

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE

AÑO IV - N. 8/9 - AGOSTO/SEPTIEMBRE 2025

WWW.BOX-OFFICE.ES

FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN

Entrevista al director
José Luis Rebordinos

ATRESMEDIA

25 años de cine,
arriesgar para
seguir ganando

TERROR

Análisis de tres
años de sustos
en taquilla



María Zamora y Enrique Costa

ELASTICA FILMS: LA FUERZA DEL CINE COMO PASIÓN

SOCIOS Y FUNDADORES DE ELASTICA, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN SE DAN DE LA MANO. MARÍA ZAMORA, PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA, Y ENRIQUE COSTA, PRODUCTORA Y DISTRIBUIDOR, HAN CONSOLIDADO EN TAN SOLO CUATRO AÑOS A ELASTICA COMO UN REFERENTE CON GRANDES ÉXITOS DE PRODUCCIÓN PROPIA COMO *LA VIRGEN ROJA*, LA GANADORA DE LA CONCHA DE ORO O *CORNO O ROMERÍA*, DE CARLA SIMÓN, QUE LLEGA ESTE SEPTIEMBRE TRAS SU PASO POR CANNES. GRANDES TÍTULOS COMO *ANATOMÍA DE UNA CAÍDA*, *LA ZONA DE INTERÉS* O *LA SUSTANCIA*, MARCAN SU TRAYECTORIA COMO DISTRIBUIDORES. Y EL FUTURO SE PRESENTA LLENO DE ÉXITOS

A close-up shot of Leonardo DiCaprio as a character in a plaid shirt, holding a rifle with a scope. He has a serious expression and a mustache. The background is a blurred outdoor setting with a car visible in the lower left.

LEONARDO DICAPRIO
SEAN PENN
BENICIO DEL TORO
REGINA HALL
TEYANA TAYLOR
CHASE INFINITI

UNA BATALLA TRAS OTRA

DEL ESCRITOR/DIRECTOR
PAUL THOMAS ANDERSON

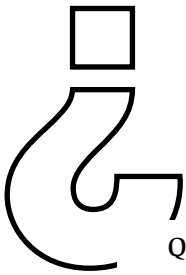
26 SEPTIEMBRE
SOLO EN CINES

RODADA EN VISTAVISION

PENDIENTE DE CALIFICACIÓN POR EDADES

© 2025 WBET

¿QUIÉN CUENTA REALMENTE EN EL CINE ESPAÑOL?



Quiénes son hoy los profesionales y talentos que mueven la producción cinematográfica española? ¿Qué figuras están dejando huella a nivel de taquilla, contenidos, narrativas y políticas? De estas preguntas nace la primera edición de la *Power List* del cine español, una iniciativa compartida entre las revistas *Box Office* y *Best Movie* que intenta ofrecer una fotografía – reflexiva y selectiva – del estado del arte de la industria cinematográfica nacional. Nuestra clasificación se articula en dos secciones distintas, *25 professional* y *25 talent*, respectivamente elaboradas por la redacción de *Box Office* y la de *Best Movie*. Desde quienes toman decisiones estratégicas entre bastidores, hasta quienes encarnan el imaginario en la pantalla, pasando por productores, distribuidores, exhibidores, mánagers, directores, actores y guionistas: son los protagonistas que, en la temporada 2024/2025, realmente han influido en nuestro mercado. No ha sido fácil tomar decisiones.

Los criterios no han sido solo numéricos (recaudación, visibilidad, premios), sino también cualitativos: la capacidad de influir en tendencias, activar recursos, innovar procesos, generar atención o dar voz a un público. Hemos seleccionado figuras que, a nuestro juicio, representan las diferentes almas de un sector en transformación. Esta lista no pretende ofrecer una verdad absoluta, ni ser completamente exhaustiva. Es, sin embargo, un punto de partida. Un espejo – a veces nítido, a veces incómodo – de lo que se ha hecho en la última temporada cinematográfica. En el fondo, la *Power List* es también un test del estado de salud de nuestro cine, de sus equilibrios y de sus ambiciones. Una clasificación que se convertirá en una cita anual en la revista, estimulando la observación crítica, el debate y la visión. Porque conocer a quienes lideran el cambio – hoy más que nunca – es esencial para orientarse en el futuro, y esa es también nuestra tarea: contarlo.

por **Paolo Sinopoli**

EN PORTADA

6



María Zamora y Enrique Costa

**ELASTICA FILMS:
LA FUERZA DEL CINE
COMO PASIÓN**

© Lupe de la Vallina/Duesse Media Network (1)

5

NEWS

14

FOCUS

**CUÁNTO CUESTA IR AL CINE EN
EUROPA**

Una entrada de cine cuesta en Europa
ocho euros y en España, 6,7

18

TENDENCIAS

**TERROR EN LA
POSPANDEMIA: UNA BASE
SÓLIDA PARA LOS CINES**

Desde 2023, los 20 títulos más exitosos han
supuesto en torno un 10% de la taquilla
sin que haya ni un solo título español
entre ellos

22

TAQUILLA

**1 SEMESTRE 2025: UN AVANCE
DECISIVO**

En los primeros seis meses, los cines
españoles han superado los 205 millones
y el cine nacional ha crecido un 30%

32

ENTREVISTAS

**25 AÑOS DE ATRESMEDIA
CINE: ARRIESGAR PARA
SEGUIR GANANDO**

En 2024, la productora de Atresmedia
volvió a ser líder. Jaime Ortiz de Artiñano,
CEO, apuesta por arriesgar

36

ESCENARIOS

**EN EL CINE ESPAÑOL,
EL DIRECTOR
ES LA ESTRELLA**

Repaso a la carrera comercial
de 20 directores españoles

40

ANÁLISIS

**TAQUILLA CINE ESPAÑOL
EN SAN SEBASTIÁN:
UN IMPULSO DECISIVO**

El espíritu comercial de las películas del
festival refleja los cambios en la propia
industria

44

ENTREVISTAS

**LOS FESTIVALES
SON CADA VEZ MÁS
IMPORTANTES COMO
PRESCRIPTORES**

El director José Luis Rebordinos hace
balance de la apuesta de San Sebastián
por la industria

46

REPORTAJE

**CINEEUROPE:
OPTIMISMO, INTELIGENCIA
ARTIFICIAL Y EL REINO
DE LA IP**

Las majors presentaron sus próximos
estrenos y la Inteligencia Artificial o la
ventana fueron claves

50

FOCUS PAÍS

**PORTUGAL:
UN PEQUEÑO MERCADO
AMERICANIZADO**

Con 12 millones de espectadores en
2024, desde las instituciones públicas se
ha ido impulsando el cine local

ESPECIAL

TOP50

**LA POWER LIST DEL
CINE ESPAÑOL
2024/2025**

54

INFORME

**CINE VERSUS STREAMING: EL
ÉXITO EN SALAS IMPULSA LOS
VISIONADOS**

Las películas europeas locales funcionan
mejor en cines que en plataformas

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA
BOXOFFICE

AÑO IV - Nº 8/9
AGOSTO/SEPTIEMBRE 2025

Director responsable Vito Sinopoli

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

En sala de redacción Valentina Torlaschi
Han colaborado: Juan Sarda Frouchtmann, Elisa Grando,
Begoña Donat, Cristiano Bolla, Pau Brunet, Irene Crespo,
José Suay y Pol Sánchez

Maquetación y fotolitos Emmegi Group Milano
Coordinación gráfica a cargo de Alda Pedrazzini

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

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

Distribución SGEL
Avenida de Suiza, 18 - Planta Baja
28821 Coslada (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 - 28015 Madrid

Este número de Box Office
se terminó de imprimir el 28 de julio de 2025



**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





ERIN WESTERMAN, NUEVA CEO DE LIONSGATE MOTION PICTURE GROUP

La veterana ejecutiva Erin Westerman ha sido nombrada nueva presidenta de Lionsgate Motion Picture Group. Desde que se sumó al estudio en 2017, ha liderado proyectos clave como las entregas 3 y 4 de *John Wick*, *Puñales por la espalda* y *Los juegos del*

hambre: Balada de pájaros cantores y serpientes. Westerman reportará a Adam Fogelson y asumirá el rol que dejará Nathan Kahane a finales de año. Su misión: supervisar todas las fases de desarrollo y producción cinematográfica del estudio.

ESTHER GARCÍA, PREMIO ELÍAS QUEREJETA 2025

La Academia de Cine ha otorgado el Premio Elías Querejeta 2025 a la productora Esther García, en reconocimiento a sus más de 50 años impulsando el cine de autor —desde *El Deseo*— y su compromiso con la libertad creativa, el talento emergente y la proyección internacional del cine español. Más allá de Almodóvar, su último éxito es *Sirat*.

5 MILLONES PARA AYUDAS AL AUDIOVISUAL DE LA GENERALITAT VALENCIANA EN 2025

La Generalitat Valenciana ha convocado subvenciones para impulsar la industria audiovisual en 2025, destinando 5 millones de euros a proyectos de producción y postproducción. Estas ayudas plurianuales suman un total de 9,5 M€ entre 2025 (5 M€), 2026 (2,5 M€) y 2027 (2 M€), con un presupuesto máximo de 1,5 M€ por proyecto y una intensidad de cobertura de hasta el 50% de los costes elegibles. Se excluyen las obras de animación. Se contemplan 5 millones adicionales condicionados a la disponibilidad de crédito.

LA COMISIÓN EUROPEA LANZA AGORAEU CON 8.600 MILLONES DE EUROS

La Comisión Europea propone lanzar AgoraEU, un macroprograma para 2028-2034 con 8 600 M€ de dotación, fusionando Europa Creativa, MEDIA y CERV. Dentro del nuevo esquema, el subprograma MEDIA+, que aglutina el actual MEDIA y una nueva línea para

periodismo, recibirá 3 200 M€ (~+122 % respecto a los 1 440 M€ actuales). Este impulso busca fortalecer la competitividad y visibilidad del cine y audiovisual europeo tanto dentro como fuera del continente.



ESPAÑA Y COLOMBIA FIRMAN UN ACUERDO HISTÓRICO DE COPRODUCCIÓN

España y Colombia han firmado el primer acuerdo bilateral de coproducción audiovisual, anunciado durante el Bogotá Audiovisual Market (BAM).

Permitirá que largometrajes y cortometrajes de ficción, documental y animación sean considerados nacionales en ambos países, facilitando acceso a incentivos públicos, estímulos fiscales, fondos, y ventajas migratorias y aduaneras. El pacto, firmado por ICAA y Mincultura, busca reforzar la colaboración técnica, artística y financiera.

EL AYUNTAMIENTO DE MADRID FORMARÁ PARTE DEL PATRONATO DE MEDIA

La Oficina MEDIA España ha incorporado al Ayuntamiento de Madrid a su patronato en julio. Esta alianza facilita al sector audiovisual madrileño el acceso a fondos europeos MEDIA, formación especializada y asistencia técnica.

SEGO CREATIVE, MÁS DE 1500 MILLONES

SEGO Creative, plataforma de EGEDA y SEGOVENTURE, ya reúne más de 40 000 inversores privados y ha movilizado +1,5 M€ en 11 proyectos audiovisuales (documentales, distribución, teatro).

NUEVOS VALES PARA EMPRESAS DE CINESA

Cinesa lanza cinesavouchers.es, plataforma de vales electrónicos para empresas. Permitirá ofrecer experiencias de cine premium a empleados o clientes. Colabora con Opia para impulsar ventas B2B en España.

ELASTICA FILMS: LA FUERZA DEL CINE COMO PASIÓN

SOCIOS Y FUNDADORES DE ELASTICA, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN SE DAN DE LA MANO. **MARÍA ZAMORA**, PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA, Y **ENRIQUE COSTA**, PRODUCTORA Y DISTRIBUIDOR, HAN CONSOLIDADO EN TAN SOLO CUATRO AÑOS A ELASTICA COMO UN REFERENTE CON GRANDES ÉXITOS DE PRODUCCIÓN PROPIA COMO *LA VIRGEN ROJA*, LA GANADORA DE LA CONCHA DE ORO O *CORNO O ROMERÍA*, DE CARLA SIMÓN, QUE LLEGA ESTE SEPTIEMBRE TRAS SU PASO POR CANNES. GRANDES TÍTULOS COMO *ANATOMÍA DE UNA CAÍDA*, *LA ZONA DE INTERÉS* O *LA SUSTANCIA*, MARCAN SU TRAYECTORIA COMO DISTRIBUIDORES. Y EL FUTURO SE PRESENTA LLENO DE ÉXITOS

por Irene Crespo y Juan Sardà Frouchtmann - fotos Lupe de la Vallina

...tanto monta, monta tanto, se decía de Isabel y Fernando. Lo "reinos" de María Zamora, productora, y Enrique Costa, distribuidor, no son tan grandes como la Corona de Castilla y Aragón en el siglo XV pero la compañía independiente suma éxitos en tiempo récord y son ya un referente del sector. Como distribuidores Elastica Films ha estado detrás de hitos fundamentales del cine de más calidad que llega a las salas. Entre sus triunfos,

dos Palmas de Oro consecutivas como *El triángulo de la tristeza* (1,12 millones en 2022) y *Anatomía de una caída* (2,5 millones en 2023), el Oso de Oro en Berlín para *Alcarràs* (2,36 millones), de Carla Simón, o éxitos rotundos del cine independiente como *La sustancia* (3,6 millones el año pasado), *Emilia Pérez* (1,84 millones, 2024), *La zona de interés* (1,3 millones, 2023) o *La peor persona del mundo* (900 k, 2021).



Más allá de los éxitos y los números, la pasión por el cine es la verdadera guía de Elastica y su lema es “apostar por las películas que nos gustan como espectadores”. Porque se trata de producir y distribuir películas que destaquen por sus valores artísticos y culturales pero también de crear una marca potente para que el aficionado al cine tenga claro que su sello es sinónimo de calidad, originalidad y riesgo. Como productora, María Za- ➤

mora fue reconocida el año pasado con el Premio Nacional de Cinematografía, y en mayo todo el equipo de Elastica paseaba por la alfombra roja de Cannes para presentar *Romería*, la nueva película de Carla Simón en clave autobiográfica, que brilló en la Sección oficial.

¿Qué balance hacéis de estos cuatro años de actividad en el mundo de la producción y la distribución y

cuál es el secreto de vuestro modelo de negocio?

ENRIQUE COSTA — Nuestro balance es súper positivo. Desde 2021 hasta 2025, cada año ha sido mejor que el anterior, y eso en una industria como la nuestra no es habitual. Además, arrancamos justo después del COVID, con mucha gente cercana que nos advertía del riesgo. Pero el deseo de hacer algo personal y cien por cien nuestro nos dio energía. Veníamos

«CONSTRUIR UNA MARCA ES CREAR UNA COMUNIDAD. Y ESO SE HACE CON COHERENCIA, CON ESCUCHA Y CON MUCHAS HORAS ENCIMA DE CADA DETALLE»





Ganadora del Premio del Jurado en Cannes ex aequo, la alemana *Sound of Falling* competirá en la próxima Seminci y llegará a las salas en los primeros meses de 2026

con más de 20 años de experiencia, y eso nos permitió avanzar más rápido que una empresa que parte desde cero. El secreto no es tal, pero sí una combinación de *know-how*, intuición y haber sembrado durante muchos años.

¿Cómo ha empezado el año para Elastica Films y cómo prevéis cerrar 2025?

MARÍA ZAMORA — El año empezó con estrenos de películas de Cannes o Venecia 2024 como *Emilia Pérez*, *Septiembre dice* o *Queer* que llegaron a finales del año pasado y principios de este. Fue un arranque bonito pero exigente, porque 2024 fue un año redondo. Sin embargo, lo que viene es aún más ilusionante. En septiembre estrenamos *Romería*, nuestra tercera colaboración con Carla Simón,

que estuvo en la Sección Oficial de Cannes. También llegan *Valor sentimental* de Joachim Trier y *Nouvelle Vague* de Richard Linklater. Y una joya: *Extraño Río*, del director catalán Jaume Claret. Es, sin exagerar, la opera prima más bonita del año.

La propia palabra “Elastica” evoca flexibilidad. ¿Qué significa hoy mantener una mentalidad flexible para moverse con éxito en nuestro mercado cinematográfico?

MARÍA ZAMORA — Elegimos “Elastica” por eso mismo. Arrancamos tras la pandemia, en un momento en que los hábitos de consumo audiovisual habían cambiado. Sabíamos que los cambios no iban a parar y decidimos crear una empresa con apertura de miras. Esa flexibili-

dad se instaló en nuestra forma de pensar desde el minuto uno. Por ejemplo, en distribución, nos abrió a nuevas formas de *marketing* y a llegar al público joven por vías no tradicionales.

Habéis apoyado películas muy distintas entre sí, pero siempre con una identidad clara. ¿Qué guía vuestras decisiones a la hora de seleccionar un proyecto?

ENRIQUE COSTA — Nuestro *leitmotiv* es hacer el cine que nos gustaría ver como espectadores. Necesitamos sentir una conexión personal con cada película. Si no hay algo que nos encienda por dentro, es difícil defenderlo después con autenticidad. Obviamente, hay que pensar con la cabeza, pero si el corazón no está implicado, el proyecto no camina igual. Esa ➤

Tras ganar el Oso de Oro con *Alcarràs* (2022), Carla Simón presentó con gran éxito en Sección Oficial de Cannes su nuevo filme, *Romería*, estreno el 5 de septiembre



llama interna es lo que nos guía en todos los proyectos, funcionen mejor o peor.

¿Cómo construís la marca **Elastica** como un sello de garantía para el espectador?

ENRIQUE COSTA — Aunque no siempre tenemos el tiempo que quisiéramos para ello, la marca ha sido una obsesión desde el minuto uno. Creamos el logo y gestionamos las redes sociales nosotros mismos en los primeros meses, eso también nos sirvió para definir un tono visual y conceptual que intentamos man-

tener en todas nuestras comunicaciones. Nos interesa mucho el lenguaje: qué tipo de imágenes, qué palabras, qué tono. La idea es que quien vea algo de Elástica, lo reconozca como algo cercano, cuidado, sincero. No somos una marca elitista. Nos vemos como espectadores comunes, pero curiosos, apasionados y exigentes. Y creemos que hay mucha gente así. Por eso siempre decimos que producimos y distribuimos las películas que a nosotros nos gustaría ver como espectadores. Y si a nosotros nos conmueve, nos divierte, nos sacude... creemos que también puede

pasarle a otros. En el fondo, construir una marca es crear una comunidad. Y eso se hace con coherencia, con escucha y con muchas horas encima de cada detalle.

¿Qué tipo de herramientas ponéis en marcha para favorecer una **colaboración sinérgica con las salas de exhibición?**

ENRIQUE COSTA — Siempre creemos que juntos sumamos más. Nos gusta colaborar tanto con grandes cadenas como con salas independientes gestionadas por familias. Buscamos visibilidad para nuestras películas: que estén bien posicionadas en el cine, en los tráilers, en el *display*. Es una relación de beneficio mutuo. Eso implica un trabajo conjunto en el que también ofrecemos algo a cambio: buenas películas, campañas trabajadas, propuestas pensadas para que funcionen.



Arriba a la izq. fotograma de *Salve María* (2024), de Mar Coll. Debajo, un momento de *Extraño río*, debut de Jaime Claret, que se estrenará en octubre trayendo poesía y honda belleza. Y en la imagen de encima, Elle Fanning y Stellan Skarsgård protagonizan lo nuevo de Joachim Trier tras el éxito de *La peor persona del mundo*. Se llama *Valor sentimental* y llega en diciembre

Nunca nos ha gustado el modelo en el que uno gana y otro pierde. Como economista, siempre tengo presente la teoría de juegos: una buena negociación es aquella en la que, al menos, ambos salen razonablemente beneficiados. Y esto aplica a cómo nos relacionamos con los exhibidores. Siempre planteamos los estrenos desde un diálogo abierto y transparente, con información clara sobre el tipo de película que llevamos, su potencial, su *target*. Además, escuchamos mucho: qué necesitan, qué les funciona, qué barreras hay. Ese intercambio ha sido clave para que Elastica se haya hecho un hueco sólido en el circuito de salas en tan poco tiempo.

¿Cuál es vuestra estrategia de *marketing* para llegar a vuestro público objetivo y al mismo tiempo ampliar la base de espectadores?



MARÍA ZAMORA — Partimos con una ventaja: la integración total entre producción y distribución. El *marketing* no llega al final del proceso, empieza desde el principio. Desde que leemos un guion o empezamos a hablar con un director, ya nos preguntamos: ¿quién va a ver esta película?, ¿cómo vamos a contarla?, ¿qué emociones queremos transmitir?, ¿cómo vamos a posicionarla? Eso implica una coordinación muy fuerte entre el equipo de producción y el de distribución, algo que tenemos muy integrado. En rodaje ya se planifican las fotos fijas pensando no solo en prensa, sino también en el cartel. Buscamos imágenes que resuman el alma de la película. Luego, duran-

te el montaje, revisamos que ese espíritu inicial se mantenga. Si no, lo ajustamos. Además, trabajamos mucho con la idea de target primario y secundario. Sabemos que hay un público natural para cada película, pero nos obsesiona buscar también al otro: al que no está en la sala de forma habitual pero podría estar. Por ejemplo, con *Romería* hemos hecho por primera vez dos carteles: uno más autoral y otro más abierto. Y eso se adapta también a los espacios: uno va a salas como los Verdi o los Renoir, y el otro a grandes cadenas. Y sobre todo, somos muy conscientes de que hay que salir del marco cinéfilo sin perder la identidad. Ese equilibrio entre autenticidad y amplitud es el gran reto. ➤

¿De qué manera puede el cine español e independiente mejorar su conexión con el público más joven?

MARÍA ZAMORA — Para empezar, dejando de pensar que el joven es un público simple. Es un error muy instalado. Pensar que hay un cine adulto y un cine joven es una falacia. Cuando tienes 18 años estás más receptivo que nunca, buscas experiencias fuertes, intensas, complejas. El cine de autor puede conectar muy bien con eso, pero tiene que llegar. Y ahí está el problema: cómo se visibiliza. Nosotros apostamos por dos caminos. El primero: la formación de nuevos públicos desde pequeños. El cine debería enseñarse en los colegios, como parte de la educación cultural. Llevar a los niños y adolescentes a ver cine español en pantalla grande, generar una costumbre, un vínculo. Y el segundo: buscarles donde están. Todo pasa por las redes sociales, por formatos visuales adaptados, por campañas que puedan tener eco en su ecosistema. Hemos invertido mucho tiempo en estudiar cómo llegar a ellos sin impostura. Y a veces eso implica hacer cosas que no se han hecho antes: llevar películas a festivales de música, trabajar con *influencers* o generar materiales que no sean solo carteles o trailers.

Vuestro grupo ha apostado a menudo por voces emergentes y ha apoyado a autoras. ¿Cuáles son los frutos de esta estrategia?

MARÍA ZAMORA — Nacimos como una empresa feminista, y desde el principio apostamos por cine dirigido por mujeres y por nuevas voces. Creemos que el cine está en constante transformación, y las miradas jóvenes son fundamentales para esa evolución. Eso sí, sin renunciar a trabajar con los autores que fueron nuestros referentes como Céline Sciamma (*Petite maman*), Trier (*La peor persona del mundo*), Linklater (la próxima *Nouvelle Vague*) o Ruben Östlund (*El triángulo de la tristeza*)... Poder colaborar ahora con ellos, después de haber crecido admirándolos, es una suerte y una responsabilidad.

Varias películas españolas recientes han recibido premios y críticas positivas, pero han tenido dificultades para encontrar público. ¿Cómo



Yo no moriré de amor, en posproducción, opera prima de Marta Matute, un drama familiar protagonizado por una adolescente

os afecta esta incertidumbre?

ENRIQUE COSTA — Es frustrante, porque pones todo tu corazón en una película que consideras importante y luego no conecta con la audiencia como esperabas. Pero también aprendes mucho más de los errores que de los aciertos. Esos títulos los volveríamos a hacer o a distribuir, sin duda. Quizá cambiaríamos ciertas decisiones estratégicas, pero no su esencia. Y nunca dejaremos de arriesgar. El riesgo forma parte de lo que somos.

¿Qué papel juegan los festivales en vuestra estrategia de distribución?

ENRIQUE COSTA — Son fundamentales. Un festival puede transformar por completo la vida comercial de una película. Por ejemplo, *O corno*, tras ganar la Concha de Oro en San Sebastián, pasó de 30 a 80 copias y tuvo una recaudación altísima para una película en gallego, de época y con poco diálogo. En Cannes, este año llevamos cinco películas en la Sección Oficial. Estar ahí es crucial para dar visibilidad, negociar y posicionar los títulos en el mercado internacional.

MARÍA ZAMORA — Los festivales son cruciales. No solo como plataforma de lanzamiento, sino como espacio para el diálogo, la visibilidad internacional y

la validación artística. Creemos que ninguna distribuidora española ha tenido tantas películas compradas sobre proyecto esta edición en Sección Oficial de Cannes. Estar ahí nos da fuerza, nos permite posicionarnos como actores clave en el circuito de cine autoral internacional y nos acerca a los grandes talentos. Pero más allá del escaparate, lo importante es cómo se aprovechan esos espacios. Qué acuerdos cierras, qué alianzas haces, cómo te implicas en la vida de la película después del festival.

Habéis co-distribuido títulos como *Emilia Pérez* y *La zona interés* con Wanda o *Annette* con Filmin. ¿Cuándo consideráis que esta colaboración es necesaria?

ENRIQUE COSTA — Cuando empezamos obviamente teníamos unos recursos limitados porque Elastica es una empresa con dos socios, nosotros dos, y con nuestro patrimonio, cero inversores. Nos parecía importante tener al menos la posibilidad de tener al menos el 50% de las películas que deseamos distribuir, y no el 100% de las que otros dejan. Surge como una oportunidad muy interesante porque también nos permitía trabajar con otras

**«NACIMOS COMO EMPRESA
FEMINISTA Y APOSTAMOS
POR CINE DIRIGIDO POR
MUJERES Y NUEVAS VOCES.
EL CINE ESTÁ EN CONSTANTE
TRANSFORMACIÓN»**



personas y otras empresas. La codistribución es una experiencia muy positiva a la hora de poder compartir y, a veces, asumir riesgos que no podrías afrontar de manera individual.

Si pudierais cambiar algo del mercado cinematográfico español con un chasquido de dedos, ¿qué sería?

MARÍA ZAMORA — Eliminar el prejuicio de que a los españoles no les gusta su cine. Cuando llegan a las salas, las películas gustan. Pero muchas veces no llegan a tiempo, o no se comunican bien. También nos gustaría que el cine independiente tuviera más visibilidad en medios. Y por supuesto, más público. Siempre más público.

BO

CUÁNTO CUESTA IR AL CINE EN EUROPA

EL PRECIO MEDIO DE UNA ENTRADA DE CINE EN EUROPA SON OCHO EUROS Y EN ESPAÑA SE SITÚA EN 6,7. EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS, EL TICKET HA SUBIDO DE PRECIO UN 13,3% FRENTE A LA INFLACIÓN DEL 20,7% GENERAL Y MENOS DE UN 5% RESPECTO A 2010. SIN EMBARGO, PERSISTE LA IDEA DE QUE EL CINE "ES CARO". COMPARAMOS EL PRECIO DE LA ENTRADA EN CIUDADES EUROPEAS Y DE ESTADOS UNIDOS, CAPITALS Y PROVINCIA, PARA COMPROBAR QUE EL CINE EN ESPAÑA NO ES MÁS CARO, POR LO GENERAL, QUE EN EL RESTO DE OCCIDENTE

por **Pol Sánchez**

E

n 2024 se frenó la sostenida recuperación de las salas pospandemia. Si 2023 fue un año difícil pero optimista porque la recaudación aumentó un 26,6% respecto al año anterior hasta los 492,6 millones de euros, el año pasado hubo un declive hasta los 475,5, una moderada caída del 2,2 por ciento. Según datos de Comscore, más preocupante fue aún el descenso en el número de espectadores, de un 5,5 por ciento, pasando de casi 76 millones a 71,8.

Lógicamente, si el descenso no fue más pronunciado fue porque el precio medio de las entradas se incrementó levemente de los 6,5 a los 6,7 euros. Un aumento moderado si tenemos en cuenta que según el último informe de FECE relativo a 2024 los exhibidores han invertido 150 millones de euros en renovación de equipos y confort sumando en este período 729 salas con formatos especiales premium. Teniendo en cuenta la inflación, vemos que el ticket de

cine ha subido menos que todo lo demás. Según el informe FECE, en 2019 el precio medio era de 5,91 euros con lo cual ha aumentado un 13,37% hasta esos 6,7 euros mientras el IPC ha crecido un 20,7%. No solo eso, en 2010 ir al cine salía por una media de 6,51 euros, con lo cual casi se ha vuelto al mismo lugar que hace 15 años. Sin embargo, aunque cualquier espectador más o menos habitual de las salas ha podido comprobar que los cines han expe-

rimentado una sustancial mejora en todos los aspectos, la frase “el cine es caro” sigue siendo común. Según la última Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, que data ya de 2019, el precio sigue siendo la principal barrera por la cual los españoles dicen que no van más al cine, hasta un 25% del total considera que es “caro”, percepción que aumenta lógicamente entre los jóvenes (un 43% protestan entre los 20 y los 24 años). Sin embargo, una comparativa del precio medio del ticket de cine en Madrid y Burgos, como referentes de gran ciudad y localidad de provincias, permite descubrir que el cine en España es más barato, aunque tampoco mucho, que en otros países de la UE o Estados Unidos. La ciudad en la que sale más caro, Nueva York, donde la media es de 17 euros y la capital más barata de los países analizados es Atenas, en Grecia, donde sale por 6,4 euros.

Los precios de esas 71.8 millones de entradas vendidas en 2024 varían en función de la población, el día y, a veces, incluso pueden depender del tipo de butaca en la que el espectador decida sentarse dentro

de una misma sala. De media, la entrada al cine cuesta 6,7 euros en España, un ligero aumento del coste medio en 2023 que era de 6,50. En grandes ciudades como Madrid, que tiene 3.416.771 habitantes según el último censo, es donde suelen encontrarse más diferencias de precio, ya que existen múltiples opciones de proyección. Si un espectador decide ir a un cine *arthouse* como Renoir, Golem, Embajadores o Verdi situados en pleno centro de la capital, pagará como media menos de 7 euros incluyendo el precio de los días del espectador, mientras optar una sala en los Kinépolis, situados en la Ciudad de la Imagen, puede suponer 1.5 euros más para disfrutar de una proyección digital en una sala normal y de hasta 6 euros si se prefiere una sala 4DX. Hay que tener en cuenta que muchos de los pases el fin de semana de un estreno se realizan en formatos *premium*, dificultando al espectador encontrar una proyección en una sala convencional a un precio más reducido. Según el último anuario de SGAE, en la capital de España el precio medio de una entrada es de 7,14 euros.

Si hay diferencia de precio entre salas de la misma ciudad como Madrid, la capital y ciudad más poblada de España, la mayor diferencia quizá se establece entre grandes núcleos urbanos y provincias, donde es muy acusada en España y en casi todos los países. Por ejemplo, en el centro de Madrid, el ticket en Cinesa o Yelmo un viernes noche para ver una película de estreno se sitúa en torno a los 12 euros mientras ir al cine el mismo día a la misma hora en una ciudad más pequeña puede costar casi la mitad. Por ejemplo, en Burgos, una ciudad de 175 mil habitantes, la entrada cuesta 7.7 euros en unas salas del centro. En Salamanca, el precio es de 6,90 euros. En general, en Castilla y León, el precio medio de una entrada en 2023 era de 5,95 euros, según SGAE.

La diferencia de precio también se nota en el bar del cine. Aunque algunas compañías no anuncian los precios de sus productos en los sitios web, el menú de palomitas y refresco individual en una sala del centro de Burgos cuesta 6.90 euros. La misma cantidad de palomitas y bebida en la capital, supera los 10 euros, marcando una disparidad del 40%. ➤



EL TICKET DE CINE (Y EL BIG MAC) EN EUROPA

										
	UNION EUROPEA + GB	ESPAÑA		FRANCIA		REINO UNIDO		ALEMANIA		
		Madrid	Burgos	Paris	Saint-Etienne	Londres	Oxford	Berlín	Padenborn	
Entrada	8 €	7,14 €	5,89 €	12 €	9 €	13 €	9 €	12 €	13 €	
Menú	9,40 €	7,14 €	6,90 €	8,9 €	12,23 €	11 €	11 €	13 €	12,99 €	
índice Big Mac	5,30 €	6 €	6,20 €	7 €	7,95 €	6,44 €	6,44 €	7 €	6,80 €	
pib per capita	54.300 €	42.198 €	33.200 €	65.200.00 €	34.00 €	81.15 €	50.000 €	53.131 €	47.916 €	

Fuente: Statista/SGAE/Elaboración Box Office

IR AL CINE EN EUROPA

Según el informe anual emitido por la UNIC (International Union Of Cinemas), que representa treinta nueve territorios europeos, en el entorno EU más Gran Bretaña en 2024 había 32719 pantallas que acumulan un total de 770 millones de entradas vendidas en 2024 que supusieron una recaudación total de 6185 millones de euros. Nuestro país en el cuarto puesto del ranking europeo con mayor número de espectadores. Haciendo un cálculo simple dividiendo la taquilla por el número de espectadores, podemos deducir que el precio medio de la entrada en UE + GB es de unos ocho euros, superior a los 6,7 euros de media española. Como siempre, Francia es líder con 181,5 millones de entradas y eso a pesar de que el precio medio de la entrada de cine en París es de unos 12 euros. En la capital francesa, que tiene 2.148.271 de habitantes sin contar el área metropolitana, ir a los cines Pathé Beaugrenelle cuesta 17,20 euros un viernes para ver un *blockbuster* el fin de semana del estreno. Mientras que el menú individual cuesta en torno a los 7,50 euros. En otros cines de la ciudad, como el MK2 Bibliothèque, el espectador pagaría 12,90 euros por la entrada y 8,90 por el menú clásico o mediano. Ahora bien, los parisinos también tienen la opción de ir a uno de los cines independientes de la ciudad, la mayoría de los cuales se encuentran repartidos por el barrio latino. En el Cinéma du Pantheon, por ejemplo, la entrada es de 9,50 euros, aunque no suelen proyectar películas de estreno. Al comparar París con una ciudad pequeña como Saint-Etienne, de tamaño muy similar a Burgos con 176 mil habitantes, el precio de la entrada baja a 9 euros en

los cines Megarama Jean Jaures mientras en el cine de la misma cadena de Salamanca, Megarama Vialia, la entrada cuesta 6,90 euros. En Saint-Etienne, el menú de palomitas y refresco para dos personas cuesta 12,23 euros. El segundo país en el ranking de espectadores es el Reino Unido con 126,5 millones de entradas vendidas. En Londres, una ciudad con 9,8 millones de habitantes, ir al cine en pleno centro puede suponer una diferencia de hasta casi más de 10 euros. La oferta de salas en la capital inglesa es enorme y las diferencias de precio también pueden llegar a serlo. Por ejemplo, en un cine como Picturehouse Central, en pleno West End, el precio de la entrada es de 18,60 libras (21 euros) con precios casi idénticos en otros cines de la zona centro como Curzon o Cineworld. Sin embargo, los londinenses pueden ir al cine en otros barrios de la ciudad por unos 11,5 euros al cambio, ya sea en los Picturehouse de Ealing o en los Vue Westfield Stratford, donde el combo de bebida y palomitas cuesta unos 11 euros. Si comparamos con ciudades más pequeñas, como Oxford, de 162.600 habitantes, la entrada media cuesta 8,99 en los cines Vue para un viernes noche, exactamente el mismo precio que en los cines que la compañía tiene en la ciudad de Reading. Tampoco varía el precio del menú, que es el mismo que en la capital. Esto demuestra que todos los cines de la compañía marcan los mismos precios para los snacks sin atender a la localidad en la que se encuentren. El tercer puesto en el ranking europeo de espectadores lo ocupa Alemania con 90,1 millones de entradas vendidas. En Berlín, una capital con 3.426.354 de habitantes, el precio de una entrada en CineStar Cu-

bix oscila entre 11,90 y 16,90 euros, dependiendo de lo cerca o lejos que el espectador decida sentarse de la pantalla. Para una butaca de lo que llaman “precio normal” (de la mitad hacia el final de la sala) el precio es de 13,90 euros. El combo de palomitas y refresco cuesta de 12,99 euros en taquilla pero 11,99 al comprar por internet. Un fenómeno curioso es que en Alemania no hay disparidad de precios entre capital y provincias. Por ejemplo, en la ciudad de Paderborn, de 169.000 habitantes, el precio de la en-





ITALIA		GRECIA		PORTUGAL		ESTADOS UNIDOS	
Roma	Messina	Atenas	Patra	Lisboa	Braga	Nueva York	Chattanooga
8,5 €	7 €	6,40 €	5,60 €	6,5 €	8.35 €	17 €	13 €
7,50 €	6,50 €	7 €	7 €	12 €	7 €	16 €	15 €
4,20 €	3,80 €	4,20 €	3,80 €	6,20 €	6,20 €	7,47 €	5,20 €
39.649 €	16.826 €	29.00 €	18,00 €	39.942 €	26.700 €	100.915 €	34.437 €

trada en los Cineplex oscila entre los 11 y los 15 euros, con un precio para la butaca normal de 13 euros. El menú en ese cine cuesta 12,90, igual que en Berlín. Italia cierra el top cinco del ranking de entradas vendidas en quinta posición, con un total de 70.6 millones de admisiones entre todas las salas del país. En la capital, Roma, una ciudad de 4.300.000 habitantes, la entrada en Cinema Lux cuesta 8,5 euros mientras que el precio en el Space Cinema es ligeramente más alto: 8,90 euros. En este cine se puede comprar

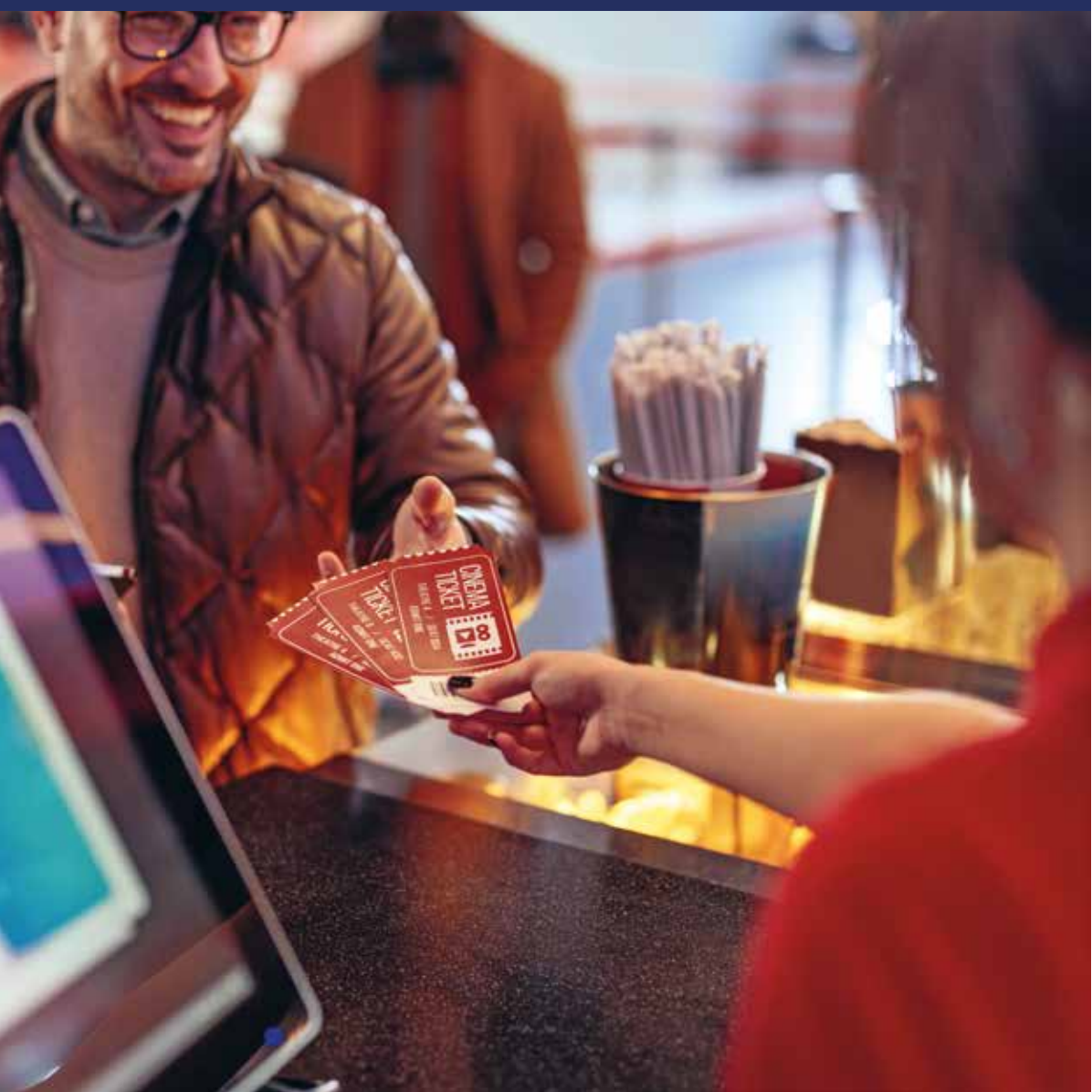
el combo de palomitas y refresco por 7,50 euros. El precio es algo más bajo en ciudades como Messina, de 220 mil habitantes, donde se puede comprar una entrada en Multisala Iris por 7 euros. En Portugal, donde se espera alcanzar los 113.31 millones de recaudación este año, la entrada cuesta 6,90 en los cines UCI de Lisboa, una ciudad de 517 mil habitantes. Sin embargo, el menú cuesta 12 euros, un precio alto en comparación al de la entrada. Por otro lado, en los cines Nos de Amoreiras, también en la capital, el pre-

cio sube a 8,35 euros. En estos cines, el precio del menú es de 7 euros, el mismo que en los cines Nos de la ciudad de Braga, de 201 mil habitantes, demostrando que las cadenas marcan el precio para el país y no para las localidades.

Y en Estados Unidos, en la ciudad de Nueva York, que cuenta con más de ocho millones de habitantes, comprar una entrada de cine en los AMC de Lincoln Square puede costar 23,18 dólares, unos 20 euros al cambio. En ese mismo lugar, las palomitas y el refresco costarían unos 16 euros. Por otro lado, en los Alamo Draft de Manhattan la entrada cuesta unos 17 euros. En comparación, en una ciudad más pequeña como Chattanooga, de 176.588 habitantes, la entrada cuesta unos 13 euros al cambio en los cines AMC y el menú unos 15.

¿ES CARO EL CINE EN ESPAÑA?

Más bien la respuesta es no pero depende. Por una parte, como podemos comprobar en la tabla 1 y en los datos comentados, ir al cine en España sale considerablemente más barato que en Francia, Alemania, Inglaterra y Estados Unidos, que también son los países más ricos del mundo. Al observar el índice Big Mac, que calcula el precio de este producto disponible exactamente igual en todo el mundo, vemos que existe una correlación casi perfecta entre el precio de la popular *burger* y el de las entradas de cine. De esta manera, en París la entrada media son 12 euros y la big mac 7 mientras en Madrid lo mismo cuesta 7,14 y 6 euros. A su vez, en Atenas son 4,2 y 6,4 respectivamente. Otro factor a tener en cuenta es el PIB per capita. A un neoyorquino ir al cine le costará 17 euros, mucho más que en cualquier capital europea, pero cada *new yorker* tiene unos ingresos anuales medios superiores a los cien mil euros anuales, el triple que en Burgos, donde la entrada cuesta tres veces menos. De esta manera, aunque en Londres el ticket medio sea de 13 euros, con una renta per capita superior a los 81 mil euros, casi el doble que Madrid, el esfuerzo es ligeramente inferior en Inglaterra que en la capital de España. Sin embargo, en Roma, con un PIB per capita algo inferior a Madrid de 39 mil euros, ir al cine sale más caro.



TERROR EN LA POSPANDEMIA: UNA BASE SÓLIDA PARA LOS CINES

IMPULSADO POR SUS FANS, EL TERROR RARA VEZ SUPERA LOS CINCO MILLONES DE EUROS PERO ES UN GÉNERO EN EL QUE AÚN BRILLA LA "CLASE MEDIA". PELÍCULAS QUE RECAUDAN ENTRE UNO Y CINCO MILLONES DE EUROS QUE LLENAN LOS CINES SOBRE TODO EL PRIMER FIN DE SEMANA. DESDE 2023, LOS 20 TÍTULOS MÁS EXITOSOS HAN SUPUESTO EN TORNO UN 10% DE LA TAQUILLA SIN QUE HAYA NI UN SOLO TÍTULO ESPAÑOL ENTRE ELLOS

por Juan Sardà Frouchtmann



Según *Harvard Business Review*, a los jóvenes les gusta el terror porque buscan emociones intensas y les permite afrontar sus miedos en la vida real en un entorno seguro. Según *Psychology Today*, nos proporciona un sentimiento de satisfacción porque superamos una sensación de estrés y porque afronta temas tabúes en la sociedad. Es cierto que el terror cobra más protagonismo en la juventud pero muchas personas mantienen la afición en su vida adulta. Y no los llamen sádicos, según el *Journal of Media Psychology*, los fans del género suelen ser personas empáticas y sociales.

Para las salas de cine, el terror supone alimentar a un público muy fiel, sobre todo joven, que muestra su entusiasmo

el fin de semana de estreno. Se trata de un género que suele tener un multiplicador bajo que raramente supera el 4 como veremos más adelante donde la producción de Estados Unidos arrasa. Esa base de fans conlleva que el terror sea un nicho en el que sobrevive con buena salud la menguante "clase media". Porque las películas de terror rara vez recaudan más de cinco o seis millones de euros pero todos los años hay varias que logran taquillas sólidas superiores al millón de euros que llenan las salas aunque sea por poco tiempo. En 2023, las 20 películas más exitosas de terror engrosaron 47,6 millones de euros, un 9,7% del total de 491,5 millones. Al año siguiente, fueron 43,5 millones de 479,5, un 9%.

Y en 2025, hasta el 14 de julio, embolsaron 24,6 millones de un total de 222, un 11% de cuota. En estos dos años y seis meses y medio, solo tres títulos han superado los seis millones de euros: dos en 2023, *Five Nights at Freddy's* (Universal, 7,5 millones) y *La monja 2* (Warner, 6,8 millones) a sumar otro en 2024, *Alien: Romulus* (Disney, 6,1 millones). Este 2025 vemos una aparente paradoja, la película de terror más exitosa ha sido *Destino final: Lazos de sangre*, con 3,8 millones, y sin embargo, es el período en el que el horror tiene una cuota más elevada, un 11.

El terror es la "Dinamarca del cine", por ser este el país del mundo en el que la clase media ocupa mayor porcentaje. Cuan-



A la izq., *Destino final: Lazos de sangre* (Warner). El regreso de la saga ha sido todo un éxito de 2025 con 3,8 millones de euros. A la dcha., Ralph Fiennes en *28 años después* (Sony), tercera parte de la franquicia con 3,3 millones en sus primeras cuatro semanas

TOP 20 PELÍCULAS TERROR 2025

#	TÍTULO	DIST	PAÍS DE ORIGEN	DIRECTOR	FECHA DE ESTRENO	REC. EN RANGO€	ESPECTADORES EN RANGO	REC. ACUM. €	ESPECTADORES ACUM.
1	Destino Final: Lazos de Sangre	Warner Bros	EEUU	Adam B. Stein, Zach Lipovsky	16/05/25	3.777.913 €	567.904	3.777.913 €	567.904
2	28 años después	Sony	GB, EEUU	Danny Boyle	20/06/25	3.310.406 €	462.881	3.310.406 €	462.881
3	Nosferatu	Universal	EEUU	Robert Eggers	25/12/24	3.014.179 €	422.045	5.402.182 €	746.083
4	Pecadores, Los	Warner Bros	EEUU	Ryan Coogler	16/04/25	2.413.032 €	339.483	2.413.032 €	339.483
5	Until Dawn	Sony	EEUU	David F. Sandberg	25/04/25	1.852.719 €	270.907	1.852.719 €	270.907
6	Monkey, The	Beta Fiction	Canadá, GB, EEUU	Osgood Perkins (I)	21/02/25	1.773.314 €	250.310	1.773.314 €	250.310
7	Heretic (Hereje)	DeAPlaneta	EEUU	Bryan Woods, Scott Beck	01/01/25	1.515.182 €	220.042	1.704.236 €	246.622
8	Hombre lobo	Universal	EEUU	Leigh Whannell	17/01/25	865.842 €	125.019	865.842 €	125.019
9	Cita, La	Universal	EEUU	Christopher Landon	11/04/25	693.259 €	97.259	693.259 €	97.259
10	Presence	Diamond Films	EEUU	Steven Soderbergh	07/03/25	488.178 €	69.790	488.178 €	69.790
11	M3GAN 2.0	Universal	EEUU	Gerard Johnstone	27/06/25	376.861 €	54.844	376.861 €	54.844
12	Blindado	Beta Fiction	EEUU	David Yarovsky	30/05/25	267.232 €	55.520	267.232 €	55.520
13	Ritual, The	Inopia	EEUU	David Midell	06/06/25	259.503 €	38.311	259.503 €	38.311
14	Una noche en Zoopolis	Sideral	Bélgica, Canadá, Francia	Ricardo Curtis, Rodrigo Perez Castro	25/04/25	154.189 €	24.831	154.189 €	24.831
15	Sustancia, La	Elastica	Francia, GB, EEUU	Coralie Fargeat	11/10/24	145.208 €	20.816	3.642.673 €	568.943
16	Peter Pan, Pesadilla en nunca jamás	Flins y Piniculas	EEUU	Scott Chambers	04/04/25	126.169 €	17.956	126.169 €	17.956
17	Sting. Araña Asesina	Diamond Films	Australia, EEUU	Kiah Roache-Turner	28/03/25	119.083 €	17.236	119.083 €	17.236
18	Ritos ocultos	Diamond Films	EEUU	William Brent Bell	30/04/25	105.565 €	15.871	105.565 €	15.871
19	Dan Da Dan: Evil Eye	Piece Of Magic Entertainment	Japón	Abel Gongora, Fuga Yamashiro	07/06/25	98.112 €	12.458	98.112 €	12.458

Fuente: Comscore

NO SOLO MAJORS

En un panorama dominado casi al cien por cien por películas americanas, como nó, las cinco *majors* copan buena parte del mercado pero su dominio es menor que en la taquilla general. En cabeza, Universal, con 27.2 millones recaudados entre 2023 y el 14 de julio de 2025, seguida de cerca por Warner (23,8 millones) y luego Sony (15,8), Disney (8,8) y Paramount (8,4). Suman casi 57 millones, un 49% de cuota. Y es que el terror abre una ventana de oportunidad para distribuidoras que no están controladas por compañías americanas pero lanzan producto comercial con precios no estratosféricos. De esta manera, el pastel está mucho más repartido y empresas como DeAPlaneta (8,1 millones en el período analizado), Diamond (4,7 millones), SelectaVision (4,3 millones), Beta-Fiction (2,5 millones) o Vertice (2 millones) también sacan pecho.

Porque el terror no funciona con la lógica del *blockbuster*, cada vez más po-

larizado en torno a éxitos gloriosos y fracasos miserables. En 2023, trece películas de miedo tuvieron una sólida recaudación de entre 1 y 5 millones de euros. El año pasado fueron catorce y en los primeros seis meses y medio de 2025, ya llevamos siete. Señal de dinamismo, es que aunque triunfan franquicias consolidadas como *Insidious* o *Saw* y de nuevo cuño como *La monja*, *Terrifier* o *Smile*, este mismo 2025, sin ir más lejos, hasta cuatro de las diez películas más exitosas son totalmente originales, junto a cuatro IPs (*Destino final*, *28 años después*, *Hombre lobo* y la adaptación al cine del videojuego *Until Dawn*) y el *remake* de un viejo clásico como *Nosferatu* con el tono autoral de Robert Eggers. Entre franquicias, remakes e IPs, solo una de las diez películas más taquilleras de este 2025 es cien por cien “nueva”: *Cónclave*. Debido a ese “fanatismo” de su público, el terror suele tener un multiplicador bajo. En 2023, *Five Nights at Freddy’s* adaptación de un videojuego, fue un ➤

TOP 20 PELÍCULAS TERROR 2024

#	TÍTULO	DIST	PAÍS DE ORIGEN	DIRECTOR	FECHA DE ESTRENO	REC. EN RANGO€	ESPECTADORES EN RANGO	REC. ACUM. €	ESPECTADORES ACUM.
1	Alien: Romulus	Walt Disney	GB, EEUU	Fede Alvarez	15/08/24	6.166.468 €	845.880	6.166.468 €	845.880
2	Smile 2	Paramount Int'l	EEUU	Parker Finn	18/10/24	3.522.151 €	538.478	3.522.151 €	538.478
3	Sustancia, La	Elastica	Francia, GB, EUU	Coralie Fargeat	11/10/24	3.497.466 €	548.127	3.642.673 €	568.943
4	Terrifier 3	SelectaVisión	EEUU	Damien Leone	31/10/24	3.476.727 €	547.425	3.476.762 €	547.431
5	Trampa, La	Warner Bros	EEUU	M. Night Shyamalan	09/08/24	3.411.966 €	513.876	3.412.924 €	514.089
6	No hables con extraños	Universal	EEUU	James Watkins	13/09/24	3.088.398 €	458.183	3.088.398 €	458.183
7	Longlegs	DeAPlaneta	Canada, EEUU	Osgood Perkins (I)	02/08/24	2.876.027 €	432.488	2.876.027 €	432.488
8	Un lugar tranquilo: Día 1	Paramount Int'l	EEUU	Michael Sarnoski	27/06/24	2.854.909 €	415.147	2.854.909 €	415.147
9	Nosferatu	Universal	EEUU	Robert Eggers	25/12/24	2.388.003 €	324.038	5.402.182 €	746.083
10	Tarot	Sony	EEUU	Anna Halberg, Spenser Cohen	10/05/24	2.214.779 €	349.133	2.214.779 €	349.133
11	Piscina, La	Universal	EEUU	Bryce McGuire	09/02/24	1.530.327 €	216.924	1.530.327 €	216.924
12	Primera profecía, La	Walt Disney	EEUU	Arkasha Stevenson	05/04/24	1.520.587 €	211.849	1.520.587 €	211.849
13	Parpadea dos veces	Warner Bros	México, EEUU	Zoë Kravitz	23/08/24	1.201.055 €	186.828	1.201.055 €	186.828
14	Imaginary	Vertice	EEUU	Jeff Wadlow	15/03/24	1.184.684 €	169.337	1.184.684 €	169.337
15	Immaculate	Diamond Films	Canada, EEUU	Michael Mohan	01/05/24	941.266 €	134.423	941.266 €	134.423
16	Vigilantes, Los	Warner Bros	EEUU	Ishana Night Shyamalan	07/06/24	938.325 €	140.165	938.325 €	140.165
17	Abigail	Universal	Irlanda, EEUU	Matt Bettinelli-Olpin, Tyler Gillett	19/04/24	850.789 €	122.860	850.789 €	122.860
18	Hombre del saco, El	DeAPlaneta	EEUU	Colm McCarthy	27/09/24	722.259 €	104.353	722.259 €	104.353
19	Strangers: Capítulo 1	Diamond Films	EEUU	Renny Harlin	12/07/24	607.926 €	89.980	607.926 €	89.980
20	Horror Park	SelectaVisión	Suecia	Simon Sandquist	23/02/24	534.896 €	76.795	534.896 €	76.795

Fuente: Comscore



En la imagen, Lily-Rose Depp lo pasa mal en *Nosferatu* (Universal), que entre 2024 y 2025 ha recaudado 5,4 millones de euros



Isabela Merced aún lo pasa peor en *Alien: Romulus* (Disney), reboot de una famosa franquicia que fue la película de terror más taquillera de 2023 con casi 6.2 millones

enorme éxito en España como en todo el mundo alcanzando los 7,5 millones de euros, siendo la película más taquillera del período analizado. Estrenada un miércoles coincidiendo con Halloween, la cinta de Universal engrosó en su primera semana 4,5 millones de euros, un 60% con un multiplicador muy bajo de 1,67. La película más taquillera de ese año en general, *Barbie*, tuvo un multiplicador de 6,5. De hecho, ni un solo *blockbuster* de los diez más taquilleros de 2023, tuvo un mantenimiento tan bajo. Es un caso extremo, pero el cine de terror más exitoso casi nunca supera un multiplicador de 3,5 o 4 mientras los *blockbusters* casi nunca bajan del 6. En 2024, la película de terror con más público fue *Alien: Romulus*, reboot de una franquicia

de gran renombre. Alcanzó unos bonitos 6,2 millones de euros, pero de nuevo sobre todo se lucró en estreno, recaudando 1,8 millones en su primer fin de semana, con un multiplicador de 3,2. Y este 2025, *Destino final: Lazos de sangre* ha sido una de las sorpresas del año en todo el mundo. A mediados de julio, finalizando su carrera comercial había alcanzado unos rotundos 3,8 millones de euros de los que Warner se metió en el bolsillo uno en el fin de estreno. Beneficiada por el de boca en boca, la película presenta un multiplicador de 3,4. Existe un matiz, cuando se trata de historias originales o *reboots* de títulos antiguos que los jóvenes no han visto en cines, el multiplicador suele ser ligeramente mejor que cuando se trata de franquicias modernas. Por ejemplo, en 2023 se vivieron los

éxitos de *Posesión infernal: El despertar* (3,8 millones) y *M3GAN* (3,3 millones), la primera tiene un multiplicador de 4 y las segunda de 4,1. Sin embargo, *La monja 2*, aunque engrosó unos espectaculares 6,8 millones totales, tiene un multiplicador de 3,2. Y en 2024, la sorpresa la dio una película indie como *La sustancia*, que acabó con más de 3,6 millones de euros y un multiplicador muy atípico del 8. En este caso, el título también logró atraer a los fans del cine de autor y demuestra la importancia del de boca en boca. Sin embargo, *Smile 2*, secuela de un éxito sorpresa de bajo presupuesto, alcanzó casi lo mismo, 3,5 millones, con un multiplicador de 3,4. Y en el caso de *Terrifier 3* (3,5 millones), baja hasta el 2,1 con 1,6 millones recaudados el primer fin de semana.



Smile 2 (Paramount) recaudó 3,5 millones en 2024. A la dcha., Five Nights at Freddy's, gran éxito de 2023 con 7,5 millones

¿Y EL CINE ESPAÑOL?

Una conclusión muy llamativa al observar las 60 películas de terror más exitosas desde el 1 de enero de 2023 al 14 de julio de 2025, es que ni una sola, literalmente, es española. En la memoria quedan hitos como *Los otros* (2001, 27,2 millones), *REC* (2007, 8,2 millones de euros), *El orfanato* (2007, 25 millones), *Los Ojos de Julia* (2010, 7 millones) o el último gran éxito del género patrio, *Verónica* (2017, 3,5 millones).

Dicen los productores que resulta difícil vender estas películas a las televisiones (que tienen dificultades para programarlas para el público general) y las plataformas cuando apuestan por el terror (no lo hacen mucho) prefieren producir *originals*. El género demuestra que hay público fiel y espacio para una clase media sólida. Sin embargo, el vacío de producciones españolas en el top de taquilla indica una oportunidad desaprovechada: el terror podría ser una herramienta para reconectar con un público joven que hoy se alimenta casi en exclusiva con los grandes estrenos de Hollywood.

BO



TOP 20 PELÍCULAS TERROR 2023

#	TÍTULO	DIST	PAÍS DE ORIGEN	DIRECTOR	FECHA DE ESTRENO	REC. EN RANGO€	ESPECTADORES EN RANGO	REC. ACUM. €	ESPECTADORES ACUM.
1	Five Nights at Freddy's	Universal	EEUU	Emma Tammi	01/11/23	7.509.818 €	1.089.075	7.527.695 €	1.091.588
2	Monja II, La	Warner Bros	EEUU	Michael Chaves	08/09/23	6.810.595 €	1.033.136	6.810.595 €	1.033.136
3	Insidious: La puerta roja	Sony	EEUU	Patrick Wilson	20/07/23	4.448.349 €	689.988	4.448.349 €	689.988
4	Exorcista: Creyente, El	Universal	EEUU	David Gordon Green	06/10/23	3.846.738 €	553.042	3.848.715 €	553.335
5	Posesion infernal: El Despertar	Warner Bros	EEUU	Lee Cronin	21/04/23	3.818.072 €	591.594	3.818.072 €	591.594
6	M3gan	Universal	EEUU	Gerard Johnstone	04/01/23	3.285.850 €	498.574	3.604.558 €	556.120
7	Exorcista del Papa, El	Sony	EEUU	Julius Avery	05/04/23	3.203.383 €	490.230	3.203.383 €	490.230
8	Saw X	DeAPlaneta	EEUU	Kevin Greutert	29/09/23	2.564.526 €	441.552	2.564.977 €	441.616
9	Hablame	Diamond Films	AUSTRALIA, GB	Danny Philippou, Michael Philippou	11/08/23	2.481.054 €	387.649	2.481.686 €	387.763
10	Scream VI	Paramount Int'l	EEUU	Matt Bettinelli-Olpin, Tyler Gillett	10/03/23	2.072.622 €	304.648	2.072.622 €	304.648
11	Niña de la comunión, La	Warner Bros	España	Victor García	10/02/23	1.440.754 €	217.150	1.440.754 €	217.150
12	Llaman a la puerta	Universal	EEUU	M. Night Shyamalan	03/02/23	1.332.036 €	204.785	1.332.036 €	204.785
13	Boogeyman, The	Walt Disney	EEUU	Rob Savage	02/06/23	1.104.242 €	170.145	1.104.242 €	170.145
14	Black Friday	Sony	EEUU	Eli Roth	17/11/23	804.382 €	117.555	815.451 €	119.006
15	Oso vicioso	Universal	EEUU	Elizabeth Banks	31/03/23	783.068 €	115.393	783.068 €	115.393
16	No tengas miedo (Cobweb)	Vertice	EEUU	Samuel Bodin	25/08/23	621.764 €	97.362	621.764 €	97.362
17	Reza por el diablo	Beta Fiction	EEUU	Daniel Stamm	28/12/22	489.865 €	73.068	1.008.999 €	156.013
18	Tiburón negro	DeAPlaneta	REPÚBLICA DOMINICANA, EEUU	Adrián Grunberg	06/07/23	402.051 €	63.084	402.051 €	63.084
19	Terrifier 2	SelectaVisión	EEUU	Damien Leone	24/02/23	304.494 €	46.124	307.559 €	46.942
20	Offering, The	Vertice	EEUU	Oliver Park	27/01/23	292.012 €	45.814	292.012 €	45.814

Fuente: Comscore

© courtesy of Warner (1), Sony (1), Universal (2), Disney (1), Paramount (1)

1 SEMESTRE 2025: UN AVANCE DECISIVO

EN LOS PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO, LOS CINES ESPAÑOLES HAN SUPERADO LOS 205 MILLONES DE EUROS SEGÚN DATOS DE COMSCORE. EL BUEN MOMENTO DE LA CARTELERA INVITA A PENSAR NO SOLO EN UN GRAN VERANO SINO EN UN MEJOR OTOÑO QUE SUPERE LA MÍTICA MARCA DE LOS 500 MILLONES. DESPUNTA EL CINE NACIONAL CON UN CRECIMIENTO DEL 30% IMPULSADO POR EL ADELANTO DEL ESTRENO DE *PADRE NO HAY MÁS QUE UNO* 5 A FINALES DE JUNIO

por Pau Brunet





En el sentido de las agujas del reloj, arriba, *Mufasa: El rey león* (Disney), que ha sumado en el primer semestre de 2025 10,4 millones a sus 21,3 totales. A la derecha, *Una película de Minecraft* (Warner), un gran éxito mundial que en España ha engrosado 16 millones, y la película más taquillera del semestre es el *live action* de *Lilo y Stitch* (Disney), que superó los 22 millones en los seis primeros meses del año

Los datos de la taquilla española del primer semestre de 2025 reafirman el buen momento vivido en los últimos meses del pasado año y contradicen las declaraciones de Ted Sarandos, CEO de Netflix, que calificaba la exhibición en cines como un “negocio obsoleto”. La realidad es que las salas han vuelto a sacar pecho tras los malos datos de 2024, aunque la sombra de 2023 sigue muy alargada. Aun así, las expectativas de un verano espectacular hacen pensar que 2025 podría convertirse en el mejor año para los cines no solo en España, sino en el mundo entero desde 2019 —y no solo para el cine internacional, de manera notoria también para el nacional. Según datos de Comscore, desde enero los cines españoles han recaudado 205 millones de euros y vendido 29,7 millones de entradas. La cifra supone un aumento del 5,7% respecto a 2024, cuando el primer

semestre cerró con 193,8 millones, impulsado en gran parte por el empujón final de *Del Revés 2* (Disney), que en solo 11 días sumó 23,7 millones de euros. En comparación con 2023, la cifra es un 4,9% inferior, equivalente a 10 millones de euros menos. El mes de junio ha sido el mejor del semestre, con 40,7 millones de euros recaudados —una dinámica que también se dio en 2024, con 43,9 millones— y muy por encima de 2023, cuando junio fue el tercer peor mes del año con solo 32,7 millones y 5 millones de espectadores. En contraste, junio de 2025 ha sumado 6,3 millones de entradas, 1,3 millones más que hace dos años.

La contra de este parámetro es que la variedad de títulos y fuerza durante este segundo trimestre de 2025 ha sido menor que en otros momentos del año, y la realidad ha sido que un puñado de películas,

de estudios la mayoría, han concentrado y mantenido los ingresos de la taquilla en un lugar positivo. El repaso de los grandes títulos del año ofrece una imagen ya muy habitual: grandes eventos hollywoodien- ses, secuelas y *remakes* a los que se suman algunos productos adultos que hacen de contrapeso. De hecho, los estudios han vivido un mejor semestre que hace un año con un crecimiento del 5%, equivalente a 11 millones de euros.

EL REINO DE LA IP

El top 10 de los éxitos internacionales de 2025 incluye nueve *remakes* y secuelas, que concentran unos ingresos de 86,3 millones de euros, equivalentes al 42% del total del primer semestre. Solo un filme no pertenece a este grupo: *Conclave* (DeA Planeta), que pese a haberse estrenado en 2024, tuvo su mayor impacto comer- ➤

TAQUILLA



El cine español ha mejorado su resultado un 30%. A la izq., *El casoplón* (Disney), con más de 3,3 millones de taquilla en los seis primeros meses del año. Abajo a la izq., *Sorda* (A Contracorriente), ganadora en Málaga, con un buen resultado de 706k y abajo a la dcha., *Wolfgang* (Universal), el título nacional más exitoso rozando los 4 millones de euros

DATOS MENSUALES 2023-2025

MES	2023		2024		2025	
	RECAUDACION (€)	ESPECTADORES	RECAUDACION (€)	ESPECTADORES	RECAUDACION (€)	ESPECTADORES
Enero	37.168.364 €	5.304.802	31.853.107 €	4.781.505	42.003.008 €	6.145.292
Febrero	28.733.196 €	4.158.698	26.929.866 €	3.980.879	27.301.246 €	4.083.045
Marzo	29.429.909 €	4.210.422	42.170.425 €	5.977.055	28.803.266 €	4.394.883
Abril	36.292.905 €	5.154.695	21.953.163 €	3.218.727	44.876.740 €	6.893.641
Mayo	32.644.221 €	4.547.035	26.994.942 €	3.905.106	39.897.976 €	6.410.673
Junio	40.768.063 €	6.313.658	43.928.265 €	6.854.056	32.760.977 €	5.033.596

Fuente: Comscore

TOP 20 INTERNACIONALES

	TÍTULO	DIST	GÉNERO	PAÍS DE ORIGEN	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN RANGO €	ESPECTADORES RANGO	ACUMULADO €	ACUMULADO ESPECTADORES
1	Lilo y Stitch	Walt Disney	Aventuras	EEUU	23/05/25	22.089.322 €	3.431.801	22.089.322 €	3.431.801
2	Una película de Minecraft	Warner Bros	Acción	Suecia, EEUU	04/04/25	16.025.401 €	2.233.225	16.025.401 €	2.233.225
3	Mufasa: El rey leon	Walt Disney	Acción	EEUU	20/12/24	10.389.428 €	1.479.594	21.318.979 €	2.979.635
4	Como entrenar a tu dragon	Universal	Acción	EEUU	12/06/25	10.025.199 €	1.401.115	10.025.199 €	1.401.115
5	Capitan America: Brave New World	Walt Disney	Acción	EEUU	14/02/25	6.691.114 €	887.015	6.691.114 €	887.015
6	Mision: Imposible. Sentencia Final	Paramount Int'l	Acción	EEUU	23/05/25	5.820.407 €	835.051	5.820.407 €	835.051
7	Blancanieves	Walt Disney	Musical	EEUU	21/03/25	5.686.264 €	792.468	5.686.264 €	792.468
8	Thunderbolts*	Walt Disney	Acción	EEUU	30/04/25	5.271.036 €	741.770	5.271.036 €	741.770
9	Conclave	DeAPlaneta	Drama	GB, EEUU	20/12/24	5.253.834 €	753.683	7.007.142 €	996.427
10	Sonic 3: La película	Paramount Int'l	Animación	Japón, EEUU	25/12/24	4.356.193 €	637.857	8.718.218 €	1.256.127
11	Destino Final: Lazos de Sangre	Warner Bros	Terror	EEUU	16/05/25	3.746.917 €	562.765	3.746.917 €	562.765
12	Brutalist, The	Universal	Drama	Canadá, GB, EEUU	24/01/25	3.733.935 €	520.648	3.733.935 €	520.648
13	Polican	Universal	Animación	EEUU	31/01/25	3.430.612 €	508.977	3.430.612 €	508.977
14	Nosferatu	Universal	Terror	EEUU	25/12/24	3.014.179 €	422.045	5.402.182 €	746.083
15	Mickey 17	Warner Bros	Aventuras	Corea del Sur, EEUU	07/03/25	2.746.542 €	380.557	2.746.542 €	380.557
16	Paddington: Aventura en la selva	Sony	Familia	Francia, Japón, EEUU	21/02/25	2.740.857 €	399.202	2.740.857 €	399.202
17	Bridget Jones: Loca por el	Universal	Comedia	Francia, GB, EEUU	14/02/25	2.721.343 €	377.740	2.721.343 €	377.740
18	Complete Unknown, A	Walt Disney	Drama	EEUU	28/02/25	2.667.741 €	371.971	2.667.741 €	371.971
19	Amateur	Walt Disney	Acción	EEUU	11/04/25	2.640.495 €	360.180	2.640.495 €	360.180
20	Vaiana 2	Walt Disney	Animación	EEUU	29/11/24	2.634.532 €	378.536	20.168.417 €	2.921.944

Fuente: Comscore



MONSTRUOSAMENTE DIVERTIDA

TONY HALE

D'ARCY CARDEN

BIANCA BELLE

UNA PELÍCULA DE **SETH WORLEY**

SKETCH

CUIDADO CON LO QUE DIBUJAS

ANGEL PRESENTA UNA PELÍCULA DE SETH WORLEY "SKETCH: CUIDADO CON LO QUE DIBUJAS". TONY HALE, D'ARCY CARDEN, BIANCA BELLE, KUE LAWRENCE, RALON COX. CASTING JESSICA SHERMAN, CSA, MONICA CODY FRY. JEFA DE PRODUCCIÓN MELISSA MICHALAK. MONITOR SETH WORLEY. DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA MEGAN STACEY. ASISTENTE DE PRODUCCIÓN MADISON BRAUN. PRODUCTORES EJECUTIVOS ANDREW ERWIN, TONY YOUNG, BILL HERREN, SEAN DEVEREAUX. PRODUCTOR EJECUTIVO JON ERWIN. PRODUCTORES EJECUTIVOS JARED GEESEY, BRANDON PURDIE, DAVID FISHER. COPRODUCTOR SHUN LEE FONG. PRODUCTORES KEVIN DOWNES, DARYL LEEFEVER, KATELYN BOTSCH. PRODUCCIÓN POR STEVE TAYLOR, P.S.A. TONY HALE, DUSTY BROWN. ESCRITA Y DIRIGIDA POR SETH WORLEY.

ANGEL a contracorriente|films

26 DE SEPTIEMBRE SOLO EN CINES





MARKET SHARE DISTRIBUIDORAS

	DIST	TÍTULOS	NUEVOS TÍTULOS	MARKET SHARE	TÍTULO TOP
1	Walt Disney	18	11	31,76%	Lilo y Stitch
2	Warner Bros	53	10	16,73%	Una película de Minecraft
3	Universal	28	10	16,25%	Como entrenar a tu dragón
4	Sony	22	10	7,53%	Un funeral de locos
5	Paramount Int'l	8	3	6,00%	Misión: Imposible. Sentencia Final
6	DeAPlaneta	15	5	3,60%	Conclave
7	Diamond Films	15	10	3,24%	Ballerina
8	Beta Fiction	8	4	2,66%	Monkey, The
9	BTeam Pictures	25	8	1,81%	Sirát, trance en el desierto
10	A Contracorriente	131	40	1,69%	47, El
11	Adso Films	10	5	1,11%	Flow, un mundo que salvar
12	Filmax	25	13	0,75%	Una Quinta portuguesa
13	Vertigo Films	21	7	0,70%	Aun estoy aquí
14	Vertice	8	4	0,58%	Lee Miller
15	Caramel Films	21	5	0,58%	Por todo lo alto

Fuente: Comscore

cial durante el primer trimestre de 2025, recaudando 5,2 millones de euros gracias al de boca en boca, a la carrera por los Oscar y, de manera quizá algo siniestra, a la propia muerte del Papa y la celebración de un cónclave en la vida real. En ese contexto, es importante destacar que durante esas semanas, el filme distribuido por DeAPlaneta logró añadir casi 900 mil euros cuando parecía casi agotado. Gracias a este éxito, DeA lidera el grupo de distribuidoras locales con una cuota de mercado del 3,6%.

Los mayores éxitos de esta primera parte del año están encabezados por cinco producciones marcadamente *mainstream* y dirigidas al público familiar o adolescente: *Lilo & Stitch*, con 22,1 millones; *Una película de Minecraft* (Warner), con 16 mi-

llones; *Mufasa: El rey león* (Disney), con 10,3 millones; *Cómo entrenar a tu dragón* (Universal), con 10 millones; y *Captain America: New Brave World* (Disney), con 6,7 millones. Disney es el estudio con mayor éxito en lo que va de año, alcanzando una extraordinaria cuota de mercado del 31,7%, diez puntos por encima del 21% que marcaba en el primer semestre de 2024 y dos puntos más que el 29% de 2023. En conjunto, los estudios han dominado el mercado con un 78,2% de las entradas vendidas, cinco puntos más que en 2024. Entre ellos, Warner y Universal empatan con una cuota del 16,2% cada uno, en línea con el año anterior, y muy por delante de Sony (7,5%) y Paramount (6%). Sony prácticamente ha reducido a la mitad sus ingresos respecto al primer

semestre de 2024, mientras que Paramount mejora ligeramente desde el 4,4% que tenía hace un año.

Sin embargo, si centramos el análisis en el número de espectadores, las noticias son algo menos entusiastas. Durante los primeros seis meses del año se han vendido 29,7 millones de entradas, con su pico en junio (6,3 millones) y su peor registro en febrero (4,1 millones). El dato supone solo un 3,4% más que en 2024, pero un preocupante 10 % menos que en 2023, lo que representa casi 3,3 millones de entradas menos. El precio medio de la entrada, además, ha aumentado de forma alarmante en este período: un 6,1%, pasando de los 6,5€ en 2023 a 6,9€ en 2025. Aunque se mantiene la fortaleza de los días

laborables, el elevado interés que provocan los estrenos-evento y sus formatos especiales ha impulsado al alza el precio medio de la entrada. En otras palabras, hay menos espectadores, pero pagan más, especialmente durante los fines de semana. De hecho, la media durante esos días se sitúa en 7,42€, un 24% más que entre semana, donde además el día del espectador tiene mucho peso (5,97€).

EN LOS PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO

En cuanto a los patrones de consumo, los datos entre semana reflejan una evolución positiva. Los tres mejores meses del año —abril, mayo y junio— han registrado una afluencia más equilibrada entre fines de semana y días laborables. Entre enero y marzo, el 72% de los espectadores acudía en fin de semana frente a un 28% entre semana. Este patrón se modificó con la llegada de grandes estrenos como *Minecraft* (Warner, 16 millones en el primer semestre), *Lilo & Stitch* (Disney, 22 millones) o *Cómo entrenar a tu dragón* (Universal, 10 millones), que atrajeron a públicos más diversos: el 63 % asistió en fin de semana y el 37% entre semana. A esta tendencia se sumaron éxitos adultos del cine español como *Sirát* (BTeam, 1,8 millones), *Una quinta portuguesa* (Filmax, 660 k) o *Sorda* (A Contracorriente, 706k), que ➤



El punto de encuentro para los profesionales de la industria

Actividades de industria:
22-25
septiembre

Spanish Screenings:
Financing & Tech

Zinemaldia &
Technology

Europe-Latin America
Co-Production Forum

Ikusmira
Berriak

WIP Latam

WIP Europa

Más información

industria@sansebastianfestival.com sansebastianfestival.com

Con el apoyo de



Creative
Europe
MEDIA

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

SSIFF 2025 Septiembre 19/27 73

Babesle Ofizialak
Patrocinadores Oficiales

Media Partner

Laguntzaile Ofizialak
Colaboradores Oficiales

Instituto Kideak
Instituciones Socias



lograron presencia destacada en el top 10 durante los días laborables y cifras óptimas que han ayudado a colocar el cine español en muy buena posición durante este primer semestre.

Como se observó en los últimos cuatro meses de 2024, la variedad de estrenos dirigidos a diferentes audiencias y con buen ruido mediático fue clave para posicionar la actividad cinéfila en lo más alto. Este patrón se repitió durante abril y junio, lo cual es especialmente positivo, ya que son



A la izq., *Padre no hay más que uno 5* (Sony), que en solo cinco días superó los 2,5 millones de euros empujando al alza la cuota del cine nacional. Arriba, *Sirat*, de Oliver Laxe, que tras ganar en Cannes es el gran éxito indie del año con casi 1,8 millones en el primer semestre.



meses tradicionalmente complicados para la asistencia a salas debido a los cambios meteorológicos, que invitan a los espectadores a pasar más tiempo al aire libre. Además de un invierno más largo y una primavera más fría, iniciativas como la Fiesta del Cine y el inicio de los Martes Senior en el segundo trimestre fueron fundamentales para sostener una afluencia constante.

La cuota de mercado de las distribuidoras locales es del 21,8%, cinco puntos menos que hace un año, debido en gran parte al retroceso de Diamond Films, que pasa de 8,7 millones de euros en 2024 a solo 6,6 millones este año, cayendo del 4,5% al 3,24% del mercado. A Contracorriente también experimenta un descenso notable, pasando del 3,7% al 1,7%. Por el ➤

TOP 20 NACIONALES

	TÍTULO	DIST	GÉNERO	PAÍS DE ORIGEN	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN RANGO €	ESPECTADORES RANGO	ACUMULADO €	ACUMULADO ESPECTADORES
1	Wolfgang (Extraordinario)	Universal	Comedia	España	14/03/25	3.966.801 €	596.599	3.966.801 €	596.599
2	Casoplon, El	Walt Disney	Comedia	España	16/04/25	3.340.084 €	481.868	3.340.084 €	481.868
3	Un funeral de locos	Sony	Comedia	Mexico, España	11/04/25	3.011.787 €	434.925	3.011.787 €	434.925
4	Padre no hay mas que uno 5	Sony	Comedia	España	26/06/25	2.534.364 €	359.515	2.534.364 €	359.515
5	Sirat, trance en el desierto	Bteam Pictures	Drama	Francia, España	06/06/25	1.774.087 €	265.710	1.774.087 €	265.710
6	Tierra de nadie	Sony	Suspense	Mexico, España	28/03/25	1.580.913 €	236.575	1.580.913 €	236.575
7	Mikaela	Walt Disney	Suspense	España	31/01/25	1.552.299 €	232.498	1.552.299 €	232.498
8	Infiltrada, La	Beta Fiction	Suspense	España	11/10/24	1.550.690 €	240.116	9.714.865 €	1.521.850
9	Secreto del orfebre, El	Warner Bros	Drama	España	28/02/25	1.122.589 €	169.651	1.122.589 €	169.651
10	47, El	A Contracorriente	Drama	España	06/09/24	753.240 €	123.952	4.002.745 €	628.785
11	Sorda	A Contracorriente	Drama	España	04/04/25	706.127 €	114.763	706.127 €	114.763
12	Una Quinta portuguesa	Filmbox	Drama	Portugal, España	09/05/25	660.252 €	110.292	660.252 €	110.292
13	Mala influencia	TriPictures	Romance	España	24/01/25	647.170 €	95.043	647.170 €	95.043
14	Sin instrucciones	Warner Bros	Comedia	España	25/12/24	628.389 €	94.344	1.369.114 €	199.253
15	Aitas, Los	Bteam Pictures	Comedia	Bélgica, España	21/03/25	477.734 €	75.407	477.734 €	75.407
16	Buena letra, La	Caramel Films	Drama	España	30/04/25	422.020 €	68.630	422.020 €	68.630
17	Muy lejos	Bteam Pictures	Drama	Países Bajos, España	11/04/25	420.194 €	63.926	420.194 €	63.926
18	Tardes de soledad	A Contracorriente	Documental	Francia, Portugal, España	07/03/25	344.558 €	50.833	344.558 €	50.833
19	Huella del mal, La	Alfa Pictures	Suspense	España	04/04/25	309.057 €	47.370	309.057 €	47.370
20	Guitarra flamenca de Yeraí Cortes, La	A Contracorriente	Documental	España	20/12/24	262.569 €	39.117	449.349 €	65.798

Fuente: Comscore



PREPÁRATE
PARA
EL FINAL

BASADA EN UNA
HISTORIA REAL

EXPEDIENTE WARREN

EL ÚLTIMO RITO

5 SEPTIEMBRE
SOLO EN CINES

PENDIENTE DE CALIFICACIÓN POR EDADES

NEW LINE CINEMA TSC ATOMIC MONSTER PRESENTA WATERGATE WARNER BROS. PRESENTA

contrario, DeAPlaneta, BTeam Pictures y Beta han mejorado sus ingresos y su cuota de mercado respecto a 2024. Quien no aparece ya en la lista —y eso supone una caída dramática— es Elastica Films, que baja de una cuota del 1,68% hace un año a menos del 0,5% y queda fuera del top 15.

EL CINE ESPAÑOL CRECE

El cine español vive un buen momento gracias a los mencionados éxitos comerciales de *Padre no hay más que uno 5* (Sony), *El casoplón* (Disney), *Wolfgang (Extraordinario)* (Universal) y *Un funeral de locos* (Sony), todas por encima de los 3 millones de euros en ingresos. En conjunto, el primer semestre representa un aumento del 30% respecto al mismo período del año pasado, lo que alimenta las expectativas de superar los 90 millones de euros en 2025 e incluso de cerrar el mejor año desde 2019.

El verano será una prueba de fuego para las salas españolas. En 2024, los meses de julio y agosto sumaron 114,5 millones de euros y 17,2 millones de espectadores, mientras que en 2023 se alcanzaron los 125,6 millones y 19,6 millones de entradas. De mantenerse un ritmo similar, la taquilla española podría comenzar septiembre superando los 330 millones de euros, acortando distancias con los 341 millones que se alcanzaron al cierre de agosto de 2023. Para lograrlo, será clave el mantenimiento en cartelera de *Padre no hay más que uno 5* (Sony) y *F1. La película* (Warner), además del rendimiento de *Jurassic Park: El renacer* (Universal), *Superman* (Warner), *Fantastic Four* (Disney) y

TOTALES FINES DE SEMANAS /TOTALES SEMANAS

MES	TOTALES FINES DE SEMANAS		TOTALES SEMANAS	
	RECAUDACION (€)	ESPECTADORES	RECAUDACION (€)	ESPECTADORES
Enero	27.590.917 €	3.781.612	38.768.140 €	5.585.006
Febrero	20.632.382 €	2.798.658	28.713.404 €	4.137.827
Marzo	18.282.860 €	2.474.681	24.704.535 €	3.548.400
Abril	23.713.317 €	3.186.612	37.142.908 €	5.225.874
Mayo	25.095.608 €	3.337.305	37.517.226 €	5.851.459
Junio	22.249.880 €	2.940.579	38.186.435 €	5.454.179

Fuente: Comscore



Agárralo como puedas (Paramount). Estos títulos no deberían quedarse por debajo de los 10 millones de espectadores, lo que equivale a más de 65 millones de euros. La variedad es clave, y lo será aún más de cara al otoño. Esto ya se observó durante la última parte de 2024, cuando la combinación entre superproducciones con fuerte peso mediático y grandes títulos españoles dirigidos a públicos adultos y cinéfilos generó algunos de los mayores éxitos y sorpresas del año. Más allá del total acumulado —y de si se logra o no superar la simbólica barrera de los 500 millones de euros—, una cartelera variada es esencial

CUOTA CINE NACIONAL

MES	MARKET SHARE C.ESPAÑOL
Enero	8%
Febrero	14%
Marzo	19%
Abril	24%
Mayo	13%
Junio	14%

Fuente: Comscore

para que la audiencia cinéfila y el público habitual se sientan cómodos con un consumo constante y necesario para la supervivencia de las salas. Es esta diversidad de propuestas la que ordena la asistencia a lo largo de toda la semana, justificando que los cines estén abiertos todos los días. Generar proyectos capaces de convivir con los grandes eventos debe ser un objetivo estratégico para los productores, tanto en España como en el resto del mundo. **BO**



En la imagen de arriba, un éxito sorpresa del cine español, *Una quinta portuguesa* (Filmax), que ha recaudado 660k en el primer semestre y abajo, fotograma del *live action* *Cómo entrenar a tu dragón* (Universal), con un buen resultado de 10 millones de euros

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE & *Best* MOVIE

PRESENTAN

TOP 50

POWER LIST 2025 DEL CINE ESPAÑOL

POR PRIMERA VEZ, LA CLASIFICACIÓN DE LOS PROFESIONALES (A CARGO DE *Box Office*) Y EL TALENTO (A CARGO DE *Best Movie*) MÁS INFLUYENTES. SON LOS NOMBRES QUE SOBRESALEN EN EL CINE QUE SE PIENSA, SE CREA Y SE PRODUCE EN ESPAÑA EN LA TEMPORADA 2024-2025



TOP 50 LOS ESPECIALES DE BOX OFFICE

SUPLEMENTO DE BOX OFFICE N. 8-9 AGOSTO-SEPTIEMBRE 2025

Director responsable Vito Sinopoli
Responsable de redacción Paolo Sinopoli
Redacción Irene Crespo (Talento)
Juan Sardà Frouchtmann (Profesional)
Gráficos y fotolitos Emmegi Group Milano

Impresión JOMAGAR - C/ Moraleja de Enmedio, 16. Pol. Ind.
Nº1.28938 Móstoles, Madrid

Distribución SGEL - Avenida de Suiza, 18 - Planta Baja.
28821 Coslada (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 - 28015 Madrid

N.B. La taquilla está actualizada a 27/7/2025.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

01

MARÍA LUISA GUTIÉRREZ

PRODUCTORA Y CEO DE BOWFINGER



PUNTOS FUERTES

BOWFINGER ESTÁ DEMOSTRANDO OLFATO PARA PELÍCULAS QUE VAN MÁS ALLÁ DE LA COMEDIA FAMILIAR Y AÚNAN CALIDAD E IMPACTO COMERCIAL.

PUNTOS DÉBILES

SI LA SAGA *PADRE NO HAY MÁS* REALMENTE HA TERMINADO LLEVA A LA PRODUCTORA A TERRENO DESCONOCIDO.

El Goya (compartido) a la mejor película para *La infiltrada* fue la guinda del pastel para el año de gloria de María Luisa Gutiérrez y la productora Bowfinger. La película de Arantxa Echevarría sobre una guardia civil infiltrada en la banda terrorista ETA en los años 90 reventó la taquilla con casi 9,7 millones de euros y obtuvo el respaldo de la Academia y de la crítica.

Punto y aparte para una exitosísima Bowfinger que Gutiérrez gestiona con su socio Santiago Segura, que también es su director (y actor) estrella. Este 2025 está volviendo a arrasarse con la quinta parte de *Padre no hay más que uno* (9,4 millones en su primer mes). El propio Segura no ha dejado del todo claro si es la última de la saga familiar pero sí parece marcar claramente un punto y aparte. Mientras, se avista el regreso de una franquicia tan exitosa e icónica como *Torrente*, que previsiblemente estrenará su sexta parte (en la que alcanza la presidencia del Gobierno) en 2026. La comedia familiar ha sido terreno fértil para Bowfinger con otros títulos de gran impacto comercial como las dos partes de *A todo tren*. *Destino Asturias* o *La familia Benetón*, de la que llega una secuela en 2026 con Leo Harlem de maestro de ceremonias. Pero la productora también apuesta por el thriller como en la película de Echevarría ganadora del Goya o *Tierra de nadie*, que este 2025 ha obtenido un buen resultado (1,6 millones) con su retrato del Cádiz del narcotráfico.

02

JAIME ORTIZ DE ARTIÑANO

DIRECTOR GENERAL ATRESMEDIA CINE



PUNTOS FUERTES

ATRESMEDIA PARECE TENERLE TOMADO EL PULSO A LA TAQUILLA ESPAÑOLA CON UNA OFERTA VARIADA.

PUNTOS DÉBILES

EN EL FUTURO, VA A SER DIFÍCIL MANTENER EL MISMO RITMO DE ÉXITOS QUE LA ÚLTIMA TEMPORADA.

En su 25 aniversario, la división cinematográfica de Atresmedia también celebra que el pasado 2024, por sexto año consecutivo, lideró la taquilla de cine español con más del 50% de cuota de mercado. Las trece películas estrenadas por la productora ese año sumaron más de 40 millones de euros, la mejor recaudación de la compañía en ocho años. Y es que cinco de las películas más taquilleras del año pasado contaron con la participación de Atresmedia Cine, incluyendo las tres que coronan el podio: *Padre no hay más que uno 4*, *La infiltrada* y *Buffalo Kids* sumando éxitos sorpresa como *Casa en llamas*.

Al frente de la productora desde septiembre de 2022, Artiñano llegó a la cima tras su labor en Morena Films o TeleCinco Cinema. Este 2025 ha empezado fuerte con el éxito de *Mikaela* (1,5 millones), *Un funeral de locos* (2,9 millones) y la quinta parte de *Padre no hay más que uno* (9,4 millones en su primer mes). Para otoño, Siempre es invierno, de David Trueba o la comedia de enredo *Coartadas*. Y en 2026, *La familia Benetón 2*, lo nuevo de Arantxa Echevarría, la comedia de atracos *Cada día nace un listo* o *Karateka*, el biopic de Sandra Sánchez.

03

IGNASI CAMÓS

DIRECTOR GENERAL DEL ICAA



PUNTOS FUERTES

LA MEJORA DE LOS PRESUPUESTOS, EL APOYO A LAS MUJERES, EL ÉXITO DEL MARTES SÉNIOR O LA APARICIÓN DE NUEVAS AYUDAS COMO LAS DESTINADAS A GUIONISTAS.

PUNTOS DÉBILES

LA LEY DEL CINE LLEVA AÑOS ESTANCADA Y LA PARALIZACIÓN DE AYUDAS A EXHIBIDORES DESDE 2023.

Este 2025 el ICAA (Instituto de las Ciencias y Artes Audiovisuales) aumentará su dotación hasta los 37 millones, siete más, la dotación para ayudas "selectivas". El año pasado, fueron 62 millones para "generales". Como todo el mundo sabe, hacer una película en España es muy difícil sin el ICAA. En los últimos años, con los últimos gobiernos, se ha reforzado el impulso a las mujeres en dirección (un 40% de los proyectos subvencionados deben estar realizados por ellas y el equipo técnico debe tener la misma proporción). Una política que ha dado buenos frutos con el éxito de nuevas realizadoras como Carla Simón (*Alcarràs*, *Romería*), Alauda Ruiz de Azua (*Cinco lobitos*), Pilar Palomero (*Las niñas*) o Arantxa Echevarría (*La infiltrada*). No solo producción, el ICAA también es esencial para que haya festivales, distribución independiente y desde la pospandemia también da ayudas a las agencias de ventas. Este 2025, por primera vez también se han destinado 8 millones de euros para la escritura de guiones, una vieja reivindicación del sector. La iniciativa Martes Sénior, ampliada a todo el año, ha sido un gran éxito pero no hay convocatoria de fondos para exhibidores desde 2023. Profesor de derecho del trabajo en la Universidad de Girona y en distintos cargos públicos desde 2018, Camós gestiona un organismo con mejores presupuestos pero que sigue funcionando con una ley de 2007 mientras la nueva se pospone desde hace años a pesar de las advertencias de Bruselas.

TALENTO

por la redacción

01

OLIVER LAXE

DIRECTOR DE CINE



RETOS

LOGRAR MANTENERSE EN PRIMERA LÍNEA DEL FESTIVAL DE CANNES, DONDE TODAS SUS PELÍCULAS HAN GANADO PREMIOS.

Con el Premio del Jurado en el pasado Festival de Cine de Cannes y los más de dos millones de recaudación que lleva ya (al cierre de esta revista) en cines españoles con su película *Sirat*, Oliver Laxe ha demostrado que es posible lo que él mismo defendía en las páginas de BEST MOVIE en el mes de junio: acabar con "la dialéctica cine de autor/cine comercial". Se puede hacer cine de autor valiente y cine comercial con alma. *Sirat*, una película muy exigente para el espectador, ha llegado a los números de las grandes comedias. Además, es la primera película del gallego producida en España, siendo ya la cuarta de su filmografía. Las tres anteriores también fueron seleccionadas en Cannes y premiadas en sus respectivas secciones. A *Sirat* le queda ahora continuar la carrera internacional, en EE UU fue adquirida por Neon, la distribuidora que se ha encargado de títulos como *Parásitos*. Ojalá le veamos en los Oscar.

02

CARLA SIMÓN

DIRECTORA DE CINE



RETOS

ADEMÁS DE VER LOS RESULTADOS DE *ROMERÍA* EN LOS CINES ESPAÑOLES TRAS SU ESTRENO, LA DIRECTORA TIENE EL DESAFÍO AHORA DE ALEJARSE DE SU BIOGRAFÍA FAMILIA PARA SEGUIR SORPRENDIENDO AL PÚBLICO CON OTRAS HISTORIAS.

Después de ganar el Oso de Oro en Berlinalé con su anterior (y segundo) filme, *Alcarràs*, la directora catalana debutó este año en el Festival de Cannes con su tercera película, *Romería*. Aunque salió de allí finalmente sin premios la crítica española e internacional fue casi unánime en la celebración de su cine, de su forma llena de sensibilidad de hablar de memoria y familia. Con sus tres películas, Simón ha conseguido, partiendo de su propia historia personal, llegar a gente en todo el mundo. *Romería* habla de la crisis del SIDA en los 80 y de toda la gente que quedó arrastrada y olvidada con ella. Al cierre de estas páginas, aún no se había estrenado *Romería* para saber cómo funcionara en taquilla, pero viendo los resultados de *Verano 1993* y *Alcarràs* las previsiones siempre son optimistas. Carla es una cineasta que conecta con el público.

03

PEDRO ALMODÓVAR

DIRECTOR DE CINE



RETOS

EN REALIDAD, EL ÚNICO OBJETIVO AL QUE PUEDE ASPIRAR ES EL DE SUPERARSE A SÍ MISMO DESPUÉS DE 45 AÑOS DE CARRERA, UNA TRAYECTORIA APLAUDIDA POR EL PÚBLICO Y RECONOCIDA POR LA CRÍTICA.

El año pasado, en el Festival de Venecia, recibió 17 minutos de ovación tras el estreno de *La habitación de al lado*, su primer largometraje en inglés, y se fue de allí con el máximo galardón, el León de Oro. Después de 45 años de carrera, dos premios Oscar, dos Globos de Oro y 10 Goya, Almodóvar sigue muy en activo, más que nunca, ya está inmerso en el rodaje de su película número 24, *Amarga Navidad*. En la misma sigue reflexionando sobre la muerte y vuelve a jugar entre la ficción y la realidad, repitiendo con Leonardo Sbaraglia, Milena Smit o Aitana Sánchez-Gijón. A través de su productora, El Deseo, están detrás de *Sirat* y han apoyado siempre a nuevos cineastas. Decir que es nuestro director más internacional es ya un lugar común, pero sigue siéndolo.

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

04

CARLOS PRADA Y ALESSANDRO ARAIMO

VICE PRESIDENT PARA THEATRICAL DISTRIBUTION AND TH LOCAL PRODUCTION ITALY & SPAIN; EVP & MD ITALY & IBERIA WARNER BROS. DISCOVERY

Máximo ejecutivo de Warner España e Italia desde abril de 2022, Prada es el segundo después de Alessandro Araimo, director general de Warner para el sur de Europa. Su músculo queda claro con sus siete Goya a la mejor película en los últimos 25 años, más que nadie. Son filmes como *Los otros*, *Volver* o *La isla mínima*. La fuerza de Warner volvió a quedar clara el año pasado con la animación de *Buffalo Kids* (5,3 millones). La habitación de al lado (2,4 millones) o *Pídeme lo que quieras* (2 millones). Este 2025 apuestan fuerte por *Ídolos*, que llega en noviembre, un drama deportivo sobre motociclismo con Oscar Casas que llegará el 14 de noviembre. Y en octubre de 2026 veremos *Karateka*, sobre la deportista ganadora olímpica Sandra Sánchez con dirección de Aritz Moreno.

PUNTOS FUERTES

LA APUESTA POR LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA Y LA VOLUNTAD DE EXPANDIR HORIZONTES COMO PÍDEME LO QUE QUIERAS (ROMÁNTICO) O ÍDOLOS (DRAMA DEPORTIVO).

PUNTOS DÉBILES

EL ÚNICO GÉNERO EN EL QUE WARNER NO ESTÁ SIENDO ESPECIALMENTE EXITOSA ES EN LA COMEDIA FAMILIAR, DEJANDO EL BOTÍN PARA OTROS.

05

JOSÉ PASTOR

DIRECTOR DE CINE Y FICCIÓN EN RTVE

Con un presupuesto anual en torno a los 20 millones de euros para financiación de obras cinematográficas, que se reparten unos 60 títulos, RTVE es junto a Movistar Plus el pilar del exitoso cine de autor español que triunfa en festivales y cada vez tiene más peso en la taquilla de cine nacional. Son películas como *As Bestas* (2022), *Alcarràs* (2022) y *El 47* (2024) o éxitos recientes como *Una quinta portuguesa*, *El casoplón* o *Sirat* sumando próximos estrenos de gran interés como *El cautivo*, de Amenábar. Al frente de la división de cine y ficción desde 2021, tras su experiencia en Viacom y la Academia de Cine, la influencia de Pastor en el cine con aspiración autoral es crucial.

PUNTOS FUERTES

CON DOS PELÍCULAS ESPAÑOLAS EN SECCIÓN OFICIAL DE CANNES ESTE ÚLTIMO AÑO, RECIENTE EL OSO DE ORO PARA *ALCARRÀS* Y ÉXITOS DE TAQUILLA COMO *SIRAT* O *EL 47*, EL CINE DE AUTOR ESPAÑOL ESTÁ CONQUISTANDO EL EXTRANJERO Y OBTENIENDO BUENOS RESULTADOS EN TAQUILLA.

PUNTOS DÉBILES

CON UN ENFOQUE MÁS ARRIESGADO QUE ATRESMEDIA Y TELECINCO CINEMA, RTVE ACUMULA ÉXITOS PERO TAMBIÉN DESACIERTOS. SIEMPRE HAY QUE AFINARLO MÁS.

06

MARTA EZPELETA

CEO EN THE MEDIAPRO STUDIO

Al frente de The Mediapro Studio desde el 1 de enero de 2025, Ezpeleta ha sustituido a Laura Fernández Espeso, que ahora es directora general de Mediapro Grup. El estudio triunfó el año pasado con *El 47* (4 millones), que además resultó ganadora del Goya *ax aequo*. Con una larga trayectoria en el sector audiovisual, Ezpeleta inició su carrera en el sector audiovisual en 1998 en The Walt Disney Company, como miembro del equipo de Contenidos y Programación. En 2019 se incorpora a The Mediapro Studio como directora de distribución internacional y coproducciones. Bajo su dirección ha llevado títulos como las series *The Head*, o *Vota Juan* y películas como *El buen patrón* y *Competencia oficial* a más de 100 países. En 2021 sumó a sus responsabilidades la dirección de las sedes internacionales del Studio, contribuyendo a consolidar la operación internacional. Para este 2025, Mediapro Studio tiene previsto el estreno de *El talento*, un thriller en la alta sociedad con guion de Fernando León de Aranoa, y ha triunfado en México con la comedia *Mesa de regalos* (6,5 millones de dólares).

PUNTOS FUERTES

MEDIAPRO BUSCA UN PRODUCTO DE CALIDAD Y LOGRA ATRAER A GRANDES FIGURAS.

PUNTOS DÉBILES

PODRÍA APROVECHAR MEJOR SU EXPERTISE PARA CREAR PELÍCULAS PARA TODOS LOS PÚBLICOS QUE TRIUNFEN EN TAQUILLA.

por la redacción

04

SANTIAGO SEGURA

PRODUCTOR, DIRECTOR DE CINE Y ACTOR



RETOS

TERMINAR UNA SAGA TAN EXITOSA COMO *PADRE NO HAY MÁS QUE UNO* ES TODO UN RIESGO.

Padre no hay más que uno 5: Nido repleto ha superado los 9,4 millones de euros en su primer mes. Eso significa que la saga creada por Segura acumula muchos más de nueve millones de espectadores y 50 millones de recaudación. Todas las películas de la franquicia han sido la más taquilleras en el año de su estreno. Y suma y sigue. Está claro que el actor, director y productor ha encontrado la forma de llegar al gran público en España. También lo ha demostrado con otras comedias familiares lejos de la familia que él mismo protagoniza junto a Toni Costa, como *A todo tren*, *Vacaciones de verano*... Y ahí anda ya con la preparación de la sexta entrega de la saga con la que comenzó su éxito cómico e incluso se coló en la cultura popular, *Torrente*.

05

ARANTXA ECHEVARRÍA

DIRECTORA DE CINE



RETOS

LA CINEASTA HA FIRMADO VARIAS PELÍCULAS DE ENCARGO PARA PODER RODAR SUS PROPIOS PROYECTOS. TRAS EL ÉXITO DE *LA INFILTRADA* DEBERÍA PODER ABANDONAR YA LOS ENCARGOS PARA PRIORIZAR SUS TÍTULOS MÁS PERSONALES.

Gracias a una taquilla que alcanzó los 9,4 millones de euros, *La infiltrada* se ha convertido en la película dirigida por una mujer más taquillera de todos los tiempos. Un récord que ha colocado a Arantxa Echevarría en uno de los puestos más relevantes de la industria. Desde que debutara en 2018 con el largometraje *Carmen* y *Lola* (que estrenó en Cannes y con el que ganó el Goya a mejor dirección novel), la directora ha demostrado como pocos saber navegar bien en esta industria entre títulos de gran público e historias más personales. Sólo el año pasado, de hecho, estrenó la comedia *Políticamente incorrectos* y la mencionada *La infiltrada*, con la que acabaría protagonizando la noche más inusual de los Goya con ese *ex aequo* compartido con *El 47*. Poco después de ese momento, Echevarría ya se lanzó de nuevo al set de rodaje y estrenará en los próximos meses *Cada día nace un listo*, con Hugo Silva y Susi Sánchez.

06

LOS JAVIS

PRODUCTORES, DIRECTORES Y GUIONISTAS



RETOS

EN SERIE, COMO CREADORES O PRODUCTORES, YA HAN ALCANZADO EL ÉXITO NACIONAL E INTERNACIONAL, ENAMORADO A PÚBLICO, CRÍTICA Y LOGRADO PREMIOS. EN CINE AÚN TIENEN ESE RETO POR DELANTE Y CON *LA BOLA NEGRA* PODRÍAN RECONFIRMARSE.

Javier Ambrossi y Javier Calvo, una de las dos parejas artísticas de esta lista junto a Peña y Sorogoyen. En menos de 10 años desde el estreno de *La llamada* en cines, adaptación de su obra de teatro musical, se han convertido en omnipresentes en el cine y las series en España. Sobre todo, por ahora, en pequeña pantalla: *Veneno*, *La Mesías*, *Paquita Salas*... Este año, *Marilíandre* y más recientemente *Superestar*. Con su productora Suma Content, además, están detrás de proyectos de otros directores como *Mi querida señorita*, la revisión del clásico de Armiñán; o de la ópera prima de Ana Rujas. Y están a punto de empezar el rodaje de su nuevo largometraje, *La bola negra*, con Penélope Cruz.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

07

GHISLAIN BARROIS Y ÁLVARO AGUSTÍN

CEO EN TELECINCO CINEMA Y DIRECTOR GENERAL EN TELECINCO CINEMA



PUNTOS FUERTES
CON UNA APUESTA MUY CLARA POR EL CINE COMERCIAL, EL SLATE DE TELECINCO CINEMA PROMETE ALEGRÍAS PARA LOS CINES.

PUNTOS DÉBILES
TELECINCO CINEMA YA LLEVA VARIOS AÑOS SIENDO SUPERADA POR ATRESMEDIA.

Siempre con una decidida apuesta por el cine más comercial y popular, Telecinco Cinema tuvo un 2024 más que correcto con el éxito de *Menudas piezas* (2,5 millones) y *Odio el verano* (5,2 millones) sin olvidar los 4 millones que sumó *Ocho apellidos marroquíes* a sus 13 totales. La comedia es el género predilecto de la compañía y este 2025 ha vuelto a apostar fuerte con *Wolfgang*, que ha sido un éxito con casi 4 millones de euros y este verano ha estrenado *Los muertimer*, una película juvenil al estilo *Los Goonies*. Este otoño veremos *Todos los lados de la cama*, en la que continúan la exitosa franquicia de principios de siglo y *Aída* y *Vuelta*, donde reúnen a todo el elenco de la popular serie televisiva para una versión cinematográfica. Veteranos de la casa, Agustín y Barrois siguen demostrando olfato para encontrar a grandes audiencias.

08

JOSÉ LUIS REBORDINOS

DIRECTOR DEL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN



PUNTOS FUERTES
PASAR DE 500 A 2400 PLAYERS DE LA INDUSTRIA EN MENOS DE 15 AÑOS LO DEJA CLARO. GRACIAS A SU ALIANZA CON LA CREATIVE ARTISTS AGENCY DE LOS ANGELES, ACUDEN A L FESTIVAL GRANDES PRODUCTORES DE HOLLYWOOD.

PUNTOS DÉBILES
SAN SEBASTIÁN NO SIEMPRE ACIERTA, EL AÑO PASADO POR EJEMPLO ES EXTRAÑO QUE NO SELECCIONARA *LA INFILTRADA*, QUE FUE LA PELÍCULA DEL AÑO.

Dos ediciones como director del Festival de San Sebastián le quedan a José Luis Rebordinos, que sigue siendo una figura clave para a la hora de llevar al estrellato al cine español con mayor ambición artística y relevancia cultural. Al frente del certamen desde 2010, desde entonces hasta hoy hasta cinco películas nacionales han ganado la Concha de Oro: *Los pasos dobles* (2011), *Magical Girl* (2014), *Entre dos aguas* (2018) a sumar las dos últimas, *O como* (2023) y *Tardes de soledad* (2024). Más que consolidado como Festival de referencia en España y plataforma de lanzamiento para las películas con mayores aspiraciones para los Goya, queda clara la importancia estratégica del certamen con uno de sus efectos indeseados, la excesiva concentración de títulos de prestigio en la recta final del año cuando concluye. Con acierto y empeño, Rebordinos también ha logrado su principal objetivo confeso de impulsar las actividades de industria pasando de 500 asistentes en 2010 a 2400 en 2024 consolidando espacios como el Foro de Coproducción España-América Latina o el Creative Investor's Bureau.

09

RAMON BIARNÉS Y JAIME GERBOLES

CEO DE CINESA Y CEO DE YELMO CINES IBERIA



PUNTOS FUERTES
LA RENOVACIÓN DE EQUIPOS Y SALAS ES UNA SEÑAL CLARA DE APUESTA POR EL SECTOR Y ESTÁ VOLVIENDO A ENAMORAR A LOS ESPECTADORES.

PUNTOS DÉBILES
AMBAS AÚN SUFREN LAS CONSECUENCIAS DE LOS AÑOS DE PÉRDIDAS DE LA PANDEMIA Y LA POSPANDEMIA.

Entre Cinesa y Yelmo, las mayores cadenas de exhibición en España, controlan más del 30% del mercado. En 2024, Yelmo superó los 13,2 millones de espectadores con 52 cines y 530 pantallas y Cinesa por su parte, con 400 pantallas y 35 cines, también volvió a superar los 11 millones de espectadores. Controladas ambas por grandes conglomerados extranjeros, Yelmo por la mexicana Cinépolis y Cinesa por AMC, la mayor compañía del mundo, sin duda ese back up internacional ha sido clave para que pudieran sobrevivir no solo a la pandemia y la lenta recuperación de espectadores en estos últimos años, también invertir grandes sumas en la renovación de salas e incluso abrir nuevas. En 2024 Yelmo inauguró su ambiciosa reforma del complejo Westfield-La Maquinista en Barcelona y cines premium en Jaén y Torrejón de Ardoz mientras Cinesa cortaba la cinta de sus totalmente renovadas salas en Parque Principado, en Oviedo. Este 2025, Yelmo abrirá su flamante renovación de La Vaguada, en Madrid.

TALENTO

por la redacción

07

LOS MORIARTI: JON GARAÑO, JOSE MARI GOENAGA, AITOR ARREGI

DIRECTORES DE CINE Y PRODUCTORES



RETOS
EL PÚBLICO LES HA IDO ACOMPAÑANDO DESDE *LOREAK* Y *HANDIA*, Y SUMAN MUCHAS NOMINACIONES, SÓLO SE LES RESISTE AÚN EL PREMIO A MEJOR PELÍCULA QUE PODRÍA LLEGAR CON *MASPALOMAS*.

Se conocieron en la escuela de cine y ahí surgió la idea de este sobrenombre, los Moriarti, que los engloba creativamente y detrás del que van rotando en sus puestos. Unas veces unos dirigen y otros escriben, y la siguiente es al revés, pero los tres están siempre presentes de alguna forma. Con su productora han creado un sello muy personal y colectivo desde el que han apostado por cine en euskera e historias descentralizadas, demostrando que pueden producir proyectos de mayor dimensión como la serie *Cristóbal Balenciaga*. Desde *Loreak* (Flores) a la película que este mes estrenan después de su paso por la competición de San Sebastián, *Maspalomas*, que sigue a Vicente, un hombre gay obligado a volver al armario en la residencia en el que su hija le ingresa. El año pasado estrenaron *Marco* en Venecia, y Eduard Fernández, su protagonista, recogió todos los premios posibles. Algo ya habitual para los actores con los que trabajan y que pinta a que se repetirá este año con Jose Ramon Soroiz y el resto del reparto. Es una de las claves del éxito del sello Moriarti.

08

ALBERTO RODRÍGUEZ

DIRECTOR DE CINE Y PRODUCTOR



RETOS
CON UN OTONO POR DELANTE TAN CARGADO, LE QUEDA VER LOS RESULTADOS DE *LOS TIGRES* Y DE LA SERIE *ANATOMÍA DE UN INSTANTE*.

Se cumplen 25 años desde el estreno de su primer largometraje *El factor Pilgrim* y 20 desde *7 vírgenes*. Si con la primera, escrita junto a Santi Amodeo, ya dio muestras de que era un cineasta con futuro; con la segunda se confirmó su talento llegando el público y los premios. En estas dos décadas se ha consolidado como uno de los autores más respetados nuestra cinematografía gracias a *La isla mínima*, *Modelo 77...* Es un maestro del thriller y un retratista de nuestra historia política no tan lejana. Este mes de septiembre regresa al Festival de San Sebastián por partida doble: con su nuevo largometraje, *Los tigres*, protagonizado por Antonio de la Torre y Bárbara Lennie; y con una nueva serie, *Anatomía de un instante*, sobre el intento de golpe de estado el 23-F con Eduard Fernández como Carrillo y Álvaro Morte como Adolfo Suárez.

09

J. A. BAYONA

DIRECTOR DE CINE Y PRODUCTOR



RETOS
HA CONSEGUIDO ÉXITO INDISCUTIBLE COMO DIRECTOR, SU DESAFÍO ES ALCANZARLO AHORA TAMBIÉN COMO PRODUCTOR, PAPEL EN EL QUE CADA DÍA ESTÁ MÁS IMPLICADO.

La suya es una de las carreras y filmografías más ambiciosas y exitosas que se pueden señalar en el cine español. En su ópera prima le acompañó Guillermo del Toro y eso le abrió las puertas más allá. Saltó a *Lo imposible* y de ahí directo a Hollywood, donde ha firmado series de éxito (*Penny Dreadful*, *El Señor de los Anillos: Los anillos del poder*) y franquicias multimillonarias (*Jurassic World: El reino caído*). Pero en todo este tiempo no ha abandonado la industria local ni el talento nacional y en español, prueba de ello fue *La sociedad de la nieve* con la que arrasó en los Goya y en público. Ahora prepara ya su próximo largometraje, *A sangre y fuego*, y, sobre todo, ha decidido devolver, como productor, a nuevos cineastas lo que Del Toro hizo por él. Está detrás del próximo filme de terror *Vieja loca*, debut de Martín Mauregui, con Carmen Maura

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

10 ALEX LAFUENTE
Y LARA PÉREZ CAMIÑA

CEOS Y FUNDADORES DE BTEAM



PUNTOS FUERTES
UNA MARCADA PERSONALIDAD
QUE ASEGURA AL CINÉFILO
PELÍCULAS DE CALIDAD.

PUNTOS DÉBILES
EL PRESTIGIO DEL CINE DE AUTOR
ESPAÑOL ESTÁ EN UN MOMENTO
ÁLGIDO, EL RETO AHORA ES
LLEGAR AL GRAN PÚBLICO.

Es realmente impresionante el lugar crucial que ha llegado a ocupar BTeam en la distribución y producción independiente española. Co-fundada y dirigida por Alex Lafuente, Lara Camiña y Ania Jones, en 2024 vivieron su mayor éxito de taquilla, *Marco* (1,2 millones) posibilitando que la distribuidora pasara de los 3,1 millones de euros de 2023 a los 5,5 del año pasado. Este 2025 aún les está yendo mejor con el fenómeno de *Sirat*, que después de su Gran Premio del Jurado en Cannes ya va por los 2,3 millones en siete semanas y aún tendrá una "segunda vida" con las nominaciones a los Goya. Como productora, *Segundo premio* no solo se llevó el año pasado unos bonitos 344 k, además ganó en Málaga y el Goya al mejor director. Tras su éxito en Cannes, en noviembre llegará el drama social que producen ellos mismos *Ciudad sin sueño* y otros filmes con potencial entre los cinéfilos como *Maspalomas*, en septiembre, un drama humano de los mismos directores de *Marco*, o *Siempre es invierno*, lo nuevo de David Trueba con David Verdaguer.

11 ADOLFO BLANCO

CEO DE A CONTRACORRIENTE Y CINES VERDI



PUNTOS FUERTES
SU POSICIÓN DE PRIVILEGIO
EN LA DISTRIBUCIÓN LE
PERMITE ACCEDER A PELÍCULAS
NACIONALES E INTERNACIONALES
QUE PODRÍAN GESTIONAR LAS
PROPIAS MAJORS.

PUNTOS DÉBILES
TRAS AÑOS APOSTANDO POR EL
FEEL GOOD, LA DISTRIBUIDORA
LUCHA POR ENCONTRAR UN
NUEVO RUMBO EN EL CINE
ADULTO DE CALIDAD.

Tras su experiencia en Filmax y finiquitada Notro Films, Adolfo Blanco fundó en 2009 la distribuidora A Contracorriente, que desde entonces ha estrenado en España casi 800 títulos. Grandes triunfos como *Intocable* (2011, 2,6 millones de espectadores) marcan la trayectoria de una compañía que en la pospandemia ha vivido éxitos tan relevantes como *As bestas* (7 millones), *Sound of freedom* (2,9 millones, 2023) o *El 47* (4 millones) el año pasado. Con fuerza, en 2022 y 2023, A Contracorriente fue la "indie" número uno en recaudación y el año pasado se vio solo ligeramente superada por Beta Fiction. Este 2025 han vivido éxitos como la producción propia *Sorda*, Biznaga de Oro en Málaga con 700 k engrosados, y tiene pendiente de estreno títulos de alto perfil como *La cena* (31 de octubre), una comedia en la posguerra con Mario Casas dirigida por Manuel Gómez Pereira tras el gran éxito de *Un funeral de locos* o *Rey de reyes*, animación de Angel Studios. Blanco también es dueño de los cines Verdi, emblemáticas salas de cine de autor en Barcelona y Madrid.

12 PEDRO Y AGUSTÍN ALMODÓVAR

SOCIOS Y FUNDADORES DE EL DESEO



PUNTOS FUERTES
EL INMENSO PRESTIGIO
INTERNACIONAL DE ALMODÓVAR
Y SU OLFATO PARA APOYAR A
AUTORES ORIGINALES Y ÚNICOS.

PUNTOS DÉBILES
LAS PELÍCULAS DEL MAESTRO NO
ESTÁN TENIENDO RESULTADOS
TAN ESPECTACULARES COMO
AÑAÑO. ¿LO DEVOLVERÁ AMARGA
NAVIDAD AL NÚMERO UNO?

Nombres icónicos del cine español, Almodóvar es con diferencia el cineasta español más conocido y prestigioso fuera de nuestras fronteras, pero su productora El deseo siempre ha sido más que las películas del propio Pedro. Tras grandes éxitos de otros cineastas como *Relatos salvajes* (5 millones en 2017) o *El silencio de otros*, preseleccionado a mejor documental en los Oscar de 2019, la productora está viviendo un momento dulce con *Sirat*, que tras ser premiada en Cannes ya por los 2,3 millones de euros en siete semanas. Y aunque es cierto que la última del ganador de dos Oscar, *La habitación de al lado*, no fue tan bien como se esperaba, sus 2,4 millones de euros no son desdeñables y su León de Oro en Venecia ha aumentado aún más la reputación del director. Su próxima película *Amarga Navidad*, con Barbara Lennie parece un retorno a las "mujeres al borde de un ataque de nervios" que siempre se le han dado tan bien.

por la redacción

10 JAVIER BARDEM

ACTOR



RETOS
TIENE LOS PREMIOS DE
INTERPRETACIÓN MÁS
PRESTIGIOSOS DEL MUNDO, PERO
TODAVÍA NO HA CONVENCIDO A
ALGUNOS CINEASTAS DE QUE NO
NECESITA CARACTERIZACIONES
EXTREMAS PARA DAR CALIDAD A
SUS PERSONAJES.

Junto a Penélope Cruz, el actor ocupa un lugar privilegiado en el cine internacional desde que en 2001 recibiera su primera nominación al Oscar por *Antes que anochezca* y siete años después lo ganara por *No es país para viejos*. En los últimos años ha sumado dos nominaciones más y tiene un total de seis Goya. Ha encontrado el equilibrio entre trabajar en España y en Hollywood. Este año, ha protagonizado dos de las películas más grandes de la Meca: *Dune: Parte Dos* y, junto a Brad Pitt, *F1*. En la campaña de promoción de esta última alzó la voz por Gaza, lo que demuestra su compromiso social y político. Y, además, ha logrado su primera nominación a los Emmy por su papel en la miniserie de Ryan Murphy, *Monstruos: La historia de Lyle y Erik Menendez*. Por delante tiene, *El ser querido*, de Rodrigo Sorogoyen, *Dune: Parte Tres* y una reunión con Penélope Cruz en pantalla, en *Bunker*.

11 PENÉLOPE CRUZ

ACTRIZ



RETOS
HABITUAL EN LAS PRODUCCIONES
INTERNACIONALES, NOMBRE
CONOCIDO EN HOLLYWOOD, EN
ESPAÑA, CON LA EXCEPCIÓN DE
ALMODÓVAR, NO SE DEJA VER LO
SUFICIENTE. LA INCÓGNITA ES
SI LOS CINEASTAS ESPAÑOLES
LA CONSIDERAN PARA SUS
PROYECTOS.

Ferrari fue la última película en la que la vimos, pero porque lleva los últimos meses trabajando sin parar... La cantidad de proyectos que tiene pendiente de estrenar en los próximos meses y las expectativas puestos en ellos justifica su lugar en esta lista (sin necesidad de tirar de lugar común): *The Bride*, de Maggie Gyllenhaal con Christian Bale; *The Invite*, de Olivia Wilde con Seth Rogen; *Bunker*, de Florian Zeller con Javier Bardem; *Day Drinker*, de Marc Webb con Johnny Depp; empieza a rodar *La bola negra*, de Los Javis y tiene pendiente *Los días del abandono*, de Isabel Coixet. Ganadora de un Oscar, Bafta, Copa Volpi, Palma de Oro, tres Goya, César de Honor, Premio Donostia... Ya son casi cuatro décadas en activo y su carrera internacional sigue en el punto más alto.

12 ISABEL COIXET

DIRECTORA DE CINE



RETOS
SU CAPACIDAD DE TRABAJO
Y RIESGO Y AMBICIÓN
CINEMATOGRAFICA, SIN MIEDO
A EXPLORAR GÉNEROS O SALIR
FUERA, NO SIEMPRE HA TENIDO
EL APOYO DESDE ESPAÑA QUE
DEBERÍA LOGRAR.

Es, sin duda, una la directora más prolífica de nuestro país y, probablemente, del mundo porque Isabel Coixet, a veces por necesidad o a veces por gusto, ha sabido moverse más allá de las fronteras del cine español. Ha trabajado con grandes actores nacionales como Penélope Cruz, y de Europa, como Juliette Binoche y estrellas de Hollywood como Tim Robbins, Mark Ruffalo, Dennis Hopper, Sophie Turner... Y sigue así. Hace dos años estrenaba *Un amor* y este año presenta en el Festival de Toronto, su siguiente filme, la coproducción italiana, *Tres adioses*, con Alba Rohrwacher, Elio Germano y Francesco Carril. Y ya tiene en el banquillo, *Quelqu'un devrait interdire les dimanches après-midi*, que rodará en Francia; y *Los días del abandono*, adaptación de Elena Ferrante, con la que se reencontrará con Penélope Cruz y también co-producida con Italia.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

13 PILAR BENITO

DIRECTORA GENERAL DE MORENA FILMS



Directora general de Morena Films desde 2003, Pilar Benito ha producido éxitos tan rotundos del cine español como las sendas partes de *Campeones*, con 19 millones en 2018 y la secuela, 11,7 en 2023. El año pasado, la comedia *Cuerpo escombros*, con Dani Rovira, tuvo un buen resultado con 1,5 millones. Además, la empresa ha logrado estos meses un notable impacto con su documental sobre Carlos Alcaraz en Netflix. Entre el cine de género (*Calparsoro* o *Celda 211*) y el cine social (*En los márgenes*), Morena siempre ha buscado distinguirse por un tipo de producto de calidad y potencial en la taquilla. Un tipo de película que cuando sale bien es muy satisfactorio a todos los niveles, pero nunca ha sido fácil de encontrar en España.

PUNTOS FUERTES

CON MÁS DE VEINTE AÑOS AL FRENTE DE MORENA, BENITO TIENE UN CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL SECTOR E INSTINTO.

PUNTOS DÉBILES

SU INAGOTABLE APUESTA POR PELÍCULAS DE JULIO MEDEM COMO LA ÚLTIMA, 8, Y ALGUNOS DESLICES RECIENTES COMO *TODO ESTO TAMBIÉN PASARÁ*.

14 MARÍA ZAMORA Y ENRIQUE COSTA

CEOS DE ELÁSTICA



Con apenas cuatro de vida, Elástica Films ha distribuido dos Palmas de Oro consecutivas como *Anatomía de una caída* (2,5 millones en 2023) o el Oso de Oro en Berlín para *Alcarràs* (2,36 millones), de Carla Simón, o *La sustancia* (3,6 millones el año pasado). Enrique Costa se sitúa al frente de la distribución y Zamora, Premio Nacional de Cinematografía el año pasado, de la producción. *Romería*, de Carla Simón, presentada en Cannes tras su Oso de Oro en Berlín, llega este septiembre en medio de una gran expectativa. Además, tienen pendiente de estreno varias producciones muy atractivas como *Extraño río* en octubre tras su paso por el Festival de Venecia en Orizzonti y en 2026 podremos ver *Corredora*, sobre la salud mental en el deporte de élite y *Yo no moriré de amor*, un drama familiar protagonizado por una adolescente.

PUNTOS FUERTES

AUNAR PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN UNA MISMA EMPRESA Y EL OLFATO PARA CAPTAR PROYECTOS DE CALIDAD ARTÍSTICA Y CULTURAL CON POTENCIAL COMERCIAL.

PUNTOS DÉBILES

CON TAN SOLO CUATRO AÑOS DE VIDA, ELÁSTICA AUN ESTÁ CONSOLIDÁNDOSE COMO UN BASTIÓN DEL SECTOR.

15 ADRIÁN GUERRA

PRODUCTOR EN NOSTROMO PICTURES



Fulgurante arranque de 2025 para Nostromo Pictures de Adrián Guerra. Con sus casi 4 millones de euros, *Wolfgang (Extraordinario)*, una drama familiar *feel good*, se ha convertido en la película española más taquillera del primer semestre. Y destaca también el resultado de su segundo estreno, *El secreto del orfebre*, un gran romance ambientado en los años 50 con Mario Casas que ha superado los 11,1 millones de euros. Muy ligado a Rodrigo Cortés en sus inicios, con quien vivió el éxito en 2010 de *Buried*, Guerra también produjo con Martin Scorsese la última del director, *Escape* lanzada el año pasado. En plena hiperactividad, los proyectos de la productora se encaminan al mercado internacional: *Daydrinkers*, en rodaje, con Johnny Depp y Penélope Cruz; *The Map that Leads to You*, del sueco Lasse Hallström además de *Deep Water* de Renny Harlin y la cinta de terror *Monitor*, escrita y dirigida por Ryan Polly y Matt Black.

PUNTOS FUERTES

ES UNA PRODUCTORA CAPAZ DE MOVERSE EN PROYECTOS NACIONALES SE INTERNACIONALES DE GRAN ENVERGADURA Y TRABAJA CON GRANDES TALENTOS.

PUNTOS DÉBILES

SE ECHA EN FALTA EN SUS PRÓXIMOS PROYECTOS MÁS PELÍCULAS ESPAÑOLAS.

TALENTO

por la redacción

13 ALAUDA RUIZ DE AZÚA

DIRECTORA DE CINE



RETOS

LOS DOMINGOS ES SU TERCER LARGOMETRAJE, PERO EL SEGUNDO PROYECTO PERSONAL QUE TRATA SOBRE UN TEMA COMPLEJO Y CON EL QUE ASPIRA A RECONFIRMAR SU VOZ Y LUGAR EN EL PANORAMA ACTUAL.

Cuenta Alauda Ruiz de Azúa que no tuvo prisa a la hora de dirigir su primera película. Se pasó años filmando publicidad y cortos para ir ejercitando el músculo, pero su debut en el cine quería que fuera una película con la que sintiera mucha conexión y encontrara su voz. La halló en *Cinco lobitos*, uno de los debuts recientes en el cine español más aplaudidos y premiados. Ganó en Málaga y el Goya a mejor dirección novel y enganchó enseguida con un proyecto de encargo (*Eres tú*) y su siguiente título personal, la serie *Querer*, con la que volvieron los premios y el prestigio. Ahora, estrena su segundo largometraje personal, *Los Domingos*, con el que debutará en el Festival de San Sebastián aspirando a la Concha de Oro, mientras escribe ya su siguiente serie, inspirada en el mundo de OnlyFans, y de nuevo junto al guionista de moda, Eduard Sola.

14 RODRIGO SOROGOYEN E ISABEL PEÑA

DIRECTOR DE CINE, PRODUCTOR Y GUIONISTA



RETOS

CONQUISTADOS LOS PREMIOS Y EL PÚBLICO EN ESPAÑA (TAMBIÉN EN FRANCIA, DONDE AS BESTAS FUNCIONÓ MUY BIEN), LES QUEDAN PENDIENTES LOS GRANDES FESTIVALES INTERNACIONALES.

La otra dupla de esta lista, aunque ellos sí trabajan por separado (y cada vez más), por lo que no sería raro que en años posteriores aparecieran de manera independiente. Este 2025, inaugurando el ranking, queríamos aún ponerlos juntos porque así han dado vida a sus mayores éxitos hasta el momento, que le han llevado a ser dos de los nombres más potentes de nuestra industria. Desde *Stockholm* (2013) hasta el triunfo de *As bestas* (2022), pasando por *El reino*, *Que Dios nos perdone* o la serie *Antidisturbios*. Ahora están terminando el rodaje de su siguiente largo, *El ser querido*, escrito y producido como hasta la fecha por los dos. Dirigido por Sorogoyen y protagonizado por Javier Bardem, Victoria Luengo y Raúl Arévalo. Peña, por su parte, además compitió como guionista en el Festival de San Sebastián por *El llanto* y está preparando una serie con Eduardo Villanueva sobre el mundo de la trata de mujeres basada en el libro *El proxeneta*.

15 EDUARD FERNÁNDEZ

ACTOR



RETOS

QUE ESTE BUEN MOMENTO NO SE ACABE PRONTO.

En febrero recogió su cuarto Goya, lo que le convirtió en el segundo actor más premiado (después de Bardem) y el segundo más nominado (después de Antonio de la Torre). Lo hizo por *Marco*, ese filme en el que físicamente se convirtió (con 16 kilos de más y pelo de menos) en el hombre que durante años dijo ser una víctima del Holocausto. Película de los Moriarty con la que estuvieron en Venecia y que fue el colofón de un año redondo para el veterano actor catalán que también triunfó en taquilla como el autobusero de *El 47*, el filme de Marcel Barrena que acabó llevándose también el Goya ex aequo a mejor película con *La infiltrada*. Lleva más de 40 años dedicados a la interpretación, trabajando en cine, televisión y teatro, pero es cierto que vive hoy uno de sus momentos más dulces que resume muy bien el Premio Nacional de Cinematografía que recogerá este mes. Este otoño, además, tras su paso por San Sebastián, estrena *Anatomía de un instante*, su reencuentro con el director Alberto Rodríguez en otro episodio de la historia de España, esta vez interpretando a Santiago Carrillo en el intento de golpe de estado del 23-F.

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

16

PABLO NOGUEROLES Y MERCEDES GAMERO

BETA FICTION SPAIN



PUNTOS FUERTES
EL ÉXITO DE *LA INFILTRADA* Y CONVERTIRSE EN LA DISTRIBUIDORA INDIE NÚMERO EN TIEMPO RÉCORD. SU ALIANZA CON BOWFINGER.

PUNTOS DÉBILES
DE MOMENTO, AÚN DEPENDEN MUCHO DE BOWFINGER.

Nacida en mayo de 2022, Beta Fiction está liderada por dos figuras clave del cine en España en las últimas décadas como Mercedes Gamero, que dejó la dirección general de Atresmedia Cine, y Pablo Nogueroles, ex jefe de Warner. Integrada en el grupo alemán Beta, con participación en más de 30 compañías sobre todo en Europa, apuestan por lanzar películas españolas con gran potencial en taquilla que en muchas ocasiones han estado gestionando las *mayors*. Les está saliendo bien. El año pasado, Beta fue la distribuidora independiente con más taquilla, al filo de los 15 millones de euros y un 3,1% del mercado, en gran parte gracias al éxito de *La infiltrada* (8,1 millones), que también llevó a Mercedes Gamero a recoger un Goya como productora. Pero este no fue su único éxito, también triunfaron a lo grande con la comedia familiar *La familia Benetón* (4 millones), también producida por Bowfinger, y *El conde de Montecristo* (1,9 millones). Este 2025 han celebrado el éxito de la película de terror *The Monkey* (1,8 millones).

17

CRISTÓBAL GARCÍA Y JAVIER UGARTE

CEOS DE LA TERRAZA FILMS



PUNTOS FUERTES
UNA PRODUCTORA VERSÁTIL QUE APUESTA A LA VEZ POR GRANDES DIRECTORES COMO SALVADOR CALVO, DANIEL CALPARSORO, ISAKI LACUESTA O DANIEL MONZÓN EN PELÍCULAS PENSADAS PARA EL GRAN PÚBLICO.

PUNTOS DÉBILES
CON PRODUCCIONES DE PRESUPUESTOS ELEVADOS, CUIDAN LAS PELÍCULAS PERO TAMBIÉN CORREN MÁS RIESGOS.

La Biznaga de Oro y el Goya la mejor dirección para *Segundo premio*, que recaudó 344 mil euros con una apuesta muy autoral, marcaron un año positivo para La Terraza Films y este 2025 han estrenado con éxito el thriller *Mikaela* de Daniel Calparsoro (1,5 millones). Cristóbal García, forjado en Morena Films y luego en Telecinco Cinema y Javier Ugarte, 15 años en la productora de Mediaset, son el tándem detrás de una compañía ambiciosa que ha tenido grandes éxitos como la ganadora del Goya *Adú* (6,1 millones, 2019), *La niña de la comunión* (1,4 millones en 2022) o *Saben aquello* (933k, 2023). En otoño estrenan *La cena*, dirigida por Manuel Gómez Pereira con Mario Casas.

18

GONZALO SALAZAR-SIMPSON

CEO LA ZONA



PUNTOS FUERTES
LA IP DE LOS "OCHO APELLIDOS" ES DE LAS POCAS ESPAÑOLAS QUE PARECE INFALIBLE.

PUNTOS DÉBILES
HABRÁ QUE VER QUÉ TAL FUNCIONAN SUS ESTRENOS FUERA DE LA COMEDIA COMO EL "WESTERN" EN EUSKERA *INURRI ITSUAU* Y EL DRAMA AUTORAL DE FERNANDO FRANCO *SUBSUELO*.

Productor de *Ocho apellidos vascos* (2014), la película más exitosa de la historia del cine español con 55 millones de euros. A finales de 2023 La Zona lanzó una tercera parte, con diferente reparto y equipo artístico, *Ocho apellidos marroquíes*, que arrasó con 12,9 millones de euros. Más allá de los "apellidos", La Zona ha tenido otros triunfos recientes en la comedia como *Políticamente incorrectos* (1,1 millones, 2024) y *¿Quién es quién?* (1,4 millones, 2024). Este verano de 2025, han lanzado otra comedia, *Sin cobertura*, sobre una familia adicta al móvil que se desplaza a la Edad Media y en 2026 llega *Cada día nace un listo*, de Arantxa Echevarría, una parodia de la corrupción en España con Hugo Silva. Hace un par de años también arrancaron con una distribuidora que de momento se lo toma con calma. Salazar Simpson es también director gerente de la ECAM.

por la redacción

16

CAROLINA YUSTE

ACTRIZ



RETOS
DESPUÉS DE UN GRAN AÑO, MUY REDONDO, Y DE UN ASCENSO TAN IMPRESIONANTE, SEGUIR ENCONTRANDO BUENOS PROYECTOS PARA QUE LA VEAMOS SEGUIR CRECIENDO EN LA GRAN PANTALLA.

De la mano de Arantxa Echevarría ha encontrado el éxito y los dos Goya que ya atesora. El primero lo ganó en 2019 como actriz de reparto en *Carmen y Lola*, película con la que se estrenó en Cannes; y el segundo le llegó este pasado mes de febrero, por sorpresa –por tal y como subió al escenario en Granada– como protagonista en *La infiltrada*, la película dirigida por una mujer más taquillera de la historia, marcando su cuarta colaboración juntas. Este año, además, estaba nominada como directora por su cortometraje *Ciao bambina* y detrás de la cámara es un lugar en el que es más que probable que la sigamos viendo. Acaba de publicar su primera novela, *Toda mi violencia es tuya*, inspirada en su propia juventud, y pasó por Málaga con su retrato de Massiel en la miniserie *La canción*. Se ha metido en comedia y en intensos dramas, no parece asustarle nada.

17

CARMEN MACHI

ACTRIZ



RETOS
EL MISMO DESAFÍO QUE COMPARTIÓ CON MUCHOS ACTORES VETERANOS, MÁS DIFÍCIL AÚN ENTRE MUJERES: SEGUIR ENCONTRANDO PAPELES RELEVANTES E INTERESANTES.

Otra veterana actriz que vive un momento especialmente bueno. Aunque en su caso ha sido casi una constante desde que la descubriéramos en una de las mejores series de la historia de la televisión española: 7 vidas. Después le llegó Aida y a ese personaje va a volver ahora en la película de Paco León que apunta a ser un fenómeno. Machi ha trabajado con Almodóvar, Isaki Lacuesta, Pablo Berger, Isabel Coixet... Es cabeza de cartel de algunas de las comedias más taquilleras (*Ocho apellidos vascos* y suma y sigue) sin que eso la haya limitado a saltar al otro extremo del drama y producciones más independientes. Recientemente, la serie *Celeste* la ha llenado de buenas críticas y este año no ha sido menos con dos de las ficciones de plataforma más comentadas: *La viuda negra* y *Furia*. Estará en San Sebastián de la mano de Fernando Colomo en *Las delicias del jardín*, y en octubre estrena *Día de caza*, un homenaje a la película de Saura. Acaba de rodar *53 domingos*, con Cesc Gay, y arrancará 2026 con *Aida* y *vuelta*.

18

MARIO CASAS

ACTOR



RETOS
SABER Y SER CAPAZ DE SEGUIR COMBINANDO COHERENCIA Y RIESGO EN UNA CARRERA CADA VEZ MÁS INTERESANTE PARA UN ACTOR DE SU FAMA Y TRAYECTORIA.

El suyo está siendo uno de los viajes más coherentes e interesantes del cine español. Empezó como ídolo juvenil en películas como *Tres metros sobre el cielo*, pero supo ir navegando esa tendencia sin renegar de ella. Ha trabajado con Alberto Rodríguez, con Álex de la Iglesia y ha ido sumando riesgo y conocimiento a la elección de sus papeles y su manera de afrontarlos. En 2020, con *No matarás*, recibió su primera nominación al Goya que acabó ganando y agradeciendo en público a su coach, Gerard Oms, al que prometió acompañar en su debut como director. Y así ha sido este año y todo pinta a que le volverá a dar alegrías: *Muy lejos* ya lo han calificado como el mejor trabajo de Mario Casas y recogió por él el premio en Málaga (compartido con Álvaro Cervantes). En un año en el que, además, ha estrenado el drama romántico *El secreto del orfebre* y le veremos ahora en *La cena*, de Manuel Gómez Pereira, y pronto en *Zeta*, de Daniel de la Torre. Sin olvidar que el actor debutó detrás de la cámara en 2023 con *Mi soledad tiene alas*.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

19

IGNACIO SEGURA DE LASSALETTA

CEO DE DEAPLANETA



General manager de DeaPlaneta desde 2008 a 2021 y CEO desde entonces, Segura de Lassaletta dirige la compañía con rumbo firme. El año pasado fue un año de gloria para la distribuidora gracias al histórico éxito de *Cónclave* (7,12 millones) y su apuesta firme por el cine español con el éxito de las comedias *Políticamente incorrectos* (1,1 millones) y *¿Quién es quién?* (1,4 millones) a sumar estrenos importantes como *Raqa o Disco*, *Ibiza*, *Loco Mía*. Este 2025, ha logrado el éxito sorpresa indie de *Votemos* y en otoño apuestan fuerte por una producción de Bayona, el thriller *Vieja loca*, con Carmen Maura dando miedo.

PUNTOS FUERTES

LA DISTRIBUIDORA ESTÁ ENCONTRANDO A UN PÚBLICO ADULTO QUE ANDABA UN POCO OLVIDADO.

PUNTOS DÉBILES

MÁS ALLÁ DE LA COMEDIA, NO LE RESULTA TAN FÁCIL ENCONTRAR PRODUCTO ESPAÑOL.

20

FERNANDO BOVAIRA

CEO DE MOD PRODUCCIONES



Tras sus éxitos en Sogecine con títulos como *Mar adentro* o *Lucía y el sexo*, Fernando Bovaira se lanzó en solitario con MOD en 2007 y este 2025 pueden brillar. La cartelera hace tiempo que echa de menos un *blockbuster* español como *El cautivo*, en la que Alejandro Amenábar narra los cinco años que el pobre Cervantes pasó en una prisión de Argel en su juventud. Con un presupuesto superior a los 10 millones de euros, el director de *Los otros* y *Mientras dure la guerra* (10,9 millones de euros en 2019) convierte el calvario del escritor en una película de aventuras ya que veremos las sucesivas veces que intentó escapar sin éxito. Julio Peña protagoniza un filme con el que Fernando Bovaira y su productora MOD recuperan un protagonismo estelar. Y en 2024, ya vivieron el éxito mucho más grande de lo esperado de *La estrella azul*, con 100 mil espectadores y ganadora del Goya y el buen resultado de *Los destellos* (600k).

PUNTOS FUERTES

EL EXPERTISE DE MOD PRODUCCIONES Y AMENÁBAR AUGURAN QUE EL CAUTIVO ESTARÁ A LA ALTURA DE LAS EXPECTATIVAS DEVOLVIENDO A MOD AL CENTRO DEL FOCO.

PUNTOS DÉBILES

EL PROBLEMA DE LAS PELÍCULAS CARAS ES QUE, SI FRACASAN, MAL ASUNTO.

21

ENRIQUE GATO

DIRECTOR Y FUNDADOR EN LIGHTBOX ANIMATION STUDIOS



Tadeo Jones en 2012 marca un antes y un después en la animación española. Desde entonces, las tres partes han recaudado más de 47 millones de euros solo en España y 120 millones de dólares en todo el mundo según Box Office Mojo. Con ocho Goya, Enrique Gato es el creador de Tadeo y el cofundador de Lightbox Animation Studios, que produce sus propias películas, a sumar a la trilogía del popular aventurero *Atrapa la bandera* (2015, 11 millones). Formado como ingeniero técnico informático, Gato reúne la faceta de creador y la de experto en software, animación 3D y geometría computacional. De la escuela de Tadeo también ha surgido el guionista Jordi Gasull, escritor de las dos primeras partes y detrás del guion de dos películas de animación nacionales importantes y exitosas como *Momias* (un gran éxito internacional con 54 millones de dólares en todo el mundo según Box Office Mojo) y la reciente *Buffalo Kids*.

PUNTOS FUERTES

LA MARCA "TADEO JONES" ES MUY FUERTE A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL Y LIGHTBOX MARCA UN PUNTO DE RUPTURA EN LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA.

PUNTOS DÉBILES

EL ESTUDIO ESTÁ MUY CENTRADO EN UN SOLO PERSONAJE Y VE LIMITADA SU CAPACIDAD OPERATIVA POR LOS ALTOS COSTES DE LA ANIMACIÓN.

TALENTO

por la redacción

19

EDUARD SOLA Y DANI DE LA ORDEN

GUIONISTA Y DIRECTOR DE CINE



RETOS

HAY POCOS GUIONISTAS EN ESPAÑA, MUY POCOS, QUE TENGAN LA VISIBILIDAD QUE TIENE HOY SOLA, MANTENERLA Y AUMENTARLA NO SÓLO PARA ÉL SINO PARA SUS COMPAÑEROS, COMO SIEMPRE INTENTA, ES EL GRAN DESAFÍO. PARA DANI DE LA ORDEN, ENCAUZAR LA VISIBILIDAD QUE LE HA DADO UNO DE LOS ÉXITOS DEL AÑO PASADO EN SEGUIR HACIENDO PROYECTOS PERSONALES.

Si esta lista midiera los mejores discursos, el guionista Eduard Sola estaría bien arriba. La viralidad que ha vivido suma para que ahora mismo sea uno de los nombres más importantes del cine español. Los discursos fueron al recoger premios por su guion de una de las películas sorpresa del año pasado, *Casa en flamas*, que dirigió Dani de la Orden. Juntos han conseguido un

gran éxito que podrían repetir pronto con la serie en la que ya trabajan, *La casa nostra*. Sola se llevó el Gaudí, el Goya, el Feroz... Pero es que, además, estaba detrás de *La virgen roja*, coescrita con Clara Roquet, de la serie *Querer* (junto a Alauda Ruiz de Azúa y Júlia de Paz), de *El bus de la vida* (junto a Ibon Cormenzana)... Tiene por delante *Mi amiga Eva*, escrito con Cesc Gay; y la serie *Ravalear*. De la Orden, que también estuvo nominado a los Goya, Gaudí, Feroz... venía de una filmografía en crescendo por prestigio y taquilla y estrenó este febrero una serie con Apple TV+, *A muerte*, que capitalizaba el buen momento que está experimentando.

20

ALBERT SERRA

DIRECTOR



RETOS

QUE SU MUY PERSONAL VISIÓN CINEMATOGRÁFICA SIGA ENCONTRANDO ESPACIO Y APOYO EN ESPAÑA.

"Como dijo Michel Houellebecq, un provocador es alguien que quiere sacar provecho de lo que dice. Yo no soy así. Mis películas poseen una lógica interna y tienen detrás de sí justificaciones formales y filosóficas complejas. Me da igual tener más o menos éxito, y no me importa lo que la gente opine de mí. De lo contrario no asumiría los riesgos que asumo". Con sus propias palabras, explicamos las razones para meter aquí al director catalán que, el año pasado, después de brillar más fuera (habitual en Cannes, por ejemplo, donde estrenó *Liberté y Pacifiction*) que dentro se llevó la Concha de Oro por su primer largo de no-ficción, *Tardes de soledad*, un brutal y poético retrato del torero con el que debería llegar (y llegará) a los premios Goya de este año. Además, ahora tiene entre manos *Out of this World*, una historia sobre la rivalidad entre Ucrania y Rusia con F. Murray Abraham y Riley Keough como protagonistas.

21

ALEJANDRO AMENÁBAR

DIRECTOR DE CINE



RETOS

EL MÁS INMEDIATO: LLEVAR AL PÚBLICO A VER A SU CERVANTES INTERPRETADO POR JULIO PEÑA, DEMOSTRANDO QUE SIGUE SABIENDO CONTAR HISTORIAS ÉPICAS QUE GUSTEN.

Está a punto de celebrar los 30 años de su debut cinematográfico, Tesis, con la que removió el cine español, ganando 11 premios Goya, entre ellos el de mejor guion y dirección novel para él. Con un debut así no le costó dar el salto internacional. Este febrero, precisamente, cerraba junto a sus actores principales, la gala de los Goya por el 20 aniversario de *Mar adentro*, que todavía es la película con más Goya de la historia (14) y con la que ganó el Oscar. *Los otros*, *Ágora*... Ha trabajado con estrellas internacionales de la talla de Nicole Kidman y Rachel Weisz y más recientemente ha vuelto a trabajar en España en grandes producciones que son a la vez proyectos personales, como *Mientras dure la guerra*, con la que se encontró de nuevo con el público; y ahora estrena en el Festival de Toronto antes de llegar a cines españoles *El cautivo*, en la que, como él mismo reconoce, deja salir su personal obsesión con Cervantes contando el período de su cautiverio en Argel.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

22

KIKO MARTÍNEZ

PRODUCTOR EN NADIE ES PERFECTO



PUNTOS FUERTES
BUSCAR AL GRAN PÚBLICO SIN COMPLEJOS CON GÉNEROS QUE EL CINE ESPAÑOL NO SUELE APROVECHAR "REGALÁNDOSELOS" A HOLLYWOOD.

PUNTOS DÉBILES
TODAS LAS PRODUCTORAS SE ENFRENTAN A UN MERCADO INCIERTO EN EL QUE POCAS PELÍCULAS LOGRAN SUPERAR EL MILLÓN DE EUROS.

Desde sus orígenes en Valencia hasta sus exitosas colaboraciones con Alex de la Iglesia como *Perfectos desconocidos* (20,7 millones de euros en 2017), Kiko Martínez vuela solo con su productora Nadie es perfecto. En estos últimos tiempos la compañía ha tenido la sana intención de lucirse en géneros que suele acaparar Hollywood. En 2023, *La Navidad en sus manos*, con Santiago Segura de Papá Noel, alcanzó los 4 millones de euros. Y este 2025, el drama adolescente *Mala influencia* arrancó 645k en la taquilla y en Netflix fue la película más vista a nivel mundial y la más exitosa española de 2025 en la plataforma. Para el año que viene, dos títulos con impacto comercial, Pioneras, sobre el primer equipo de fútbol femenino y Looking for Michael, un drama *feel good* sobre el Alzheimer en el que saldrá el mismísimo Michael J. Fox.

22

PATRICIA LÓPEZ ARNAIZ

ACTRIZ



RETOS
ENCONTRAR ESE DIFÍCIL EQUILIBRIO ENTRE PARTICIPAR EN IMPORTANTES PROYECTOS, CON PERSONAJES INTERESANTES, Y LIDIAR CON UNA FAMA MÁS MEDIÁTICA.

Hoy es, probablemente, una de las primeras actrices que viene a la mente de cineastas en España. Y, por eso quizá aún sorprenda cómo llegó hasta este momento que ella misma reconoce de privilegio, de poder escoger los personajes y proyectos que más le gustan. Patricia López Arnaiz hacía cursos de interpretación y de teatro porque le divertían sin esperar que esto se convirtiera en su trabajo, pero en poco más de 10 años se ha colocado en un lugar que jamás imaginó: con un Goya (por *Ane*), una Concha de Oro (por *Los destellos*) y múltiples reconocimientos por 20.000 especies de abejas. Pero, además, ya sabe muy bien qué es eso de que la reconozcan por la calle por *Invisibles*, *Galgos*, *Mientras dure la guerra* o *La peste*. Una fama que le cueste y de la que rehúye para poder seguir centrándose en su oficio. Vuelve este año a San Sebastián de la mano de Alauda Ruiz de Azúa en *Los Domingos*, y tiene pendiente de estreno *Singular*, de Alberto Gastesi; y *Sacamantecas*, de David P. Sainudo, donde se reencuentra con Antonio de la Torre.

23

EMMA LUSTRES Y BORJA PENA

CEOS VACA FILMS



PUNTOS FUERTES
LA PRODUCTORA TIENE UN PAPEL MUY DESTACADO EN LA RENOVACIÓN Y PRESTIGIO DENTRO Y FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS DEL THRILLER NACIONAL.

PUNTOS DÉBILES
LAS PLATAFORMAS ESTÁN APOSTANDO A FONDO POR EL THRILLER PATRIO COMPLICANDO LA VIDA A SU PASO POR SALAS. ESTÁN CASI LIMITADOS A UN SOLO GÉNERO.

Radicados en La Coruña, en Vaca Films apuestan desde sus inicios en 2003 por el thriller de calidad. Con grandes éxitos como *El desconocido* (2015) o *Cien años de perdón* (2016), desde la pandemia han seguido fieles a sí mismos y despuntaron en años difíciles como 2021 con *Código emperador* (1 millón) y 2022 con *Fatum* (1 millón) en sendos thrillers protagonizados por Luis Tosar. Y en 2023 llegaron al número uno de la taquilla con *El correo* (1,6 millones), dirigida por uno de sus directores fetiche, Daniel Calparsoro. Están ya en pleno rodaje de *Golpes*, primer largometraje de Rafael Cobos (el guionista de Alberto Rodríguez), en la que recupera el "cine quinqué" en un título con Luis Tosar y Jesús Carroza.

23

BÁRBARA LENNIE

ACTRIZ



RETOS
DESPUÉS DE UN PAR DE AÑOS ALGO MÁS RETIRADA, VIENE AHORA DE NUEVO CON PAPELES Y PROYECTOS IMPORTANTES.

Dos décadas se cumplen este año desde el estreno de *Obaba*, de Montxo Armendáriz, la película por la que recibió la nominación al Goya a mejor actriz revelación y que descubrió su talento. Desde entonces ha ido encontrando, con paso firme, un lugar estable e interesante en la industria, trabajando con grandes directores en papeles cada vez más importantes. Sin dejar nunca de olvidar del todo su oficio sobre las tablas. Ganó su primer Goya con *Magical Girl* y ha estado después dos veces más nominada, la última por *Los renglones torcidos de Dios* (2023). Este otoño y los meses siguientes volverá seguro a las portadas y conversaciones, como coprotagonista de *Los tigres*, de Alberto Rodríguez, a competición en San Sebastián; y está rodando *Amarga Navidad*, el nuevo filme de Pedro Almodóvar.

24

FERNANDO MÉNDEZ-LEITE

PRESIDENTE DE LA ACADEMIA DE CINE



PUNTOS FUERTES
LA ACADEMIA ES UNA INSTITUCIÓN PLENAMENTE ASENTADA EN EL PANORAMA CULTURAL QUE FUNCIONA COMO UN TIRO. EL ANUNCIO DEL MUSEO DEL CINE.

PUNTOS DÉBILES
SIN DUDA, SIEMPRE SE PODRÍA HACER MÁS PARA PROMOCIONAR Y ACERCAR A LOS TALENTOS DEL CINE ESPAÑOL AL PÚBLICO.

A sus 81 años, Méndez Leite lo ha sido todo en el cine español: director del ICAA, de la ECAM, cineasta y documentalista... Como presidente de la Academia, Méndez Leite dirige una institución con más de dos mil miembros y que está plenamente asentada en el tejido cultural e institucional español. La gala de los Goya del año pasado, celebrada en Granada fue vista por más de 2,3 millones de personas y tuvo una cuota del 24%, la mejor de los últimos años. En mayo, el presidente se apuntó un tanto con el anuncio de que el Ministerio de Cultura cede a la Academia el antiguo edificio del NO-DO, en el madrileño Barrio de Salamanca, para que por fin se construya el museo del cine.

24

ALBERTO IGLESIAS

COMPOSITOR DE MÚSICA



RETOS
¿ES POSIBLE MANTENER SIEMPRE ESTE NIVEL DE TRABAJO Y PRESTIGIO? POR AHORA, SÍ.

El profesional del cine español que más Goya tiene en su haber: 12 en total sumando el que se llevó este año por *La habitación de al lado*, de Pedro Almodóvar, quien siempre cuenta con él y por el que ha llegado incluso a los Oscar, como ocurrió por la banda sonora de *Madres paralelas* por la que consiguió su cuarta nominación en la Academia de Hollywood. Lleva trabajando como compositor de cine desde los años 80, se formó en San Sebastián, París y Barcelona. Y hoy es, sin duda, uno de los nombres de su oficio más conocidos en todo el mundo que ha trabajado con Ridley Scott (*Exodus: Dioses y reyes*), Steven Soderbergh (*Che*) o Fernando Meirelles (*El jardinero fiel*).

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann y Vito Sinopoli

25

IGNACIO PUEBLA

PRESIDENTE DE VERCINE



PUNTOS FUERTES
EL ÉXITO SIDERAL DE *CASA EN LLAMAS*
EL EXPERTISE DE PUEBLA.

PUNTOS DÉBILES
VA A SER DIFÍCIL VIVIR OTRO ÉXITO
DE TAL CALIBRE.

Al frente de la distribuidora independiente Vercine desde 2007, Nacho Puebla ha tenido un año de gloria gracias al éxito de *Casa en llamas*, que acabó recaudando más de 3,1 millones después de engrosar 150 mil en su primer fin de semana. El gran éxito del de boca en boca del año refuerza a una compañía especializada en un producto de calidad, casi siempre europeo, destinado a satisfacer al gran público como el thriller británico sobre el IRA *Baltimore* o el drama francés *La acusación*. Además, Vercine lanza todos los años películas de animación realizadas al margen de Hollywood como *Angelo, en el bosque misterioso* o *Los Super Elfkings* estos últimos meses que dan alegrías a las salas y permiten que los niños vean de vez en cuando animación más allá de Estados Unidos.

TALENTO

por la redacción

25

CESC GAY

DIRECTOR DE CINE



RETOS
CONSERVAR SU PARTICULAR
VOZ, TONO Y TIEMPOS EN ESTA
CADA VEZ MÁS APRESURADA
INDUSTRIA.

Es uno de esos directores/guionistas (y dramaturgo) con sello muy personal, que ha peleado por hacer su cine con calma, con el tiempo necesario para escribir las historias y los diálogos alrededor de los que siempre brillan sus actores... quizá por eso tantos quieren trabajar con él. *Krámpack*, *En la ciudad*, *Truman*, *Sentimental*, *Historias para no dormir*... Películas en la que aúna público y crítica y en las que siempre encuentra un tono muy particular. Este mes estrena *Mi amiga Eva*, con Nora Navas como una mujer de 50 decidida a reencontrar el amor. Una historia muy especial y nada habitual en este o cualquier cine que veremos si no es tan revisitada en otros países como ya le ha pasado a Cesc Gay con otros títulos. *Sentimental* lleva ya tres remakes (en Francia, Italia y Alemania) y Olivia Wilde adaptará y dirigirá la versión de Hollywood con ella misma como protagonista junto a Seth Rogen, Edward Norton y Penélope Cruz. Además, está ya editando el drama *53 domingos*, que ha realizado con Netflix.

BOX OFFI ANCHE



CE PARLA ITALIANO

PODEMOS LLEVAR TU NEGOCIO TAMBIÉN A ITALIA

**Desde hace casi 30 años,
la revista Box Office es un
referente para la industria
cinematográfica italiana.
Una extraordinaria oportunidad
de promoción y visibilidad
para las empresas españolas
que desean expandir
su negocio más allá
de las fronteras.**

Contacto



DUESSE MEDIA NETWORK
WE ARE PUBLISHERS

25 AÑOS DE ATRESMEDIA CINE: ARRIESGAR PARA SEGUIR GANANDO

EN 2024, LA PRODUCTORA DE ATRESMEDIA VOLVIÓ A SER LÍDER POR SEXTO AÑO CONSECUTIVO CON MÁS DEL 50% DE TAQUILLA DE CINE ESPAÑOL. GRANDES ÉXITOS TAN DISTINTOS COMO *PADRE NO HAY MÁS QUE UNO*, *LA INFILTRADA* O *CASA EN LLAMAS* BRILLARON. EN 2025, *SANTIAGO SEGURA*, *UN FUNERAL DE LOCOS* Y *MIKAELA* HAN VUELTO A TRIUNFAR. EN UN MERCADO AÚN DIFÍCIL CON UN ESPECTADOR MÁS EXIGENTE, **JAIME ORTIZ DE ARTIÑANO**, CEO, APUESTA POR SORPRENDERLO INNOVANDO Y ARRIESGANDO

por Juan Sardà Frouchtmann

25

años no son nada o son todo un mundo. En este caso, una filmografía en la que brillan muchas de las películas más importantes del siglo XXI en España. Entre sus más de cien producciones, sendas ganadoras del Goya, y éxitos de taquilla, como *La isla mínima* (1,3 millones de espectadores en 2014) y el año pasado *La infiltrada*, que arrasó convocando a más de un millón y medio de personas. En tiempos pospandemia en los que resulta más difícil congregar a grandes audiencias, la “fórmula” de Jaime Ortiz de Artiñano no es jugar sobre seguro si no al revés, innovar y arriesgar porque el público quiere que la experiencia en sala le ofrezca algo diferente. Eso sí, «siempre conectando con el público».

En este cuarto de siglo, son muchos los títulos que marcan un hito. Este mismo verano, la quinta parte (¿y última?) de la saga *Padre no hay más que uno* de Santiago Segura, ha demostrado que es inagotable rozando los nueve millones de euros en su primer mes y arriba de la tabla. Películas importantes del cine español más exigente como *El reino* (2018) o *Que Dios nos perdone* (2016), de Rodrigo Sorogoyen, que también triunfaron en taquilla o *Marco* (2024) y *Los renglones torcidos de Dios* (2022). Grandes comedias que han entusiasmado al público como *Mamá o papá* (2021) o *Hasta que la boda nos separe* (2020), las dos de Dani de la Orden, o *Perdiendo el norte* (2015), ¿Quién es quién?

Jaime Ortiz de Artiñano lleva tres años al frente de la división cinematográfica de Atresmedia



El 17 de abril de 2026 llega
La familia Benetón +2
(Beta Fiction)

Siempre es invierno, de
David Trueba, estreno el
7 de noviembre de 2025
distribuida por BTeam



(2024) o *Señor, dame paciencia* (2017) sin olvidar thrillers tan potentes como *Mikaela* (2025), *Contratiempo* (2016) o *El desconocido* (2015) y blockbusters como *Palmeras en la nieve* (2015).

Tras toda una vida en el negocio, Ortiz de Artiñano lleva tres años al frente de Atresmedia Cine. Con la inevitable presión de seguir siendo líder, cree que las historias inspiradas en “personajes reales que hacen cosas extraordinarias” como *Karateka*, sobre la mejor karateka del mundo, Sandra Sánchez, que estrenarán el año que viene seducen al espectador moderno. Este 2025, la productora ha apostado en verano por la comedia con *Las irresponsables* y *Sin cobertura* y en otoño llegará lo nuevo de David Trueba, *Siempre es invierno* y de nuevo comedia con *Coartadas*, de Martín Cuervo.

¿Cómo celebrarán los 25 años de Atresmedia?

Con cine. En 2026 estrenaremos una batería de películas variadas, potentes, como el drama deportivo de superación *Karateka*, con la mirada tan personal del director Aritz Moreno, a la nueva comedia de Arantxa Echevarría, *Cada día nace un listo* sin olvidar la secuela de *La familia Benetón* tras una primera parte que gustó mucho al público. Lo presentaremos todo en el Festival de San Sebastián. Queremos seguir siendo motor del cine español y recuperar espectadores. Ésa es nuestra responsabilidad.

Ya llevan seis años siendo la productora número uno. ¿Qué cree que han hecho bien y qué le hubiera gustado hacer mejor?

Yo llevo tres años en Atresmedia, pero creo que lo que ha hecho bien la productora desde que inició su andadura, a raíz de la obligación legal de las cadenas de invertir en cine, ha sido tomarse muy en serio esa misión. El cumplimiento de esa obligación ha sido clave para dinamizar el cine español, para poder competir con los estudios y para construir un cine industrial sólido que mantuviera una cuota de mercado respecto al cine americano en torno al 15-20%. Ésa ha sido nuestra misión durante estos 25 años y sigue siéndolo. Y queremos reforzar esa misión, de manera especial ahora, después de la pandemia, porque hemos perdido espectadores y sentimos la responsabilidad de recuperarlos.

Lo que me hubiera gustado mejorar... pues que no siempre las películas que funcionan lo hacen cada año. Antes había más éxitos; ahora el público es más exigente y selectivo. Busca historias diferentes y especiales para ir al cine. Cuando detecta algo que ya ha visto, que no es novedoso, o que no genera conversación, espera a verlo en la tele o en la plataforma. Así

que el reto ahora es buscar historias nuevas, romper, arriesgar más creativamente, buscar nuevos talentos. Creo que estamos en una época en la que hay que arriesgar.

Decía San Ignacio que “en tiempos de tribulación, no hacer mudanza”. ¿Ante un mercado más incierto, es hora de arriesgar?

Cuando alguien vuelve al cine tras años y ve una película mediocre, no repite. Si ve algo extraordinario, quiere más. Ser conservadores es el camino directo para estancarnos. Si miramos muchos de los éxitos tras la pandemia como *El buen patrón*, *As bestas* o *La infiltrada*, no son comedias convencionales, sino películas no tan evidentes. Por ahí debemos ir. Ahora mismo seguimos un 30% por debajo en número de espectadores respecto a antes de la pandemia. Si no hacemos algo, nos vamos a quedar ahí. Lo que tenemos ahora es menos público y más exigente. Hay que mantener al público que queda, que es más selectivo, y atraer nuevos.

En este contexto más difícil, ¿el productor debe luchar y sufrir más que antes?

Sin duda, es bastante más complicado. Este bajón de espectadores afecta a toda la cadena de valor. Los distribuidores son más reacios a invertir en promoción; las películas tienen menos apoyo, menos presencia en la calle. Y esto es una percepción personal, pero creo que antes el cine era una de las primeras opciones de ocio. Ahora ha quedado relegado: antes los viernes se hablaba de las películas que se estrenaban; ahora no tanto. Tenemos más estrenos, pero menos relevantes. Ha perdido fuelle como consumo cultural. ➤

Karateka es una gran
apuesta, estreno el 30 de
octubre de 2026 por Warner





Coartadas es una comedia que estrenará Beta Fiction el 28 de noviembre de 2025



El 22 de mayo de 2026, Cada día nace un listo (Beta Fiction), de Arantxa Echevarría

Son crisis cíclicas, pero creo que se puede recuperar con películas interesantes que conecten con el público. Porque hay que arriesgar, pero conectando siempre con el público.

El presupuesto medio de las películas comerciales españolas para cines lleva muchos años estancado en torno a los tres millones de euros. También han desaparecido las superproducciones. ¿Es muy difícil conseguir presupuestos elevados? ¿Afecta eso a la variedad de géneros?

Es un problema añadido. Necesitamos presupuestos relevantes para hacer propuestas relevantes. El sistema actual te permite películas pequeñas. Con dos millones haces historias íntimas, de gente hablando en un bar, y te salen algunas buenas, pero si quieres competir con Hollywood necesitas inversiones importantes. Levantar 8 ó 10 millones es complicadísimo. Pero es lo que necesitamos: de tres a cinco grandes películas españolas al año de ese nivel. Hay casos, pero cuesta muchísimo.

Además de blockbusters, ¿qué tipo de proyectos le gustaría ver y no ve?

Me lo preguntan mucho y nunca tengo respuesta exacta. Es cuestión de intuición. Pero nos gustan mucho las historias reales de gente común que consigue cosas extraordinarias. He mencionado ya *Karateka*, de Aritz Moreno, está basada en la historia real de Sandra Sánchez, que ganó el oro olímpico. Es una historia impresionante, con un director con mirada especial y gran presupuesto. Creemos que será uno de los eventos de 2026. Las historias ancladas en hechos reales tienen más gancho ahora: el espectador piensa 'esto no solo es increíble, es verdad'. Historias originales puras son muy complicadas de levantar. Y no es fácil encontrar esas historias con épica, pero las buscamos en todas partes: en novelas y en hechos reales.

Todos los años varias de las películas más exitosas comercialmente son comedias. ¿Es el refugio infalible del cine español?

No como antes. Las comedias adultas han caído mucho. Antes hacían dos millones de espectadores; ahora, se queda en medio millón, cuatro veces menos. Títulos como *Perfectos desconocidos* o *Lo dejo cuando quiera* funcionaban como un tiro. Hoy estrenamos comedias con calidad, con mucho apoyo, y no pasan de medio millón de espectadores. La gente se reserva la visita al cine para algo especial porque la comedia en sí no es infalible. El cine familiar de Santiago Segura sigue siendo la mayor franquicia española, pero hay que tener un fenómeno especial o una película de animación grande para crear un evento. El año pasado dos de nuestros mayores éxitos, *La infiltrada* y *Casa en llamas*, fueron una sorpresa.

Se extinguen las películas de alto presupuesto y al mismo tiempo, se ruedan muchas películas. Más de 400 en 2023. ¿Hay sobredimensionamiento?

Sí, se producen un 73% más de películas desde la pandemia, pero con menos espectadores. Muchas se estrenan sin campaña: es como no estrenarlas. Hay un umbral mínimo de inversión; si no lo alcanzas, da igual gastar 300.000 que nada, no llega al público. Todos los años se estrenan películas españolas con calidad que pasan desapercibidas porque no hay dinero para la campaña y nadie se entera de que existen, con más inversión habrían funcionado. Necesitas un número mínimo de impactos para que arranque el de boca en boca.

Parte de ese bajón de espectadores, además de la pandemia, ha sido las huelgas en Hollywood y el descenso en el número de estre-

nos. ¿Ve Hollywood como un aliado o una competencia?

Como un aliado. El cine es un hábito. Cuando Hollywood tiene *blockbusters*, arrastra gente. Si salen contentos del cine, quieren más y ahí entramos nosotros. El problema es que tras la pandemia mucha gente perdió el hábito. Ahora tienes que lograr que vuelvan, que recuerden lo que es estar dos horas atrapados en una buena película. Cuando lo hacen, hay pocas experiencias comparables como ocio.

La "nueva ley del cine" lleva cuatro años estancada. ¿Supone esto un lastre para la producción de cine en España?

Lo urgente no es tanto una nueva ley como el reglamento de la Ley General Audiovisual. Necesitamos certidumbre, sobre todo en cómo invertir en lenguas cooficiales. Porque más grave me parece que ahora, debido a esa Ley General, sea muy difícil rodar en inglés o coproducir en francés. Películas como *Ágora* o *Lo imposible* ya no son posibles. Es una traba para las coproducciones europeas, justo cuando necesitamos abrirnos más a Europa. Lo que tenemos ahora es que el mercado internacional también está peor: las películas españolas viajan menos, y en Latinoamérica nuestro acento no conecta. Paradójicamente vendemos más en Francia o Rumanía que al otro lado del charco.

En el cine español, ¿qué vende más: historias, actores o directores?

Sobre todo las historias. Hay un mini-star system, unos pocos nombres que sí garantizan el interés a priori de un público muy amplio. Pero en el 99% de los casos es una combinación de los tres factores: una buena historia, un buen director y buenos actores.

©credits: courtesy of Altesmedia (6)

FESTIVAL DE CANNES
2025 OFFICIAL SELECTION
COMPETITION

DE LA DIRECTORA DE ALCARRÀS

ROMERÍA

UNA PELÍCULA DE CARLA SIMÓN

5 DE SEPTIEMBRE EN CINES

UNA PRODUCCIÓN DE ELÁSTICA EN COPRODUCCIÓN CON VENTALL CINEMA, DOS SOLES MEDIA, ROMERÍA VIGO, A.L.E., CON LLÚCIA GARCIA, MITCH, TRISTÁN ILLDOA, MIRYAM GALLEGO, SARA CASASNOVAS, ALBERTO GRACIA, MARINA TRONCOSO, JOSÉ ÁNGEL EGIDO, JANET NOVÁS, CELINE TYLL
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA HÉLÈNE LOUVART MONTAJE SERGIO JIMÉNEZ, ANA PFAFF COMPOSITOR ERNEST PIPO CASTING MARÍA RODRIGO, IRENE ROQUE DIRECCIÓN ARTÍSTICA MÓNICA BERNUY VESTUARIO ANNA AGUILA DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN ELISA SIRVENT AYUDANTE DE DIRECCIÓN DANIELA FORN MAYOR MAQUILLAJE PATY LÓPEZ LÓPEZ PELUQUERÍA PACO RODRIGUEZ H.
SONIDO DIRECTO EVA VALINO SUPERVISOR DE SONIDO Y MEZCLADOR ALEJANDRO CASTILLO COPRODUCIDA POR OLIMPIA PONT CHÁFER, ANGELS MASCLANS PRODUCIDA POR MARÍA ZAMORA ESCRITA Y DIRIGIDA POR CARLA SIMÓN

CON LA FINANCIACIÓN DE
FFA-- MOIN
CON LA PARTICIPACIÓN DE
rtve M+ NETFLIX acat
CON EL APOYO DE
eurimages ic3c Institut Català de les Empreses Culturals Generalitat de Catalunya
PROYECTO COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA CON LA SUBVENCIÓN DE LA AGENCIA GALEGA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES, JUNTA DE GALICIA
Cofinanciado por la Unión Europea
Fondos Europeos
EN COPRODUCCIÓN CON
arte
EN ASOCIACIÓN CON
TH3-PORT REPUBLIC AD VITAM m2 elastica

PARA VUESTRA CONSIDERACIÓN COMO INSCRITA A
PELÍCULA INTERNACIONAL EN LOS 98º PREMIOS OSCAR®

UNA COPRODUCCIÓN HISPANO-GERMANA

EN EL CINE ESPAÑOL, EL DIRECTOR ES LA ESTRELLA

REPASO DE LA CARRERA COMERCIAL DE LOS 20 DIRECTORES ESPAÑOLES CON MAYOR CALADO COMERCIAL EN LA TAQUILLA Y SU EVOLUCIÓN EN LOS PASADOS DIEZ AÑOS, MARCADOS POR LOS CAMBIOS DE TENDENCIAS QUE HA DEJADO TANTO LA PANDEMIA COMO LAS POLÍTICAS TANTO PÚBLICAS COMO DE LAS GRANDES TELECOMUNICADORAS

por Pau Brunet



Cada vez más, los medios prestan atención a los directores del cine español, y esto ha generado distintas oleadas de cineastas que han crecido dentro del panorama de producción local. No es algo nuevo, pero en los últimos años, eventos como coloquios, *premières* y presentaciones especiales se han convertido en importantes incentivos para ir al cine a ver cine español. Un buen ejemplo reciente es el estreno de *Sirât*, que ha elevado a Oliver Laxe a un nivel de estrellato casi mayor que el de su actor protagonista, Sergi López. Arantxa Echevarría y J.A. Bayona batieron todos los récords de presentaciones con *Chinas* (A Contracorriente) y *La sociedad de la nieve* (Tripictures), respectivamente. Y eso se notó no solo en la taquilla, si no también en una creciente afinidad del público por conocer quién dirige las películas más que quién las interpreta. Todo ello en un marco como el europeo, distinto al estadounidense, muy marcado por la importancia del “autor” como artista y creador de una obra personal y única.

La lista de directores españoles con relevancia en la explotación en salas es extensa y refleja varias tendencias de consumo y producción que han cambiado con el tiempo. Algunos están muy vinculados a un género, otros a un tipo de cine autoral, y también hay quienes, desde el anonimato, se han convertido en artesanos de un cine comercial, habitualmente comedia, que merece ser resaltado en este análisis.

Una parte fundamental en este retrato de los directores más comerciales del cine español es comprender el nuevo paradigma post-pandemia en el que se encuentra la exhibición en salas, y de dónde venimos. Una comparativa que también podría aplicarse, por ejemplo, al contraste entre el cine español de los años 90 y el de los 2000, dos realidades comerciales e industriales claramente opuestas. Entre 2015 y 2019 encontramos una serie de directores con ingresos muy relevan-

tes, algunos con marca personal y otros sin ella, pero en un contexto mucho más lucrativo y de mayor volumen. A partir de 2020, se observa otra tendencia: cierto relevo hacia directoras, pero también hacia un perfil más anónimo, capaz de desarrollar productos familiares eficaces y funcionales.

ARANTXA ECHEVARRÍA



ALEJANDRO AMENÁBAR

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Regresión	10/2/2015	Universal	8.95
Mientras dure la guerra	9/27/2019	Disney	10.84
			19.79

ÁLEX DE LA IGLESIA

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Mi gran noche	23/10/2015	Sony	2.42
El bar	9/12/2016	Sony	2.83
Perfectos desconocidos	1/12/2017	Universal	20.7
Veneciafrenia	22/04/2022	Sony	0.43
El cuarto pasajero	28/10/2022	Sony	4.35
			30.73

ALBERTO RODRIGUEZ

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
El hombre de las mil caras	23/09/2016	Warner	2.62
Modelo 77	23/09/2022	Disney	2.14
			4.76

ALVARO FERNÁNDEZ ARMERO

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Las ovejas no pierden el tren	1/30/2015	Eone	1.27
Si yo fuera rico	11/15/2019	Paramount	12.13
Ocho apellidos marroquíes	1/1/2023	Universal	12.9
			26.3



CARLA SIMÓN

LOS GRANDES NOMBRES

En conjunto, este reportaje analiza la carrera comercial de 20 directores españoles que, entre 2015 y 2025, han sido capaces de recaudar casi 390 millones de euros, lo que representa una parte crítica del

total de la taquilla del cine español en este periodo. El gran contraste entre las dos mitades de esta década reside en el reinado de Bayona en la taquilla entre 2015 y 2019, y el posterior ascenso del cine de Santiago Segura de 2020 a 2025. Bayona recaudó 50 millones antes de la pandemia y 3,8 millones después, con su proyecto internacional *La sociedad de la nieve* (Tri-pictures), producido por Netflix, que no tuvo una vida comercial en salas como sus anteriores títulos. Por su parte, Segura recaudó 18,3 millones antes de 2020, pero alcanzó unos estratosféricos 54,8 millones tras la crisis sanitaria. En conjunto, ambos suman más de 125 millones de euros en la taquilla española en una década, lo que representa un 32,2% del total analizado.

Bayona y Segura son ejemplos clave de los dos grandes géneros que han dominado buena parte de la taquilla en los últimos años: el cine de género (thriller, suspense, terror, fantástico) y la comedia, especialmente la familiar. Es en estos terrenos donde se aprecian las diferencias más marcadas entre el periodo 2015-2019, previo a la pandemia, y el modelo industrial contemporáneo, que, sin embargo, empieza a dar señales de un posible cambio de tendencia.

Por un lado, entre 2015 y 2019 destacan varios directores consagrados en los años 90 y, sobre todo, en la primera década de los 2000. Alejandro Amenábar y Álex de la Iglesia fueron nombres muy fuertes: el primero generó 19,8 millones de euros gracias a *Regresión* y *Mientras dure la guerra*, mientras que el segundo alcanzó 25 millones, sobre todo gracias a los enormes 20,7 millones de la comedia negra *Perfectos desconocidos* (Universal). Otros protagonistas de esta época vinculados al cine de género fueron Daniel Calparsoro, capaz de recaudar 9 millones de euros (*Cien años de perdón*, Fox; *El silencio de la ciudad blanca*, DeAPlaneta), y Paco Plaza, con 6 millones entre *Verónica* y *Quien a hierro mata* (ambas de Sony). En menor medida, pero igualmente relevantes por su presencia en festivales, destacan Alberto Rodríguez y Rodrigo Sorogoyen. El

ARANTXA ECHEVARRÍA

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Carmen y Lola	9/7/2018	Super 8	0.45
La familia perfecta	12/3/2021	Universal	1.32
Chinas	10/6/2023	A Contracorriente	0.42
Políticamente incorrectos	2/23/2024	DeAPlaneta	1.1
La infiltrada	10/11/2024	Beta Fiction	9.66
			12.95

CARLA SIMÓN

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Verano 1993		Avalon	1.2
Alcarras	23/09/2022	Avalon	2.36
			3.56

CARLOS THERON

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Es por tu bien	2/24/2018	Sony	9.64
Lo dejo cuando quiera	4/12/2019	Sony	11.18
Operación Camarón	6/22/2021	Universal	3.38
			24.2

DANIEL CALPARSORO

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Cien años de perdón	3/4/2016	Fox	6.64
El silencio de la ciudad blanca	10/25/2019	DeAPlaneta	2.34
Hasta el cielo	12/18/2020	Universal	2.04
Todos los nombres de Dios	9/15/2023	TriPictures	0.96
El correo	1/19/2024	Universal	1.61
Mikaela	1/31/2025	Disney	1.53
			15.12

primero logró el éxito de *El hombre de las mil caras* (Warner, 2,6 millones), mientras que el segundo sumó 3,5 millones entre *Que Dios nos perdone* y *El reino* (ambas de Warner). En estos casos —y también en el de Calparsoro— se observa una continuidad: estos directores han mantenido una presencia constante en estrenos similares a partir de 2020. Sorogoyen, por ejemplo, firmó su mayor éxito en 2022 con *As Bestas* (A Contracorriente), que superó el millón de espectadores.

Aunque muchos de estos cineastas han trasladado su talento a exitosas series para plataformas y televisión, todo apunta a que 2025 marcará un regreso a producciones de alto voltaje comercial, especialmente dirigidas al público adulto. Ejemplos de ello son los próximos estrenos de *Cautivo* (Disney), de Amenábar; *El ser querido* (A Contracorriente), de Sorogoyen; y *Los tigres* (Disney), de Alberto Rodríguez. Las tres películas podrían ser clave para cerrar un año económicamente extraordinario para el cine nacional. ➤

DANI DE LA ORDEN

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Barcelona, noche de invierno	12/4/2015	Splendor	0.46
El pregón	3/18/2016	DeAPlaneta	1.95
El mejor verano de mi vida	7/12/2018	A Contracorriente	8
Litus	9/13/2019	A Contracorriente	0.29
Hasta que la boda nos separe	2/14/2020	A Contracorriente	2.7
Mamá o papá	12/17/2021	Warner	3.46
El test	9/2/2022	Warner	0.74
42 segundos	9/2/2022	Universal	1
Casa en llamas	6/28/2024	Vercine	3.13
			21.73

ICÍAR BOLLAÍN

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
El olivo	3/4/2016	eOne	1.65
Yuli	12/14/2018	eOne	0.8
La boda de Rosa	8/21/2020	Filmmax	0.93
Maixabel	9/24/2021	Disney	2.83
Soy Nevenka	9/27/2024	Disney	1.43
			7.64

ISABEL COIXET

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
La librería	11/11/17	A Contracorriente	3.04
Nieva en Benidorm	12/11/20	Bteam	0.32
El techo amarillo	9/22/22	Bteam	0.02
Un amor	10/30/23	Bteam	0.84
			4.22

J.A. BAYONA

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Un monstruo viene a verme	10/7/2016	Universal	26.16
Jurassic World: El reino caído	6/5/2018	Universal	23.85
La sociedad de la nieve	12/2015/23	Nefflix	3.81
			53.82

ARTESANOS DE LA COMEDIA

En el terreno de la comedia, es donde más se perciben las diferencias entre el período pre y post-pandemia, con cambios muy visibles en la tipología. Entre 2015 y 2019 dominaba una comedia generalista con fuerte arraigo en el público, de la mano de directores como Nacho G. Velilla, Javier Ruiz Caldera, Joaquín Mazón y Dani de la Orden, responsables de títulos como, respectivamente, *Perdiendo el norte* (Warner, 10,4 millones), *Superlópez* (Disney, 12,5 millones), *Cuerpo de élite* (Universal, 6,3 millones) o *El pregón* (DeAPlaneta, 1,95 millones). Tras la pandemia, el éxito de esta comedia generalista se ha diluido hacia una comedia más familiar y orientada a todos los públicos. Algunos directores han adaptado su estilo, como Mazón con *La familia Benetón*

(Beta Fiction, 4 millones) o Caldera con *Wolfgang* (Universal, 3,7 millones). Otros, como Velilla, han mantenido su enfoque, pero los resultados no han acompañado: sus dos títulos más recientes, *Por los pelos* (Warner, 0,6 millones) y *Menudas piezas* (Paramount, 2,5 millones), suman solo 3,1 millones de euros, lejos de los más de 20 millones recaudados entre 2015 y 2019.

Quien sí ha logrado un éxito destacado en este género es Álvaro Fernández Armero, que, gracias a la estrategia de Mediaset de titular su última película como *Ocho apellidos marroquís* (Universal), consiguió un rotundo éxito de 12,9 millones de euros, incluso por encima de *Si yo fuera rico* (Paramount, 12,1 millones), estrenada en 2019. Por su parte, Dani de la Orden, gracias a su prolífica actividad —cinco películas en los últimos cinco años— y a una marca de identidad basada en el cine *feel-good*, ha logrado mantener un buen equilibrio entre una comedia más familiar, como *Mamá o papá* (Warner, 3,4 millones de euros en 2021), y una de corte más adulto, como *Casa en llamas* (Vercine, 3,1 millones de euros). Dentro de este grupo de cineastas centrados en la comedia, De la Orden es el único que ha conseguido colocar una película entre las nominadas al Goya, un premio que en general ha recaído en propuestas más dramáticas o en el caso de directores mencionados, en thrillers como *La isla mínima*, *As bestas*, *Un monstruo viene a verme* o incluso *Verónica*, uno de los pocos filmes de terror nominados al Goya a la mejor película.

LA FUERZA DE LAS CINEASTAS

Quien sí ha tenido más presencia en los Goya y ha ganado terreno comercial desde la pandemia ha sido el cine de autor, que, gracias a un cambio de tendencia tanto en el volumen de producción como en las políticas de subvenciones públicas, ha vivido una edad dorada en los últimos años. En este contexto de-

J.A. BAYONA



stacan especialmente las directoras Carla Simón y Arantxa Echevarría. Simón debutó en 2017 con *Verano 1993* (Avalon), que recaudó 1,2 millones de euros, y cinco años después ganó el Oso de Oro en Berlín con *Alcarràs* (Avalon), con la que sumó 2,36 millones. Ese año, *Alcarràs* se convirtió en el séptimo mayor éxito del año, pese a su puesta en escena naturalista, el uso de actores no profesionales y estar rodada en catalán. En 2024 ha presentado su tercer filme, *Romería* (Elastica Films), en el Festival de Cannes, donde recibió excelentes críticas y cuya llegada a los cines es inminente.

Por su parte, Arantxa Echevarría debutó en 2018 con *Carmen y Lola* (Super 8), un título de estreno limitado en salas que recaudó unos sólidos 450 mil euros. Es tras la pandemia cuando su carrera se consolida: primero con *La familia perfecta*

PEDRO ALMODÓVAR



SANTIAGO SEGURA



(Universal), con 1,32 millones, luego con *Chinas* (A Contracorriente), más íntima, con 420 mil, y ya en 2024 con dos títulos que han marcado su consolidación: *Políticamente incorrectos* (DeAPlaneta), con 1,1 millones, y el enorme éxito de *La infiltrada* (Beta Fiction), con 9,66 millones de euros y el

Goya a la mejor película. Echevarría es, en estos momentos, la directora más relevante del panorama comercial, con más de 12 millones de euros recaudados en los últimos cuatro años.

En este grupo destacan también Icíar Bollaín e Isabel Coixet, dos directoras con amplio reconocimiento de crítica y público, ambas ganadoras del Goya a la mejor dirección y película. Como en el caso de Echevarría, la marca Bollaín goza de un fuerte prestigio entre el público adulto, como demuestra el éxito de *La boda de Rosa* (Filmax), que recaudó 930 mil euros en 2020 pese a las restricciones pandémicas, y sobre todo *Maixabel* (Disney), con 2,83 millones en 2021. En 2023, Bollaín estrenó el ambicioso proyecto *Soy Ne-*

venka (Disney), que, pese a sus virtudes, quedó por debajo de las expectativas con 1,43 millones. En conjunto, Bollaín recaudó 2,45 millones entre 2015 y 2019, y 5,2 millones entre 2020 y 2024.

En el caso de Isabel Coixet, tras su éxito con *La librería* (A Contracorriente, 3 millones), ganadora del Goya y un gran éxito de taquilla, optó por un cine más íntimo y autoral. *Nieva en Benidorm* (320 mil euros en 2020), el documental *El techo amarillo* (20 mil) y *Un amor* (2023, 820 mil) muestran esa búsqueda personal, con resultados desiguales en taquilla, aunque siempre acompañados de una fuerte presencia crítica. Como se ha observado a lo largo del texto, los cambios de comportamiento del público hacia el cine en salas también han afectado al potencial comercial de directores anteriormente muy exitosos. Sin embargo, se percibe un lento pero firme retorno hacia un consumo más diverso, que invita al espectador a volver a confiar en un cine que se atreve a ser más ambicioso y que, generalmente, lleva la firma de autores reconocibles.

Por último, no puede dejar de mencionarse al director español más comercial e internacional: Pedro Almodóvar. Entre 2015 y 2019 vivió su mayor éxito reciente con *Dolor y gloria* (Sony), que recaudó 5,8 millones de euros. Tras la pandemia, sin embargo, sus dos películas más recientes —*Madres paralelas* (Sony, 2,6 millones) y *La habitación de al lado* (Warner, 2,4 millones)— han tenido un impacto más discreto en taquilla, a pesar de su notoria relevancia internacional: la primera fue nominada al Oscar y la segunda ganó el

PACO PLAZA

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Verónica	25/08/2017	Sony	3.5
A quien a hierro mata	30/08/2019	Sony	2.46
La abuela	7/10/2021	Sony	1.8
			7.76

PEDRO ALMODÓVAR

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Julietta	4/7/2016	Sony	2.2
Dolor y gloria	3/22/2019	Sony	5.83
Madres paralelas	10/8/2021	Sony	2.61
La habitación de al lado	10/14/2024	Warner	2.42
			13.06

RODRIGO SOROGOYEN

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Que Dios nos perdone	10/28/2016	Warner	1.42
El reino	9/28/2018	Warner	1.95
Madre	11/15/2019	Wanda	0.16
As Bestias	11/11/2022	A Contracorriente	7.02
			10.55

SANTIAGO SEGURA

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Sin rodeos	8/3/18	Sony	4.57
Padre no hay más que uno	8/14/19	Sony	13.7
Padre no hay más que uno 2	7/29/20	Sony	11
¡A todo tren! Destino Asturias	7/8/21	Sony	8.12
Padre no hay más que uno 3	7/14/22	Sony	15.12
Vacaciones de verano	7/6/23	Sony	7.34
Padre no hay más que uno 4	7/18/24	Sony	13.27
			73.12

León de Oro en Venecia. El próximo año, Almodóvar tiene una nueva oportunidad para reconectar con el público comercial con lo que parece un regreso a la comedia protagonizada por “mujeres al borde de un ataque de nervios” en *Amarga Navidad*.

Se percibe también la emergencia de una nueva generación de directores, aunque a diferencia de las anteriores (especialmente la previa a la pandemia), su visibilidad se ha basado más en premios que en éxito comercial. De hecho, solo nombres como Simón y Echevarría han logrado consolidarse tanto en lo autoral como en la taquilla. En el resto de casos, lo que predomina es la reafirmación de figuras como Santiago Segura, o la reconfiguración del perfil de otros directores como Dani de la Orden, Javier Ruiz Caldera o Joaquín Mazón. En definitiva, el director puede ser la estrella, pero no siempre es sinónimo de vender entradas.

JAVIER RUIZ CALDERA

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Superlopez	25/10/2018	Disney	12.56
Malnazidos	11/3/22	Sony	1.05
Wolfgang	14/03/2025	Universal	3.7
			17.31

JOAQUÍN MAZÓN

TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Cuerpo de élite	8/26/2016	Universal	6.32
La vida padre	9/16/2022	Paramount	2.02
De perdidos a Río	8/4/2023	Sony	0.73
La Navidad en sus manos	12/1/2023	A Contracorriente	4.04
La familia Benetón	4/22/2024	Beta Fiction	4.05
El casoplón	4/16/2025	Disney	3.16
			20.32

NACHO G. VELILLA

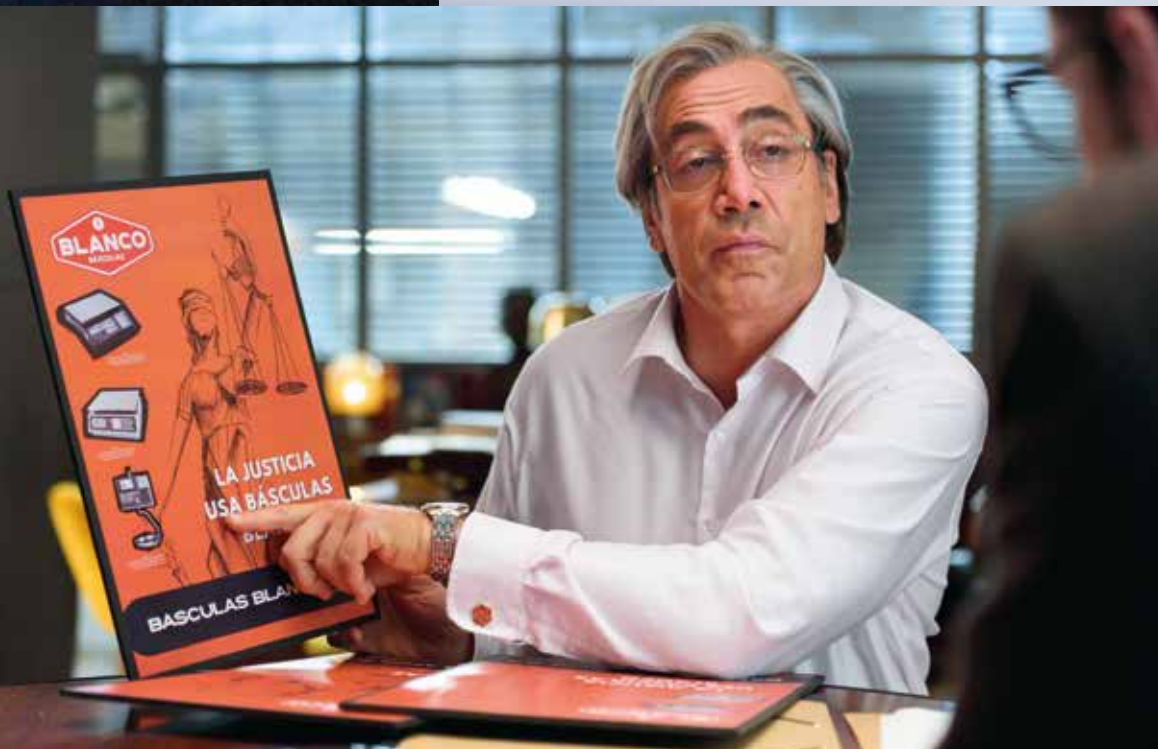
TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC. TOTAL
Perdiendo el norte	3/6/2015	Warner	10.45
Villaviciosa de al lado	12/2/2016	Warner	10.17
Por los pelos	8/12/2022	Warner	0.61
Menudas piezas	4/12/2024	Paramount	2.51
			23.74

TAQUILLA CINE ESPAÑOL EN SAN SEBASTIÁN: UN IMPULSO DECISIVO

EL CINE ESPAÑOL EN SAN SEBASTIÁN ES UN ESPEJO DEL ESTADO CULTURAL E INDUSTRIAL DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL ASÍ COMO DEL PULSO DE LAS INSTITUCIONES LOCALES Y TRASATLÁNTICAS. DURANTE LOS PASADO DIEZ AÑOS, 33 PELÍCULAS ESPAÑOLAS HAN PASADO POR LA SECCIÓN OFICIAL Y TRES DE ELLAS HAN GANADO LA PRECIADA CONCHA DE ORO. EL ESPÍRITU COMERCIAL DE LAS PELÍCULAS PRESENTES EN EL FESTIVAL NO SOLO HA CAMBIADO POR RAZONES DE DIRECCIÓN ARTÍSTICA, TAMBIÉN POR CAMBIOS DE MODELOS DE PRODUCCIÓN EN LA PROPIA INDUSTRIA

por Pau Brunet

Los festivales de cine cumplen varias funciones esenciales para el desarrollo de la cultura cinematográfica, tanto en lo artístico como en lo comercial. Por un lado, son espacios que intentan reflejar qué tipo de cine es relevante desde un punto de vista estético, tanto en lo cinematográfico como en lo temático. Por otro, ejercen una función promocional y comunitaria: ayudan a que el público conozca títulos que de manera eventual llegarán a los cines y ofrecen a la industria un espacio y



A la izq. Imagen de Javier Bardem en *El buen patrón* (2021), uno de los mayores éxitos comerciales de San Sebastián con 4,2 millones. Arriba, *Maixabel* (2021), de Icíar Bollaín, también obtuvo un buen resultado con 2,8 millones. Abajo, *Soy Nevenka* (2024), también de Bollaín, arañó 1,4 millones

un tiempo concreto para encontrarse. En este sentido, el Festival Internacional de Cine de San Sebastián brilla con luz propia desde hace más de medio siglo como uno de los certámenes más reconocidos y con mayor capacidad para reunir nombres relevantes que atraigan a la prensa nacional e internacional.

Como consecuencia de su impacto mediático e influencia dentro del panorama español, muchas películas se estrenan en el festival con la esperanza de lograr un efecto “San Sebastián” que se traduzca en venta de entradas. Sin embargo, al igual que ocurre con otros festivales o premios, el impacto en taquilla es siempre discutible, ya que el festival también es reflejo y consecuencia del estado de la industria tanto en términos de producción como de recepción. No siempre tiene capacidad de cambiar tendencias, aunque en ocasiones ciertos títulos han iniciado en Donosti un camino hacia el éxito, gracias a una serie de factores favorables posteriores.

5,5 MILLONES DE ESPECTADORES

Entre 2015 y 2024, 33 películas españolas han pasado por la Sección Oficial del festival, generando un total de 38,5 millones de euros en taquilla y más 5,5 millones de espectadores. De ellas, catorce fueron premiadas, incluyendo tres que obtuvieron la Concha de Oro. No obstante, la comercialidad y los premios no siempre van de la mano, lo cual invita a pensar que el “efecto San Sebastián” está más en

el eco mediático del momento más que los premios. El cine premiado generó en conjunto 14,4 millones de euros, y las tres ganadoras de la Concha sumaron entre todas menos de 900 mil euros: *Entre dos aguas* (Bteam Pictures, 2018), *O Corno* (Elastica Films, 2022) y *Tardes de Soledad* (A Contracorriente, 2024). Aunque toca señalar que ninguna de ellas se estrenó con más de 100 copias y son productos más cercanos a un cine experimental que con altas ambiciones comerciales.

El resto de las doce películas premiadas lograron una mayor visibilidad en cines,

y cuatro de ellas superaron el millón de euros en taquilla: *Truman* (Filmax, 2015), *El hombre de las mil caras* (Warner, 2016), *Que Dios nos perdone* (Warner, 2016) y *La trinchera infinita* (eOne, 2019). Una tendencia clave que se observa aquí es que todos estos éxitos comerciales tuvieron lugar antes de la pandemia. Porque analizar el impacto —e incluso la tipología— de las películas españolas presentes en la competición de Donosti implica también reflejar los profundos cambios que ha vivido la producción nacional en esta última década. Entre 2015 y 2019 se incluyeron ➤





A la izq., *La trinchera infinita* (2019), un éxito con 1,3 millones ambientado en la guerra civil. A la dcha., Javier Cámara y Ricardo Darín en *Truman* (2015), que recaudó 3,6 millones



18 películas españolas en la Sección Oficial, frente a las 15 del periodo 2020-2024. Además, las primeras generaron mayores ingresos: 25,4 millones de euros frente a los 13,2 millones de las posteriores. La media por película también refleja esta diferencia: 1,4 millones de euros frente a 878.000. Y la clave, una vez más, está en

el formato y tipología de películas seleccionadas.

Entre 2015 y 2020, tres de los títulos más exitosos de esta etapa venían coproducidos por Atresmedia: *El hombre de las mil caras* (Warner), que logró 2,6 millones de euros; los dos films de Sorogoyen, *Que Dios nos perdone* (1,4 millones) y *El reino* (Warner), con 1,95 millones de euros. A ellos se suman otros tres grandes éxitos, dos de ellos entre los mayores: *Truman* (Filmax), que en 2015 recaudó 3,58 millones de euros; *La trinchera infinita*, con

1,28 millones; y *Mientras dure la guerra* (Disney), que recaudó casi un tercio del total analizado, 10,84 millones de euros. De estas seis películas, cuatro fueron premiadas, y también cuatro de ellas responden a un formato de cine de thriller y suspense que tras la pandemia ha desaparecido casi por completo de las salas, derivado en parte hacia plataformas, o bien desestimado por empresas como Atresmedia o Mediaset, que lo han excluido de sus líneas de producción.

TAQUILLA PELÍCULAS ESPAÑOLAS SECCIÓN OFICIAL CONCURSO SSIFF 2015-2024

TÍTULO	AÑO FESTIVAL	DIRECTOR	PREMIOS	FECHA DE ESTRENO	DISTRIBUIDORA	REC.TOTAL
Amama	2015	Asier Altuna	No	15/10/15	Golem	306,011 €
Un día perfecto para volar	2015	M. Recha	No	23/10/15	Batabat	14,981 €
El rey de la Habana	2015	A. Villarronga	No	16/10/15	Filmax	163,433 €
Truman	2015	C. Gay	Mejor actor	30/10/15	Filmax	3,589,504 €
El hombre de las mil caras	2016	A. Rodríguez	Mejor actor	23/09/16	Warner	2,626,451 €
La reconquista	2016	J. Trueba	No	30/09/16	Cine Binario	43,455 €
Que Dios nos perdone	2016	R. Sorogoyen	Mejor guion	28/10/16	Warner	1,424,634 €
Morir	2017	F. Franco	No	06/10/17	Golem	38,717 €
El autor	2017	M. Martín Cuenca	No	17/11/17	Filmax	795,659 €
Handia	2017	Garaño, Arregi	Premio Especial del Jurado	20/10/17	Golem	750,072 €
La vida y nada más	2017	A. Méndez Esparza	No	01/12/17	Wanda	32,983 €
El reino	2018	R. Sorogoyen	No	28/09/18	Warner	1,952,115 €
Entre dos aguas	2018	I. Lacuesta	Concha de Oro	30/11/18	Bteam	147,031 €
Quién te cantará	2018	C. Vermut	No	26/10/18	Caramel	222,939 €
Yuli	2018	I. Bollaín	Mejor guion	14/12/18	eOne Films	804,696 €
La hija de un ladrón	2019	B. Funes	Mejor actriz	29/11/19	Bteam	303,930 €
La trinchera infinita	2019	Arregi, Garaño, Goneaga	Mejor director, mejor guion	31/10/19	Aurum	1,282,402 €
Mientras dure la guerra	2019	A. Amenábar	No	27/09/19	Disney	10,842,071 €
Courtroom 3H	2020	A. Méndez Esparza	No	25/09/20	Wanda	463 €
El buen patrón	2021	F. León de Aranoa	No	15/10/21	TriPictures	4,229,803 €
La abuela	2021	P. Plaza	No	22/10/22	Sony	1,802,405 €
Maixabel	2021	I. Bollaín	No	24/09/21	Disney	2,837,426 €
Quién lo impide	2021	J. Trueba	Interpretación de reparto	16/10/21	Atalante	22,321 €
Girasoles silvestres	2022	J. Rosales	No	29/10/21	A Contracorriente	188,057 €
La consagración de la primavera	2022	F. Franco	No	30/09/22	La Aventura	58,093 €
La maternal	2022	P. Palomero	No	26/10/22	Bteam	228,115 €
O Corno	2023	J. Camborda	Concha de Oro	11/10/23	Elastica	413,705 €
Un amor	2023	I. Coixet	Interpretación de reparto	30/10/23	Bteam	838,573 €
El sueño de la sultana	2023	I. Herguera	No	17/11/23	Filmin	7,651 €
El llanto	2024	P. Martín Calero	Mejor dirección	24/10/24	Universal	198,356 €
Los destellos	2024	P. Palomero	Interpretación protagonista	04/10/24	Caramel	588,769 €
Soy Nevenka	2024	I. Bollaín	No	27/09/24	Universal	1,436,693 €
Tardes de soledad	2024	A. Serra	Concha de Oro	07/03/25	A Contracorriente	331,335 €

Fuente: ICAA/Comscore

EL CINE DE AUTOR

Otros títulos relevantes de esta época fueron *El autor* (Filmax), con 795 mil euros en 2016; *Handia* (Golem), que recaudó 750 mil en 2017; *Yuli* (eOne), con 804 mil; y *La hija de un ladrón* (Bteam Pictures), que con un estreno limitado fue capaz de recaudar 304 mil y convertirse en uno de los filmes más relevantes de 2019. De nuevo, la relación premios y taquilla no parece estar directamente relacionada y el efecto se encuentra en el siempre delicado equilibrio entre la relevancia que tiene estrenar una película española potente en un festival español al que acude toda la prensa nacional y la estrategia y formato del proyecto.

Un buen ejemplo en este periodo es la segunda Concha de Oro de Isaki Lacuesta, *Entre dos aguas*. Pese al prestigio de su di-



Arriba, *Tardes de soledad*, de Albert Serra, ganadora de la Concha de Oro en 2024. Con 331 mil euros de taquilla, es un buen dato para tratarse de un documental

rector y la empresa detrás, BTeam Pictures, el filme no era una producción de fácil venta a la audiencia al margen del premio. La cinta recaudó 147 mil euros, el peor dato de las tres Conchas de Oro españolas de este período. Es interesante ver como este formato de cine no funcionó en 2019, pero tanto las dos siguientes Conchas de Oro o incluso el siguiente filme de Lacuesta lograron mucho mejores resultados en taquilla pese a pertenecer a un formato de cine autoral similar. Esto vuelve a señalar que el efecto del festival en sí es difícil de detectar, lo cual responde más una relación fluctuante entre el festival, la industria, y la audiencia.

A partir de 2020, se observa un cambio bastante radical, especialmente entre 2022 y 2023, cuando la mayoría del cine español presente pertenecía a una forma autoral de limitada presencia en salas. Tras las complicaciones de 2020, en 2021 tres títulos seleccionados lograron convertirse en relevantes éxitos de taquilla: *El buen patrón* (TriPictures), *Maixabel* (Disney) y *La abuela* (Sony), que se fueron de vacío del festival, pero tuvieron una acogida comercial notable. Recaudaron 4,2 millones de euros, 2,83 millones y 1,8 millones respectivamente. Estas tres películas concentran el 67% de los ingresos generados por el cine español en el festival entre 2020 y 2024.

Entre 2022 y 2023, la selección oficial incluyó seis títulos que en conjunto apenas recaudaron 1,7 millones de euros en salas. De ellos destacan los 838 mil euros de *Un amor* (Bteam), de Isabel Coixet, y la Concha de Oro de *O Corno*, que logró 413 mil euros, una cifra muy relevante si se tiene en cuenta que se estrenó con solo 70 copias y era un filme en gallego. El resto de los títulos fueron *La maternal* (Bteam), con apenas 228.110€, y *Girasoles silvestres* (A Contracorriente), con 188.060€, ambas una decepción comercial.

UN CAMBIO DE RUMBO

En 2024, se materializa un cambio de rumbo que podría consolidarse durante este año 2025 con una vuelta de un cine español adulto, comercial, y autoral. Movistar Plus y Amazon MGM Studios presentaron en Donosti *Soy Nevenka* (Disney) y *La virgen roja* (Elastica Films), fuera de concurso, que luego lograron 1,4 y 1,2 millones de euros en taquilla. Estas dos apuestas representan una renovada línea de alta capacidad comercial que recuerda a algunas de las propuestas más exitosas del periodo 2015-2019.

Finalmente, toca mencionar la Concha de Oro de Albert Serra, un título que pertenece a otra liga y que, como en el caso de *O Corno*, sirve como ejemplo de un posible efecto San Sebastián. La película logró un enorme impacto mediático, tanto por sus excelentes críticas y premio como por las polémicas que generó antes y después de su paso por el festival. A Contracorriente decidió resistirse a estrenar rápido y rete-

ner ese ruido para un lanzamiento seis meses después de recoger la Concha. La estrategia funcionó, y *Tardes de soledad* recaudó más de 330 mil euros con un estreno de 88 copias, lo que supone el mejor resultado comercial de la carrera de Serra.

Este año, el cine autoral con ambición comercial confirma la tendencia que se observó el pasado año, y que permite ambicionar un regreso a un cine español en San Sebastián más en la línea de lo que se vio en la década de 2010-2019. Un golpe de timón marcado por la particular apuesta de Movistar Plus en este formato de cine que ha encontrado en *Sirât*, de Oliver Laxe, un ejemplo irrefutable. La cinta pasó

por Cannes con un enorme impacto, y con el Gran Premio del Jurado bajo el brazo se estrenó en cines españoles con un éxito muy relevante, con más de 300 mil espectadores a principios de julio.

En conclusión, hablar de un posible “efecto San Sebastián” en términos comerciales es reducir el trabajo del festival a una dimensión mínima y volátil que no le hace justicia. Su valor va mucho más allá de lo que sucede en la taquilla. El festival funciona como una plataforma crucial para visibilizar proyectos en los medios y consolidar trayectorias autorales o productivas. Como ocurre en cualquier certamen, el riesgo de estrenar allí depende también del tipo y escala de la producción: los títulos más pequeños, o los que participan en secciones paralelas, pueden perder visibilidad frente al protagonismo de propuestas más grandes o con nombres consolidados. La relevancia del festival está también en su capacidad de atraer a figuras destacadas, algo fundamental para que ciertos títulos de mayor presupuesto puedan aspirar a ese “efecto San Sebastián” que algunos identifican con cobertura mediática, repercusión crítica o impacto en ventas. Y aunque ese efecto no siempre se traduzca en éxito en taquilla, haber ganado una Concha de Oro sí puede abrir una nueva vida para una película, como se ha demostrado en las dos últimas ediciones con premiados españoles. En ese equilibrio entre prestigio artístico, visibilidad y recorrido comercial se encuentra hoy el verdadero valor estratégico del festival.

BO

©credit: Shutterstock (1), courtesy of TriPictures (1), Disney (2), eOne (1), A Contracorriente (1)

LOS FESTIVALES SON CADA VEZ MÁS IMPORTANTES COMO PRESCRIPTORES

LA 73 EDICIÓN DEL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN VUELVE A APOSTAR POR GRANDES CINEASTAS ESPAÑOLES COMO ALBERTO RODRÍGUEZ O LOS MORIARTI Y GRANDES AUTORES INTERNACIONALES. CADA VEZ MÁS "INDUSTRY", SE ESPERA SUPERAR LOS 2400 ACREDITADOS DEL AÑO PASADO CON EL FORO EUROPA-LATAM Y LA CONFERENCIA DE INVERSORES CREATIVOS COMO ESTRELLAS. EL DIRECTOR **JOSÉ LUIS REBORDINOS** HACE BALANCE TRAS 14 AÑOS AL FRENTE Y PREPARA LA SUCESIÓN

por **Juan Sardà Frouchtmann**

San Sebastián ha apostado fuerte en los últimos años por la producción española. ¿Cree que el nivel de calidad del cine patrio ha mejorado en los últimos años?

Sí, por supuesto. San Sebastián es el principal festival del país, y tiene la obligación de dar visibilidad al cine español. Este año habrá cuatro películas nacionales en competición, y muchas más fuera de concurso o en secciones paralelas. Y respecto a la calidad, el nivel medio del cine español actual es el más alto que he visto desde que empecé a trabajar en esto hace más de 30 años. No se hacen obras maestras cada semana, pero sí hay una profesionalización y una riqueza creativa enorme.

¿Cuál cree que es la importancia estratégica de festivales como San Sebastián en la industria del cine?

Esencial. Hoy, con la sobresaturación de contenido —sobre todo por el



Qué podemos esperar de la 73 edición del Festival de San Sebastián?

Creo que podemos esperar una cierta continuidad con la edición anterior. Llevamos unos años en los que el esquema general del festival funciona, así que no vemos necesidad de cambiarlo. La Sección Oficial volverá a ser muy heterogénea, combinando cine de género y propuestas más accesibles con otras más radicales y arriesgadas. Y en cuanto a la industria, seguiremos apostando por nuestros pilares: el foro de coproducción Europa-Latinoamérica, los *Work in progress* y la conferencia de inversores, que nos ha ayudado a atraer a grandes compañías internacionales.



auge de las plataformas— los festivales cumplen un papel fundamental como prescriptores. Pero no solo eso: también son lugares de encuentro entre profesionales, donde se generan sinergias, coproducciones, ventas, alianzas. El festival ha apostado desde hace más de una década por convertirse en un evento útil para la industria, y esa vocación ha dado frutos evidentes.

¿En qué lugar cree que se encuentra San Sebastián dentro de la agenda internacional? ¿Qué puede hacerse aún para mejorarlo?

San Sebastián es uno de los festivales más relevantes del mundo para un tipo concreto de cine: el cine de autor con vocación internacional, pero también para el cine iberoamericano y europeo. No competimos directamente con Cannes, Venecia o Berlín, pero sí estamos en un segundo escalón muy sólido. Lo que podemos seguir haciendo es reforzar nuestra red industrial: atraer a empresas clave, facilitar el acceso a los mercados y generar conexiones útiles. En eso estamos poniendo el foco.

Vemos que el cine de autor español ha mejorado notablemente en reconocimiento internacional. Sin embargo, muchas películas que obtienen premios y críticas excelentes siguen teniendo dificultades para alcanzar taquillas a la altura de esas expectativas. ¿Le falta al cine independiente rematar esa conexión con un público más amplio?

Sí, en general creo que hay que trabajar en eso. Hay películas excelentes que no encuentran público. También hay una parte del cine de autor que empieza a buscar más esa conexión, sin renunciar a su identidad. Un buen ejemplo puede ser Albert Serra, que ha ido ampliando su lenguaje sin perder personalidad. El público necesita que se le ofrezca algo distinto, pero también accesible. Las propuestas excesivamente convencionales, curiosamente, tampoco funcionan.

El informe de impacto económico del Festival en 2024 lo cifra en 47,9 millones de euros con un retorno de 8,5 millones para las arcas públicas. ¿Cómo deben entenderse estos datos?

Este tipo de informes sirven para explicar que la cultura no es solo un valor sim-

bólico: también genera riqueza. Subvencionar un festival que funciona no es gastar, es invertir. El retorno económico directo —en hostelería, transportes, contratación local, etc.— es muy alto. Además, la proyección internacional que tiene San Sebastián como ciudad es impagable. Si tuvieras que pagar esa visibilidad en publicidad, no habría presupuesto que lo cubriera.

El año pasado acudieron 2.392 profesionales de la industria, casi dos mil más que hace quince años. ¿Qué retos plantea una asistencia tan masiva? ¿Hay riesgo de desbordamiento?

Sí, estamos llegando a un límite físico. Donostia es una ciudad preciosa pero pequeña, con una capacidad hotelera limitada. No podemos crecer más en cantidad si no en calidad: atraer a las empresas más relevantes, las que pueden tener un impacto real. Que venga A24, la productora de Brad Pitt, Anonymous Content... Eso es lo que buscamos, consolidar esa presencia sin saturar.

El Foro de Coproducción Europa-LATAM volverá a ser estrella en las actividades de industria. ¿Qué podría hacerse para conseguir que las películas latinoamericanas tengan más impacto en España y Europa?

Es la gran pregunta. El foro funciona muy bien: recibimos más de 270 proyectos cada año, y muchos se acaban produciendo y presentando en festivales. Pero luego, una vez terminadas, cuesta mucho que se distribuyan en Europa. Y cuando se distribuyen, los resultados en taquilla no son buenos. No tengo una respuesta clara. Quizá es un tema de los distribuidores, o de cómo conectar mejor con los públicos europeos. Pero es una tarea pendiente.

Destacan dos eventos relacionados con la industria italiana, "Italia: oportunidades de coproducción y distribución" y un encuentro B2B. ¿Será Italia un país foco en esta edición?

No especialmente. Habrá algunas actividades pero no hemos planteado un foco concreto en Italia. Además, lo que pasa es que el cine italiano suele ir a Venecia, igual que el español suele venir a San Sebastián. Por supuesto, seguimos colaborando con instituciones italianas.

La Conferencia de Inversores Creativos se ha convertido muy rápidamente en una de las estrellas del festival con importante presencia de Estados Unidos. ¿Cuáles son los ejes estratégicos de cara a esta edición?

La Conferencia de Inversores, junto al Foro de Coproducción y los Work in Progress, son nuestros tres grandes pilares. Buscamos consolidar y atraer a agentes que realmente puedan hacer avanzar proyectos. Este año volverán a venir empresas clave del sector norteamericano, y también de Europa y Latinoamérica. San Sebastián debe ser una parada estratégica para los grandes movimientos de la industria global. Y aunque no es fácil, un eje estratégico de expansión es Asia, está aumentando su presencia. También hay muchos encuentros más pequeños, más específicos, que también son fundamentales para quienes participan. Intentamos adaptar la oferta a distintos perfiles dentro de la industria.

La sucesión en la dirección del Festival está prevista para 2027, la 75 edición. ¿Cómo se producirá el relevo? ¿Qué consejos le daría a su sucesora?

Ya es oficial: en diciembre de 2026 dejaré la dirección. Será el Consejo de Administración quien elija a la persona que me releve. ¿Consejos? No soy muy de eso. Cada uno tiene que hacer su camino. Pero sí diría que escuche mucho a la industria, que entienda el festival no como algo cerrado sino como un espacio vivo, y que se rodee de un buen equipo. Esto es un trabajo precioso, pero también muy absorbente. Te exige muchísimo.

Echando la vista atrás en su etapa como director, ¿qué cree que ha hecho bien y qué le hubiera gustado hacer mejor?

Seguro que todo se podría haber hecho mejor. Pero si tengo que destacar algo, diría que hemos conseguido recuperar la relación con el cine español, consolidar un trabajo industrial que ha hecho crecer al festival, y convertirlo en una actividad de todo el año con escuela de cine, residencias y *mentoring*. Todo eso crea una cantera que luego vuelve al Festival. Y por supuesto, el trabajo con la industria: coproducción, inversores... Esos serían mis tres ejes.



Getty (1)

CINEEUROPE: OPTIMISMO, INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL REINO DE LA IP

LA CITA ANUAL DE LOS EXHIBIDORES DE CINE EMEA, ORGANIZADA POR UNIC EN BARCELONA, REUNIÓ A MÁS DE CUATRO MIL DELEGADOS DE 67 PAÍSES EN UN AMBIENTE MÁS OPTIMISTA. LAS GRANDES MAJORS PRESENTARON SUS PRÓXIMOS ESTRENOS Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, CÓMO CONVERTIR EL IMPACTO EN REDES SOCIALES EN VISITAS AL CINE O LA DEFENSA DE LA VENTANA DE EXHIBICIÓN FUERON CLAVES

por Juan Sardà Frouchtmann



CineEurope, por fin, fue una fiesta. Nadie se atrevía a lanzar las campanas al vuelo, pero el tono era otro: «En más de veinte años que vengo, siempre decimos que el año que viene será fantástico, esta vez todo parece indicar que es así», ironizaba Fernando Évole, vicepresidente para Europa, Oriente Medio y Asia de Cinépolis, en la siempre crucial Executive's Roundtable inaugural. Tras un 2024 que arrancó con un primer semestre catastrófico para las salas en buena parte de Europa —aunque el año acabó mucho mejor—, la cita de este 2025, a mediados de junio, se celebró en un ambiente mucho más optimista y, donde antes había rostros graves, proliferaron las sonrisas. Como si fuera una metáfora, el año pasado Barcelona estuvo nublada todos los días y este año lucía el sol. Entre bastidores, eso sí, la organización se quejaba de que la ciudad se está poniendo muy cara para los eventos internacionales. CineEurope es un mundo en sí mismo, una especie de realidad paralela confina-

da en el CCIB, un puerto franco habitado por ejecutivos de la región EMEA que van del auditorio —convertido en cine para los grandes anuncios de los estudios— a los stands del trade show, donde las butacas reclinables y las palomitas con Nutella compiten con los seminarios especializados y los momentos entrañables. Andrew Sunshine, presidente de The Film Expo Group y managing director de CineEurope, ejerció de maestro de ceremonias y showman en una edición donde la Inteligencia Artificial fue la gran protagonista. Y la principal reclamación, la ventana. Lo dejó claro Phil Clapp, presidente de UNIC, en su discurso inaugural: «Sea intencionadamente o no, hemos confundido al consumidor sobre qué película se estrena, cuándo, dónde y durante cuánto tiempo» por lo que reclamó «campanas de marketing consistentes y de alto perfil, especialmente para dejar claro cuándo las películas están “solo en cines”». Muchos aplausos.

BANQUETE O HAMBRUNA

“Más contenido” fue el resumen de los exhibidores en el arranque del evento. A mediados de junio, el sector respiraba aliviado gracias al éxito de títulos como *Captain America: A Brave New World*, *Una película de Minecraft*, *Elio* y *Stitch*, *Cómo entrenar a tu dragón*, *Thunderbolts* y *Misión Imposible: Sentencia final*. Todas, salvo *Captain America*, se estrenaron en el segundo trimestre, lo que hizo que la primavera fuera muy positiva en toda Europa, aunque el año arrancó flojo en casi todos los mercados (Italia fue la excepción gracias al producto local). Jane Hastings, CEO de EVT, que gestiona cines en Australia, Nueva Zelanda y Alemania, lo resumió con la expresión “banquete o hambruna”, señalando la dificultad de mantener horarios y rentabilidad ante calendarios irregulares de estrenos. Hastings, como otros panelistas, ya atisba un slate más constante, pero señaló tres lagunas: adultos mayores, cine femenino y comedia. Tras el COVID y las huelgas, los cines reclaman más películas que



De izquierda a derecha, "team Paramount": Susana Martín, Sales Analyst Manager; Samanta Roberts, Marketing Director y Montse Gil, Vice President General Manager.



Arriba, Paolo Sinopoli, editor de Box Office, y Carlos Prada, Vice President, Studios Theatrical Production and Distribution - Warner Bros. Discovery Italy, Spain & Portugal.

Por parte de la industria de Hollywood, Andrew Cripps, presidente de Theatrical Distribution en Walt Disney Studios, se estrenaba en su nuevo cargo: «Con nuevos títulos de las siete marcas Disney... el estudio ofrece una programación regular los 12 meses con películas que se exhiben exclusivamente en la gran pantalla, durante más tiempo que cualquiera de nuestros competidores». En tiempos aún inciertos, si "más contenido" fue el eslogan, la demanda de una ventana más estable también fue reivindicada. Cripps subrayó la necesidad de colaboración: «Recibimos mucha información de los mercados y tratamos de adaptar nuestras campañas de *marketing* para asegurarnos de que se ajustan a los mercados locales. Es una responsabilidad colectiva comercializar las películas; no debería recaer solo en el distribuidor».

LA IA ES NUESTRA AMIGA

La Inteligencia Artificial, omnipresente en los debates, protagonizó varios pane-

cubran huecos que pueden hacerse muy cuesta arriba. En este contexto, Fernando Évole de Cinépolis constató que la frecuencia de visitas depende directamente del número de estrenos: "Si hay más películas, la frecuencia sube. Tenemos que aprender a ser más flexibles, ágiles y estar preparados para adaptarnos a diferentes previsiones". Subrayó también que las producciones locales están consolidándose y van a ocupar una posición muy importante.

La fortaleza de la producción local quedó clara en Arabia Saudí, país que abrió su primer cine en 2018. Eden Quinn, CEO de MUVI Cinemas, quien opera 200 pantallas en el país, señaló que seis de las diez películas más taquilleras fueron contenido árabe en 2024. Según datos de UNIC analizados en la Roundtable, el año pasado la cuota de cine europeo en Europa aumentó del 28 al 33%, impulsada por éxitos locales en Francia, Finlandia y Polonia. En representación de la producción europea, Hugh Spearing, Executive Vice President Global Marketing & Distribution de StudioCanal, recogió el guante: «Intentamos buscar historias originales, por eso títulos como *Vivir el momento* nos atraen, porque queremos encontrar algo para el público femenino y que sea diferente a lo que hay en el mercado. Somos muy protectores con el material original, especialmente en territorios clave como Reino Unido».



Arriba, el equipo de Cine Yelmo. Desde la izquierda, Anuar Duwdari, gerente de dulcería; Javier Saura, subdirector comercial; Jaime Gerbolés, Country Manager; Samuel Bolaños, director comercial y Luis Omar Vargas, gerente de taquilla y trade marketing. Abajo, el "team Kinépolis". Desde la izquierda, Suan Nguyen, Head of Corporate CRM & Digital Marketing; Isabelle Le Corre, Marketing Manager de Francia; Anne Sophie Le Guiader, BO and Marketing Country Manager para Francia y el equipo español: Adriana Subtil, responsable de trade marketing y eventos; Concha Estremera, booking and programming head; Isabel Castillo, Country Manager BO y Cristina Borge, Marketing Manager



les. En el encuentro “Atraer al público joven con tecnología creativa”, se abordó cómo conectar el uso de redes sociales con una experiencia física y real en el cine, superando la distancia del móvil para convertir la visita en un evento social. Steven Clerima, Head of International Event Cinema en Kinopolis Group, subrayó la importancia de crear recuerdos memorables y programar eventos donde ya existe una comunidad de fans activa, y no dudó en abrir la “caja de Pandora” al sugerir que en algunas sesiones debería permitirse el uso del móvil. Michelle Stevens, Studio Executive Director de Powster, explicó que el reto es “engage and excite youth audiences”, creando experiencias digitales que permitan a los jóvenes no solo consumir, sino también personalizar y compartir contenidos. «Debemos proporcionarles valor y las herramientas para que sientan que también usan su propia creatividad», defendió. La *gamificación* se propuso como una vía innovadora para atraer a los jóvenes.

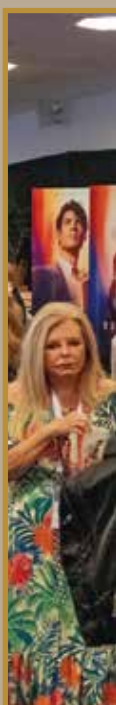
El panel “IA y compromiso de la audiencia” analizó cómo esta nueva tecnología puede ayudar a llenar salas. Till Cusmann, VP Client Success de Vista Group e International Director de ICTA, señaló que la IA se convierte en el programador, el acomodador digital, el diseñador y el grupo en un solo signo. «En hospitalidad, los *checkboxes* ahora tienen más del 60% de intercambios clientes con una satisfacción muy alta. En *retail*, la personalización ha aumentado la conversión en venta real hasta un 30%», ilustró. Los cines no es que dispongan de más datos, ya llevan tiempo allí, sino que la IA puede analizarlos a velocidad de vértigo para extraer conclusiones. Rob Lea, Head of Screen Content & Pricing de Vue Entertainment, apuntó: «Combinamos datos de *ticketing*, APIs y técnicas de análisis para saber todo lo que ocurre en un cine específico. La película *Moneyball* fue una gran inspiración para nosotros. ¿Cómo podemos usar la analítica para mejorar la toma de decisiones?». Para tranquilizar a los inquietos programadores de cines, remató: «Aunque la IA y los algoritmos son clave, el

El pasillo que conduce el auditorio estaba decorado con los lanzamientos de las *majors*. A veces, CineEurope, con sus espectaculares proyecciones, parece un parque temático psicodélico



sistema depende de la intervención humana: un equipo de expertos ve las películas, pronostica el rendimiento, selecciona títulos comparables y todo eso es fundamental para optimizar la programación».

Finalmente, en el panel “IA y los cines”, se mostró una versión positiva y práctica. Clarissa Bergh, Managing Director de Lillehammer Kino, compartió su experiencia: «Soy la directora de un cine en una pequeña ciudad en Noruega. Y cuando se maneja una pequeña sala, tienes muchos roles. Siempre busco formas de simplificar y ser mejor, hacer mis días más eficientes. Así que recientemente empecé a usar ChatGPT como un método para cuando compro las películas, creando *captions* para diferentes grupos. Puedo decirle lo que pienso de una película y obtengo una buena *caption* al vuelo, que puedo copiar y pegar. Esto, por supuesto, me ha ahorrado mucho tiempo en mi semana laboral». Dev Sen, cofundador y CTO de Cinelytic, puso el acento en el fu-



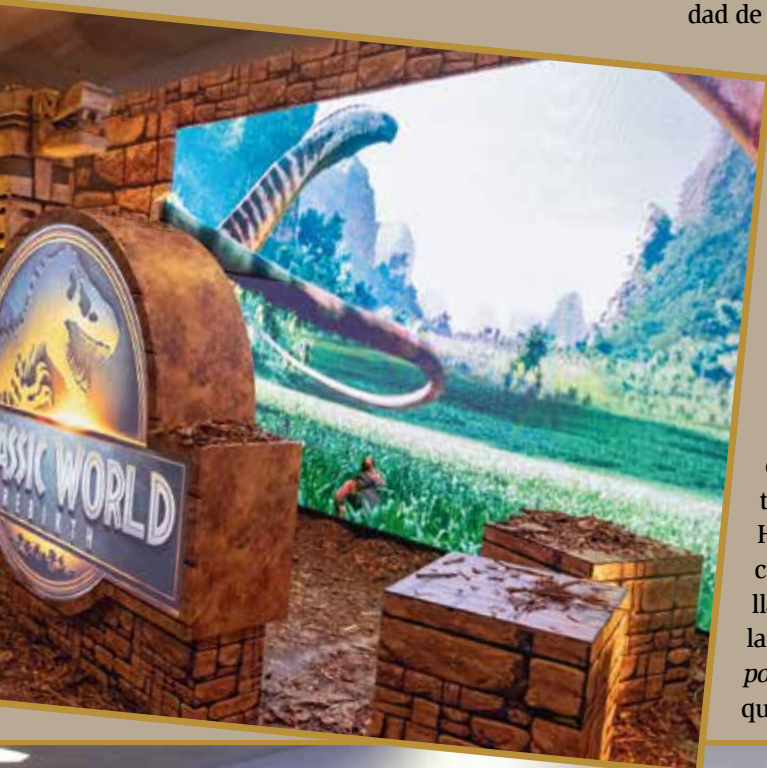


turo de la producción: «Nuestra compañía contiene tres motores de IA para el análisis de proyectos. Ayudamos a determinar los mejores presupuestos para las películas, cuáles deberían recibir luz verde y cuáles no, y también asistimos en decidir qué talento debería ser desarrollado. Ofrecemos un informe que analiza literalmente, tal vez 10.000 o 20.000 guiones al año. Esto es un verdadero avance».

EL PODERÍO DE HOLLYWOOD

En el inmenso auditorio del CCIB, las presentaciones de las *majors* rivalizaron en espectacularidad. Aunque los ejecutivos insistían en todos sus discursos en la creatividad de sus proyectos, la realidad es que las

apuestas más fuertes son de IP ya conocidas en un Hollywood con dificultad para crear productos originales. Una vez más, la palma de la creatividad se la llevó Paramount con Mark Viane, Presidente, International Theatrical Distribution. Con el estreno a finales de agosto del *reboot* de *Agárralo como puedas* con Liam Neeson y Pamela Anderson, como inspiración, volvieron a arrancar aplausos con un clip de presentación. Mientras los exhibidores se quejan de que Hollywood ha olvidado la comedia, cuestión relevante que merece detallado análisis, el “grito de guerra” de la distribuidora de *Sonic*, *Misión imposible* y *Gladiator* era, precisamente, que “la comedia está de vuelta”. Tam-



bién apuestan por el thriller, *Running Man* (7 de noviembre) o la animación con una película de *Bob Esponja* para Navidad. Y en 2026, vuelven *Scream* y las Tortugas Ninja. Andrew Cripps se estrenó como anfitrión de Disney con la compañía rozando el cielo después de los éxitos sucesivos de *Deadpool* y *Lobezno*, *Del revés 2*, *Viana 2*, *Mufasa* y *Captain America*. En plena forma, la compañía del ratón Mickey presume de que con sus siete sellos, de Pixar a Marvel pasando por Lucasfilm y Searchlight, tiene de todo para todos los gustos. Apuesta fuerte por el regreso de *Tron*, titulado *Ares*, en septiembre; *Zootropolis 2*, a finales de noviembre o el plato más fuerte, un nuevo *Avatar*; *Fire and Ash*, para Navidad cuyas primeras imágenes vistas en Barcelona avanzan un episodio más oscuro y visualmente fascinante. Para 2026, grandes lanzamientos como *Toy Story 5* o *Avengers: Doomsday*. Sobre el escenario, Cripps insistió mucho en que «Disney es la compañía con la ventana más larga».

Warner va con viento de cola este 2025 después del gran éxito de *Una película de Minecraft*, *Destino final* y sobre todo en Estados Unidos, *Sinners*. Pudo verse media hora de su gran apuesta, *Superman*, con James Gunn pilotando la nave. Para septiembre, arrancando con el regreso, y punto final, a la saga *El conjuro*, y ya a finales, *Una batalla detrás de la otra*, de Paul Thomas Anderson con Leonardo DiCaprio. Para la temporada de premios, en febrero, una nueva *Cumbres borrascosas* con Margot Robbie y Jacob Elordi soltando chispas. Y ese mismo mes, vuelve *El gato con el sombrero* en animación.

Universal, por su parte, apostó a fondo por promocionar *Jurassic World*, un regreso a los orígenes de la saga que ha sido todo un éxito del verano. Para el resto del año, algunos títulos de gran potencial como *Downton Abbey*, que llega a su “gran final”, en octubre; a finales de ese mismo mes la secuela de *Black Phone* con un Ethan Hawke terrorífico y en Navidad pueden triunfar por todo lo grande con la secuela, y punto final a *Wicked* (titulada *For Good*), o el regreso en diciembre de *Five Night's at Freddy's*. Finalmente, Sony, tras un verano frenético con títulos como *Sé lo que hicisteis el último verano* o *Karate Kid: Legends*, lo dará todo en Navidad con *Scarlet* (12 de diciembre), animación japonesa, y *Anaconda*, el día de Navidad, el regreso de la temible serpiente. Y de regalo, una mochila.



PORTUGAL: UN PEQUEÑO MERCADO AMERICANIZADO

CON 10,6 MILLONES DE HABITANTES, 12 MILLONES DE ESPECTADORES EN 2024 Y UNA CUOTA DE CINE NACIONAL DEL 4% EN 2024, PORTUGAL ES UN MERCADO PEQUEÑO. SIN EMBARGO, DESDE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS SE HA IDO IMPULSANDO EL CINE LOCAL, HASTA LLEGAR A DUPLICAR LA CUOTA RESPECTO A 2023, Y CON LÍNEAS DE APOYO AL CINE QUE AUMENTAN CADA AÑO. EL OBJETIVO ES HACER CRECER LA INDUSTRIA EN UNA TAQUILLA MUY DEPENDIENTE DE HOLLYWOOD

por José Suay



Según el Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), el homólogo portugués del ICAA español, el número de espectadores en los cines portugueses cayó un 3,8% en 2024 respecto al año anterior, hasta los 11,8 millones. Sin embargo, la recaudación en taquilla se mantuvo estable, con un aumento del 0,4%, pasando de los 72,9 millones de euros en 2023, a 73,2 millones de euros en 2024. Tal y como explica el organismo, este ligero crecimiento obedece al aumento de precios de las entradas en el país, cuyo coste oscila hoy en día entre los 6 y los 8 euros.

Los mejores datos registrados en Portugal el año pasado se dieron en diciembre, coincidiendo con la época de los estrenos navideños. De hecho, se convirtió en el mejor mes de diciembre desde 2018, con un aumento del 27,1% de espectadores respecto al mismo periodo de 2023. Pese a estos grandes resultados

a finales de año, el ICA señala que no sirvieron para compensar las pérdidas en la venta de entradas de salas de todo el año en su conjunto. Como explica el organismo, los 11,8 millones de espectadores registrados en 2024 no solo están por debajo de las cifras de 2023, sino que son significativamente inferiores a los 15,5 millones alcanzados en 2019, el año inmediatamente anterior a la pandemia de Covid-19.

Desde la vuelta a los cines tras la pandemia, la afluencia a las salas en el país lusitano había ido aumentando progresivamente. Según el ICA, en 2022, 9,5 millones de espectadores fueron a los cines, recaudándose 55,3 millones de euros en taquilla. En cambio, en 2021 hubo 5,4 millones de espectadores y 30,6 millones de euros. Esto significó un aumento del 75% en espectadores y del 80% en taquilla. Por lo tanto, 2024 marcó un

DATOS BÁSICOS DEL MERCADO DE PORTUGAL VERSUS ESPAÑA

	POBLACIÓN	REC.TOTAL 2024	REC.TOTAL 2023	NÚMERO DE CINES	NÚMERO DE PANTALLAS	CUOTA CINE LOCAL 2024
Portugal	10.639.726	73,2M€	72,9M€	190	569	4%
España	49.153.849	479,9M€	490,2M€	760	3.562	17,50%

Fuente: ICA y RTP Portugal

estancamiento en taquilla en Portugal tras el subidón vivido en 2023, cuando se pasó a una recaudación de 72,9 millones de euros. Por su parte, en 2019, el año anterior a la pandemia, se registraron 15,5 millones de espectadores y se generaron 83,2 millones de euros de ingresos en taquilla, cifras que quedan aún muy lejos.

LA FUERZA DEL CINE NORTEAMERICANO

Con una cuota del cine local en 2024 del 4% (Tabla 1), Portugal es uno de los mercados europeos más dependientes de los estrenos norteamericanos. Esto queda reflejado en el Top-10 de las películas que más recaudaron en 2024 (Tabla 2), compuesto íntegramente por cintas provenientes de Hollywood, con *Del revés 2* a la cabeza con 1,3 millones de espectadores, seguida de *Deadpool* y *Lobezno*, donde llama la atención la comparativa con la película que copa el ranking, pues con 611,59 espectadores, recaudó prácticamente la mitad que la cinta de Pixar. Esta tendencia se sigue apreciando en lo



Una película de Minecraft ha arrasado con 3,3 millones hasta el 25 de junio

que llevamos de 2025, ya que su Top-10 provisional (Tabla 3) sigue estando protagonizado por películas de producción anglosajona, salvo una destacada excepción: *Aún estoy aquí*, tercera del ranking con 2,3 millones de espectadores. Se trata, sin embargo, de un caso muy particular, ya que la cinta brasileña -hablada en portugués- ganó el Oscar a la Mejor

Película Internacional, lo que sin duda impulsó en el país vecino el interés por la película.

UNA CUOTA LOCAL QUE SE DUPLICA

Pero más allá de estos datos, la tendencia del cine local no es mala. Como refleja RTP, la empresa de radiodifusión pública de Portugal, medio millón de portugueses fueron al cine en 2024 a ver películas nacionales. Esto contribuyó a que la cuota local creciera significativamente con respecto a 2023, hasta llegar a duplicarse y alcanzar ese 4%.

En total, el año pasado estrenaron en cines 71 películas portuguesas, o coproducciones con empresas nacionales. El filme *Balas e Bolinho: Só mais uma Coisa* fue el más visto, registrando la mitad del medio millón de espectadores que fueron a ver cintas nacionales. Además, *Podia Ter Esperado por Agosto*, de César Mourão, *Viva e Deixe Andar* de Miguel Cadilhe, *Revolução Sem Sangue*, de Rui

Pedro Sousa, *A Semente do Mal*, de Gabriela Abrandes, y *Grand Tour*, de Miguel Gomes, fueron las cinco películas restantes que lograron superar la barrera de los 10 mil espectadores.

España sí contó en 2024 con mayor variedad de grandes éxitos locales, como *Padre no hay más que uno 4* (13,4M€) o *La infiltrada* (8,1M€), sumando una cuota local del 17,5% que cuatriplica la ➤

Lilo y Stitch, un éxito con 3,2 millones hasta el 25 de junio



Aún estoy aquí ha triunfado este 2025 con 2,3 millones





Balas & Bolinhos, éxito local de 2024 con casi 250 mil espectadores

portuguesa. Pero hay que tener en cuenta que es injusto comparar la taquilla local de un país de 10,6 millones de habitantes con uno de 49, a lo que hay que sumar sus 190 cines y 569 pantallas contra los 760 y 3.562 del nuestro.

AYUDAS DEL ICA A LA PRODUCCIÓN QUE AUMENTAN AÑO POR AÑO

La producción cinematográfica en Portugal depende en gran medida del apoyo estatal, y muy pocas películas (sobre todo largometrajes) se realizan sin la financiación del ICA o la RTP, la radiotelevisión pública. En un período de ocho años, el número de licitaciones ha aumentado, así como la cantidad total de fondos distribuidos por el ICA (de 14,7 millones de euros en 2014 a 22,9 millones de euros en 2022). Y al igual que en España, la compañía de televisión pública RTP esta obligada a producir o coproducir películas. Cadenas privadas, como SIC y TVI, han participado desde su creación a principios de la década de 1990 en la producción y coproducción cinematográfica, aunque no en la misma medida que RTP.

Como ocurre en nuestro país con las ayudas del ICAA, la Ley del Cine de Portugal establece la responsabilidad del ICA de otorgar anualmente el apoyo financiero a través de dos convocatorias públicas dirigidas, en este caso, a la producción de películas de ficción. En cada concurso, la selección de los proyectos es realizada por un jurado, aprobado anualmente

por la SECA - Sección Especializada de Cine y Audiovisual del Consejo Nacional de Cultura. Así, el ICA es el encargado de decidir la asignación de los montos financieros, de acuerdo a la lista ordenada de clasificación de los proyectos, aprobada por dicho jurado. También es el responsable de seguir y evaluar de la aplicación de este apoyo.

En la convocatoria de 2024, el ICA destinó 2,8 millones de euros en la primera convocatoria de ayudas a la producción de largometrajes de ficción, mientras que en la segunda concedió 2,1 millones de euros, lo que suma un total de 4,9



millones de euros. Por su parte, el ICAA en España repartió entre sus dos procedimientos de ayudas generales de 2024 casi 62 millones de euros, una diferencia significativa pero proporcional teniendo en cuenta la población, así como la cuota del cine local en ambos países.

Por otro lado, según un anuncio de Ministerio de Cultura Portugués, el ICA abrió 29 concursos para el programa de apoyo al cine y audiovisual en 2024, con una dotación total de 29.650.000 de euros. Este importe abarca todo el espectro, desde las ayudas a cintas de ficción, documental y animación, pasando por ayudas al desarrollo de guiones, distribución, exhibición, óperas primas, internacionalización de películas, festivales, etc. Asimismo, el ICA ha promovido una iniciativa de incentivos fiscales para atraer la producción cinematográfica a Portugal desde 2018, financiada por el Fondo de Turismo y Cine. Aunque tradicionalmente no se ha considerado un país favorable para el rodaje de películas, Portugal ha logrado una recuperación en los últimos años. Según un informe oficial del ICA, en la primera fase de esta política (2018-2020), 48 solicitantes seleccionados (de 97) se beneficiaron de un reembolso en efectivo de 15,3 millones de euros. 16 de estos proyectos eran portugueses.



Vive e deixa andar tuvo más de 30 mil espectadores en 2024

TOP 10 PORTUGAL 2024

Nº	TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN TOTAL
1	Del revés 2	19/06/24	NOS Lusomundo Audiovisuais	1.322.634	7.964.903,87
2	Deadpool y Lobezno	25/04/24	NOS Lusomundo Audiovisuais	611.597	4.156.987,59
3	Gru 4. Mi villano favorito	04/07/24	Cinemundo	528.528	3.095.360,56
4	Vaiana 2	28/11/24	NOS Lusomundo Audiovisuais	489.045	2.949.711,36
5	Romper el círculo	08/08/24	Big Picture 2 Films	378.588	2.370.922,59
6	Gladiator II	14/11/24	NOS Lusomundo Audiovisuais	323.346	2.206.514,39
7	Cualquiera menos tú	19/01/24	Big Picture 2 Films	317.953	1.955.924,54
8	Dune: Parte Dos	01/03/24	Cinemundo	317.496	2.375.234,57
9	Kung Fu Panda 4	07/03/24	Cinemundo	314.189	1.828.863,02
10	Mufasa: El rey león	20/12/24	NOS Lusomundo Audiovisuais	260.555	1.712.589,34

Fuente: ICA

TOP 10 PORTUGAL 2025 (HASTA 25 DE JUNIO)

Nº	TÍTULO	FECHA ESTRENO	DISTRIBUIDORA	RECAUDACIÓN TOTAL
1	Una película de Minecraft	03/04/25	Cinemundo	3.340.955,25
2	Lilo & Stich	22/05/25	NOS Lusomundo Audiovisuais	3.182.533
3	Aún estoy aquí	16/01/25	Big Picture Films	2.365.742,75
4	Misión Imposible: Sentencia final	22/05/25	Paramount Pictures International	1.608.308,10
5	Blancanieves	20/03/25	NOS Lusomundo Audiovisuais	1.216.891,44
6	Capitán América: Brave New World	13/02/25	NOS Lusomundo Audiovisuais	1.084.722,10
7	Thunderbolts*	01/01/25	NOS Lusomundo Audiovisuais	820.810,37
8	Paddington: Aventura en la selva	23/01/25	Big Picture Films	806.994
9	A Working Man	27/03/25	Cinemundo	708.681,09
10	Amateur	10/04/25	NOS Lusomundo Audiovisuais	656.034,79

Fuente: Box Office Mojo

Deadpool y Lobezno triunfó en 2024 con 4,15 millones



© Shutterstock (1), courtesy of Warner Bros. (1), Disney (2), Sony (1), NOS Audiovisuais (1), Universal Pictures (1), Big Pictures Films (1)

Gru 4 fue un gran éxito en 2024 con más de tres millones de euros



CINE VERSUS STREAMING: EL ÉXITO EN SALAS IMPULSA LOS VISIONADOS

SEGÚN UN INFORME DEL OBSERVATORIO EUROPEO AUDIOVISUAL, LAS PELÍCULAS EUROPEAS LOCALES FUNCIONAN MEJOR EN CINES QUE EN PLATAFORMAS Y DE OTROS PAÍSES EUROPEOS, *ONLINE*, DONDE ESTADOS UNIDOS EJERCE SU DOMINIO. EL ÉXITO EN SALAS IMPULSA EL VISIONADO EN *STREAMING* PERO NO GARANTIZA UN RESULTADO TAN ESPECTACULAR EN UN MERCADO MENOS POLARIZADO

por Begoña Donat

Las complejas relaciones entre cines y plataformas hacen correr ríos de tinta y el Observatorio Europeo Audiovisual trata de averiguar una cuestión crucial como si los *streamers* se benefician, o salen perjudicados, del éxito de una película en salas. Se trata de analizar la relación entre ambos *players* para ver cómo los cines, viejos sí, pero también con solera y el prestigio del Cine con mayúsculas, pueden impulsar el consumo *online* de títulos. En una oferta *online* mucha más amplia que en cines, el mercado está menos polarizado en determinados títulos y aunque un buen resultado en taquilla incentiva los visionados, no garantiza un resultado espectacular. Todo ello en un panorama marcado por el dominio del audiovisual de Estados Unidos, que se hace aun más fuerte en *streaming* y donde el cine europeo de otros países comunitarios se ve más en casa y el local en pantalla grande.

En el informe *El impacto de las entradas de cine en el uso del SVoD* se detallan los patrones de consumo en Alemania, España, Finlandia, Francia, Dinamarca, Italia, Países Bajos, Polonia y Suecia. Para realizar este estudio (tabla 1) el período de referencia para el video bajo demanda abarca del 1 de septiembre de 2022 a la misma fecha

de 2023. El número de títulos incluidos en este segmento han sido 21.861, de los que 2.569 proceden de España. Incluyendo el parámetro de las entradas de cine, las comparaciones entre resultado en salas y SVoD se acotan de enero a diciembre de 2022. En este caso, la cifra global es de 10.698 largometrajes examinados, 2.048 de factura española.

Finalmente, en los análisis de correlación, el período estudiado abarca películas estrenadas entre 1996 y 2023. El informe trata de dar respuesta a cinco cuestiones. En primer lugar, a cómo se comparan los patrones de consumo de películas en cines y en SVoD en términos de origen de las producciones y concentración. En segundo, al comportamiento en video a la carta de las 100 películas más vistas en los cines desde 1996. A esta cuestión le sigue la duda de

si el estreno en cines nacionales afecta a la visualización en plataformas en el mismo país. A continuación, para precisar las conclusiones, se trata de resolver si las películas que no se han estrenado en un país siguen funcionando mejor que otras en SVoD. Por último, se indaga en la correlación entre las entradas de cine en un país y el tiempo de visualización en plataformas.

LAS SALAS ABRAZAN EL CINE DOMÉSTICO

Los principales resultados del estudio apuntan a que, como vemos en la tabla 2, en general, los largometrajes producidos en la Unión Europea acaparan una mayor proporción de entradas de cine (28%) que de consumo de SVoD (22%). A este respecto, las películas domésticas tienden a tener un mejor resultado en salas, mientras que las europeas producidas en otros países funcio-

Tabla 1

LÍMITES		- El análisis se basa en una limitada selección de trabajos	
Número de títulos incluidos en el tiempo de visionado de SVOD Sept. 2022- Sept. 2023. Por país		Número de títulos en los datos de espectadores Enero 2022-Dic. 2022. Por país	
COUNTRY	FILM	COUNTRY	FILM
DE	4.459	DE	4.459
DK	1.564	DK	1.564
ES	2.569	ES	2.569
FI	1.228	FI	1.228
FR	2.441	FR	2.441
IT	2.611	IT	2.611
NL	2.264	NL	2.264
PL	2.281	PL	2.281
SE	2.444	SE	2.444
Gran Total	21.861	Gran Total	21.861

Fuente: OBS basada en datos de Goldmedia

Fuente: LUMIERE

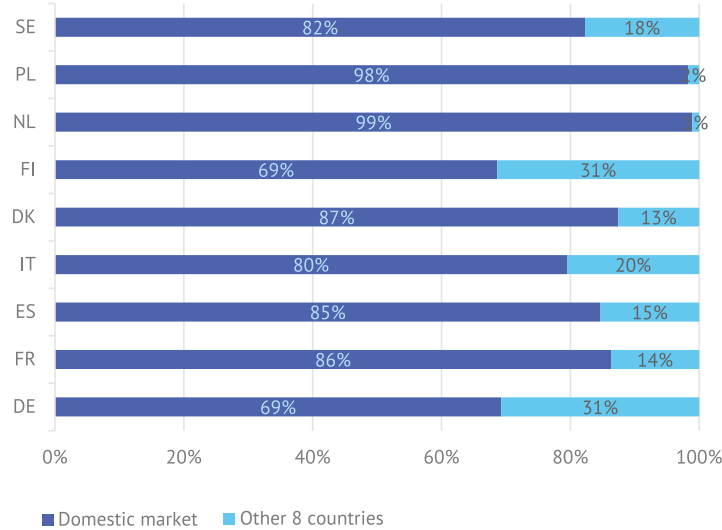
Solo 8.916 títulos estuvieron disponibles a la vez en cines y SVOD en el mismo país.

- Los datos de visionado se recopilaron a través de encuestas en la mayoría de países (ex. Alemania) lo que limita la calidad y exhaustividad de la muestra

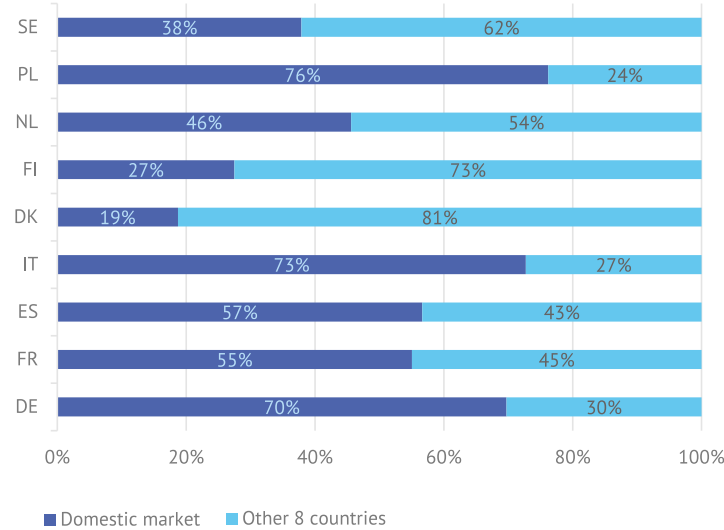
Tabla 2

EL CONSUMO DE FILMES NACIONALES DIFIERE BASTANTE EN EU9 EN TÉRMINOS DE CINES Y SVOD

- Excepto en Alemania, los títulos se consumen más en el país de producción en los cines que en SVOD
- Los títulos daneses y polacos se consumen de manera casi exclusiva en el mercado nacional (99% en ambos países)
- Las películas danesas, suecas y de Países Bajos generan más tiempo de visionado fuera de sus mercados nacionales



CINEMA - División de espectadores por mercado y país



SVOD - División de tiempo de visionado por mercado y país

Fuente: European Audiovisual Observatory analysis of Goldmediaand LUMIERE data

nan mejor en video bajo demanda. Esta peculiaridad queda plasmada en los catálogos de las plataformas. Eso sí, también existen fuertes variaciones entre los nueve países de estudio en cuanto a la brecha de cuota de mercado de las películas de la UE en cines y en video bajo demanda. En el caso de España, en el circuito de cines, las películas nacionales recaudan la mayor parte de sus ganancias totales en el propio territorio, un 85% contra un 15%. Sin embargo, en cuanto al visionado en plataformas, el resultado está mucho más repartido y los títulos patrios acumulan un número local de visionados superior un 57%, pero el 43% que queda se produce en el resto de Europa. O sea,

el audiovisual español se consume mucho más en el resto de la UE *online* que en salas. En general, al igual que en España aunque con diferencias entre unos países y otros, las películas locales se amortizan mejor en el propio país cuando se lanzan en cines que cuando se distribuyen en plataformas. De esta manera, recaudan un 84% de su total en la taquilla local mientras *online* acumulan un 62% de los visionados contra un 38% en otros países europeos. Otros informes del Observatorio ya muestran que, de media, las películas de la UE se estrenan en un mayor número de países en SVoD que en cines. Esto se traduce en una mayor audiencia en el mercado europeo que no es el nacional. Esta observación se aplica a todos los países de la muestra, excepto a Alema-

nia, donde la proporción de entradas de cine no doméstico y de visionado en SVoD es similar.

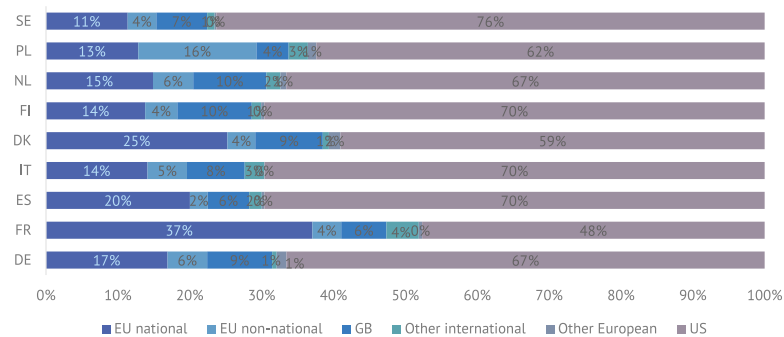
EL DOMINIO DE ESTADOS UNIDOS

En lo que se refiere al gigante de Hollywood, sus títulos tienen de media un porcentaje de tiempo de visualización en SVOD similar al de las salas (60% frente al 61%) como vemos en la tabla 3. Eso se traduce que en general, el audiovisual estadounidense ejerce un dominio similar en el contenido visualizado en plataformas que en salas. Entre los nueve países analizados, Francia tiene la menor proporción de entradas para películas estadounidenses (48%), pero es uno de los pocos países donde su proporción es mayor en SVOD que

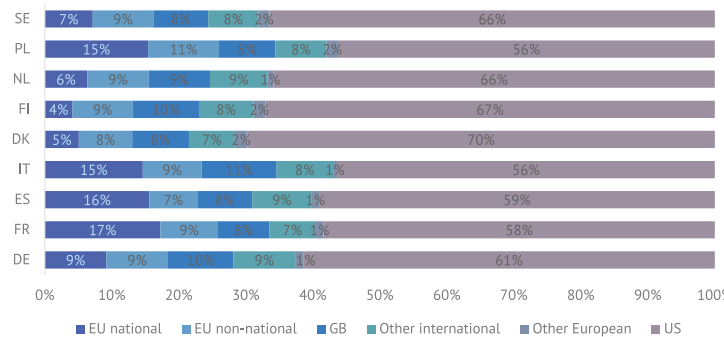
Tabla 3

LOS TÍTULOS NACIONAL PRESENTAN UNA CUOTA SUPERIOR EN CINES QUE EN SVOD

- Francia tiene la cuota más baja de espectadores de títulos de EEUU (48%) pero es uno de los pocos países en el que la cuota de títulos de EEUU es superior en SVOD que en cines
- En Dinamarca, la cuota de películas nacionales presenta la mayor caída de espectadores de cine a SSVOD (20%)
- En Polonia e Italia, la cuota de consumo de títulos nacionales es superior en SVOD que en cines



CINEMA - División de espectadores por origen y por país. En % de espectadores totales. EU9



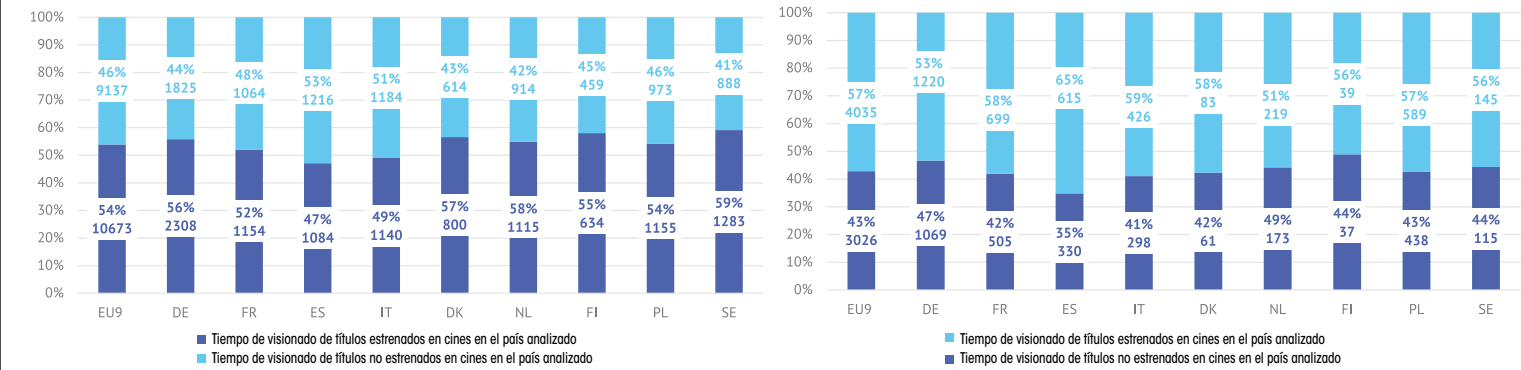
SVOD - División de tiempo de visionado por origen y por país. En % de tiempo total de visionado. EU9

Fuente: European Audiovisual Observatory analysis of Goldmediaand LUMIERE data

Tabla 4

FILMES ESTRENADOS EN EL PAÍS DE SERVICIO OBTUVIERON MÁS TIEMPO DE VISIONADO

- A través de toda la muestra, el 46% de las obras analizadas fueron estrenadas en cines en el país de servicio y sumaron un 57% del tiempo total de visionado
- Suecia y Dinamarca son los países donde títulos estrenados en cines generan más tiempo de visionado en comparación con su porcentaje en catálogo



OBRAS ANALIZADAS - Porcentaje de obras analizadas en cines vs no estrenadas en cines en el país de servicio, por país.
En % el número de títulos, filmes estrenados en 1996 o después, todos los orígenes

TIEMPO DE VISIONADO - Porcentaje de tiempo de visionado para películas estrenadas en cines y no estrenadas en cines en el país de servicio, por país.
En % millones de horas de tiempo de visionado, filmes estrenados en 1996 o después, todos los orígenes

Fuente: Análisis de European Audiovisual Observatory de datos de Goldmedia y LUMIERE

en cines (58%), lo cual significa que está prácticamente tan “americanizada” online como el resto de Europa. Veamos el caso de España, que consume un 70% de películas procedentes del país de las barras y estrellas en gran pantalla, pero baja a un 59% en video bajo demanda. Otro aspecto destacable a este respecto es que el visionado de películas en SVoD, cualquiera que sea su origen, está mucho menos concentrado en determinados títulos que el mercado de las salas de cine.

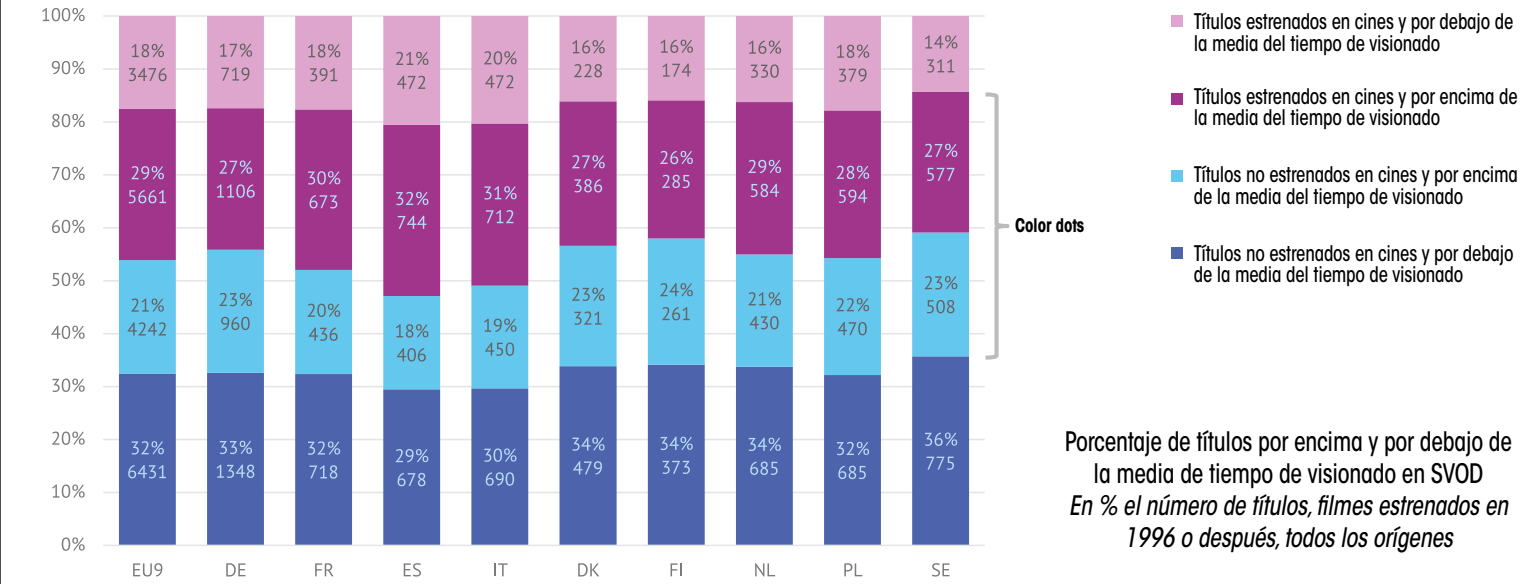
Por otra parte, como vemos en la tabla 4, el éxito en los cines no se corresponde necesariamente con una alta demanda en SVoD, ya que, a pesar de que la mayoría de los 100 títulos más taquilleros desde 1996 están disponibles en las plataformas, menos del 20% destaca entre los 100 largometrajes más vistos online. Esto es, las películas que han arrasado en los cines tienen una segunda vida en SVOD, pero un éxito de taquilla no se corresponde necesariamente con un exitazo en streaming en un mercado menos polarizado.

En el caso de las superproducciones europeas este rasgo aparece todavía más acentuado: los grandes éxitos de taquilla del Viejo Continente desde 1996 tienen aún menos probabilidades de llegar a la lista de las películas europeas más vistas en SVoD. Por un lado, hay menos películas europeas disponibles a la carta y, cuando lo están, difícilmente se encaraman al top 20. Eso sí, las películas estrenadas en salas obtienen mejores resultados en video bajo demanda en comparación con las otras. En los nueve mercados del estudio, los filmes

Tabla 5

FILMES ESTRENADOS EN CINES EN EL PAÍS DE SERVICIO ES MÁS PROBABLE QUE SUPEREN LA MEDIA DE TIEMPO DE VISIONADO EN SVOD

- Filmes estrenados en cines en el país de servicio es más probable que superen la media de tiempo de visionado en SVOD que la media de títulos no estrenados en cines
- España tiene la mayor tasa de títulos estrenados en cines y por encima de la media



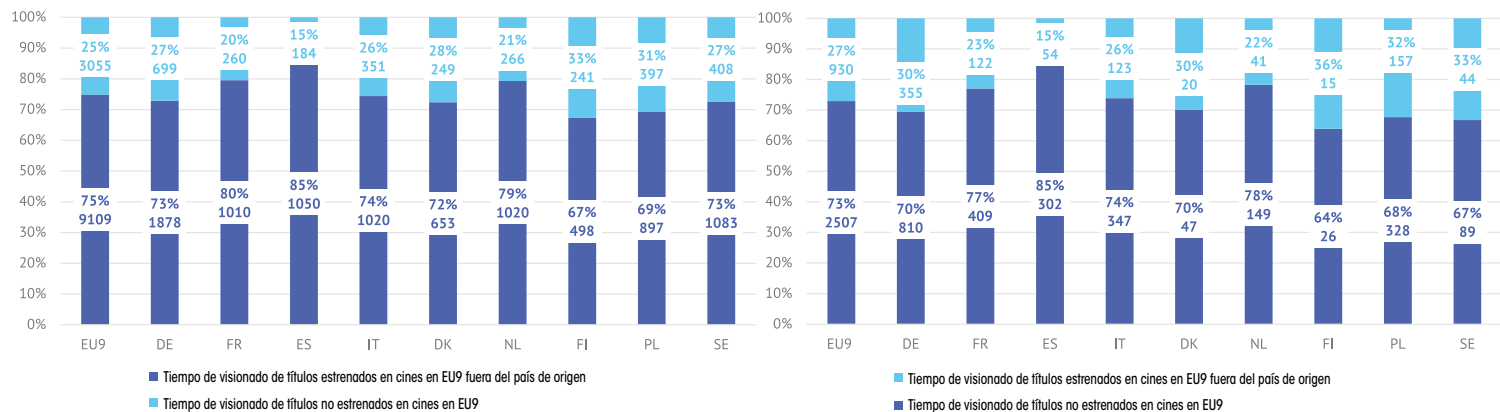
Porcentaje de títulos por encima y por debajo de la media de tiempo de visionado en SVOD
En % el número de títulos, filmes estrenados en 1996 o después, todos los orígenes

Análisis de European Audiovisual Observatory de datos de Goldmedia y LUMIERE

Tabla 6

EL ESTRENO EN CINES EN OTRO PAÍS TAMBIÉN PARECE TENER UN IMPACTO POSITIVO EN EL TIEMPO DE VISIONADO EN SVOD

- A través de toda la muestra, el 25% de las obras fueron estrenadas en cines en al menos un país de la muestra (excepto el país de servicio) pero sumaron un 27% del tiempo de visionado
- Excepto en España e Italia, filmes estrenados en otro país obtuvieron más tiempo de visionado que aquellos que no lo fueron



OBRAS ANALIZADAS - Porcentaje de obras analizadas en cines en al menos un país de la muestra excepto el país de servicio vs obras no estrenadas en cines en EU9 por país.

En % y número de títulos, todos los orígenes

TIEMPO DE VISIONADO - Porcentaje de tiempo de visionado para títulos estrenados en cines en al menos un país excepto el país de servicio y títulos estrenados en cines en EU9 por país.

En % y millones de horas de tiempo de visionado, todos los orígenes

Source: European Audiovisual Observatory analysis of Goldmediaand LUMIERE data

que se vieron en los cines representan el 46% de las películas en video bajo demanda, pero en contraste, suman un 57% del tiempo de visualización. Los países que se llevan la palma en este aspecto son Suecia y Dinamarca.

En el caso de nuestro país, como vemos en la tabla 5, las películas estrenadas en salas desde 1996 fueron 1.216, esto es, un 53% del total, mientras que las que se lanzaron directamente *online*, suman 1.084, lo que equivale a un 47%. En contraste, el

tiempo de visionado de las películas estrenadas en salas fue 65%, frente al 35% de las que no se habían visto en la gran pantalla. Cabe también destacar que las películas estrenadas en cines pero no en los del país del servicio SVoD, tienen así mismo un rendimiento ligeramente mejor que las películas que no han tenido un estreno en salas. En este apartado, España tiene la mayor proporción de títulos estrenados en cines y por encima de la media.

Y la tabla 6 nos muestra que el estreno en los cines de otros países también parece

tener un impacto positivo en el tiempo de visualización de video bajo demanda. Lo demuestra que en toda la muestra, el 25% de las obras se estrenaron en cines en al menos un país del estudio diferente del doméstico, pero representaron el 27% del tiempo de visualización. Excepto en España e Italia, las películas estrenadas en las salas de los otros Estados tuvieron más tiempo de visualización que las que no lo fueron.

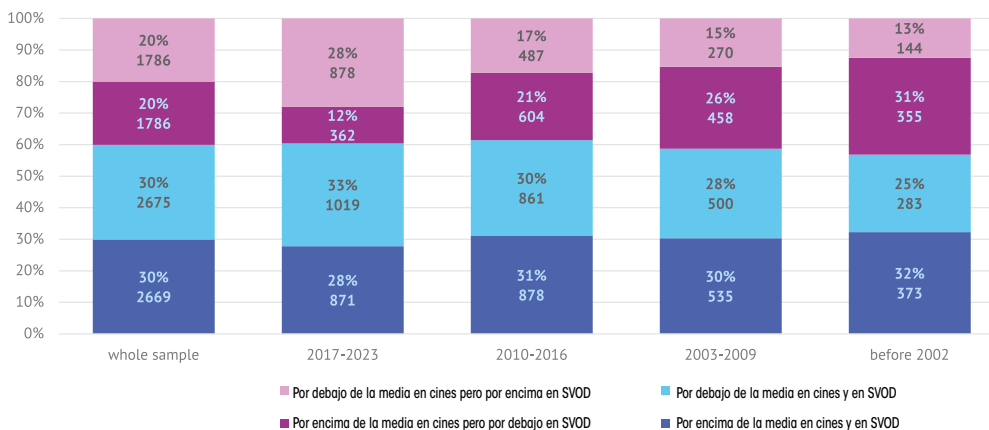
LOS TÍTULOS RECIENTES DESPIERTAN MAYOR ATENCIÓN EN LAS PLATAFORMAS

El 60% de las películas tuvieron un rendimiento similar en cines y en plataformas, como muestra la tabla 7. Es decir, o bien estuvieron por debajo de la media o por encima de la media tanto en salas como en SVoD. Por contra, únicamente un número limitado de títulos tuvo un mejor rendimiento en video bajo demanda que en los cines. El 20% de las películas de todos los orígenes y el 20% de las europeas se proyectaron por debajo de la media en las salas, pero estuvo por encima de la media en SVoD. Por último, los títulos recientes funcionan mejor en video bajo demanda que los más antiguos, incluso si tuvieron un rendimiento inferior en los cines. Las películas estrenadas antes de 2002 tienen más probabilidades de estar por debajo de la media en video bajo demanda, incluso en los casos en los que estaban por encima en cines (31%). Las películas recientes tenían más probabilidades de superar la media en SVOD, incluso si estaban por debajo de la media en cines (28%).

Tabla 7

LA FRESCURA PARECE JUGAR UN PAPEL IMPORTANTE EN EL ÉXITO EN PLATAFORMAS DE SVOD DESPUÉS DEL ESTRENO EN CINES

- Era más probable que filmes recientes estuvieran por encima de la media en SVOD aunque estuvieran por debajo de la media en cines (-28%)
- Filmes estrenados antes de 2002 era más probable que estuvieran por debajo de la media en SVOD aunque estuvieran por encima de la media en cines (31%)



TODOS LOS ORÍGENES - Porcentaje de títulos por encima y por debajo de la media en espectadores de cine y tiempo medio de visionado en SVOD.

En % y número de títulos, filmes estrenados en 1996 o después de todos los orígenes, tanto estrenos en cines y SVOD en al menos un país EU9

Fuente: European Audiovisual Observatory analysis of Goldmediaand LUMIERE data

La actriz Jennifer Aniston a los 6 años en la casa de sus padres



© Getty Images

Cinequest

Transforma tu estrategia de taquilla
con insights reales de la audiencia.



Datos basados en la audiencia

Conecta las
opiniones del público
con el rendimiento
en taquilla.



Insights sociodemográficos

Comprende quién
ve tus películas
y por qué.



Decisiones estratégicas

Refina las campañas
de marketing y optimiza
futuros estrenos.

Impulsa tus campañas con datos inteligentes.

comscore.com/es/cinequest



UNA CIUDAD PARA CONTAR GRANDES HISTORIAS ▶



- ▶ Principal centro de producción en España
- ▶ 30% incentivos fiscales y ayudas públicas
- ▶ Increíbles localizaciones con versatilidad para recrear otras ciudades
- ▶ Proveedores y empresas de servicios
- ▶ Asistencia desde la preproducción y apoyo institucional