 2019 y la segunda, estrenada en plena pandemia con restricciones de aforo, unos milagrosos 12,9 millones. Los cines se frotan las manos ante el estreno de la cuarta parte, que llegará el próximo 18 de julio.

En esta parte alta de la tabla, encontramos otros títulos como *Superlópez* (12,7 millones en 2018), *Si yo fuera rico* (12,5 en 2019), *Lo dejo cuando quiera* (11,3 millones) y aún quedan otras dos, más Santiago Segura con la última película de Torrente, *Operación Eurovegas* (10,8 millones) y *Perdiendo el norte* (10,4 millones), de otro maestro patrio del humor como Nacho G. Velilla. Por cierto, ni una sola de estas películas ha obtenido ningún premio, maldición eterna de la comedia, querida por el público y despreciada por los festivales y galardones.

El propio Nacho G. Velilla, heredero de la comedia clásica popular española, inaugura la segunda parte de la tabla en el puesto 21 con *Villaviciosa de al lado* (10 millones), sobre un pueblo que queda revolucionado después de que gane

el Gordo de Navidad el décimo del “puticlub”. Porque si la comedia domina de manera abrumadora el top 20, de las posiciones 21 a la 50 aunque su monopolio no es tan espectacular, sigue demostrando que es con diferencia el género más taquillero de la cinematografía patria ya que 18 de esas treinta películas vuelven a ser comedias.

### APUESTA POR EL HIGH CONCEPT

Al observar la mayoría de los títulos más populares vemos que no solo sacan petróleo de los localismos, también que suelen partir de un *high concept*, o sea, de una premisa cómica muy clara. *Ocho apellidos vascos* confronta a un sevillano con una abertzale. En *Perfectos desconocidos*, un grupo de amigos se reta a mostrar en una cena lo que esconden en el móvil. *Campeones* confronta a un grupo de discapacitados con un entrenador en horas bajas. *Si yo fuera rico* trata sobre un tipo que no tiene donde caerse

muerto que gana la lotería y debe ocultar su fortuna a su ex, con la que quiere volver. Con pocas palabras, cualquiera puede entender el argumento de estas películas con pocas explicaciones planteando una situación cómica muy clara. En el caso de Santiago Segura y su saga de *Padre no hay más que uno*, vemos cómo ha abierto un nicho de cine familiar, poco transitado por la cinematografía patria hasta entonces, despejando el camino a otros títulos dirigidos al mismo público que sin gozar de taquillas tan abultadas también han dado buenos resultados. El propio Segura ha tenido, en calidad de productor y actor, otros éxitos en este terreno como las dos partes de *A todo tren*. *Destino Asturias* (8,6 millones la primera y 6,6 la segunda), *Vacaciones de verano* (7,4), con su inseparable Leo Harlem, y la reciente *La Navidad en sus manos* (4 millones), exitoso intento de entrar en un terreno dominado por Hollywood. Vemos también cómo otros títulos para “toda la familia”

como *El mejor verano de mi vida* (7,9 millones), *Zipi y Zape y el club de la canica* (5 millones), *Mortadelo y Filemón contra Jimmy el cachondo* (5 millones) o *Mari(dos)* (4 millones), también han sido un éxito. La comedia funciona. **BO**



Arriba, la primera parte de *Campeones* (19,3 millones en 2018) y abajo, Alex García en *Si yo fuera rico* (12,6 millones en 2019)



© Shutterstock (1); Zeta Cinema/Mediaset España (1); Bowfinger International Pictures/Atlasmedia Cine/Sony Pictures (1); telecinco Cinema/Nadie es perfecto (1); LAZONA/Kowalski Films/telecinco Cinema (1); telecinco Cinema/Think Studio/Ciskul (1)

# LO QUE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DESTINAN AL AUDIOVISUAL

ESPAÑA CUENTA CON DIECISIETE COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y TODAS DAN AYUDAS AL AUDIOVISUAL. APOYAN LAS DISTINTAS FASES, DESDE EL DESARROLLO HASTA LA PRODUCCIÓN Y LA EXHIBICIÓN EN SALAS. HACEMOS UN REPASO DE LA INVERSIÓN QUE SE REALIZA EN CADA COMUNIDAD PARA ESTE TIPO DE AYUDAS AL SECTOR AUDIOVISUAL EN EL EJERCICIO DE 2023

por Laura Pérez Gómez



TABLA RESUMEN AYUDAS CC.AA.

	PRODUCCIÓN LARGOS	PRODUCCION CORTOS	DOCUMENTALES	DESARROLLO PROYECTOS	EXHIBICIÓN-SALAS	TOTAL
ANDALUCÍA	1.800.000 €	85.000 €	415.000 €		413.466 €	2.713.466 €
ARAGÓN	508.830 €	45.000 €		140.000 €		693.830 €
ASTURIAS	150.000 <sup>(1)</sup> €			140.000 €		290.000 €
BALEARES				98000 <sup>(2)</sup> €		298.000 <sup>(3)</sup> €
CANARIAS	1.280.000 €	36.000 €		71.400 €		1.387.400 €
CANTABRIA	200.000 €			45.000 €		245.000 €
CASTILLA LA MANCHA	100.000 €	25.000 €		50.000 €	620.000 <sup>(4)</sup> €	206.841 <sup>(5)</sup> €
CASTILLA Y LEÓN	250.000 €	125.000 €				375.000 €
CATALUNYA	10.980.000 €	240.000 €	270000 <sup>(6)</sup> €	1.800.000 €	345.036 €	13.065.036 <sup>(7)</sup> €
EXTREMADURA	250.000 €	95.000 €	50.000 €			395.000 €
GALICIA	241.000 €	9.000 €		60.000 €		310.000 €
MADRID	500.000 €	150.000 €		750.000 €		1.400.000 €
MURCIA	60.000 <sup>(7)</sup> €	50.000 €		150.000 €		260.000 €
NAVARRA	110.000 €			170.000 €	110.000 €	390.000 €
PAÍS VASCO	2.010.000 €	160.000 €	260.000 €	504.000 €		5.868.000 €
LA RIOJA	600.000 €					600.000 €
COM.VALENCIANA	3.384.608 €			981.246 €	405.000 €	4.770.854 €

1. Incluye fondos para "asistencia a festivales y ferias"  
 2. A repartir entre 2023 y 2024  
 3. A sumar 200 mil euros para movilidad de residentes en Baleares  
 4. Abarca el período 2021-2023

5. Se divide entre tres la subvención trienal a exhibición  
 6. Solo para documentales destinados a ser emitidos por televisión.  
 7. No se incluyen las ayudas al fomento y comercialización de cine en catalán  
 8. Destinadas a la promoción y difusión de obras ya realizadas



## PRINCIPADO DE ASTURIAS

La Consejería de Educación y Cultura destinó en 2023 345.296 al sector audiovisual. De éstos, 150 mil se destinan a proyectos de producción cinematográfica con "interés artístico o cultural" y 195.296 a desarrollo de proyectos audiovisuales, lo cual incluye las fases de "preparación y diseño" así como la "realización de guiones". Las ayudas también incluyen gastos en "movilidad" para desplazamientos.

## ANDALUCÍA

Según la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (AAIC), la convocatoria de ayudas en 2023 para la producción de largometrajes ascendió a una dotación máxima de 1.800.000 euros para las categorías de ficción, animación y películas para televisión, y de 415.000 euros para los documentales. La inversión para la producción de cortometrajes ese mismo año asciende a 85 mil euros. La AAIC destina además una línea de 413.466,78 euros para la exhibición cinematográfica, con el fin de financiar proyectos de inversión en innovación y funcionamiento digitalizado y sostenible de las salas de cine.



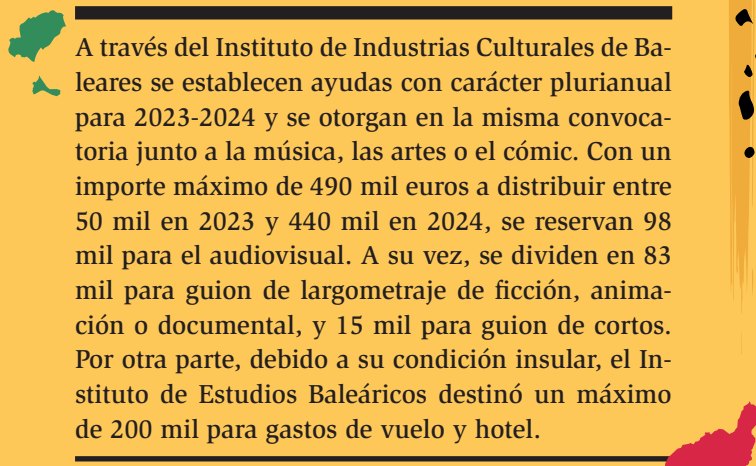
## ARAGÓN

A través de la Dirección General de Cultura se otorgaron en el ejercicio de 2023 en materia de cine un total de 648.830 euros, que se destinan a la producción audiovisual para la realización de medimetrajes y largometrajes por parte de empresas del sector audiovisual. De esta cantidad, se reservaron 140.000 euros para la modalidad de desarrollo y 508.830 euros para las de producción y postproducción. En el caso de los cortometrajes, la dotación económica es de 45.000 euros.



## BALEARES

A través del Instituto de Industrias Culturales de Baleares se establecen ayudas con carácter plurianual para 2023-2024 y se otorgan en la misma convocatoria junto a la música, las artes o el cómic. Con un importe máximo de 490 mil euros a distribuir entre 50 mil en 2023 y 440 mil en 2024, se reservan 98 mil para el audiovisual. A su vez, se dividen en 83 mil para guion de largometraje de ficción, animación o documental, y 15 mil para guion de cortos. Por otra parte, debido a su condición insular, el Instituto de Estudios Baleáricos destinó un máximo de 200 mil para gastos de vuelo y hotel.



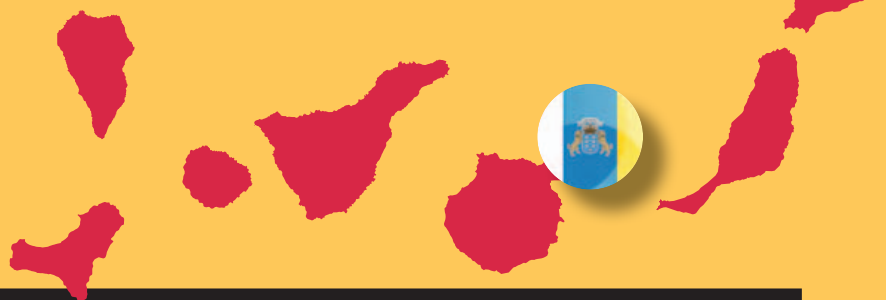
## CANTABRIA

Las subvenciones se definen para la producción y edición audiovisual para profesionales. Para ello, la Consejería de Cultura destinó en 2023 un total de 200.000 euros, además de otros 45.000 para los proyectos en fase de desarrollo.



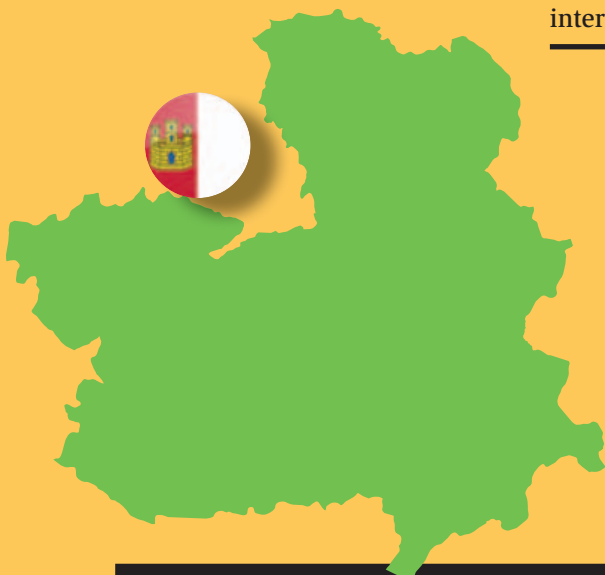
## CANARIAS

El Instituto Canario de Desarrollo Cultural, a través de la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo, destinó en 2023 un total 1.280.000 € para financiar los gastos de producción de largometrajes, series de ficción, animación y documentales. En un segundo pliego, se otorgan 71.400 euros al desarrollo de este tipo de proyectos y 36 mil para la producción de cortometrajes. Canarias también es conocida por disponer de los incentivos fiscales a la producción audiovisual más elevadas de España con un 50.45% de deducción directa para producciones internacionales y producciones o coproducciones españolas.



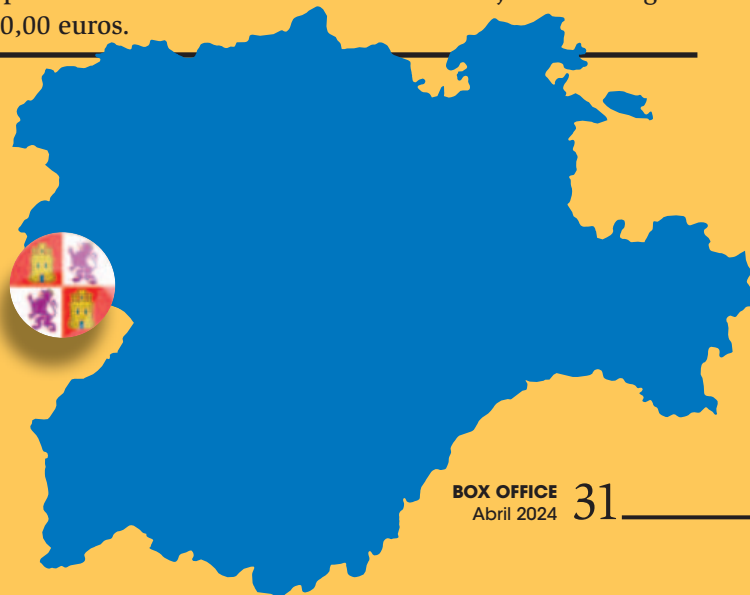
## CASTILLA Y LEÓN

Para la convocatoria de 2023, la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León contó con presupuesto incrementado con respecto al año anterior, de un total de 375.000 euros, de los cuales 250.000 euros se destinan a la producción de largometrajes. Esta comunidad también concede ayudas para financiar la realización de cortometrajes cinematográficos, que ascienden a 125.000,00 euros.



## CASTILLA LA MANCHA

La Consejería de Educación, Cultura y Deportes destina recursos a las fases de desarrollo de proyectos, en este caso 50.000 euros que se dividen en dos pliegos, para desarrollo de proyectos y elaboración de guiones. Destina 100 mil euros a la producción de largometrajes y 25 mil a la de cortometrajes. Hay también una línea de ayudas a las salas de de 620 mil euros, aunque su convocatoria abarca el período 2021-2023 financiada por Next Generation.



## CATALUNYA

Es con diferencia la comunidad que destina más recursos para apoyar su sector audiovisual, más de 13 millones solo a producción y ayudas a salas de cine, a través del Institut Català d'Empreses Cultural (ICEC). En la categoría de desarrollo de proyectos se destinan dos millones de euros a dividir entre un máximo de 1,8 millones en 2023 y 200 mil en 2024. Para este año se ha abierto una nueva línea de ayudas que favorecen el desarrollo de proyectos con una dotación de 2,6 millones para la organización en Catalunya de laboratorios, residencias y programas de escritura y desarrollo de proyectos audiovisuales. En el caso de la producción de largometrajes cinematográficos, la suma asciende a 10 millones de euros el año pasado a los que hay que sumar 980 mil para largos de animación. Siguiendo un sistema similar al del ICAA, las ayudas a largos de ficción se dividen entre "vocación de mercado" (generales) y de "alto interés cultural" (selectivas). Para apoyar los cortometrajes, el presupuesto fue de 240 mil euros. Además, el ICEC cuenta con otros tipos de convocatorias relacionadas con el sector. Por ejemplo, la organización de festivales fue respaldada el año pasado con fondos por valor de 560 mil euros. Además, para apoyar la exhibición, por un lado están las subvenciones a las salas en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea (Next Generation) por el que se otorgan 345 mil euros. A estas ayudas de origen europeo se suman los 3 millones destinados a la "mejora o adquisición de equipamiento" que los cines comparten con las artes escénicas, galerías de arte y salas de conciertos. Dentro del apartado de apoyo al catalán y políticas lingüísticas, se destinan 3.400.000 euros a subvenciones para el doblaje y el subtítulo en catalán de largometrajes para su estreno en salas. Lo mismo ocurre para el fomento de la difusión en cines de películas en versión catalana, original, doblada o subtitulada, y de producciones catalanas, con una ayuda específica que llega a los 470 mil euros.

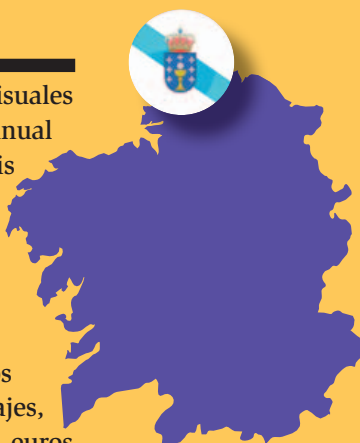


## EXTREMADURA

A través de su Secretaría General de Cultura, la cantidad total para las ayudas destinadas a la producción de largometrajes de 2023 fue de 300.000 euros, que se reparten entre los 250.000 euros para proyectos de largometraje de ficción, y 50.000 euros para proyectos de largometraje documental. En el caso de las ayudas destinadas a la producción de cortometrajes en Extremadura, la convocatoria está dotada con un presupuesto máximo de 95.000 euros.

## GALICIA

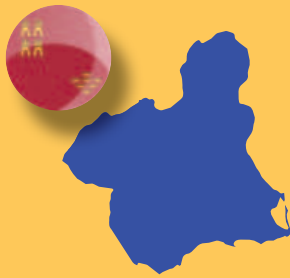
Las ayudas destinadas al desarrollo de proyectos audiovisuales gallegos se convocaron en el año 2023 con carácter bianual a través de la Axencia Galega das Industrias Culturais (AGADIC). La asignación de los créditos es de 60.000 euros para el año 2023 y de 240.000 euros para el presente año. En el caso de las ayudas a producciones y coproducciones de proyectos audiovisuales gallegos, son unos 2.500.000 euros divididos entre los años 2023 y 2026. Para el 2023 se destinarán 250.000 euros, de los cuales se dividen entre 201.000 euros para largometrajes, y producciones para televisión y plataformas; 40.000 euros para los largometrajes en coproducción internacional y 9.000 para respaldar los cortometrajes. Asimismo, la Xunta destinó el año pasado 500.000 euros en ayudas para las salas de cine y 50 mil más para respaldar la asistencia de profesionales a foros especializados y eventos de cine.



## MADRID

La Comunidad ofrece ayudas a través de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte. En 2023 otorgó unos fondos totales de 750.000 euros para el desarrollo de proyectos, de los cuales 50 mil se destinaron a financiar dos proyectos de animación y 25 mil euros por ayuda para financiar catorce proyectos de largometraje de ficción y documental. En la categoría de series de animación se otorgaron 40.000 euros por ayuda para financiar dos proyectos y 20.000 euros por ayuda para respaldar once proyectos de series de ficción y documental. Para este 2024, la Comunidad ha aumentado su presupuesto hasta los 3 millones. En las categorías de producción, para los largometrajes se destinaron un millón de euros a repartir entre los ejercicios 2023 y 2024 en partes iguales. El importe máximo por categorías se divide entre los largometrajes de animación -hasta 87.500 euros-; de ficción -hasta 75.000 euros-; y documentales -hasta 12.500 euros. La Comunidad de Madrid apoyó la producción de cortometrajes cuyo objetivo último sea la difusión pública, con una apuesta de 150 mil euros por el talento emergente de nuevos realizadores y productores.





## MURCIA

Las subvenciones para la creación y desarrollo de artes plásticas y visuales de la Comunidad Autónoma de Murcia se resuelven a través del Instituto de las Industrias Culturales y las Artes. La cantidad destinada al desarrollo de proyectos del sector audiovisual del año 2023 fueron 150.000 euros. La convocatoria dispone además de un crédito máximo de 50.000 € para la producción de cortometrajes, y cuenta con una nueva orden de ayudas para fomentar la difusión, promoción y comercialización de películas, cortometrajes, documentales o series realizadas por productoras murcianas, dotada con 60.000 euros.



## NAVARRA

Las subvenciones al sector se otorgan a través de las convocatorias conocidas como Generazinema. Para las ayudas que se destinan al desarrollo de proyectos, existen las modalidades de proyectos de ficción o documental de creación, y las destinadas al desarrollo de proyectos de animación, cuya cuantía total es de 170.000 euros. En el caso de las ayudas a la producción de películas y otras obras audiovisuales que se encuentren en fase de proyecto, la cuantía total es de 110.000 euros, que se dividen en distintas modalidades de largometraje -ayudas a la producción de largometrajes, ayudas generales a la producción de largometrajes y a la producción de largometrajes de bajo presupuesto-; de cortometrajes -ayudas a la producción de cortometrajes de ficción, de documental de creación, de animación-; y ayudas a la producción de pilotos de serie. Generazinema Exhibición 2023 ofrece apoyos a las salas de cine con las ayudas a salas de exhibición y complejos cinematográficos situados en Navarra para la programación de actividades de exhibición cinematográfica, y para ello aporta una cuantía total de 110.000 euros.



## PAÍS VASCO

Desde su Departamento de Cultura y Política Lingüística, el caso del País Vasco es de las pocas comunidades que convocan subvenciones para procesos de creación dirigidos a la realización de guiones cinematográficos. En este caso se destinan en 2023 un total de 104.000 euros. La dotación presupuestaria que se destina para los proyectos de largometrajes cinematográficos se divide entre los 200.000 euros destinados a las modalidades de desarrollo de proyectos para cualquier medio o soporte de difusión; Los 260.000 euros que se destinan a la producción de largometrajes documentales de creación; un total de 600.000 euros para los largometrajes de animación; la suma de 1.160.000 euros para largometrajes cinematográficos de ficción; y una partida de 250.000 euros para la producción de ficción de bajo presupuesto. Dentro de esta modalidad de ayuda se apoyará la realización de cortometrajes cinematográficos en cualquier lengua con la cantidad de 160.000 euros. Por último, se apoya en 2023 con una dotación de 200.000 euros al desarrollo de proyectos de series o miniseries.

## LA RIOJA

Desde la Consejería de Hacienda y Administración Pública, se convocan subvenciones para la producción y emisión de contenidos audiovisuales. El importe total de la convocatoria para el ejercicio de 2023 es de 600.000 euros, correspondiente a los presupuestos de gastos para el ejercicio 2024 de la Consejería de Hacienda y Administración Pública.



## COMUNIDAD VALENCIANA

Algo similar ocurre en cuanto al cargo de los presupuestos en la Comunitat Valenciana, ya que en el caso de las ayudas que el Institut Valencià de Cultura convoca para el desarrollo de proyectos de largometraje, los 981.246 euros que se destinan serán con cargo al presupuesto de 2024. Esta región es una de las que apoyan a los creadores y guionistas desde los inicios de la obra, ya que se convocan las ayudas a la escritura de guion (de ficción, documental y serie), cuyo presupuesto comparten con las ayudas a desarrollo. Por otro lado, en lo que respecta a producción, esta convocatoria de ayudas tiene carácter plurianual y se extenderá a los ejercicios 2023, 2024 y 2025 por un importe de 7.000.000 euros, de los cuales hay destinados para el ejercicio 2023 un importe 3.384.608,69 euros. A la financiación de las ayudas de exhibición a salas de cine y cineclubes, de esta orden se destinan 405.000 euros.



© Shutterstock (18)



# MÁS INCENTIVOS, MENOS AYUDAS DIRECTAS

EL OBSERVATORIO EUROPEO DEL AUDIOVISUAL PUBLICA UN COMPLETO INFORME SOBRE LA FINANCIACIÓN DE LAS PELÍCULAS ENTRE 2016 Y 2020 PARA LLEGAR A LA CONCLUSIÓN DE QUE AUNQUE EL RESPALDO PÚBLICO SUBE UN 2,6% LO HACE EN FORMA DE BONIFICACIONES FISCALES MIENTRAS DESCENDEN LAS SUBVENCIONES DIRECTAS

por Marco Cacioppo

# E

l Observatorio Europeo del Audiovisual ha publicado un nuevo informe sobre el desarrollo de la financiación de las películas en Europa. El objetivo de la investigación es proporcionar un panorama exhaustivo sobre el progreso de los presupuestos y las fuentes para sufragar las películas del Viejo Continente, desde el apoyo público hasta las inversiones de las televisiones. El análisis, el primero en su género - que se realizó sobre una muestra de datos que incluye planes de financiación detallados para 2.490 películas provenientes de 18 países europeos, y estrenadas en cines entre 2016 y 2020 - demuestra que, a pesar de una reducción en el dinero público concedido de una manera directa y las inversiones de las televisiones, los in-

centivos fiscales a la producción no solo están en aumento, sino que también impactan en el apoyo público total, que ha aumentado un 2.9%.

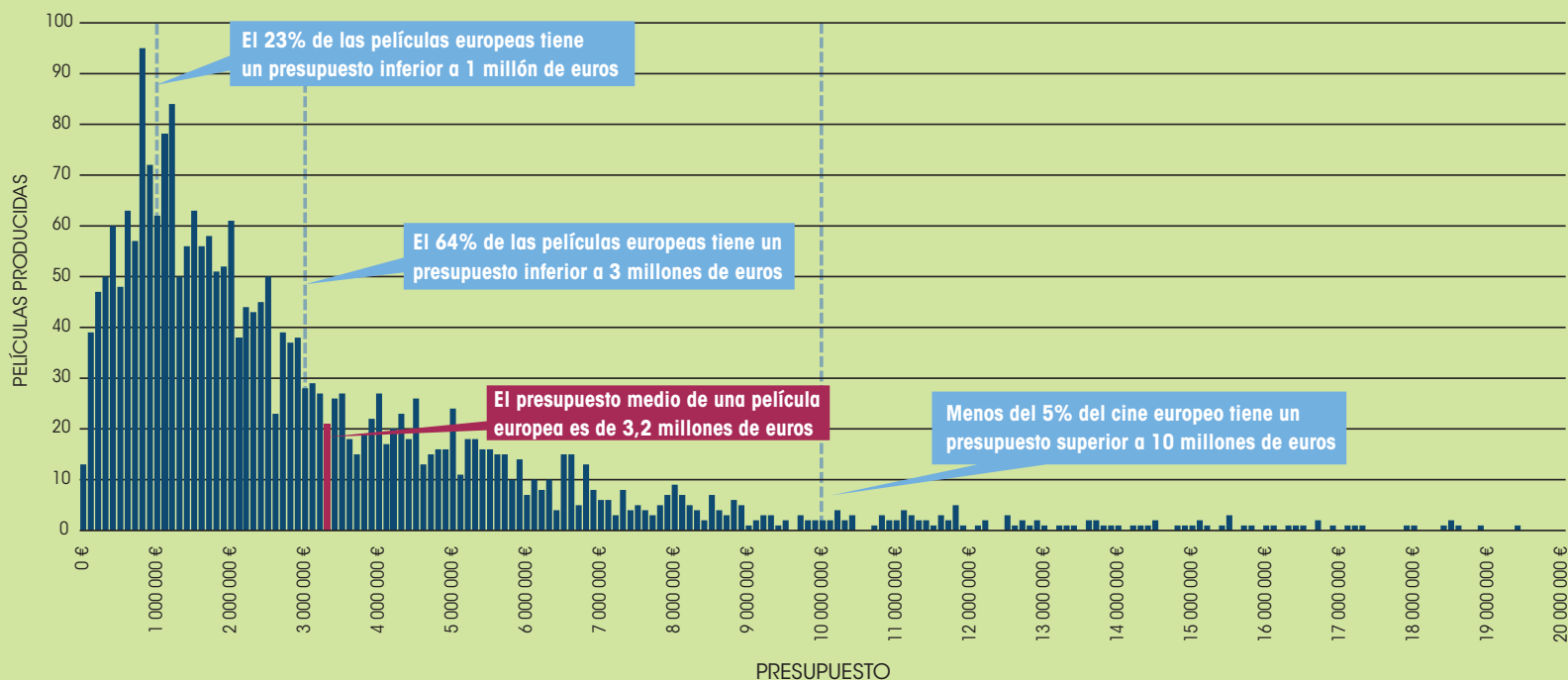
## EL APOYO PÚBLICO: UNA FUENTE DE PRESUPUESTO VITAL

El apoyo público total se refiere a la combinación de financiación pública directa e incentivos fiscales a la producción, y representa la totalidad del volumen de financiación agregada relacionada con las instituciones públicas. En conjunto, el apoyo público total cubre poco menos del 40% del volumen de financiación de las películas europeas, lo que demuestra la importancia vital de esas ayudas para la producción cinematográfica en el Viejo Continente. En >

N. 1

## PANORÁMICA DE LOS PRESUPUESTOS DE PELÍCULAS EUROPEAS

Número de filmes por rango de presupuesto (período: 2016-2020)



Fuente: EAO

otras palabras, sin el dinero emitido por diversos gobiernos e instituciones, sería casi imposible para muchas compañías europeas llevar a cabo sus obras.

### COMPOSICIÓN DE LOS PRESUPUESTOS DE LAS PELÍCULAS

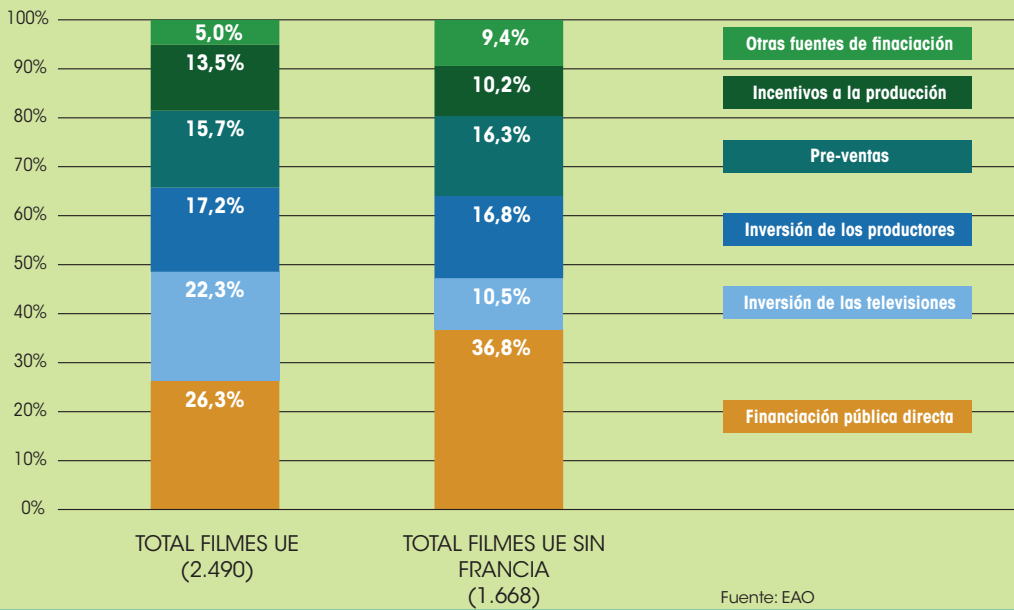
En general, el presupuesto de las películas europeas proviene en un 26.3% de fondos públicos directos; en un 22.3% de inversiones de las televisiones; en un 17.2% de inversiones del productor; en un 15.7% de preventas; en un 13.5% de incentivos públicos a la producción; y en un 5% de otras fuentes de financiación. Dado que las películas francesas representan el 53% de los títulos en la muestra de investigación, se prefirió realizar un segundo análisis excluyendo las producciones francesas para no sesgar demasiado la media europea. Excluyendo las películas francesas, la cuota de financiación pública directa es significativamente mayor, y alcanza el 36.8%, mientras que las inversiones de las televisiones representan solo el 10.5%; completan el total el 16.8% de inversiones del productor; el 16.3% de preventas; el 10.2% de incentivos a la producción; y el 9.4% de otras fuentes de financiación.



N. 2

LA ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS PELÍCULAS EUROPEAS

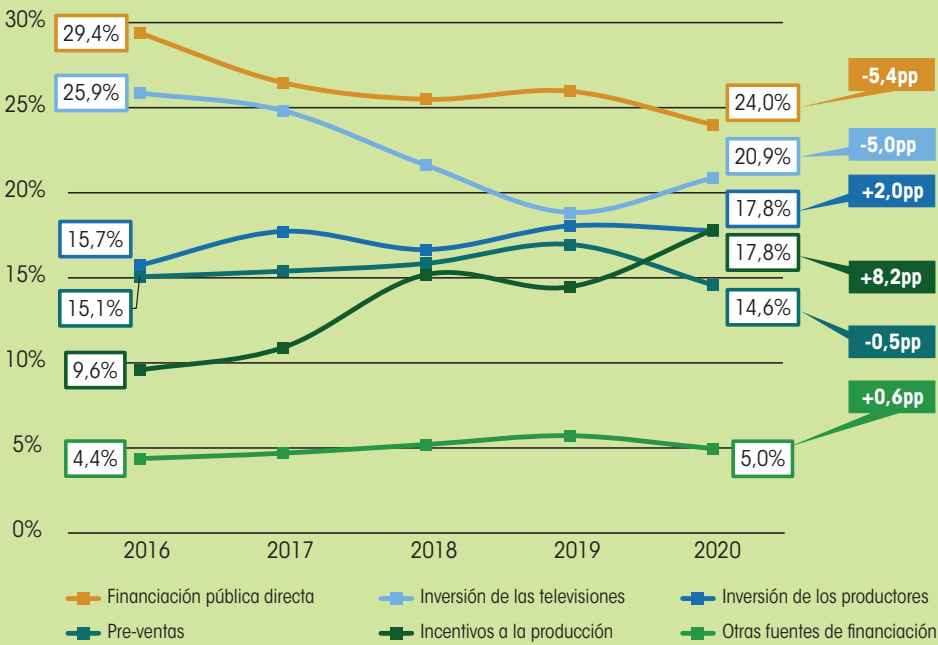
Período: 2016-2020



N. 3

EVOLUCIÓN DE LA FINANCIACIÓN DE LAS PELÍCULAS EUROPEAS

Período: 2016-2020



EVOLUCIÓN DE LAS FUENTES DEL PRESUPUESTO

En cuanto a la financiación pública directa, a pesar de seguir siendo la fuente de inversión más importante, ha experimentado una disminución de 5.4 puntos porcentuales, pasando del 29.4% en 2016 al 24% en 2020. También el gasto de las televisiones ha disminuido en un 5%, lo que ha afectado principalmente a las películas con presupuestos superiores a 3 millones de euros, aunque en el último año analizado se puede observar una modesta recuperación. Por otro lado, las inversiones de los productores han permanecido relativamente estables entre 2016 y 2020. Del mismo modo, las preventas han mantenido su cuota en el volumen total de financiación, aunque se ha observado una ligera disminución en 2020. En contraste, la cuota de incentivos a la producción ha aumentado significativamente, pasando del 9.6% de la financiación total en 2016 al 17.8% en 2020. Este aumento, destinado a superar el valor de las preventas, se debe principalmente al creciente papel de los incentivos fiscales a la producción en los mercados de tamaño mediano y grande. Otras fuentes de financiación (capital privado, financiación de deuda e inversiones en especie, además de otras fuentes de fondos menores) han permanecido estables en el tiempo y han mantenido una cuota de aproximadamente el 5% del volumen total de financiación. ➤

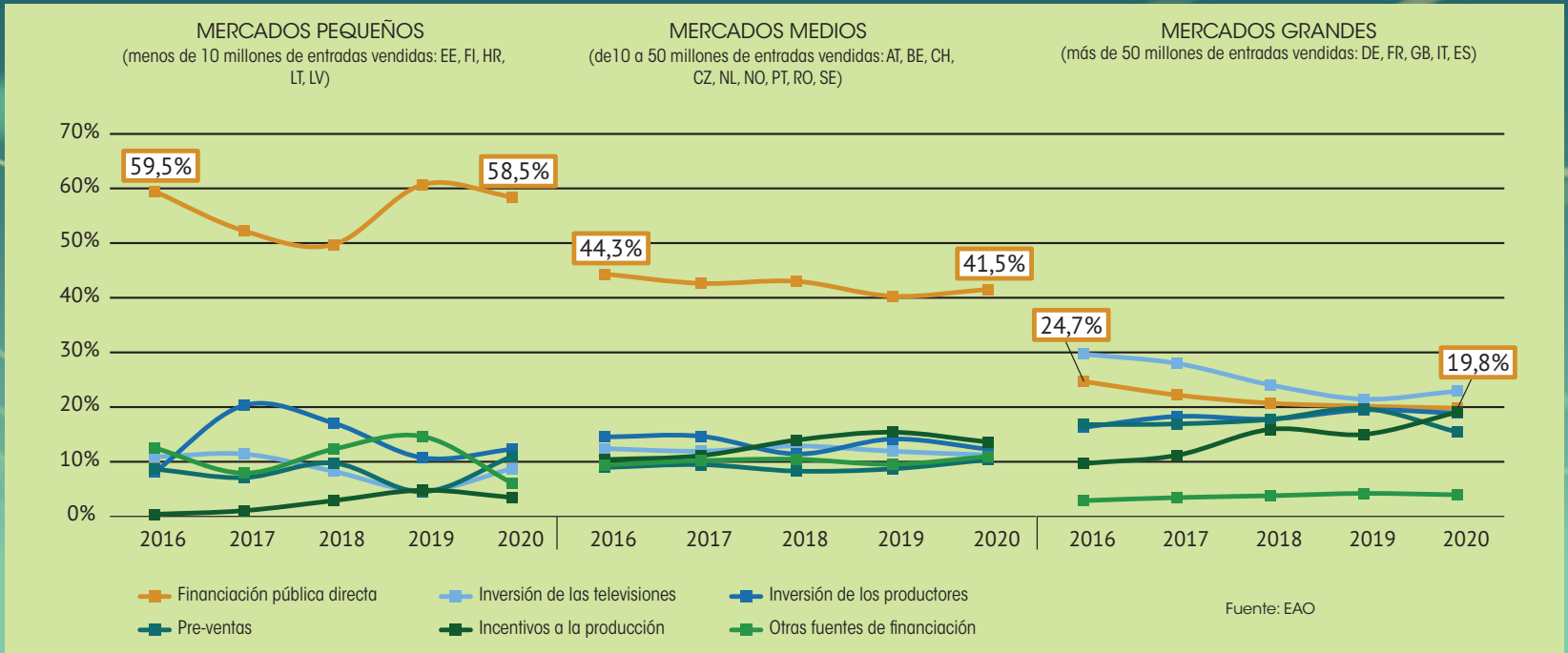
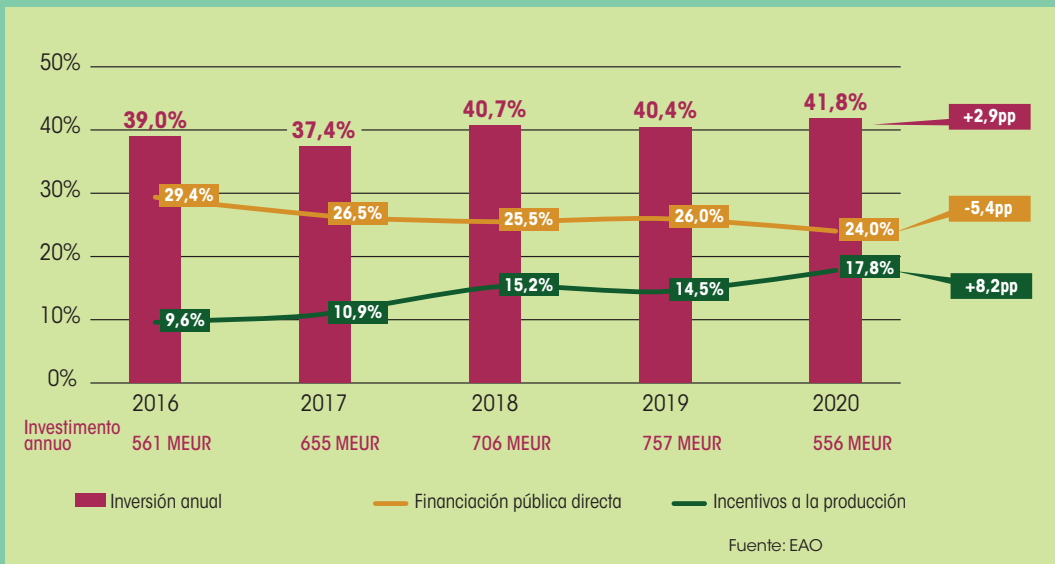


Fig. 5 **TOTAL APOYO PÚBLICO**  
VOLUMEN DE LA FINANCIACIÓN POR FUENTE DE INGRESOS (2016-2020)



## INCENTIVOS A LA PRODUCCIÓN

Como se puede ver en la fig.5, dentro de la inversión pública en su conjunto, de 2016 a 2020 se ha registrado una disminución del apoyo directo frente a un aumento de los incentivos a la producción. En detalle, en los cinco años del período considerado, los apoyos públicos directos han disminuido un 5% mien-

tras que los incentivos a la producción han aumentado un 8%. En consecuencia, la cuota de financiación del apoyo público total ha aumentado ligeramente del 39% en 2016 al 41,8% en 2020. Las películas con presupuestos superiores a 5 millones de euros son las que han experimentado el mayor aumento de respaldo público.

## FINANCIACIÓN SEGÚN EL TAMAÑO DE LOS MERCADOS

La importancia de la financiación pública directa es aún mayor en los mercados más pequeños. Su cuota en el volumen total de financiación en países que registran menos de 10 millones de espectadores anuales (como Estonia, Finlandia, Hungría, Lituania, Letonia) es más del doble que en los países que tienen más de 50 millones de espectadores cada año (es decir, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y España). La proporción pasa del 58% al 22%: mientras que las estructuras de financiación de los mercados más pequeños se basan en gran medida en las subvenciones públicas directas, la estructura de los grandes mercados parece ser más equilibrada entre las diferentes fuentes de financiación.

## LOS PRESUPUESTOS DE LAS PELÍCULAS

A excepción de las películas francesas, que tienen presupuestos por encima del promedio, el informe revela que casi dos tercios de las películas europeas estrenadas entre 2016 y 2020 (el 64%) costaron menos de 3 millones de euros. En el Viejo Continente, la producción se centra principalmente en películas "pequeñas": el 23% de las películas europeas tiene un presupuesto inferior a 1 millón, mientras que solo el 5% cuesta más de 10 millones de euros. Según la consultora Gitnux, el presupuesto medio de una película de un gran estudio de Hollywood son 60 millones de euros y el de los *blockbusters* 92 millones.

© iStock (2); Shutterstock (2)



# 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



# FESTIVAL DE CANNES Y LA TAQUILLA

CON EL ÉXITO RECIENTE DE PÚBLICO DE *ANATOMÍA DE UNA CAÍDA*, *FALLEN LEAVES* O *PERFECT DAYS* Y FENÓMENOS COMO *PARÁSITOS*, A LAS PUERTAS DE UN NUEVO FESTIVAL DE CANNES ANALIZAMOS UNA DÉCADA EN EL *BOX OFFICE* DE LAS PELÍCULAS VICTORIOSAS EN EL OLIMPO FRANCÉS DE LOS FESTIVALES. LA PALMA DE ORO ES SINÓNIMO DE PRESTIGIO, PERO CADA VEZ MÁS TAMBIÉN DE NEGOCIO

por Pau Brunet



# A

las puertas de una nueva edición del Festival de Cannes, el Olimpo de los festivales, que celebrará su 77 edición del próximo 14 al 25 de mayo, hay que destacar el importante éxito comercial y de futuros premios que logran tanto las películas galardonadas como las seleccionadas. Sin ir más lejos, la cosecha del año pasado ha resultado ser especialmente exitosa en la taquilla española. Lo acabamos de ver con la última ganadora de la Palma de Oro, el drama judicial francés *Anatomía de una caída*, distribuida por Elastica. La película también ha ganado el César a la mejor película, ha recibido cinco nominaciones a los Oscar y lleva recaudados unos excelentes 2,3 millones en nuestro país tras más de tres meses en cartelera. A nivel mundial, desde su estreno en cines en septiembre, lleva acumulados casi 30 millones de euros. De estos, 11.3 millones fueron en Francia, y 4.4 millones en Estados Unidos de la mano de Neon.

Durante 2021 y 2022 las películas con premio de la Sección Oficial recaudaron mundialmente 42.9 y 62 millones de euros respectivamente. Comparando con las anteriores Palmas de Oro de los pasa-

Justine Triet, directora de *Anatomía de una caída*, recoge la Palma de Oro. La película ha arrasado en España y ya lleva más de 2,3 millones en taquilla



## LAS 50 PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS DEL MUNDO PREMIADAS EN EL FESTIVAL DE CANNES (2013-2023)

En fenómeno de *Parásitos* (2019) encabeza un ranking en el que vemos grandes éxitos de películas japonesas, libanesas o francesas impulsadas por el prestigio y la proyección mediática del Festival de Cannes

dos diez años, *Anatomía de una caída* va camino de ser la tercera más taquillera a nivel mundial y la segunda en España. De momento, queda por detrás de los insuperables 242 millones de euros de *Parásitos* (7,8 en España) y los 67.2 millones de *Un asunto de familia* (768 mil en nuestro país), y debería poder superar los 30.2 millones de *Triangulo de la tristeza* (1,1 en la taquilla nacional).

Otro reciente caso de éxito surgido del último palmarés de Cannes, *La zona de interés* ganadora del Gran Premio del Jurado en Cannes y acumula 15.2 millones de euros en todo el mundo. La cinta de Jonathan Glazer ha tenido un relevante éxito en mercados clave como Estados Unidos, donde ya roza los 7 millones de euros desde su estreno el 15 de diciembre, Francia, con 3.5 millones, y Reino Unido 2.17 millones de euros. España se ha conformado con correcto dato de 850.000€ que corresponde a un 5.6% del total mundial. Aún le faltan muchos territorios donde estrenar ya que muchas distribuidoras locales están esperando a los Oscar para su lanzamiento.

Gran sorpresa también en la taquilla española de otra película del último certamen como *Perfect Days*, de Wim Wenders. El filme logró el premio al mejor actor y luego la nominación a la mejor película internacional en los Oscar. El éxito internacional de la cinta ha sido de los más importantes de la carrera de su director, logrando 16.8 millones de euros en todo el mundo. España ha sido uno de los mercados importantes, con un total de 1.2 millones de euros, (7.4% del total mundial, algo similar a *Anatomía de una caída*). Además, *Perfect Days* ha logrado 1.15 millones de euros en Estados Unidos y unos espectaculares 5 millones en Italia.

Y del último Cannes, hasta la fecha, aún han surgido dos éxito recientes más como el filme de Aki Kaurismäki, *Fallen Leaves*, Premio del Jurado. Aunque la cinta no logró nominación al Oscar sí ha tenido una vida excepcional en la taquilla – especialmente valorando que costo una décima parte comparado con los otros dos títulos. La película suma 5.5 millones de euros en la taquilla mundial, y de estos, 759 mil euros (un 14%) vienen de España. *A fuego lento*, por su parte, ganó el premio al mejor director y en la taquilla mundial ha genera- ➤

TITULO	AÑO	PREMIO	RECAUDACIÓN
Parásitos	2019	Palma de Oro	€ 243.240.740,74
Infiltrados en el KKKlan	2018	Gran Prix	€ 82.654.867,26
Cafernaúm	2018	Premio del Jurado	€ 60.707.964,60
Un asunto de familia	2018	Palma de Oro	€ 64.247.787,61
Los miserables	2019	Premio del Jurado	€ 50.555.555,56
Carol	2015	Actriz	€ 36.610.909,09
Dolor y gloria	2019	Actor	€ 35.277.777,78
A propósito de Llewyn Davies	2013	Gran Prix	€ 30.555.555,56
Triángulo de la tristeza	2022	Palma de Oro	€ 30.462.962,96
Anatomía de una caída	2023	Palma de Oro	€ 28.445.178,70
Nebraska	2013	Actor	€ 25.648.148,15
La seducción	2017	Director	€ 23.418.803,42
Cold War	2018	Director	€ 22.123.893,81
Decision to Leave	2022	Director	€ 20.925.925,93
Mr. Turner	2014	Actor	€ 19.473.684,21
Monster	2023	Guión	€ 19.922.178,70
La vida de Adèle	2013	Palma de Oro	€ 18.055.555,56
Foxcatcher	2014	Director	€ 16.842.105,26
Broker	2022	Actor	€ 17.407.407,41
La zona de interés	2023	Gran Prix	€ 17.219.937,96
Perfect Days	2023	Actor	€ 17.161.304,63
Langosta	2015	Guión	€ 15.287.826,09
Yo, Daniel Blake	2016	Palma de Oro	€ 14.234.234,23
Drive My Car	2021	Guión	€ 13.050.847,46
Mommy	2014	Premio del Jurado	€ 11.491.228,07
La peor persona del mundo	2021	Actriz	€ 11.759.259,26
The Assassin	2015	Director	€ 10.427.565,22
Las ocho montañas	2022	Premio del Jurado	€ 10.462.962,96
El sacrificio del ciervo sagrado	2017	Guión	€ 9.145.299,15
El pasado	2013	Actriz	€ 9.814.814,81
Retrato de una mujer en llamas	2019	Guión	€ 9.276.851,85
Hijo de Saúl	2015	Gran Prix	€ 8.434.782,61
The Square	2017	Palma de Oro	€ 8.119.658,12
En realidad, nunca estuviste aquí	2017	Actor	€ 8.034.188,03
Solo el fin del mundo	2016	Gran Prix	€ 8.288.288,29
Fallen Leaves	2023	Premio del Jurado	€ 7.592.592,59
120 pulsaciones por minuto	2017	Gran Prix	€ 6.581.196,58
El viajante	2016	Actor	€ 6.263.963,96
A fuego lento	2023	Director	€ 5.678.086,11
La ley del mercado	2015	Actor	€ 5.454.545,45
Close	2022	Gran Prix	€ 4.814.814,81
Titane	2021	Palma de Oro	€ 4.237.288,14
En la sombra	2017	Actriz	€ 4.273.504,27
Dheepan	2015	Palma de Oro	€ 4.260.869,57
Maps to the Stars	2014	Actriz	€ 3.947.368,42
Sueño de invierno	2014	Palma de Oro	€ 3.524.561,40
Bacurau	2019	Premio del Jurado	€ 3.240.740,74
Leviathan	2014	Guión	€ 2.982.456,14
Compartimento nº 6	2021	Gran Prix	€ 2.711.864,41
Annette	2021	Director	€ 2.627.118,64

Fuente: ICAA/Elaboración propia



*Fallen Leaves* ha superado todas las previsiones alcanzando los 750 mil euros

do 3.1 millones de euros a falta de conocer los datos de Estados Unidos. Sus mejores cifras llegaron de Francia, país de origen, pero la cinta ha logrado buena cosecha en Holanda con casi 1 millón de euros y España, donde ha generado 405.000 euros.

## UNA DÉCADA DE ÉXITO ASCENDENTE

En este reportaje, analizamos el poder comercial de las películas premiadas en el Festival de Cannes entre 2013 y 2023. En su conjunto, las películas ganadoras de la Palma de Oro en la sección oficial de 2023 acumulan hasta ahora 94.5 millones de euros en todo el mundo. De estos, 5.64 millones de euros (5.3%) corresponden a España. Comparando con anteriores años, 2023 es una recuperación remarcable hacia los números justo antes de la pandemia. En 2017, el cine premiado en Cannes, recaudó 68 millones de euros, muy similar a lo visto este año, mientras que en 2018 la cifra se fue a unos espectaculares 244 millones de euros gracias a las cifras de *Un asunto de familia* (768 mil en España), *Cafarnaúm* (477 mil euros locales), e *Infiltrado en el Kklan* (944 mil euros locales).

El año 2019 fue el más espectacular gracias al fenómeno de la coreana *Parásitos*, que también acabó ganando el Oscar a la mejor película, y recaudó 243 millones de euros globales, de los cuales obtuvo en nuestro país unos espectaculares 7,8 millones. A nivel mundial, el resto de premiadas generó 99.8 millones gracias a filmes que también funcionaron correctamente en nuestro país como *Los Miserables* (350 mil) y *Retrato de una mujer en llamas* (354 mil), a sumar la buena taquilla de la película de Almodóvar, *Dolor y Gloria* (5,8 millones).

Si observamos la lista de las 40 películas más taquilleras en España (tabla 2) premiadas en Sección Oficial de Cannes en los últimos diez años, veremos cómo claramente las películas favorecidas por el palmarés gozan de un éxito comercial ascendente, por lo cual no queda claro si el impacto de los galardones es mayor, menos probable, o el propio Cannes está premiando títulos con mayor potencial comercial.

Cinco de las veinte películas premiadas en Cannes más exitosas en taquilla de la última década son de 2023 y 12 del período que va de 2019 hasta 2023, y eso



*Perfect Days*, de Wim Wenders, ha tenido un gran éxito en España con más de 1,1 millones de euros recaudados

## TOP 40 PELÍCULAS PREMIADAS EN CANNES MÁS TAQUILLERAS EN ESPAÑA

La coreana *Parásitos* triunfa en un ránking en el que cobra relevancia el cine de Estados Unidos, Almodóvar o el éxito del iraní Asghar Farhadi en nuestro país

TÍTULO	AÑO/NACIONALIDAD	PREMIO	RECAUDACIÓN
Parásitos	Corea del Sur, 2019	Palma de Oro	7.828.500 €
Dolor y gloria	España, 2019	Mejor actor	5.836.307 €
Anatomía de una caída	Francia, 2023	Palma de Oro	2.253.841 €
La seducción	Estados Unidos, 2017	Mejor dirección	1.937.037 €
Carol	Estados Unidos, 2015	Mejor actriz	1.821.206 €
Cold War	Reino Unido, 2018	Mejor dirección	1.517.659 €
Nebraska	Estados Unidos, 2013	Mejor actor	1.466.785 €
A propósito de Llewyn Davies	Estados Unidos, 2013	Gran Premio del Jurado	1.315.405 €
Perfect Days	Japón, Alemania, 2023	Mejor actor	1.169.371 €
El triángulo de la tristeza	Suecia, 2022	Palma de Oro	1.124.453 €
Infiltrado en el KKKlan	Estados Unidos, 2018	Gran Premio del Jurado	943.688 €
La peor persona del mundo	Francia, 2021	Mejor actriz	890.971 €
La vida de Adele	Francia, 2023	Palma de Oro	835.278 €
La zona de interés	Reino Unido, 2023	Gran Premio del Jurado	820.512 €
Un asunto de familia	Japón, 2018	Palma de Oro	768.276 €
Fallen leaves	Finlandia, 2023	Premio del Jurado	759.299 €
El viajante	Francia, 2016	Mejor actor	699.496 €
El viajante	Francia, 2015	Mejor guión	699.446 €
Yo, Daniel Blake	Reino Unido, 2016	Palma de Oro	690.962 €
Mr. Turner	Reino Unido, 2014	Mejor actor	585.052 €
Cafarnaúm	Líbano, 2019	Premio del Jurado	477.300 €
A fuego lento	Francia, 2023	Mejor dirección	420.867 €
El hijo de Saúl	Hungría, 2015	Gran Premio del Jurado	415.738 €
En realidad, nunca estuve aquí	Reino Unido, 2017	Mejor actor	396.145 €
Las ocho montañas	Italia, 2022	Premio del Jurado	387.372 €
Retrato de una mujer en llamas	Francia, 2019	Mejor guion	354.743 €
Los miserables	Francia, 2019	Premio del Jurado	349.948 €
Langosta	Irlanda, 2015	Mejor guion	347.025 €
The Square	Suecia, 2017	Palma de Oro	300.311 €
Annette	Francia, 2021	Mejor dirección	279.271 €
Map to the Stars	Alemania, 2014	Mejor actriz	262.689 €
Leviatán	Rusia, 2014	Mejor guion	258.814 €
Close	Bélgica, 2022	Gran Premio del Jurado	251.551 €
El pasado	Francia, 2014	Mejor actriz	249.931 €
El sacrificio de un ciervo sagrado	Irlanda, 2017	Mejor guion	229.907 €
Sueño de invierno	Turquía, 2014	Palma de Oro	179.519 €
Compartimento n.º	Finlandia, 2021	Gran Premio del Jurado	159.485 €
Dheepan	Francia, 2015	Palma de Oro	150.321 €
Mommy	Canadá, 2014	Premio del Jurado	127.751 €

Fuente: ICAA/Elaboración propia



*Dolor y gloria*, de Almodóvar, obtuvo 5,8 millones en 2019. Antonio Banderas ganó como mejor actor en Cannes

*Parásitos*, Palma de Oro y Oscar a la mejor película, ganó unos espectaculares 7,8 millones



que 2020 no cuenta porque hubo una edición virtual sin premios. Vemos, por una parte, que la Palma de Oro tiene peso y seis de las últimas forman parte del top 20. Queda claro también ese impulso en taquilla de la Palma si comparamos, por ejemplo, los resultados de *Un asunto de familia* (768 mil euros) con los de otras películas de Kore-eda. Su siguiente título más taquillero es *Mi hermana pequeña* (453 mil euros), trescientos mil euros menos, en un director que se suele mover en torno a los 200-300 mil euros. También, como es previsible, el público favorece a esas películas triunfadoras en Cannes cuando se acercan al género como el thriller de *Parásitos* o el drama judicial de *Anatomía de una caída* y no acude tanto en masa cuando son títulos de tipo más autoral. También han funcionado bien otras “Palmas” como la comedia satírica *El triángulo de la tristeza* y el melodrama romántico *La vida de Adele* (2013), que logró 17 millones de euros en todo el mundo y 835 mil a nivel nacional, o *Yo, Daniel Blake*, con 14.6 millones de los cuales 690 mil en nuestro país con un director popular como Ken Loach, pero no han dado tan buenos resultados otras ganadoras como la sátira del mundo del arte *The Square* (2017), dirigida por el mismo director, Ruben Ostlund de *El triángulo de la tristeza*, con 8.8 millones de euros mundiales y 300 mil en los cines patrios, ni tampoco la turca *Sueño de invierno* (2014), que solo recaudó 3.3 millones de euros en todo el mundo, 180

mil en España, o los 4.5 millones de la francesa *Titane* (2021, 246 mil en nuestro país) y el drama social también francés *Dheepan* (2015, 150 mil en España).

#### IMPULSO AL CINE DE AUTOR

Vemos también el peso que tiene en general el cine de Estados Unidos en nuestro país, con cuatro películas en el top 10, así como que Cannes supone un buen impulso al cine producido en su propia patria, Francia, ya que es el país con más presencia con cinco películas en el top 20, dos del iraní Asghar Farhadi. Salvo casos de más éxito, a tenor

de los resultados reflejados en la segunda parte de la tabla, posición del 20 al 40, distribuidores y exhibidores pueden esperar que una película premiada en Cannes, favorecida sin duda por la amplia cobertura mediática del Festival y su prestigio entre el público más cinéfilo, logre una cifra superior en taquilla a la media habitual del cine independiente, la mayoría entre los 600 mil euros de *Mr. Turner* (2014) y los 250 mil de *Close* (Bélgica, 2022).

Vemos también el impacto de Cannes en la taquilla cinéfila con el apoyo que ha supuesto el Festival para el cine asiático, cosa que se ha traducido en taquillas positivas. Los filmes que destacan de los pasados años, aparte de las Palmas de Oro a *Parásitos* y *Un asunto de familia*, son títulos como *Decision to Leave* (2022), que recaudó 20 millones de euros mundiales y 384 mil a nivel nacional, *Broker* (2022), de Kore-eda, que superó los 16 millones de euros en todo el mundo, de los cuales 226 mil en nuestro país, o *Drive My Car*, que acabó ganando el Oscar a la mejor película internacional y recaudó casi 15 millones de euros, de ellos unos meritorios 404 mil en España.

La coproducción española *Inside the Yellow Cocoon Shell*, coproducida por Fasten Films, aún no ha llegado a los cines españoles pero ya ha generado 310.000€ en la taquilla internacional. De los cuales, 200.000 euros llegan de Francia y 50.000 euros llegan de Estados Unidos.

*El triángulo de la tristeza*, Palma de Oro en 2022, engrosó 1,2 millones





Dwayne "The Rock" Johnson es la estrella más seguida en Instagram con 397 millones de seguidores



# EL PODER SOCIAL

LAS CUENTAS DE LAS ESTRELLAS EN LAS DIFERENTES REDES SOCIALES, ESPECIALMENTE EN INSTAGRAM, SE HAN VUELTO CADA VEZ MÁS CENTRALES EN LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE PELÍCULAS Y SERIES DE TELEVISIÓN. NO SOLO ESO, PORQUE EL NÚMERO DE SEGUIDORES TAMBIÉN INFLUYE EN LAS DECISIONES DE CÁSTING. AQUÍ ES CÓMO LAS CELEBRIDADES ESTADOUNIDENSES ESTÁN CONSTRUYENDO SU MARCA PERSONAL A PARTIR DE LAS REDES SOCIALES PARA SER MÁS INDEPENDIENTES, POSICIONARSE MEJOR EN EL MERCADO CINEMATOGRAFICO Y GANAR MÁS PODER CONTRACTUAL

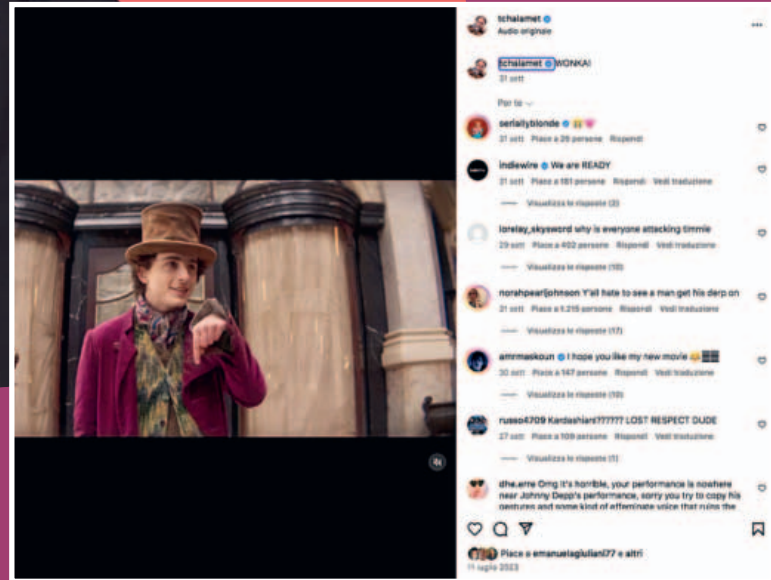
por Elisa Grando

E

n agosto pasado, Warner Bros. decidió retrasar el lanzamiento de la muy esperada *Dune - Parte Dos* de noviembre a marzo de 2024 debido a la huelga del sindicato SAG-AFTRA, que prohibía a los actores, además de las actividades de prensa y las alfombras rojas, también la promoción de sus proyectos en sus respectivos perfiles sociales. Sin el respaldo directo de los protagonistas Zendaya y Timothée Chalamet (hoy en día, dos de las celebridades más queridas por las jóvenes generaciones), *Dune - Parte Dos* habría corrido el riesgo de empezar cojeando en la taquilla: la participación activa de las estrellas en la promoción de las películas es ahora parte fundamental de la estrategia de los estudios, ya que



Zendaya y Timothée Chalamet son las estrellas más amadas por las nuevas generaciones y su implicación en la promoción de las películas forma parte de fundamental de la estrategia de promoción de los estudios



# DE LAS ESTRELLAS

es la forma más efectiva de llegar a la audiencia más activa, es decir, las *fan base*. La publicación del actor o actriz es una comunicación dirigida a un público específico, que hoy es más influyente que la promoción tradicional. Los estudios lo saben bien desde que, en 2009, impusieron cláusulas contractuales que impedían a los actores publicar adelantos desde el set en sus perfiles sociales. Y las estrellas de Hollywood han aprendido con el tiempo a capitalizar el valor de sus perfiles sociales, especialmente en Instagram, de dos maneras: promoviendo sus proyectos y construyendo su propia marca personal, una narrativa individual que fortalece, como una pieza de un rompecabezas más complejo, todo el sistema del *star system* de Estados Unidos. Porque un *post* en X, una publicación o un video viral pueden definir el éxito de una película y crear el revuelo necesario para despertar el interés incluso del público más general.

## NO SON SOLO LOS SEGUIDORES LOS QUE CUENTAN

La viralidad de una publicación, sin embargo, nunca depende solo del contenido o del número de seguidores que el actor o la actriz han acumulado. Más bien, es el resultado de un complejo sistema de narración del yo que el actor o la actriz construyen *hashtag* tras *hashtag*, a menudo no solos. De hecho, muchas estrellas confían en *community managers* que trabajan en las sombras, incluso cuando la interacción parece espontánea. Uno de los objetivos de estos profesionales es crear a medida la sensación de autenticidad que el actor devuelve con su perfil. Es por eso que la colaboración con un “gerente de redes sociales” casi nunca se revela, para que el propio perfil social siga siendo creíble a los ojos de los fanáticos y sea atractivo en términos de *marketing*, es necesario que parezca lo más orgánico posible. Una confianza que se constru-

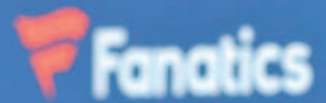
ye publicación tras publicación y que es esencial para que las estrellas realmente pueden impactar en la taquilla cuando publican contenido relacionado con una de sus películas, ya sea en producción o en estreno. Y es significativo notar cómo la efectividad de la promoción no es directamente proporcional al número de seguidores.

## INSTAGRAM, LA RED SOCIAL DE LAS ESTRELLAS

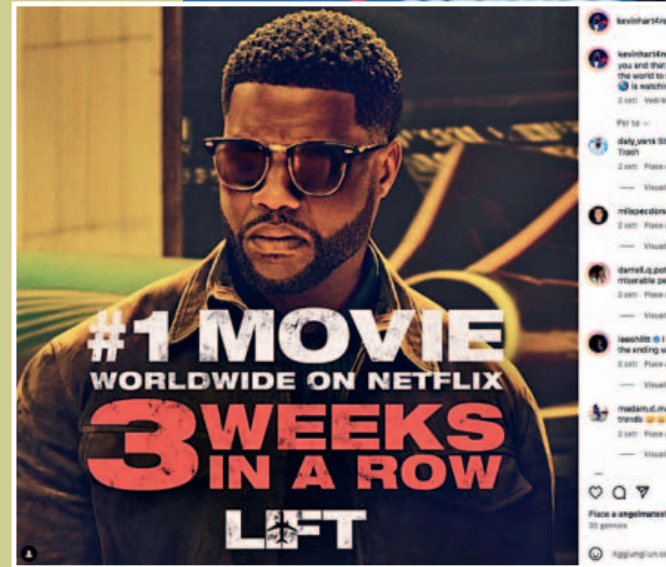
Instagram es la red social preferida de las actrices y actores A-list de Hollywood, y la única que cuenta en términos de promoción. La mayoría de las celebridades del cine evitan Facebook y nunca han abierto una cuenta en TikTok. En la cima de la lista de los más seguidos en Instagram están Selena Gomez, con un extraordinario número de 429 millones de seguidores, y Dwayne Johnson “The Rock”, con 396 millones de seguidores. Ambos también son >

muy populares en TikTok: The Rock cuenta con 74,2 millones de seguidores (seguido de cerca por Will Smith, con 74,1 millones), mientras que Selena tiene 59 millones. Son figuras híbridas: Gomez también es cantante, Johnson es un luchador profesional con un cargo en la junta de la WWE (World Wrestling Entertainment). Ambos tienen perfiles que también muestran sus vidas personales, y una cuota de publicidad. A pesar de los impresionantes números de *followers*, la tasa de interacción de sus publicaciones es bastante baja: a menudo no superan los 400 mil *likes*. Sin embargo, las cifras aumentan cuando el contenido está relacionado con una de sus películas o series de televisión: la publicación de Gomez sobre el regreso de la serie Disney+ *Solo asesinatos en el edificio* obtuvo 3,6 millones de *likes*, mientras que en 2019 la publicación de Johnson que anunciaba la fecha de estreno de *Black Adam* obtuvo casi 5 millones de *likes*. The Rock también fue uno de los primeros en intentar monetizar el valor de su propio perfil, solicitando, como informó Forbes ya en 2018, una tarifa separada por la promoción en redes sociales para cada película en la que aparece. Kevin Hart (actualmente con 180 millones de seguidores) también fue uno de los primeros comediantes en aprovechar las redes sociales para maximizar sus ganancias, aunque algunos correos electrónicos filtrados por ejecutivos de Sony en 2014 revelaron duras críticas al actor por cobrar a los estudios los posts que promocionaban sus películas. La toma de posición de Johnson y Hart ciertamente sentó un precedente, pero no se ha convertido en una práctica común: en Hollywood, los perfiles de las estrellas no siempre se consideran como nuevos canales de *marketing* de pago, excepto en acuerdos privados individuales. Sin embargo, siguen siendo una herramienta promocional fundamental, especialmente porque la tasa de interacción del público puede ser alta incluso en perfiles menos seguidos, pero más leales. Este es el caso de Tom Cruise, que con sus 12 millones de seguidores, recibe casi el doble de *likes* que The Rock en promedio, y además, al ser a menudo su propio productor, elige convenientemente la autopromoción en sus redes sociales. Resultados aún

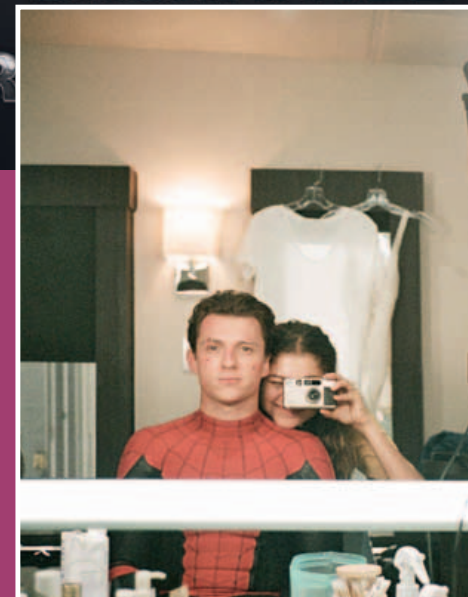
mejores los obtienen actores más jóvenes como Tom Holland (66 millones de seguidores) y Zendaya (184 millones), cuyo número de *followers* se disparó en 2021, coincidiendo con el estreno de *Spider-Man: No Way Home* y la confirmación de su relación amorosa. Zendaya, que ha declarado varias veces que maneja su propio perfil de Instagram (aunque no tiene una cuenta de TikTok, al igual que Holland), publica contenido casi exclusivamente profesional, pero inteligentemente dosifica algunas publicaciones personales: la foto en la que le desea feliz cumpleaños a Holland obtuvo 26 millones de *likes*. Una interacción masiva que termina por impulsar también el contenido relacionado con el cine: el primer anuncio del estreno de *Dune*, luego pospuesto, recibió más de 3,5 millones de *likes*. Timothée Chalamet sigue una estrategia similar, ya que con el lanzamiento del primer tráiler de *Wonka* obtuvo cifras parecidas a pesar de tener “solo” 19 millones de seguidores. En



Kevin Hart (actualmente, 180 millones de seguidores) ha sido de los primeros cómicos en aprovecharse de las redes para maximizar beneficios



Entre las estrellas jóvenes con más seguidores figura también el actor Tom Holland (66 millones en IG). La oficialización en 2021 de su historia de amor con Zendaya provocó un crecimiento de esos *followers*, lo cual coincidió con el estreno de *Spider-Man-No Way Home*





Con "solo" 12 millones de seguidores en Instagram, Tom Cruise logra casi el doble de "me gusta" que The Rock y se centra en la autopromoción en redes sociales

los que han abierto su propia cuenta de Instagram, aunque la usan principalmente para contenido privado y, en general, no logran cifras atractivas para el marketing. Entre los más seguidos están James Gunn, quien, a pesar de sus 2,7 millones de seguidores, apenas obtiene un promedio de 200 mil likes por cada publicación, y Martin Scorsese (1,9 millones). Tim Burton tiene una tasa de interacción más alta, aunque actualiza su cuenta de manera esporádica con 2,2 millones de seguidores. Los otros grandes y muy grandes nombres en Instagram languidecen: Steven Spielberg, Peter Jackson, Christopher Nolan no tienen una cuenta, James Cameron apenas supera los 650 mil seguidores, y Michael Bay no llega a los 500 mil.

### PERSONAL BRANDING, MEDIA IMPACT VALUE Y ELECCIÓN DE CASTING

Instagram es realmente interesante para el marketing solo cuando involucra a los actores. Porque incluso cuando las estrellas de Hollywood manejan sus redes sociales por sí solas, tienen una idea clara de cómo capitalizar sus contactos. Los medios sociales han creado una verdadera redefinición del personal branding, que antes estaba en manos de agentes y relaciones públicas y hoy permite a las celebridades tener un control directo sobre su imagen pública, no solo para obtener más ganancias, sino también para escalar posiciones en el star system del imaginario colectivo y, por lo tanto, obtener un mayor poder contractual.

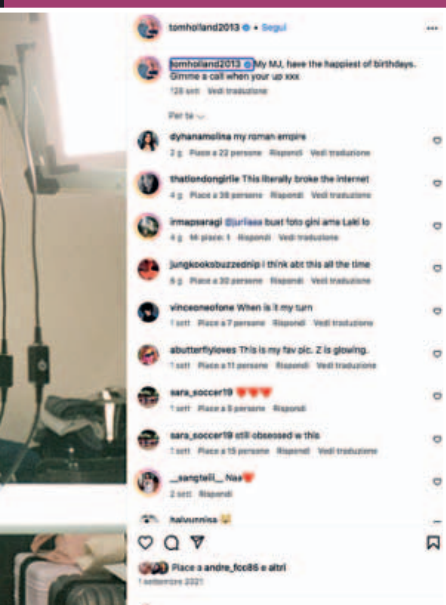
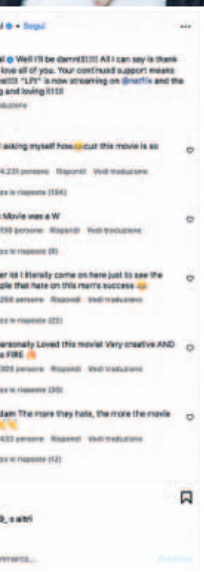
Tanto es así que, en algunos sectores de la industria, como la moda y el maquillaje, el valor económico generado directamente por los perfiles sociales de las celebridades se puede medir con precisión a través del Media Impact Value, un algoritmo creado por la empresa Launchmetrics. Desarrollado gracias a la inteligencia artificial, el algoritmo se basa en características específicas tanto cuantitativas como cualitativas de los sectores de la moda, el lujo y la belleza en sus interacciones en los medios digitales y las redes sociales. En la noche ➤



un crecimiento vertiginoso se encuentra también la cuenta de Sydney Sweeney (protagonista de la serie *Euphoria* y del reciente éxito cinematográfico *Cualquiera menos tú*), con 17 millones de seguidores, que crece a un ritmo de 600 mil seguidores por semana.

### LOS DIRECTORES

Las redes sociales no tienen el mismo atractivo entre los directores: son pocos

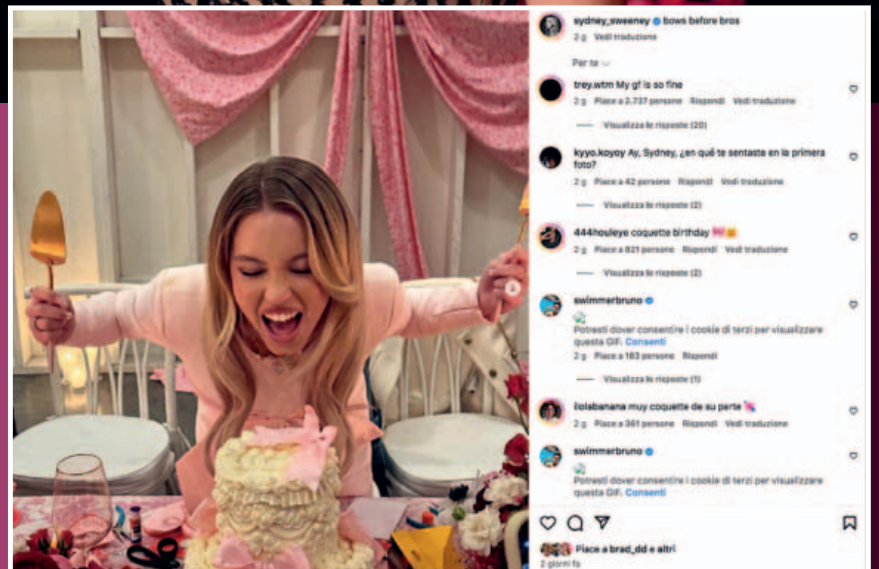


de los Oscar 2023, por ejemplo, el Media Impact Value (MIV) total generado en la primera semana después del evento fue de 658,6 millones de dólares, con un 63% proveniente de colocaciones en línea y un 47% de las redes sociales. Solo Lady Gaga, vistiendo Tiffany & Co., generó un MIV derivado de su presencia en redes sociales de 1,4 millones de dólares. Una herramienta de medición similar sería útil, por supuesto, también para la industria cinematográfica, y podría ayudarla a comprender mejor cómo invertir en el patrimonio de contactos en línea de su propio *star system*. Pero cuando, hace algunos años, algunas empresas de comunicación intentaron respaldar un mayor reconocimiento económico para las estrellas que usan sus cuentas sociales, el mercado aún no estaba lo suficientemente maduro. TheAudience, una famosa agencia de medios que asistía, entre otros, a Mark Wahlberg (29 millones de seguidores), Charlize Theron (7,6 millones de seguidores), Jack Black (11 millones) y Hugh Jackman (31 millones), tuvo que ceder frente al rechazo de muchos estudios cinematográficos de pagar a actores y actrices una tarifa adicional por promover en línea sus proyectos.

Sin embargo, hay otro punto fuerte de un buen uso de las redes sociales por parte de las estrellas: el número de seguidores tiene un impacto directo en las elecciones de casting de los grandes éxitos de taquilla. Un caso destacado es el debut cinematográfico de Rihanna en 2012, cuando Universal la eligió para formar parte del elenco de *Battleship*, en parte debido a sus 26 millones de seguidores en ese momento (que hoy se han convertido en 151 millones).

**¿Y EN ESPAÑA?**

En España, casi todas las estrellas juveniles tienen perfiles en Instagram, algunos de ellos muy exitosos. La actriz Ursula Corberó, famosa en todo el mundo sobre todo gracias a la serie *La casa de papel*, lidera el ranking con 21,3 millones de seguidores y es la octava persona española con más éxito en IG. La catalana comparte *posts* de promoción de sus proyectos (como fotogramas o fotos de rodaje de su último estreno en Netflix, la serie *El cuerpo en llamas* o posados en *photo calls*) junto a otras imágenes de



En crecimiento vertiginoso, la cuenta de Sydney Sweeney (protagonista de la serie *Euphoria* y del reciente éxito cinematográfico *Cualquiera menos tú*), ya cuenta con 18,3 millones de seguidores y crece a un ritmo de 600 mil a la semana

tipo más privado e íntimo junto a su pareja (el también actor Chino Darín, hijo del astro argentino Ricardo) o de su infancia. Como imagen de Loewe, también hay publicaciones de tipo promocional de la marca. Cabe señalar que “solo” dos actores forman parte del top 10 de *celebrities* con más *followers* de España en una lista exclusiva formada sobre todo por deportistas como Sergio Ramos (el más seguido) o Casillas e *influencers* de moda como Georgina Rodríguez. El intérprete masculino con más seguidores es Jaime Lorente, en 10 posición, que acumula 12,3 millones de seguidores. Como Corberó, Lorente combina fotos de promoción de sus proyectos (como la película *Locomía*), junto a otros pagados por marcas a sumar algunos privados, *selfis* o de su hijo. En este caso, el actor

ofrece una imagen menos “glamourosa” que la actriz con fotos “en bruto” donde expresa sentimientos de alegría pero también de hastío o tristeza dando una sensación de honestidad. En 11 lugar, el *fashionista* Manu Ríos, que tiene 10,6 millones de seguidores y promociona tanto sus trabajos como actor (como el corto de Almodóvar *Extraña forma de vida*) como de *influencer* posando en editoriales de moda o con sofisticados *outfit*. Una estrategia similar a la de Penélope Cruz (6,8 millones), aunque en su caso nunca comparta fotos de tipo más íntimo (aunque estén teatralizadas como las de Ríos) pero sí promociona tanto sus películas (como la reciente *Ferrari*) como marcas como Lancôme que representa o la de los vestidos que promociona en la alfombra roja.



# Business People

## LA REVISTA MENSUAL PARA GENTE QUE INFLUYE

En abril llega a quioscos y apps la revista para empresarios y directivos a los que les gusta compartir nuevos puntos de vista. Historias de empresas españolas y de excelencia se mezclan con artículos sobre temas económicos, financieros y de liderazgo, y reportajes dedicados al estilo de vida, la cultura, el deporte y el ocio. Por todo ello, *Business People* es una valiosa herramienta y un socio cualificado para marcas, productos y empresas.



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



# EUROPA, LA AFLUENCIA DE LOS CINES SIGUE CRECIENDO

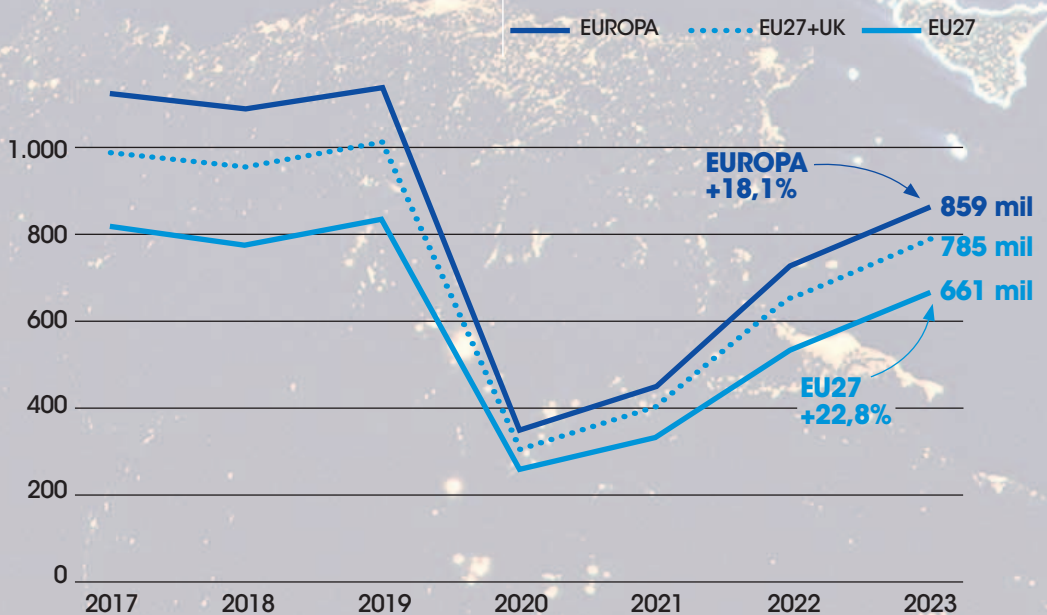
EN EL PRIMER AÑO COMPLETAMENTE POST-PANDÉMICO (AUNQUE CONDICIONADO EN SU FINAL POR LAS HUELGAS EN HOLLYWOOD), LOS CINES DEL VIEJO CONTINENTE CONTINUÁN RECUPERANDO TERRENO CON UN AUMENTO DEL +18% RESPECTO A 2022. SIN EMBARGO, LA BRECHA CON EL PRE-COVID AÚN NO SE HA CERRADO POR COMPLETO

por Cristiano Bolla

tro paso decidido hacia adelante. En 2023, Europa pudo disfrutar de los resultados positivos que han afectado a toda la industria cinematográfica mundial, que aún no ha vuelto a los niveles pre-pandémicos, pero avanza de manera tenaz hacia ese objetivo. Según datos preliminares recopilados por el Observatorio Europeo del Audiovisual (EAO), se registraron 859 millones de asistencias en los cines en la llamada Europa ampliada (35 países) el año pasado, con un significativo aumento del +18% respecto a 2022, lo que equivale a casi 132 millones de entradas adicionales. Para la UE27, el número total de espectadores fue de 661 millones (+22,8%) y si se incluye también al Reino Unido, la cifra asciende a 765 millones (+19,7%). La tasa de recuperación es claramente menor que en 2022, cuando en 12 meses se recuperó el 61% del público en comparación con 2021, un año aún muy condicionado por el cierre de los cines por la pandemia. Hace un año, la diferencia

## ESPECTADORES EN LOS CINES DE EUROPA (2017-2023)

Número de entradas vendidas (cifras reflejadas en millones)



Fuente: Observatorio Audiovisual Europeo

N.B. Anteriormente, la UE27+UK se utilizaba como referencia para la denominación de "Europa" en investigaciones y comunicados de prensa. Con la adquisición de datos adicionales, el Observatorio se ha centrado en una Europa ampliada (35 países), aunque sigue utilizando la UE-27+UK como referencia por razones de continuidad.

## ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN EN LOS PAÍSES EUROPEOS

País	ESPECTADORES (EN MILLONES)				RECAUDACIÓN BRUTA DE TAQUILLA (EN MILLONES)			CUOTA DE MERCADO		FUENTE
	Estimado 2023	2022	Variación % 2023/2022	Recuperación respecto al pre-Covid	Moneda	Estimado 2023	2022	Estimado 2023	2022	European Audiovisual Observatory
Albania	0,4	0,3	42,0%	96,7%	ALL	288,3	183,6	31,2%	17,8%	UNIC
Austria	11,7	10,0	16,5%	85,1%	EUR	125,4	103,2	6,9%	5,1%	Austrian Film Institute (ÖFI) / Comscore / OBS
Bosnia and Herzegovina	1,3	1,1	19,6%	113,3%	BAM	9,2	7,2	2,0%	6,1%	Sarajevo Film Festival (SFF)
Belgium	n.a.	14,1	-	-	EUR	n.a.	133,7	n.a.	14,9%	VAF / CFWB
Bulgaria	4,5	4,0	12,8%	86,5%	BGN	53,2	41,9	9,2%	16,3%	Bulgarian National Film Center
Switzerland	10,5	8,7	20,0%	83,1%	CHF	170,4	138,2	7,2%	7,2%	Federal Statistical OVce
Cyprus	0,6	0,5	28,3%	78,6%	EUR	5,4	3,9	n.a.	0,0%	UNIC / Dept. of Cultural Services, OECSY
Czechia	13,3	13,5	-1,2%	80,2%	CZK	2275,2	2115,5	24,1%	37,5%	Czech Film Fund (SFK)
Germany	95,7	78,0	22,7%	82,9%	EUR	929,1	722,0	24,3%	27,0%	Filmförderungsanstalt (FFA)
Denmark	10,1	9,9	2,0%	81,3%	DKK	1005,9	988,5	25,0%	30,0%	Statistics Denmark / Danish Film Institute
Estonia	2,8	2,3	21,0%	78,1%	EUR	21,0	16,3	21,8%	20,7%	Estonian Film Institute (EFI)
Spain	76,2	61,1	24,6%	75,3%	EUR	489,8	379,7	17,5%	21,1%	Film and Audiovisual Arts Institute (ICAA)
Finland	7,2	5,8	23,1%	84,9%	EUR	93,5	72,3	23,4%	26,9%	Finnish Film Foundation
Francia	180,8 M	152,0 M	18,9%	86,9%	EUR	N.A.	1094,4 M	39,8%	41,1%	French National Centre of Cinema (CNC)
Reino Unido	123,6 M	117,3 M	5,4%	70,8%	GBP	979,7 M	903,5 M	37,0%	30,1%	British Film Institute (BFI) / Comscore / DCM CAA
Georgia	1,5 M	1,3 M	21,8%	117,2%	GEL	19,0 M	14,2 M	3,7%	1,2%	UNIC / Georgian National Film Center
Grecia	7,4 M	5,5 M	34,8%	76,3%	EUR	52,1 M	37,5 M	8,0%	5,5%	Greek Film Center (EKK)
Croacia	3,8 M	3,2 M	18,0%	81,8%	EUR	21,0 M	16,5 M	7,3%	6,8%	Croatian Audiovisual Center (HAVC)
Hungría	10,8 M	10,2 M	5,3%	70,7%	HUF	21862,8 M	17881,4 M	5,5%	5,9%	National Film OVce of Hungary
Irlanda	11,5 M	10,5 M	9,4%	72,5%	EUR	101,7 M	91,7 M	2,8%	5,1%	Screen Ireland / Comscore / Pearl and Dean
Islandia	1,0 M	0,8 M	17,0%	72,7%	ISK	1683,5 M	1282,2 M	14,5%	9,3%	Statistics Iceland / Icelandic Film Centre
Italia	75,9 M	47,7 M	59,3%	77,0%	EUR	523,6 M	333,0 M	25,9%	21,2%	Ministry of Culture (MiC) / SIAE / Cinetel / OBS
Lituania	3,4 M	3,0 M	14,9%	82,6%	EUR	21,4 M	18,1 M	14,6%	19,0%	Lithuanian Film Center (LKC)
Luxemburgo	N.A.	0,8 M	-	-	EUR	N.A.	8,1 M	n.a.	3,3%	Centre National de l'Audiovisuel (CNA)
Letonia	2,0 M	1,7 M	18,4%	78,9%	EUR	13,4 M	11,2 M	8,2%	11,0%	National Film Centre of Latvia (NKC)
Montenegro	0,3 M	0,2 M	31,0%	95,3%	EUR	1,2 M	0,8 M	0,5%	0,0%	Film Centre of Montenegro (FCCG)
Macedonia Del Norte	N.A.	0,3 M	-	-	MKD	N.A.	54,5 M	n.a.	9,6%	State Statistical OVce of North Macedonia / North Macedonia Film Agency
Malta	N.A.	0,5 M	-	-	EUR	N.A.	3,4 M	n.a.	3,3%	Screen Malta / National Statistics OVce (NSO)
Países Bajos	31,6 M	25,0 M	26,5%	86,4%	EUR	338,1 M	258,5 M	14,0%	16,0%	NL Film Funds (NFF)
Noruega										Norwegian Film Institute
Polonia	9,4 M	8,8 M	6,7%	79,8%	NOK	1222,1 M	1106,4 M	26,9%	24,5%	(NFI)
Portugal	50,2 M	41,8 M	20,1%	85,0%	PLN	934,3 M	725,5 M	20,1%	19,1%	POLISH FILM INSTITUTE (PISF)
Rumanía	12,3 M	9,6 M	27,8%	80,3%	EUR	72,9 M	55,4 M	2,1%	3,0%	Institute of Cinema and Audiovisual (ICA)
Suecia	12,9 M	11,2 M	14,5%	92,9%	RON	309,3 M	246,2 M	n.a.	17,0%	Romanian Film Center (CNC) / Cinemagia / OBS
Eslovenia	11,2 M	10,4 M	7,7%	68,5%	SEK	N.A.	1389,3 M	17,1%	19,4%	Swedish Film Institute
Eslovaquia	1,9 M	1,8 M	5,4%	79,6%	EUR	12,5 M	11,5 M	9,1%	17,1%	Slovenian Film Centre (SFC)
Türkiye	5,0 M	4,3 M	15,7%	78,5%	EUR	34,6 M	28,0 M	14,3%	12,7%	Slovak Film Institute (SFU) / Union of Film Distributors (UFD)
Ucrania	29,2 M	35,6 M	-17,9%	43,7%	TRY	2669,2 M	1331,9 M	46,3%	51,1%	Ministry of Culture and Tourism - General Directorate of Cinema / Antrakt
Ukraine	14,5 M	9,1 M	60,1%	49,9%	UAH	2194,0 M	1155,2 M	14,7%	6,5%	Media Business Reports (MBR)

Fuente: European Audiovisual Observatory

con respecto al trienio 2017-2019 era aún superior al 30%, mientras que ahora, según el EAO, la brecha ha disminuido al 22,9%. Y quién sabe hasta dónde podría haber llegado si en otoño el calendario de estrenos no hubiese estado condicionado por las huelgas de Hollywood de abril a octubre, lo que llevó a los grandes estudios a posponer algunos títulos que podrían haber dado un impulso adicional como *Dune – Parte II*.

### LOS PAÍSES CON MÁS ESPECTADORES

Analizando los detalles, en el podio de los países que más han crecido figura Ucrania, cuya asistencia a salas ha aumentado un +60%, pero con datos que deben leerse a la luz de la guerra en curso. Acto seguido, aparece Italia con un significativo aumento del +59,3% de espectadores en 2023; cierra el podio Albania (+42%), seguida por Grecia (+34,8%). Solo dos países de los 34 del área europea registraron pérdidas en comparación con 2022: República Checa (-1,2%) y Turquía (-17,9%).

En términos generales, Francia sigue siendo líder en Europa con 180,8 millones de entradas vendidas, seguida por el

Reino Unido (123,6 millones) y Alemania (95,7 millones). En el caso de España, la cifra de espectadores alcanzó los 76,2 millones, un 24,6% más que en 2022. Como siempre Francia, junto a Turquía (donde, la brecha con respecto al período previo a la pandemia sigue siendo superior al 55%), es el país europeo que más se ha beneficiado de las producciones locales: las películas francesas engrosaron el 39,8% del total, en una lista de países en la que también destaca el Reino Unido (37%), Albania (31,2%), Noruega (26,9%) e Italia (25,9%). En el caso de España, las películas nacionales recaudaron 81,12 millones de un total de 489 millones, lo cual supone una cuota del 17,5%.

### LAS PELÍCULAS MÁS VISTAS

Otro análisis, realizado por la Unión Internacional de Cines (UNIC), revela que en la mayoría de los países las películas más taquilleras incluyen títulos como *Barbie*, *Oppenheimer*, *Super Mario Bros: La película*, *Spider-Man: A través del multiverso*, *Misión imposible. Sentencia mortal Parte Uno* y *Wonka*, esta última lanzada a mediados de diciembre

dando un balón de oxígeno a la taquilla, que habría estado sin ella aún más afectada por los retrasos por la huelga. Países como los Países Bajos, Croacia, Albania, Serbia y Montenegro han vuelto a superar los promedios pre-pandémicos de 2017-2019, mientras que entre los que más han recaudado se encuentran Alemania (+24%), Francia (considerando los espectadores en lugar de los ingresos), Reino Unido (+19%) y especialmente Italia, que creció un +61,6% respecto a 2022, solo superada por Rusia (+64%), Ucrania (+87,6%) y Turquía (+108,2%). En España, la recaudación aumentó un 31%.

### LOS DÍAS DEL CINE

La UNIC destaca la importancia de los Días Nacionales del Cine. En Francia, la 38ª edición atrajo a 3,1 millones de espectadores; hay más casos de éxito como Italia (Cinema in Festa: 2,7 millones de asistentes), España (Fiesta del Cine: 2,1 millones de espectadores en total para las ediciones de mayo y octubre) y Polonia, donde los *Swieto Kina* con entradas a 2,60 euros llevaron a 550.000 personas al cine.



## CINES CALLAO, UN ICONO DE MADRID

A PUNTO DE CUMPLIR LOS 100 AÑOS, ESTE EMBLEMA DE LA GRAN VÍA DE ESTILO ART DÉCO SIGUE SIENDO EL ESCENARIO DE LOS ESTRENOS MÁS GLAMOUROSOS DE LA CIUDAD

por Javier Yuste

La almendra central de Madrid ha sido una de las zonas más afectadas por las sucesivas crisis que han obligado a echar el cierre a muchas salas a lo largo de los años. Pero todavía hay algunas, incluso centenarias, que resisten. Es el caso de los Cines Callao. Ubicados en un edificio histórico del año 1926 en la plaza del Callao, en pleno centro de Madrid, el edificio fue diseñado por Luis Gutiérrez Soto y es uno de los máximos exponentes del estilo art decó de la capital. Los Cines Callao fueron inaugurados como sala de cine el 11 de diciembre de ese mismo 1926 en el que España estaba gobernada por la dictadura de Primo de Rivera y el primer tramo de la Gran Vía, que terminaba precisamente en Callao, acababa de ser inaugurado en 1917. No





sería hasta 1930 cuando la avenida concluiría su trazado actual hasta Plaza de España. El flamante “Broadway madrileño” vivía una jornada histórica con la proyección de la película *Luis Candelas, el bandido de Madrid*, de Armand Guerra. Poco después, el 13 de junio de 1929 fue el primer cine de nuestro país en proyectar una película sonora y hablada, *El cantor de jazz* y en 1935 proyectó la primera película en color.


Actualmente, cuenta con dos salas cinematográficas que suman un aforo de 1.144 butacas. La emblemática Sala 1, de estilo art decó, dispone de platea (466 butacas) y anfiteatro (278 butacas). La Sala 2, inaugurada en 1998, tiene capacidad para 400 espectadores. En cuanto a la programación, los Cines Callao

ofrecen los últimos estrenos y la mejor cartelera de prácticamente todos los géneros y para todo tipo de públicos. Además, es un referente en la celebración de acontecimientos cinematográficos. Por su alfombra roja han desfilado las más grandes estrellas del cine nacional e internacional de las últimas décadas.

“Somos un cine que conjuga su valor histórico con la innovación”, explica Josué Reyzábal, miembro de la familia propietaria de Cines Callao. “A lo largo de los últimos años hemos realizado labores de mantenimiento y conservación para estar a la vanguardia en la exhibición cinematográfica. Otro cambio importante fue la sustitución en el año 2011 de los antiguos carteles que anunciaban las películas en las fachadas exteriores por

dos pantallas digitales de gran formato en las que, además de nuestra cartelera y otra información de tipo cultural, se exhiben anuncios publicitarios”.

Los Cines Callao son un lugar emblemático por el edificio que los acoge y su trayectoria en el mundo cinematográfico. “Somos parte de la historia del cine en España y, como tal, el público nos valora”, explica Reyzábal. “Un público de la zona, pero también de otros lugares de Madrid e incluso de España, que no quieren dejar de vivir la experiencia de ver una película en nuestras salas”.

Son muchas las anécdotas que han ocurrido a lo largo de estos casi 100 años de historia en los Callao. Por mencionar alguna, la de aquel día del año 2017 en el que los reyes Felipe y Letizia acudieron por sorpresa a ver el espectáculo de Goyo Jiménez que había en cartel. También el colapso que provocó en los alrededores la presencia de Rihanna para presentar una línea de maquillaje, que obligó a cerrar la estación de metro. O, más recientemente, la espectacular llegada al cine de Chris Hemsworth a la premier de su última película, *Tyler Rake 2*, simulando una trepidante persecución de varios coches por la Gran Vía madrileña. 

©Courtesy of Cines Callao (4)



El actor Bill Murray en un *sketch* durante el programa televisivo americano *Saturday Night Live* (1977)



© Getty Images

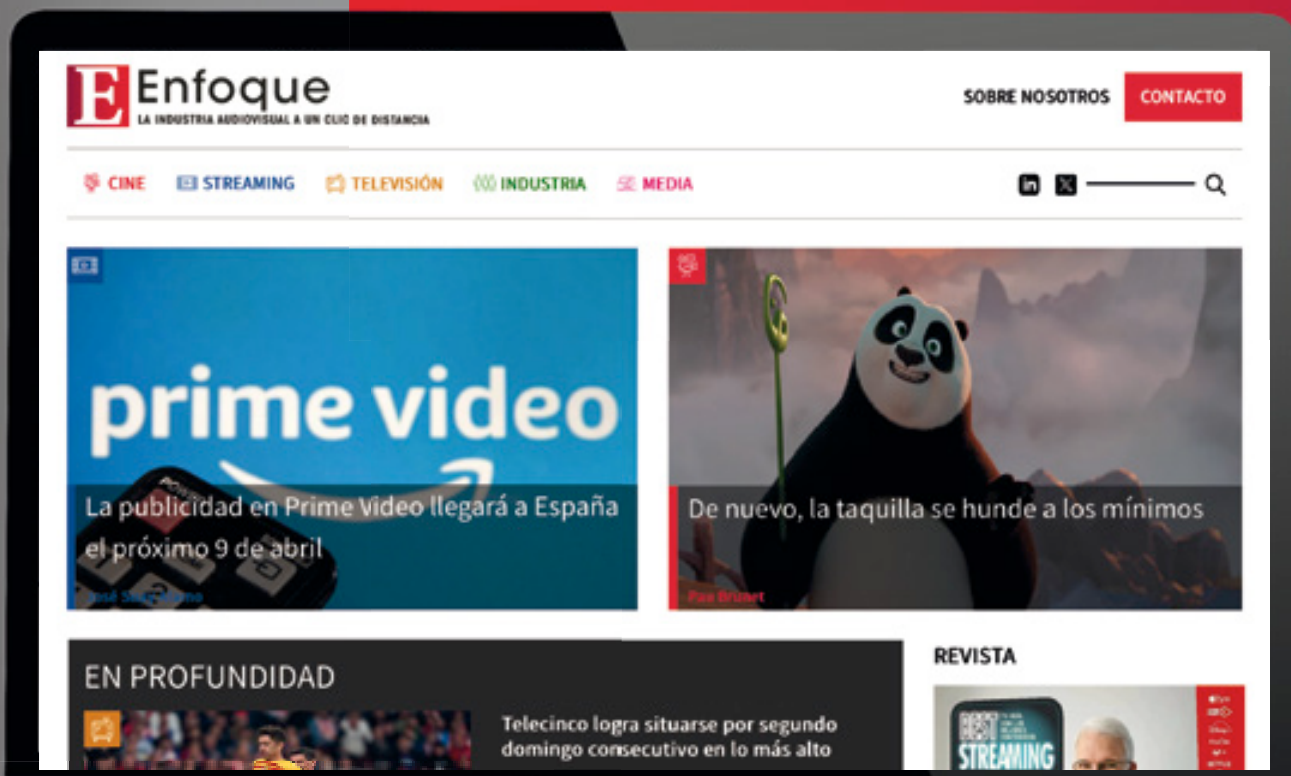


# Enfoque

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

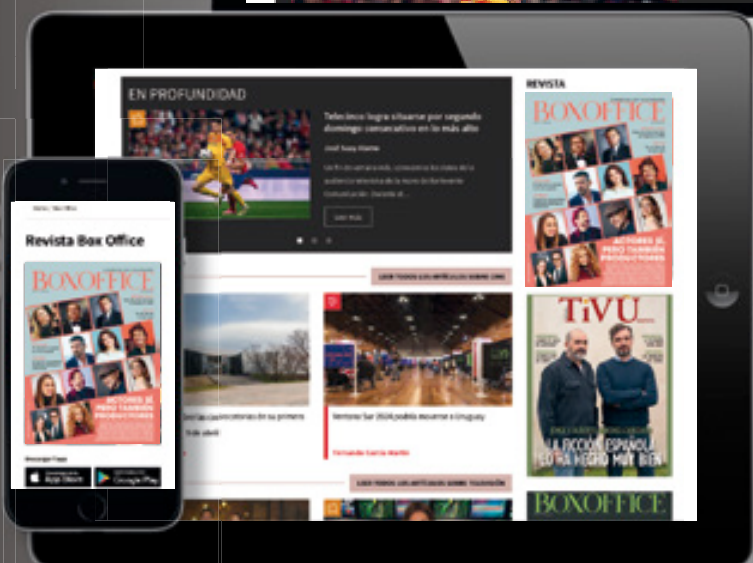


[www.enfoqueav.es](http://www.enfoqueav.es)

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 TIVU





ZENDAYA

JOSH O'CONNOR

MIKE FAIST

DE LUCA GUADAGNINO

# RIVALES

ESCRITA  
POR

JUSTIN KURITZKES

DIRIGIDA  
POR

LUCA GUADAGNINO

AMAZON  
MGM STUDIOS

26 ABRIL SOLO EN CINES

PASCAL  
PICTURES

WARNER BROS.  
PICTURES

© 2024 Metro-Goldwyn-Mayer Pictures Inc. All rights reserved.

PENDIENTE DE CALIFICACIÓN POR EDADES