



La industria del cine en España. Estado de la cuestión en tiempos de pandemia y pospandemia en los ámbitos de producción, distribución y exhibición.

The film industry in Spain. State of the art in times of pandemic and post-pandemic in the fields of production, distribution and exhibition.



Videopresentación

Lic. Antonio Carballo Sánchez

Editor de las revistas Cineinforme y Teleinforme. Servicio de Documentación Multimedia, Universidad Complutense de Madrid, España
editor1@cineytele.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3363-0415>

Recibido: 16 de marzo de 2022.

Aceptado: 9 de abril de 2022.

Publicado: 30 de junio de 2022.

Received: March 16th, 2022.

Accepted: April 9th, 2022.

Published: June 30th, 2022.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.

DOI: <https://doi.org/10.21555/rpc.v4i1.2553>

Cómo citar: Carballo Sánchez, A. (2022). La industria del cine en España. Estado de la cuestión en tiempos de pandemia y pospandemia en los ámbitos de producción, distribución y exhibición. *RPC*, 4(1), 70–83. <https://doi.org/10.21555/rpc.v4i1.2553>

RESUMEN

Se plantea detalladamente el estado de la cuestión que presenta la industria del cine en España en sus ámbitos específicos de producción, distribución y exhibición. El autor desarrolla pormenorizadamente la situación del cine en España, y a continuación también la situación de la televisión en su vertiente estrechamente relacionada con el cine. Posteriormente se reproducen algunas entrevistas realizadas a los protagonistas más representativos de la industria del cine, personificados en productores, distribuidores y exhibidores. El trabajo

remite más adelante a referencias muy numerosas publicadas en el portal CineyTele.com sobre pandemia y postpandemia tanto en el ámbito español como iberoamericano en su conjunto, finalizando con una bibliografía básica sobre la temática desarrollada.

Palabras-clave: Industria cinematográfica, producción cinematográfica, distribución cinematográfica, exhibición cinematográfica, pandemia, Cineinforme, Teleinforme.

ABSTRACT

The state of the art of the film industry in Spain in its specific areas of production, distribution and exhibition is presented in detail. The author develops in detail the situation of cinema in Spain, followed by the situation of television in its aspect closely related to cinema. This is followed by interviews with some of the most representative protagonists of the film industry, in the form of producers, distributors and exhibitors. The work then refers to numerous references published on the CineyTele.com portal on pandemics and post-pandemics both in Spain and Latin America as a whole, and ends with a basic bibliography on the subject developed.

Keywords: Film industry, film production, film distribution, film exhibition, pandemic, Cineinforme, Teleinforme.

EL CINE EN ESPAÑA

El autor, en su condición de editor de varios de los medios más representativos de la industria audiovisual española (Cineinforme, Teleinforme, Cineytele.com), remite en epígrafes siguientes a la situación real del cine -producción, distribución, exhibición- en España. Se completa el trabajo con una referencia a la situación de la industria televisiva en su estrecha relación con la industria cinematográfica. Se sugieren, en suma, soluciones para superar o al menos contrarrestar en lo posible los efectos de la pandemia en el cine y en la televisión en España, abordándose cuestiones fundamentales diversas en torno al audiovisual español (Cineinforme; Teleinforme; CineyTele.com, 2022).

Los españoles se encuentran entre los ciudadanos de los países con mayor consumo de entretenimiento cinematográfico. Antes de la llegada de la televisión en 1956, España contaba con una población cercana a los 30 millones de personas y se vendían 400 millones de entradas de cine. Los españoles de entonces iban al cine más de 10 veces por año.

En 2019, a pesar de las infinitas opciones de ocio que ofrecen las sociedades occidentales más avan-

zadas, en España se vendieron 100 millones de entradas de cine con una población de unos 45 millones de habitantes. Se ha descendido de 400 millones a 100 millones a pesar de la televisión, el fútbol, los deportes en gimnasios o al aire libre, los week-ends en la segunda vivienda, las discotecas. La climatología española invita a salir fuera y a relacionarse ampliamente.

En el caso del cine, este gran consumo mantuvo durante más de 100 años muy activa a la distribución y, por supuesto, a la producción. La rotura de la tendencia al alza se rompió bruscamente con la llegada del virus procedente de China y los dos meses de confinamiento casi absoluto que decretó el gobierno en la primavera de 2020.

El Consejo de Europa ha asignado a España 140.000 millones de euros. El ministerio de Economía español ha puesto en marcha el denominado Hub Audiovisual, plan dotado con 1.600 millones de euros que supera de forma astronómica a todo el presupuesto acumulado para el Cine a lo largo de los últimos 20 años.

¿Qué cantidad de ese capital va a ser administrada por el ministerio de cultura español? ¿Se va a

mantener la idea de inyectar fondos europeos exclusivamente en las tres líneas anunciadas por el gobierno español? Las dos alternativas que plantea la segunda pregunta se analizan a continuación:

- a. Si se acepta obedientemente apoyar sólo a las empresas que presenten planes relacionados con la digitalización, la ecología o la igualdad de género, tal y como indican las directrices del Plan de Recuperación y Resiliencia del gobierno se trataría de una opción insuficiente.

El cine es un mundo que ya superó hace 10 años, por sí mismo y sin ayuda estatal alguna, el traumático paso a la digitalización total en su cadena de valor. Desde las cámaras para el rodaje hasta los proyectores de los cines, pasando por laboratorios, distribución telemática, cartelería, etc. son ya digitales desde entonces. En cuanto a ecología, vemos muy difícil que las empresas del sector puedan progresar en esta dirección. A excepción de los rodajes en exteriores, que producen los inevitables trasiegos de útiles de trabajo y desplazamiento de cientos de personas, el resto de las empresas realizan su labor de forma casi totalmente intangible. En eso precisamente consistió el paso en España a la era digital hace una década. En este sentido muy pocas, poquísimas empresas podrán beneficiarse de estas ayudas. Y, sin embargo, muchas están a punto de entrar en quiebra o han cerrado ya.

- b. Pero si se pretende defender el futuro del cine en España, sólo tiene que copiarse la legislación francesa (es el segundo productor, consumidor y exportador de cine después de los Estados Unidos de América):

1. Disponer de un fondo estable para el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales si es necesario convirtiéndolo en Ente Autónomo para dotarle de seguridad y agilidad como sucede con el Centro Nacional del Cine.
2. Dotarlo de 500 millones de euros al año para apoyar la producción de cine y también de televisión, la distribución independiente, la exhibición, las industrias técnicas, la conservación de archivos y, por encima de todo, la Promoción.

Si no se amplían las directivas gubernamentales, casi ninguna empresa de producción, distribución, exhibición y servicios técnicos podrá comprar nuevos equipos digitales más eficientes, por la simple razón de que están lastradas por fuertes deudas a causa de los 18 meses de inactividad debido a la crisis sanitaria.

3. Implantar urgentemente un sistema legal y fiscal para que todas las empresas que obtienen beneficios en España colaboren con un porcentaje de sus ingresos al mantenimiento del sistema. Referencia dirigida especialmente a las nuevas plataformas Video on Demand. Esta colaboración entre empresas reduciría a la mitad la aportación del Estado para el sostenimiento del ICAA. Tema recurrente, que ya se defendió en Cineinforme-Teleinforme en 1996, con motivo del Centenario del Cine Español, y que ahora defiende Productors Audiovisuals Federats.
4. Crear un “Entrada Subvencionada” para que los menores de 16 años puedan asistir al cine de forma casi gratuita. Y apoyar todos los planes de iniciación al cine que ya existen en España, como por ejemplo el de la Fundación Lumière, que lo viene haciendo sin ayuda alguna desde hace más de diez años.
5. Crear un sector de “Artesanado”, exento de impuestos, donde estarían todos los cines privados que funcionan en poblaciones de menos de 10.000 habitantes. Uno de los mo-

tivos que producen la “España vaciada” es el cierre de cines en estas poblaciones. En este apartado deberían estar también las restantes empresas de distribución, producción, distribución, que a pesar de su reducido tamaño contribuyen con su talento y su esfuerzo a mejorar la calidad y difusión de nuestra producción de cine y tv.

6. En las pequeñas poblaciones que cuentan ya con una Casa de la Cultura, debería conseguirse un acuerdo con la Federación Española de Municipios y Provincias para que estas instalaciones funcionen los sábados y los domingos.

Ideas, en fin, que pueden ser consideradas básicas para el funcionamiento y la mejora del ecosistema cultural español. En cuanto a la primera pregunta, y en consecuencia con todo lo recién expresado, debería modificarse o, al menos, ampliarse la línea de digitalización y de ese modo el ICAA podría seguir funcionando con su reducido presupuesto: los 1.600 millones disponibles no pueden ser dedicados únicamente a convertir a España en un territorio “de servicios”, fundamentalmente para los extranjeros y dejar abandonadas a nuestras empresas de servicios, a la población y a los creativos.

Es necesaria una ayuda directa y urgente para las empresas, actualmente asfixiadas por las deudas contraídas debido a los 18 meses de pandemia, o España se quedará sin industria cinematográfica para nuestro consumo interior.

Se cuenta con una importante cantidad de dinero, procedente del Plan de Recuperación y Resiliencia aprobado por el Consejo de Europa para salvar a las empresas que funcionaban bien antes de la pandemia: no para aplicarlo en el desarrollo de políticas “progresistas” tan abstractas hoy en día como la digitalización. Antes de avanzar, hay que consolidar lo que ya teníamos. Los empresarios quieren trabajar para crear riqueza, empleo y, en definitiva, mejorar la producción, distribución y exhibición del cine en España.

Convendría fundar el Centro Nacional del Cine (CNC) español contando con la participación de todo el empresariado de la industria cinematográfica española.

Sería una medida muy eficaz. Conviene asimismo no apoyar ni facilitar la digitalización abusiva, puesto que ello obligaría a cerrar 300 cines en España. Debe evitarse que desaparezca la media docena de pequeñas distribuidoras que poseen todo el conocimiento para llevar al público el mejor cine del mundo. También conviene evitar a toda costa que el importante catálogo de empresas cinematográficas españolas se empobrezca inevitablemente.

Por otra parte, la directora general del ICAA Beatriz Navas desglosó durante la presentación de los Spanish Screenings XXL y concretó para algunas de las partidas de los 20 millones de euros previstos para iniciativas de internacionalización: 4,2 millones para los Spanish Screenings XXL, 6 millones de euros para apoyar la distribución internacional de producciones españolas (3 millones en 2022 y otros 3 en 2023), 3 millones de euros para la plataforma online de los Spanish Screenings y 2 millones de euros para la internacionalización del sector de la creación digital y del videojuego.

Estas partidas suponen un importante incremento del presupuesto a disposición del ICAA, pero lamentablemente el monto total está aún muy alejado de la realidad que nos impone el mercado único europeo. Además, de esos 20 millones únicamente 6 llegarían (y a lo largo de dos años) a las empresas que se encargan de comercializar nuestro cine en el extranjero: las agencias de ventas.

Respecto a los presupuestos para 2022, aunque se ha incrementado la dotación del ICAA en 34 millones de euros, el Fondo de Protección a la Cinematografía, que es la base de las ayudas a la industria cinematográfica, se mantiene igual con unos irrisorios 70 millones de euros

Todavía no se han desvelado los desgloses de ese Fondo pero, según ha podido conocer Cineinforme, la intención es ampliar ligeramente la cantidad de las ayudas a la producción con respecto a 2021, que fueron de 47 millones de euros para ayudas generales a largometrajes, 15 millones de euros para las selectivas a largometrajes y 1,2 millones de euros para los cortometrajes (sumando las convocatorias sobre proyecto y a obra realizada).

Para la distribución independiente, en principio, se piensa mantener la cifra de 4 millones de euros del 2021, cantidad muy pequeña comparada con sus necesidades reales. Y, desgraciadamente, sin distribución independiente el cine español y europeo pueden desaparecer en España.

Una noticia a favor ha sido el acuerdo firmado entre RTVE y ADICINE. Es la primera vez en la Historia que esta asociación de distribuidores independientes consigue un convenio de colaboración con una cadena de televisión. Es una noticia muy positiva, aunque todavía no se han concretado las acciones específicas con las que la TV pública promocionará el cine independiente y de calidad que llevan estas distribuidoras. Es una lástima que no se hubiera hecho antes, puesto que así se hubiera contribuido a la salvación de muchas empresas que se quedaron por el camino. Pronto podrán comprobarse los resultados de esta iniciativa a favor de los distribuidores independientes.

Por último, en Exhibición, los presupuestos reflejan una partida de 10 millones. El año pasado, por primera vez en la Historia, los propietarios de cines pudieron acceder a subvenciones por parte del ICAA, pero fue una convocatoria extraordinaria dentro del marco temporal de ayudas provocado por la pandemia y para adaptar los recintos a la crisis sanitaria.

Por ahora, no se conoce cuál va a ser el destino de este dinero. Lo único que ha podido conocerse es que esa dotación no tendrá que ver con la COVID y que la convocatoria estará alineada con la nueva Ley del Cine que se está modificando. El ICAA va a trabajar en su desarrollo en estos primeros meses del año y es fundamental que tengan en cuenta la situación crítica que atraviesan las salas españolas, que han sufrido por esta crisis unos efectos devastadores, como ningún otro sector en la industria audiovisual.

Aunque es bienvenido que la exhibición entre por fin en los presupuestos, hay que recalcar que países como Francia o Italia destinan cantidades en torno a los 100 millones de euros como apoyo a sus salas de cine, de modo que queda un largo trecho para que el ámbito de la exhibición cinematográfica española se aproxime al de dichos países.

En fin, es absolutamente necesario seguir esforzándose en defender estas ideas en el marco de los Ministerios de Cultura, de Asuntos Económicos y Transformación Digital y de Industria, Comercio y Turismo, que en estos momentos parecen haber comprendido la importancia del cine y la televisión en la imagen de España y la calidad de su cultura. Y también de absoluta necesidad la transformación del ICAA en una agencia autónoma dedicada solamente al audiovisual (televisión incluida). Porque un audiovisual español propio, debidamente apoyado y protegido, es la mayor fórmula para frenar la colonización anglosajona presente por doquier.

ENTREVISTAS A PRODUCTORES, DISTRIBUIDORES Y EXHIBIDORES DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ESPAÑOLA EN TIEMPOS DE PANDEMIA

PRODUCTOR: JOSÉ ANTONIO FÉLEZ

José Antonio Félez: “La pandemia ha contribuido a acelerar problemas que ya tenía el sector”.

La Medalla de Oro de la 27ª Edición de los Premios José María Forqué que organiza Egeda se concede a José Antonio Félez, cofundador de la Productora Atípica Films, como reconocimiento de su intensa apuesta por el audiovisual español en las últimas décadas.

José Antonio Félez es un referente de la producción de cine en España. Ha trabajado con cineastas como Alberto Rodríguez, Daniel Sánchez Arévalo, Achero Mañas, Santi Amodeo, Adolfo Aristarain, Rodrigo Sorogoyen, Ángeles González Sinde o David Serrano. Aprovechando el galardón que recibirá en los Forqué, en Cineinforme hemos aprovechado para entrevistado.

Cineinforme: No es la primera vez que Atípica se lleva premios, pero ¿es la primera vez que los recibes tú personalmente? ¿Qué supone para ti la Medalla de Oro de los Forqué?

José Antonio Félez: Una gran satisfacción. Es una distinción que valoro especialmente por ser concedida por compañeros de profesión.

C.: Podría decirse que una de tus señas de identidad es el apoyo a nuevos talentos. ¿Por qué esa apuesta?

J.A.F.: Cuando constituimos Tesela, uno de los principios fundacionales fue trabajar con directores noveles desde el inicio de sus carreras en el largometraje y con intención de establecer una relación prolongada con ellos. La idea era que creyéramos juntos.

C.: ¿Cómo ha cambiado el panorama desde que creaste Tesela hasta ahora?

J.A.F.: La situación actual poco tiene que ver con la que había a finales de los 90. Nada es igual; ni la producción, ni la distribución, ni el consumo, ni la financiación, ni el público. Cuando empecé en esto todo era analógico y ahora casi todo es digital.

C.: ¿Se han convertido las plataformas en el perfecto aliado de las productoras?

J.A.F.: Puedo hablar por Atípica solamente. En Atípica hemos trabajado con dos plataformas hasta el momento y la experiencia está siendo satisfactoria.

C.: ¿Crees que el Hub Audiovisual es un paso más allá para la internalización de una productora como Atípica?

J.A.F.: Sinceramente, no lo sé. Ya lo iremos viendo.

C.: ¿Cómo ves la situación actual de la producción de cine en España en cuanto a financiación o creatividad?

J.A.F.: La situación de la cinematográfica en España (y en el mundo en general) es delicada. La pandemia ha contribuido a acrecentar y acelerar los problemas que tenía el sector. Lo mejor de todo es que hay gente con historias interesantes y ganas de contarlas.

C.: ¿Cuál es tu opinión sobre el borrador de la Ley Comunicación Audiovisual?

J.A.F.: Es un tema complejo que requeriría una respuesta muy larga y matizada. Nace de una obligación de trasponer una Directiva de la UE. Creo que tiene aspectos positivos y, en mi opinión, mejora en algunos extremos la regulación anterior, pero también tiene aspectos más polémicos y discutibles.

C.: ¿Qué tiene más dificultad la producción de series o la de películas?

J.A.F.: Las dos presentan problemas propios. Creo que el nivel de dificultad es similar aunque con matices.

C.: El plan de distribución de *Modelo 77* es su estreno en cines en septiembre de 2002. Y después, ¿a qué plataforma llegará? ¿Cuál es el plazo de exclusividad para ambos?

J.A.F.: *Modelo 77* es una coproducción con Movistar. La película será distribuida en cines por Disney. Cuando termine la explotación en salas con la ventana habitual, la película pasará a ser distribuida en exclusiva, tanto en VOD como en televisión, por Movistar.

C.: En general, ¿qué plazo establecerías para las ventanas de cine y plataformas?

J.A.F.: Habría que valorarlo en cada caso concreto. Soy partidario de que las ventanas se acuerden entre las partes implicadas.

C.: ¿Nos puedes hablar de tus próximos proyectos?

J.A.F.: Aparte de *Modelo 77* y *Las de la última fila* (serie de Daniel Sánchez Arévalo para Netflix), preparamos una serie de Netflix basada en un bestseller de Javier Castillo, que empezaremos a rodar a principios de año; *Enemigos*, un largometraje que dirigirá David Valero, y un proyecto de Rafael Cobos para Movistar titulado *El hijo zurdo*.

C.: ¿Cuál ha sido la película más taquillera de las que ha producido? ¿Y la de mayores ventas internacionales?

J.A.F.: La más taquillera fue *La isla mínima* de Alberto Rodríguez. Y la de más ventas también *La isla mínima*. Se distribuyó en todo el mundo con gran éxito (**Cineytele.com producción, 2022**).

PRODUCTOR: ANTONIO LAGO

Antonio Lago: “La producción virtual será el futuro inmediato del audiovisual”.

Desde la irrupción de las plataformas, la producción audiovisual está experimentando un impulso importante en cuanto a volumen de trabajo, incluso a pesar de haber sobrevenido una pandemia global. Una compañía fundamental en nuestro sector para tomar la temperatura a la industria es Infinia, de modo que hemos entrevistado a su CEO, Antonio Lago, que nos cuenta que acaban de realizar una gran apuesta tecnológica con un nuevo plató virtual de 650 metros cuadrados.

Infinia es una compañía que abarca una gran cantidad de servicios para el audiovisual, como el alquiler de platós, edición y postproducción de sonido e imagen, unidades móviles, producción, etc. Un abanico amplio que les permite tener una visión de conjunto del sector.

Cineinforme: ¿Cuáles son las inversiones tecnológicas que ha hecho Infinia?

Antonio Lago: Por la naturaleza del servicio que presta INFINIA, que abarca tanto la ficción como el entretenimiento TV, Broadcast y streaming, debemos realizar un esfuerzo inversor constante para intentar mantenernos a la vanguardia tecnológica.

Pero el proyecto en el que más hemos invertido y estamos lanzando en estos momentos es un plató virtual de 650 metros cuadrados, equipado para realizar grabaciones de realidad extendida (XR). Creemos que esta tecnología que se está imponiendo rápidamente, será el futuro inmediato de la producción audiovisual.

C.: ¿Cómo trabajó Infinia en el inicio de la pandemia para recuperar la actividad y poner en marcha los protocolos?

A.L.: Desde el primer momento implantamos unos protocolos de seguridad física, dotando al personal de mascarillas, geles desinfectantes, guantes e incluso pantallas de protección facial que, poco a poco, han dejado de ser necesarios en el día a día. También abrimos una colaboración con un laboratorio de análisis cercano para poder realizar de forma ágil los test que fueran necesarios.

En cuanto al teletrabajo, toda la labor de gestión administrativa de la producción fue bastante fácil adaptarla al teletrabajo puesto que ya empleábamos esa modalidad de forma habitual para facilitar la conciliación familiar. Obviamente, la parte más técnica hay que realizarla in situ, por lo que, en ese caso, hemos ido al ritmo al que las producciones se han ido recuperando.

La postproducción, si bien es muy sencillo hacerla a distancia y podemos instalar las salas donde el cliente necesite, también resulta sencillo habilitar en nuestra sede espacios de trabajo seguros, individuales y bien ventilados, por lo que nos adaptamos a lo que cada cliente prefiera.

C.: La irrupción de las plataformas y el crecimiento en producción, sobre todo de series, es evidente. ¿Cómo valoráis este auge? ¿Estáis teniendo más volumen de trabajo y estás teniendo que contratar a más gente?

A.L.: Está habiendo un auge de las producciones, si bien es mayor la sensación de actividad que la que luego verdaderamente se concreta. En nuestro caso, el nivel ha sido muy similar al del año anterior a la pandemia. Aunque sí que ha habido que contratar más personal, esta crisis ha tenido un efecto importante en los costes de producción y los precios se han contraído, por lo que los márgenes efectivos se han reducido bastante.

No obstante, miramos al futuro con optimismo porque también se abren nuevas oportunidades. Se está promocionando mucho la imagen de España en el sector y esperamos que los planes oficiales fructifiquen y atraigan más producción internacional.

C.: La construcción de Madrid Content City podría suponer competencia en cuanto a estudios de rodaje. Pero que Madrid se convierta en un gran centro de producción para el sur de Europa, gracias al dinero de Spain Audiovisual Hub, es positivo para todos, ¿no?

A.L.: Spain Audiovisual Hub abre nuevas oportunidades en la industria. La capacidad instalada de producción únicamente para la industria y el consumo nacional es, quizá, demasiado elevada.

En este sentido, el proyecto Spain Audiovisual Hub es importante para atraer esas producciones internacionales a nuestro país y, al mismo tiempo, darles aún más visibilidad a las producciones nacionales y que obtengan aún más éxitos en el extranjero.

C.: ¿Cuáles son vuestras producciones más recientes?

A.L.: Las producciones recientes más relevantes han sido en entretenimiento: *El Cazador* de Mediacrest para TVE1 y *La noche D* de The Pool & The Good Mood para TVE o el concurso *Quién quiere ser millonario* de Warner. En ficción hemos trabajado en el rodaje de la serie *El Pueblo* de Contubernio; la serie de José Mota *Y sí sí*, *The Warrior Nun 2* para Netflix o *The English* para la BBC, entre otros ejemplos (**Cineytele.com producción, 2022**).

DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES: ADICINE

ADICINE (Asociación de distribuidores independientes cinematográficos) nació hace 25 años: “Es la primera vez que ADICINE firma un convenio con una TV”.

A finales de diciembre los distribuidores independientes españoles asociados en ADICINE cambiaron la presidencia. Tras casi 20 años con Miguel Morales en el cargo (a partir de ahora es presidente de honor) asumen la presidencia conjuntamente Enrique Costa (ELÁSTICA FILMS) y Lara P. Camiña (BTEAM PICTURES). Cineinforme ha conversado con ellos para abordar la situación del sector y del cine independiente en particular.

Cineinforme: Enhorabuena por el nuevo cargo en la presidencia de ADICINE. ¿Cómo valoráis la situación de la asociación en estos momentos?

Enrique Costa: Lo que queremos los dos es llevar una línea continuista en relación a todo lo que hizo Miguel en estos años. Tanto Lara como yo hemos ido participando poco a poco en los últimos tiempos dentro de la Junta Directiva de ADICINE, colaborando con Miguel en las cosas que se hacían.

Lo que intentamos desde ADICINE es sostener y apoyar la situación en favor de la distribución independiente en este país. Tenemos que convivir y compartir el escenario de la distribución con otros agentes y estamos en una situación complicada porque nos estamos dando cuenta de que la mayoría de los estrenos no consiguen los resultados económicos ni el número de espectadores que se preveían inicialmente cuando se valoraron los proyectos. La realidad está siendo otra.

Es importante para nosotros la relación con las televisiones, el Ministerio de Cultura, la Unión Europea, es decir, el entramado principal para la distribución independiente.

Lara P. Camiña: Sí, todas las instituciones que puedan apoyar o colaborar en la difusión del cine independiente.

C.: ¿Tenéis algunos objetivos prioritarios en esa interlocución con los distintos agentes?

L. P. C.: La idea es seguir con lo que estaba haciendo Miguel, que llevaba 20 años en ADICINE, desde que se formó, aunque el panorama ha cambiado mucho desde entonces. Los objetivos que nos marcamos son seguir manteniendo las relaciones que tenía Miguel con las instituciones así como buscar maneras y propuestas para recuperar y mantener al público que teníamos.

E.C.: En definitiva, es darle una mayor visibilidad a la distribución independiente. Queremos tener nuestro hueco para aportar diversidad y calidad a las parrillas de los cines y que los espectadores puedan elegir entre distintos tipos de películas y no sólo un tipo de cine que viene de Hollywood. Y hacerlo no sólo en las salas de

cine sino en las consiguientes ventanas como la televisión o las plataformas. Nuestra relación con los exhibidores tiene que ser lo más cercana posible pero también con las TVs y el VOD.

C.: Una de vuestras primeras medidas en el cargo ha sido un convenio de colaboración con RTVE. ¿Qué se ha buscado con él y en qué se traduce el apoyo? ¿Cómo de importante entendéis que es RTVE para la distribución independiente?

L. P. C.: Lo que hemos hecho ha sido firmar un convenio que había elaborado Miguel y la antigua Junta Directiva, en la que estábamos ambos. El espacio que tenga nuestro cine en la televisión pública es fundamental porque, de hecho, es el único sitio donde tiene ese espacio. Es muy importante cuidar el que tiene e intentar conseguir más.

Es la primera vez que nuestra asociación firma un convenio con una televisión, con lo cual es muy positivo. Abre la intención de ambas partes de colaborar y buscar puntos en común. Demuestra un interés de TVE por el público de nuestras películas y por buscar fórmulas para conseguir lo mismo: mantener e interesar a los nuevos públicos. Ahora habrá que concretar qué tipo de acciones vamos a hacer para que eso ocurra.

C.: Es decir, que el acuerdo todavía no implica un plan específico o cifras concretas...

E.C.: Con el acuerdo, lo que quiere, es dar mayor visibilidad al cine independiente en las salas. Para lograrlo, va a existir una mesa de trabajo con dos representantes de ADICINE y dos representantes de Televisión Española para buscar esas fórmulas y esas acciones que hagan este cine más visible.

Las acciones no están cerradas, pero tenemos varias ideas que han salido en las diferentes conversaciones y que, a través de esa mesa de trabajo, se llevarán adelante para potenciar y conseguir un mayor espacio y visibilidad para el cine independiente dentro de la TV pública, de forma que haya más personas que se enteren de la existencia de estas películas.

C.: Hay una cierta preocupación desde hace años en cuanto a ese runrún de que la pantalla grande está en declive. La situación pandémica, con pocos títulos funcionando en taquilla, ha hecho aumentar estos comentarios. ¿Creéis que se volverá al escenario previo a la PANDEMIA cuando finalmente salgamos de esto o que el escenario ha cambiado para siempre?

E.C.: Desde ADICINE lo que consideramos es que tenemos que prepararnos para ese nuevo futuro. Pensar en que se va a volver al escenario de 2019 no está dentro de nuestra mente. Hay que ver y valorar cómo es esta nueva situación. Puede provocar que haya menos cines, que haya unos cines más especializados o incluso, como se comenta normalmente de EE.UU., que ahora en los cines sólo habrá películas evento.

Nosotros, desde la distribución independiente, intentaremos amoldarnos a lo que venga y trabajar en lo que podamos hacer. El cine sigue siendo la mayor fuente de ingresos en la explotación de una película. Por lo tanto, es difícil que cambie el modelo. Hay una transformación, pero no hay modelos en los que se haya demostrado que la explotación de una película dé más dinero en otras ventanas que el cine.

Es verdad que no contábamos con este proceso tan alargado de la COVID y la sensación que hay de falta de seguridad en los espacios cerrados, aunque los cines hayan demostrado que dentro de sus locales no se ha producido ningún caso positivo. Tenemos que ver cómo recuperamos a ese público y cómo volvemos a convencer a esa persona de que lo que puede ver en una sala de cine sólo puede hacerlo en ese momento en pantalla grande.

L. P. C.: El hecho objetivo es que estamos ante un cambio de hábitos de consumo y de paradigma en muchos sectores y en el cine también. Pero eso no quiere decir que se vaya a acabar el cine, esperemos que no. Desde ADICINE no nos parece que eso vaya a pasar. Los cines siguen siendo nuestra principal fuente de ingresos y el cine independiente es la garantía de diversidad cultural. A día de hoy, el consumo de los espectadores es diferen-

te al de hace un año y al de hace dos años. Poco a poco, semestre a semestre, nos adaptamos a lo que pasa a nuestro alrededor. Pero sigue habiendo películas de cine independiente en el Top-20.

C.: Habéis hablado de recuperar público. Antes de la pandemia se comentaba ya bastante un problema con el público joven no ya a nivel español, sino global. Es una franja que sí va con frecuencia a los cines pero, fundamentalmente, a ver *blockbusters* de Hollywood. ¿Cómo atraer a este público es uno de los asuntos que queréis trabajar en ADICINE?

L. P. C.: Es uno de los grandes retos no sólo para nosotros, sino para todo el mundo. Van al cine pero a ver películas más tipo evento o comerciales. Saber por qué no va a las nuestras y conseguir que vaya es una labor que se tiene que hacer conjuntamente desde muchos sitios, en ADICINE el primero pero no sólo nosotros.

E.C.: Yo creo que se están tomando medidas de forma muy independiente. Un exhibidor, un colegio, una Comunidad Autónoma. Lo que se echa de menos y lo que creemos en ADICINE es que este tipo de medidas deberían tomarse a nivel nacional, que se busquen fórmulas para atraer al público joven o recuperar al público mayor. Medidas para un conjunto más grande en la industria, como grupo. Con el esfuerzo de todos, es mucho más fácil la atención del público.

C.: Estamos hablando del escenario previo y futuro pero hay que hablar de esta PANDEMIA que no termina y de la labor de la distribución independiente, que sostuvo a los cines en los momentos más duros proporcionando películas cuando Hollywood no estrenaba. ¿Creéis que se ha valorado esto desde la exhibición, cuando en muchos casos os podríais haber reservado títulos?

E.C.: Al inicio de la pandemia tuve una conversación con un exhibidor nacional que tiene varios complejos y me dijo 'Si los distribuidores independientes no siguen estrenando películas, los cines mueren de inanición'. Fue una frase que se me quedó y cada vez que puedo la recuerdo y la hago pública porque creo que lo que

hizo la mayor parte de la distribución en este país es ser consciente de que eso era una realidad y que la única forma que había de apoyar al cine para un futuro mejor, al menos para que los cines siguiesen abiertos, era estrenar películas.

Se buscaron modelos de distribución completamente diferentes y adaptados a la situación. BTeam, por ejemplo, estrenó la película europea del año, *Otra ronda*, o la última película de Fernando Trueba (*El olvido que seremos*), y se superaron los 100.000 espectadores. Cuando yo estaba todavía en Avalon, hicimos la campaña del Universo Wong Kar Wai y David Lynch para potenciar y atraer con esa experiencia a un público más joven. Los cines con los que colaboramos nos han permitido que, gracias a esa acción, nuevos espectadores han ido al cine a disfrutar de estas películas que a veces ni conocían. Filmax estuvo estrenando cine nacional de forma continuada. Podría hablar de un caso de cada una de las distribuidoras de ADICINE en los que han demostrado no haberse guardado las películas sino que han buscado el momento para su estreno. Es de admirar y reconocer.

La relación con el exhibidor ha sido maravillosa. En el mercado MERCI de Sevilla enseñamos y mostramos a los exhibidores el cine independiente que va a venir para que pudiesen tener una visión más global. Estas ganas de la distribución independiente de mantener la llama viva de los cines creo que sí que se nos agradece. Nos gustaría más espacio pero la realidad es la que es.

C.: A las plataformas a veces se las ve en el sector audiovisual como enemigo o como salvadores. ¿Cómo las veis vosotros?

L. P. C.: Con las plataformas ocurre lo mismo que con el cambio de paradigma de consumo. Han llegado para quedarse y son una ventana más para nosotros. Creemos que pueden convivir perfectamente con el cine porque la experiencia en salas no tiene nada que ver con ver la película en tu casa.

¿Qué pasa? Que para el cine independiente, la ventana del estreno en cines es todavía la que da más ingresos y por eso seguimos cuidándola, intentando

que siga ahí. Y con las plataformas queremos tener una actitud constructiva y realista.

C.: Ahora estas plataformas tienen nuevas obligaciones para equipararlas a la TV tradicional, como la cuota de inversión en cine europeo. ¿Cómo valoráis la Ley Audiovisual? ¿Echáis en falta algo más en ella?

E.C.: Hay cosas de la ley con las que estamos de acuerdo pero, como ocurre la mayoría de las veces, queremos algo más. Es un proceso que está todavía tan abierto que creemos que se puede mejorar por el bien de la industria del cine independiente en general.

Con respecto a la modificación de la Ley del Cine, no quiero valorar todavía porque hay puntos que no están cerrados y existe una negociación entre todos los agentes de la industria.

C. : Aunque no podáis valorarlo todavía, ¿qué propuestas habéis trasladada desde ADICINE a Cultura e ICAA como cuestiones prioritarias?

E.C.: Uno de los puntos que siempre estamos solicitando es que en las ayudas generales se valore con mayor puntuación contar con una distribuidora independiente. Esto es algo que hemos sacado en las reuniones en los diferentes años.

L. P. C.: Esto es igual que pasa en otros países, como por ejemplo Francia, donde se cuida más a las empresas nacionales.

E.C.: No es sólo el modelo francés, sino que es la aportación de otro tipo de cinematografías, con las que en principio estamos comparados en la Unión Europea, pero al final nuestra realidad es completamente otra.

Nuestra opinión sobre la nueva Ley del Cine es que es necesario amoldarla a los nuevos tiempos, es algo fundamental. Desde ahí, en la negociación, intentaremos defender lo que creamos que es mejor para la industria audiovisual y en concreto para la distribución independiente.

C. : Hemos hablado del convenio con TVE pero ¿qué acciones podrían llevar las instituciones públicas para ayudar a promocionar mejor el cine independiente y de autor? Porque no puede competir con los presupuestos de publicidad de las películas más comerciales...

E.C.: No queremos competir sino intentar que, de alguna forma, la situación esté más igualitaria y adaptar las condiciones dependiendo de la facturación que tienen unas u otras empresas. Lo que buscamos es darle la mayor visibilidad posible al cine independiente y que consiga el espacio necesario.

L. P. C.: Una *major* se puede gastar un millón en publicidad y recaudar X millones. No es cuestión de que nosotros alcancemos esos números. No es correlativo inversión con recaudación. Son maneras diferentes de llegar al público y de conseguir que la gente entre en las salas.

Las instituciones nos apoyan con las ayudas a la distribución que valoran las películas en base a muchas cosas. Todo es mejorable, pero al menos contamos con esas ayudas.

C.: Aparte de menor inversión publicitaria, muchas veces el problema es que hay muy poco espacio en la cartelera porque unas pocas películas copan la gran mayoría de pantallas. Históricamente ha habido quejas de prácticas oligopolísticas por parte de las majors. ¿Existen en la actualidad? ¿Es algo sobre lo que pensáis ver cómo abordar?

L. P. C.: No, las *majors* tienen su espacio y nosotros tenemos el nuestro. Obviamente, siempre intentamos tener más y mejor, pero es una lucha diaria y depende mucho del momento en el que se esté viviendo o el tipo de producto que tengamos. Creo que es un tema más concreto de empresa a empresa que de asociación.

E.C.: Yo de eso prefiero no hacer ninguna declaración.

C. : A nivel europeo, en general, España no es de los países que más se beneficia de las ayudas que hay, precisamente. ¿Cómo mejorar en lo que se refiere a las líneas de distribución que existen en MEDIA?

E.C.: A nivel de la distribución independiente, todo el apoyo que está dando Europa Creativa - MEDIA es digno de aplauso y de agradecer. Si hay algún tipo de queja aquí, creo que será más bien en el ámbito de la producción, no del lado de la distribución. Hay dos líneas de ayudas en MEDIA y en las dos, con más o menos acierto, funcionan, se mantienen en el tiempo y dan cierta estabilidad.

EXHIBIDOR: JULIO ABENGÓZAR

Julio Abengózar: “La Exhibición pierde 250 millones y el Estado ayuda con 20”.

Han pasado dos años desde el inicio de la pandemia y las salas de cine han sufrido, y siguen sufriendo, unas pérdidas, en muchos casos, difíciles de soportar. En estos dos años, podemos estimar unas pérdidas en torno a los 250 millones de euros. Durante el año 2020, los ingresos por taquilla se situaron en unos escasos 161 millones, y durante 2021, alcanzaron la cifra de 251 millones; muy lejos ambos de los 615 millones obtenidos en 2019.

Los cierres intermitentes, las restricciones de aforo y, sobre todo, la actitud de las grandes distribuidoras, retrasando estrenos o llevándolos directamente a plataformas de *streaming*, han contribuido de forma notoria a conformar esta situación.

Para contener este tsunami de pérdidas, el Gobierno puso en marcha unos primeros diques de contención que, en un primer momento y ante la incertidumbre de cual podría ser la duración de la pandemia, surtieron cierto efecto favorable.

La aprobación de los Ertes (Expedientes Temporales de Regulación de Empleo) permitió a muchas empresas descargarse de unos gastos de personal que difícilmente podían soportar con los negocios cerrados o a bajo rendimiento.

Por otra parte, la creación de una línea de créditos subsidiada por el ICO permitió hacer frente a necesidades de tesorería cuando no contaban con ingresos.

Y, por último, sendas convocatorias de ayudas directas a las salas de cine en el año 2020 y 2021, ambas por un importe de 10,3 millones de euros cada una de ellas, amparadas en el Marco Temporal de Ayudas de

la Unión Europea aprobado el 19 de marzo de 2020 y sus sucesivas modificaciones.

Por tanto, ante unas pérdidas reales estimadas de 250 millones de euros, el sector de la exhibición ha recibido ayudas directas por importe de 20,6 millones de euros, pues los créditos ICO (Instituto de Crédito Oficial) hay que devolverlos.

SITUACIÓN ACTUAL

El sector de la exhibición se encuentra en estos momentos totalmente descapitalizado y endeudado.

Descapitalizado porque las pérdidas acumuladas hasta ahora han acabado con las reservas de capital que las empresas pudieran tener de ejercicios anteriores.

Endeudado porque ante el parón total de actividad sufrido al principio de la pandemia y teniendo que hacer frente a compromisos de tesorería, la mayoría de las empresas recurrieron a los créditos subsidiados por el ICO, los cuales habrá que empezar a devolver en unos meses.

Por otra parte, las restricciones aún siguen vigentes en muchos territorios (aforos, prohibición de venta de productos de alimentación y bebida) y los ingresos por taquilla no terminan de arrancar. Por otra parte, seguimos con los estrenos “taquilleros” con cuentagotas y aún no sabemos cuál será el impacto real que la pandemia habrá dejado en los hábitos de consumo de cine en salas en los espectadores.

Ante esta incertidumbre de futuro, el Gobierno lanza una gran campaña de apoyo al sector audiovisual con los siguientes elementos:

1. Procedentes de los Presupuestos Generales del 2021, se han transferido 17 millones de euros a las CC.AA., que procedentes de los Fondos Europeos para la Recuperación, están consignados para la promoción de las salas de cine, fundamentalmente dirigidas a modernización de sistemas y ahorro energético, es decir, a inversión. Deberán ser las CC.AA. quienes convoquen estas ayudas, en el mayor alarde de incoherencia política que el Ministerio de Cultura haya protagonizado nunca. La unidad de acción y mercado

con el que el cine funciona en todo el territorio nacional ha dado justificación a actuar siempre de forma directa, amparado en el artículo 149.2 de la CE, que confiere a las competencias en el ámbito cultural, el carácter de competencias concurrentes, esto es, que de igual modo pueden ejercerlas las CC.AA., como el Gobierno Central. Los exhibidores, nunca hemos entendido, ni se nos ha dado explicación alguna, sobre el motivo para romper esta práctica.

Sin embargo, los exhibidores no han sido informados, ni de qué cantidades han sido transferidas a cada una de la CC.AA., ni con qué criterios de reparto entre ellas, ni qué criterios han de seguir estas para la concesión de las posibles subvenciones a las salas, teniendo en cuenta que estas subvenciones no podrán adjudicarse de forma directa, sino que habrá de hacerse mediante el sistema de concurrencia competitiva. Lo más probable es que nos encontremos con 19 comisiones de evaluación con criterios diferentes a la hora de interpretar la norma.

Las Comunidades Autónomas disponen de tiempo hasta junio de 2022 para convocar estas ayudas, pero hasta la fecha ninguna de ellas lo ha llevado a cabo.

2. Los Presupuestos Generales de 2022 se ven incrementados, en palabras del propio Ministro este mes de enero en comparecencia en el Senado, en 20,5 millones, de los cuales 10,5 irán destinados a producción audiovisual en otras lenguas oficiales, y 10 para salas de cine, lo cual aplaudimos, aunque deberemos esperar a saber cuál va a ser el criterio de ejecución de esta partida.
3. La adaptación del marco regulatorio a la situación actual, que traducido quiere decir:
 - » Modificación de la Ley del Cine.
 - » Aprobación de la llamada Ley del Audiovisual.

La modificación de la Ley del Cine actual, según se desprende de la consulta previa realizada hace unos meses por ICAA, como preceptivo legal a abordar dicha modificación, se trata más de actualizar conceptos y adaptar situaciones obsoletas que de un cambio real. El cambio real debería venir por una regulación clara de las relaciones entre productores, distribuidores y exhibidores, y por una capacidad de actuación ágil y efectiva en la promoción y apoyo al cine europeo. Esto no es posible hacerlo desde la rigidez de los presupuestos generales del estado y el régimen jurídico del ICAA. La creación de una Agencia del Cine, ya prevista en la actual Ley del Cine, otorgaría ese carácter de agilidad, participación y transparencia que el cine, en su conjunto, necesita.

Pero para la creación de una Agencia del Cine es fundamental tener clara su financiación y esta pausa, inexorablemente, por una definición clara de las aportaciones de las cadenas de televisión y plataformas, previstas en la Ley del Audiovisual.

Sin embargo, no parece que esta futura Ley, hoy en discusión, aclare esta situación, pues, aunque si establece la obligatoriedad de contribuir a la producción audiovisual, estas pueden hacerlo de forma directa, con lo cual sólo estarían apoyando la producción cinematográfica, no el cine en su conjunto.

Es cierto que el mundo del cine no puede vivir subsidiado continuamente, por eso es necesario establecer programas que afiancen el cine europeo y rebajen considerablemente la dependencia que del cine norteamericano tienen las salas en estos momentos.

Pero ¿será posible, en el tiempo de legislatura que le queda a este Gobierno llevar a cabo estas reformas legislativas? Mucho me temo que no. La falta de mayorías, las exigencias de los socios naturales del Gobierno, la postura encontrada de la oposición, hacen difícil alcanzar este objetivo (Cineytele.com exhibición, 2022). \

REFERENCIAS

- » Cineinforme (2022). Acceso a homepage. Consultado el 17 de marzo de 2022.
- » En línea: <http://www.cineinforme.com/> Edición digital. <https://issuu.com/cineinforme>
- » Teleinforme (2022). Acceso a página de bienvenida, edición digital. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <https://issuu.com/cineinforme>
- » Cineytele.com(2022). Acceso a portada. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <http://cineytele.com>.
- » Cineytele.com (2022). Acceso a noticias de cine, revistas en línea de edición propia y número monográfico 60 años 1961-2021. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <https://www.cineytele.com/category/noticias/noticias-cine/> En línea: <https://issuu.com/cineinforme> En línea: https://issuu.com/cineinforme/docs/combinado_cineinforme_60_aniversario_digital.
- » Cineytele.com distribución (2022). Contenidos de Cineytele.com relacionados con distribución cinematográfica. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <https://www.cineytele.com/?s=distribucion>
- » Cineytele.com exhibición (2022). Contenidos de Cineytele.com relacionados con producción cinematográfica. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <https://www.cineytele.com/?s=exhibici%C3%B3n>
- » Cineytele.com pandemia (2022). Primera y última pantalla de accesos a pandemia con informaciones en relación con pandemia. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <https://www.cineytele.com/?s=pandemia> <https://www.cineytele.com/page/50/?s=pandemia>
- » Cineytele.com producción (2022). Contenidos de Cineytele.com relacionados con producción cinematográfica. Consultado el 17 de marzo de 2022. En línea: <https://www.cineytele.com/?s=produccion>