

BOXOFFICE

AÑO V - N. 8/9 - AGOSTO/SEPTIEMBRE 2026

WWW.BOX-OFFICE.ES

ENTREVISTA

José Luis Rebordinos:
«Dejo el Festival de
San Sebastián más fuerte»

TENDENCIAS

El gran momento
del cine de terror

DOSSIER

La generación Z
y el cine

ANÁLISIS

Mercado y taquilla:
una relación cada
vez más polarizada

LA POWER LIST 2026 DEL CINE ESPAÑOL

POR SEGUNDA 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 2025-2026



VATICAN MEDIA FABBRICA DI SAN PIETRO Y AF FILMS
PRESENTAN

PETROSENI

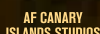
EN BUSCA DE LOS ORÍGENES

CON LA PARTICIPACIÓN DE CHRIS PRATT

EL PESCADOR
QUE SE CONVIRTIÓ EN LA ROCA

DIRIGIDO POR PAULA ORTIZ

AF PICTURES PRESENTA UNA PRODUCCIÓN DE SAN PEDRO DOCUMENTAL EN ASOCIACIÓN CON AF CANARY ISLANDS STUDIOS MATCH POINT E-MEDIA CANARY PROJECT
CON LA COLABORACIÓN DE SEGOFINANCE CREA SGR CON EL APOYO DE CANARY ISLANDS FILM NARRADA POR CHRIS PRATT EDITOR PABLO GÓMEZ-PAN (EMAE) DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA MIGUE AMODEO AEC
GUION ANDREA TORNIELLI PRODUCCIÓN POR FRANK ARIZA MANU VEGA PRODUCCIÓN EJECUTIVA CHRIS PRATT LUIS BALAGUER YBETH GONZÁLEZ YOLANDA MORÁN IVONNE VELA MASSIMO LEONARDELLI
MADISON WEIRETER JACOB SANTANA STEFANO D'AGOSTINI CARMEN AGUADO MANU VEGA FRANK ARIZA DIRIGIDA POR PAULA ORTIZ



QUIÉN LIDERA EL CINE ESPAÑOL

La Power List del cine español regresa por segundo año con el objetivo de mostrar quiénes han contribuido, durante la última temporada, a dar forma al futuro de la industria cinematográfica española. Inaugurada el año pasado, la Top 50 del cine español se convierte así en una cita anual, una herramienta de análisis a través de la cual leer la evolución de un sector en constante transformación. También este año la clasificación se divide en dos secciones: 25 Profesionales y 25 Talentos, elaboradas respectivamente por las redacciones de *Box Office* y *Best Movie*. Dos perspectivas complementarias que reflejan una única industria: por un lado, quienes toman decisiones, diseñan estrategias, financian, producen, distribuyen y llevan las películas a las salas; por otro, quienes, con creatividad y talento artístico, dan forma a las historias que llegan a la pantalla. Identificar a las cincuenta figuras más influyentes no ha sido una tarea sencilla. La recaudación en ta-

quilla, el éxito de crítica, los premios y la visibilidad representan, sin duda, factores importantes, pero no bastan para describir el verdadero peso de un profesional dentro del mercado. Por ello, también hemos dado prioridad a aspectos como la capacidad para anticiparse a los cambios, crear nuevas oportunidades, desarrollar modelos innovadores, impulsar el talento y contribuir al crecimiento de todo el sector.

Como toda clasificación, esta también está inevitablemente destinada a suscitar comparaciones y debates. Y ese es, precisamente, uno de sus objetivos. La Power List no pretende ser definitiva ni exhaustiva, sino ofrecer una fotografía razonada de un momento concreto del cine español, poniendo el foco en las personas que, durante la última temporada, han dejado una huella tangible. Y esa será precisamente la misión que la Power List seguirá desempeñando, año tras año.

por **Paolo Sinopoli**



24

ANÁLISIS

UN MERCADO CADA VEZ MÁS POLARIZADO

La fotografía del mercado español en 2025 es muy reveladora. Las diez películas más taquilleras concentraron el 34% de toda la recaudación anual según Rentrak. Así, una de cada tres entradas vendidas correspondió a solo diez títulos.

Un fenómeno que no nació con la pandemia, sino que comenzó a gestarse ya en 2019 y que desde entonces no ha hecho más que consolidarse

30

ENTREVISTAS

«DEJO UN FESTIVAL MÁS FUERTE»

Al frente del certamen cinematográfico más importante de España desde 2011, José Luis Rebordinos se despide como director del Festival de San Sebastián en la 74ª edición de 2026. Satisfecho por el impulso a las actividades de industria y la consolidación internacional del Festival, considera que el gran momento del cine español ha reforzado el prestigio de San Sebastián

34

TAQUILLA

PRIMER SEMESTRE 2026: UNA RECUPERACIÓN FUERTE, CON Matices

Con 275 millones de euros y 38,2 millones de espectadores, la taquilla española crece un 34,1% en el primer semestre de 2026 respecto al año anterior y recupera más de 8,5 millones de espectadores según Rentrak. La cuestión ahora es si este impulso responde al excepcional calendario de estrenos o si el público ha recuperado el hábito de ir al cine. La fuerte concentración de la recaudación en un reducido número de *blockbusters* y el inesperado frenazo del cine español tras un brillante comienzo de año invitan, no obstante, a la reflexión

8

NEWS

10

INICIATIVAS

FIESTA DEL CINE: UNA PRIMAVERA EXITOSA

Con más de 1,3 millones de espectadores, la primera edición de la Fiesta del Cine de 2026 fue la más concurrida desde 2019. Fue también la segunda mejor semana del año con 2,1 millones de entradas. El éxito de *Backrooms*, *Scary Movie* o *El drama* impulsan una edición de primavera acorde con un buen 2026

13

EN PORTADA

LA POWER LIST 2026 DEL CINE ESPAÑOL

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 2025-2026

24



MAS DE 400 MIL ESPECTADORES EN ITALIA

VALERIO MASTANDREA

VALERIA BRUNI TEDESCHI

GALATEA BELLUGI

CINCO SEGUNDOS

UNA PELÍCULA DE PAOLO VIRZÌ



FESTA
DEL CINEMA
DI ROMA 2025
GRAND PUBLIC

DEL DIRECTOR DE
LOCAS DE ALEGRÍA
Y EL CAPITAL HUMANO

4 DE SEPTIEMBRE
ESTRENO EN CINES



44

TENDENCIAS

EL GRAN MOMENTO DEL CINE DE TERROR

Entre 2022 y el primer semestre de 2026, el género de terror ha representado el 8,6% de la taquilla española, con una recaudación acumulada de 178 millones de euros para los 50 títulos más exitosos del periodo según datos de Rentrak. Respaldado por un público fiel y joven, el terror vive uno de los momentos más creativos y prestigiosos de su historia, dejando atrás la etiqueta de "género B". Fenómenos como *Backrooms* y *Obsession* refuerzan, además, su dimensión generacional y sociológica

48

DOSSIER

LA GENERACIÓN INTERMITENTE: LOS Z Y EL CINE

Frente a los tópicos, la Generación Z sigue disfrutando el cine en pantalla grande. Lo que parece que sí ha cambiado es la frecuencia con la que los más jóvenes asisten a las salas. ¿Qué razones hay detrás de este descenso?

52

PRODUCCIÓN

ASÍ PREPARA ATRESMEDIA LA BOLA NEGRA Y KARATEKA

Tras el éxito histórico de *Torrente, presidente*, Atresmedia Cine afronta el otoño con grandes apuestas: *La bola negra*, *Karateka* y *El mal padre*. Tres películas con ambición tanto comercial como artística que ilustran la estrategia de la compañía en un mercado cada vez más polarizado, donde generar conversación se ha convertido en un factor decisivo para el éxito

54

FOCUS

CINE FRANCÉS EN ESPAÑA: ANATOMÍA DE UNA CAÍDA

El cine francés ya no conquista la taquilla española como antes y ha perdido parte de su peso cultural y comercial. Un descenso que también afecta al resto del cine europeo con pocas películas que logran lograr buenas cifras de taquilla como antaño. Mientras, Europa y sobre todo Francia se convierte en coproductor de Hollywood, destacando por su músculo financiero

58

REPORTAGE

CINEEUROPE 2026: UNA DOSIS DE OPTIMISMO

Tras un primer semestre excepcional para la exhibición, los grandes estudios aprovecharon CineEurope, el gran encuentro de los exhibidores de cine de EMEA, para mostrar el amplio catálogo con el que aspiran a mantener el crecimiento durante lo que queda de 2026 y consolidarlo en 2027. La recuperación llega de la mano de una industria que ha aprendido de las dificultades y afronta el futuro con una oferta más diversa y nuevas estrategias para atraer al público

62

ESCENARIOS

EL PODER DEL TOMATE: CÓMO ROTTEN TOMATOES GUÍA EL ÉXITO DE LAS PELÍCULAS

¿Puede realmente un agregador de críticas decidir el destino de una película? Desde el nacimiento del Tomatometer hasta las acusaciones de manipulación, pasando por el creciente poder de críticos, fans y distribuidoras: cómo Rotten Tomatoes se ha convertido en una de las herramientas más influyentes —y controvertidas— del cine contemporáneo

BOXOFFICE

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

AÑO V - N° 8/9

AGOSTO/SEPTIEMBRE 2026

Director Vito Sinopoli

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

En sala de redacción Valentina Torlaschi
Han colaborado: Juan Sardà Frauchtmann, Elisa Grando,
Fernando Muñoz, Fernando García, Gabriele Niola,
Irene Crespo, Lino Pulido, Pelayo Sánchez

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

Tráfico Elisabetta Piferi
(elisabetta.piferi@e-duesse.es)

Impresión JOMAGAR
C/ Moraleja de Enmedio, 16. Pol. Ind. N° 1.28938 Móstoles,
Madrid

Distribución ZIERTA DIGITAL S.L.
Los Frailes, 132 Naves E.F.G.
Daganzo (28814), Madrid

Depósito Legal: M-25651-2022
ISSN 2952-1025

Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL
C/ Fernando el Católico, 17 Bajo Oficina B
28015 Madrid

Este número de Box Office
se terminó de imprimir el 30 de Julio 2026



Esta revista fue impresa en papel certificado PEFC (PEFC/14-38-00073)



BOX OFFICE ESPAÑA DESCARGA NUESTRA APLICACIÓN

PUEDES HOJEAR BOX OFFICE EN TU
TELÉFONO MÓVIL O TABLET
CON IOS O ANDROID. ACCEDE 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





Premio Nacional de Cinematografía 2026

Carmen Machi

EL GOBIERNO APRUEBA EL NUEVO ESTATUTO DEL ARTISTA

El Consejo de Ministros ha aprobado el real decreto que actualiza la regulación laboral de artistas y personal técnico y auxiliar. La norma reconoce como tiempo de trabajo las tareas de preparación, promoción y posproducción; refuerza la

transparencia salarial y la protección frente al acoso; regula el trabajo de los menores de 16 años e introduce la figura obligatoria del coordinador de intimidad. Los sindicatos lamentan que haya quedado fuera la IA generativa.

EL ICAA PROPONE CONCEDER 30 MILLONES A 67 LARGOMETRAJES

El ICAA ha publicado la propuesta provisional de las ayudas selectivas de 2026, que destina 30 millones de euros a 67 largometrajes: 35 proyectos de especial valor cinematográfico, 23 documentales y nueve obras experimentales. Las ayudas máximas ascienden a un millón de euros para animación y 800.000 para ficción. Al menos el 40% de los fondos se reserva a películas dirigidas exclusivamente por mujeres y un 10% a proyectos de animación.

LEA LAS ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE **BOX-OFFICE.ES**

KORO SANTESTEBAN RECIBE EL PREMIO ALFONSO SÁNCHEZ 2026

La Academia de Cine ha concedido el Premio de Comunicación Alfonso Sánchez 2026 a Koro Santesteban, responsable de prensa española del Festival de

San Sebastián. El galardón reconoce sus 38 años de trayectoria ligada al certamen y su contribución a la promoción y divulgación del cine español. Santesteban

hizo extensivo el premio al equipo de comunicación de Zinemaldia y a quienes desempeñan labores fundamentales para la industria sin recibir visibilidad.



CARMEN ALFONSO PALOP, NUEVA RESPONSABLE DE CIUDAD DE LA LUZ

La Generalitat Valenciana ha nombrado a Carmen Alfonso Palop directora general de la Sociedad Proyectos para la Transformación Digital, entidad pública encargada de gestionar los estudios Ciudad de la Luz de Alicante. Licenciada en Derecho y con experiencia jurídica, administrativa y de mediación, sustituye a Fermín Crespo. Entre sus retos figura impulsar los proyectos estratégicos de los estudios, donde Good Films prevé producir 20 largometrajes en diez años.



MADRID IMPULSA EL TURISMO DE PANTALLA CON NUEVAS RUTAS

Madrid Film Office ha presentado dos iniciativas para promover el turismo audiovisual: la tercera edición de las visitas guiadas gratuitas Madrid en la pantalla y el mapa ilustrado Nuevas comedias madrileñas. Entre el 18 de julio y el 20 de septiembre se ofrecerán

siete rutas por escenarios vinculados a Almodóvar, Concha Velasco y distintas series. El mapa recorre 21 localizaciones de títulos como Poquita fe, Paquita Salas, Machos Alfa y Valeria.



JUDITH CASTRILLO SE INCORPORA A AMAZON MGM STUDIOS



Amazon MGM Studios ha incorporado a Judith Castrillo como nueva directora de theatrical marketing. La ejecutiva inicia así una nueva etapa profesional después de desarrollar buena parte de su carrera en Warner Bros., compañía en la que trabajó durante diecisiete años. En sus últimos cinco años en el estudio ejerció como Marketing Manager. Castrillo anunció su salida de Warner el pasado mes de marzo para incorporarse al equipo de Amazon.

original 

LA BOLA NEGRA

UNA PELÍCULA DE JAVIER CALVO Y JAVIER AMBROSSI

guitarrica-
delafuente

miguel
bernardeau

carlos
gonzález

milo
quifes

lola
dueñas

con
penélope
cruz

y
glenn
close



FESTIVAL DE CANNES
BEST DIRECTOR
2026

PRODUCCIÓN ORIGINAL MOVISTAR PLUS EN COLABORACIÓN CON SUMA CONTENT FILMS. PRODUCCIÓN TELEFÓNICA AUDIOVISUAL DIGITAL. LOS ESQUADROS AIE. EL DESEO. LE PACTE. ATRESMEDIA. CREA SGR.
DIRECCIÓN DE GUITARRICA DELAFUENTE. MIGUEL BERNARDEAU. CARLOS GONZÁLEZ. MILO QUIFES. LOLA DUEÑAS. ANA LÓPEZ CORDS. MARILÓ OSUNA. PABLO MORILLAS. LAURA PEDRO. EVA LEIRA. YOLANDA SERRANO. ALEJANDRO LÓPEZ. ANNA HARRINGTON. MARIANO PINEIRO. PAULA CIPRIOTA.
DIRECCIÓN DE JAVIER CALVO. JAVIER AMBROSSI. ALBERTO CONEJERO. JAVIER CALVO. JAVIER AMBROSSI. JEAN LABADIE. ALICE LABADIE. PEDRO ALMODÓVAR. AGUSTÍN ALMODÓVAR. ESTHER GARCÍA. JAVIER CALVO. JAVIER AMBROSSI.

25 SEPTIEMBRE EN CINES

original 



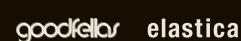








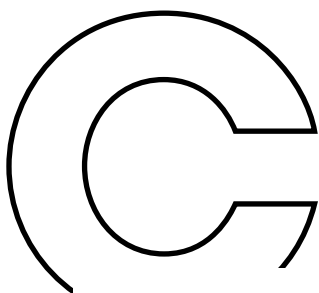




FIESTA DEL CINE: UNA PRIMAVERA EXITOSA

CON MÁS DE 1,3 MILLONES DE ESPECTADORES, LA PRIMERA EDICIÓN DE LA FIESTA DEL CINE DE 2026 FUE LA MÁS CONCURRIDA DESDE 2019. FUE TAMBIÉN LA SEGUNDA MEJOR SEMANA DEL AÑO CON 2,1 MILLONES DE ENTRADAS. EL ÉXITO DE *BACKROOMS*, *SCARY MOVIE* O *EL DRAMA* IMPULSAN UNA EDICIÓN DE PRIMAVERA ACORDE CON UN BUEN 2026

por **Fernando Muñoz**



uando hay películas hay espectadores y cuando hay espectadores, hay cine. No importa, como ha ocurrido durante esta última edición de la Fiesta del Cine, que el calor dé una tregua, que el Papa parelice las dos grandes ciudades de España (Madrid y Barcelona) o que comience el Mundial de fútbol: había películas en cartelera con aires de “evento” que convocaron a los espectadores a ponerse frente a la pantalla grande previo paso por taquilla. Porque 2026 está siendo un buen año para el mercado cinematográfico español y la Fiesta del Cine fue una fiesta tras los decepcionantes resultados del pasado otoño cuando el panorama parecía totalmente distinto.

En total, 1.352.668 de entradas vendidas en cuatro días, el mejor dato de asistencia de la cita de primavera desde 2019, incrementando la cifra un 4,3% respecto



Scary Movie, el regreso triunfal de una franquicia de los años 2000

a la edición celebrada en junio de 2025. Lo importante, en realidad, es que la tendencia es al alza, ya que en las ediciones de primavera del 2022, 2023 y 2024 no se alcanzó el millón de tickets pese a la tarifa especial de 3,50 euros. Fue también la segunda mejor semana de 2026 con 2,1 millones de espectadores.

Las cifras pre-pandemia aun tienen como hito el anhelado récord histórico de 2019 en el que la misma Fiesta del Cine primaveral alcanzó los 1,8 millones de entradas y la de otoño unos espectaculares

casi 2,3 millones. Parecía un pasado que es imposible que fuera a volver. El Covid lo cambió todo, pero eso no significa que no haya futuro. El 7 por ciento de los espectadores de cine en España tiene entre 18 y 25 años (teniendo en cuenta que representan al 11% de la población española); de ellos, la mayoría son mujeres. Además, la tercera motivación para ir a una sala, según datos de Rentrak entre más de 40.000 encuestados, es ir a ver algo “de especial relevancia”, esto es, una película-evento.



Está claro que los fenómenos que movilizan a las audiencias (la mayoría, el 70%, vive en áreas metropolitanas) son los que hacen que una película dispare su recaudación. Eventos que pueden ser masivos, como *Michael*, la tercera película más vista durante la Fiesta del Cine en la que ya era su octava semana en cartelera tras acumular en dos meses 22.400.223 de euros. También pueden ser fenómenos de “nostalgia noventera”, como *Scary Movie*, que acompañada por una promoción internacional en redes muy potente fue la segunda que más entradas vendió entre el 8 y el 11 de junio... O puede ser un fenómeno “de nicho” que, de pronto, se vuelve masivo.

EXITOS INCONTESTABLES

Es lo que ha pasado con *Backrooms*, una película que salió de la mente de un chaval criado en Youtube ajeno a la experiencia de visitar una sala de cine y al que, gracias al dinero, los recursos y la

promoción de A24, ha arrasado en todo el mundo, incluyendo en la Fiesta del Cine en España. Según Elástica Films, su distribuidora en nuestro país, tras esos días con descuento ya había superado el medio millón de entradas vendidas, teniendo en cuenta que solo en el primer fin de semana ya hizo 1.717.886 euros gracias a 220.448 espectadores.

Todo esto en un contexto en el que la cartelera se renueva con entre 15 y 17 estrenos de media por viernes. Así, acontecimientos como la Fiesta del Cine constatan lo que todos saben: que hay películas que consiguen movilizar a grandes masas (*Tormenta, presidente*) y películas que gracias al de boca en boca fidelizan y logran llenar salas durante muchas semanas (como *Los domingos*). Y, claro, hay películas cuyo paso por las carteleras es testimonial. Una cuadratura del círculo imposible porque el espacio es tan limitado como el tiempo que tiene el público ante la masiva oferta de ocio.

Y ahí el factor del precio (3'50 euros) puede animar a unos cuantos clientes potenciales a recordarles el placer de apagar la tele y disfrutar de la desconexión digital que solo una sala a oscuras con la butaca y la pantalla gigante puede ofrecer. Pero también demuestra que bajar el precio de las entradas no vale por sí mismo. Un ejemplo: esta semana de Fiesta del Cine ha sido la segunda más exitosa de lo que llevamos de año, porque hubo otra semana con más asistencia sin necesidad de precios reducidos gracias al estreno del megaéxito de Santiago Segura.



El drama, un título de prestigio aupado por dos grandes estrellas



Backrooms se ha consolidado como uno de los grandes éxitos de 2026

EVOLUCIÓN FIESTA DEL CINE 2019-2026

	EDICIÓN PRIMAVERA	EDICIÓN OTOÑO
2019 espectadores	1.825.800	2.291.606
2021 espectadores	cancelada	964.315
2022 espectadores	704.927	1.291.799
2023 espectadores	977.714	1.198.062
2024 espectadores	832.128	1.394.058
2025 espectadores	1.295.149	861.806
2026 espectadores	1.352.668	

Fuente: FECE/Elaboración Box Office

Cabe recordar también que la pasada edición, celebrada en otoño de 2025, que siempre vende más entradas gracias a la ayuda del tiempo lluvioso, las tres películas más vistas fueron las españolas *Los domingos*, *La Cena* y *Los Tigres*. Un hito que escondía detrás la ausencia de grandes propuestas de Hollywood y que terminó como la edición con peores cifras de una década sumando apenas 861 mil espectadores. Este 2026, solo dos españolas se han colado en lo más visto de la Fiesta, y ambas cerrando el top 10, *La Luz* y *Cada día nace un listo*. Esto no invalida propuestas como el Cine sénior, que ha dinamizado los martes; o, por supuesto, el día del espectador que ya es una rutina para muchos cinéfilos.

EL PESO DEL CINE FAMILIAR

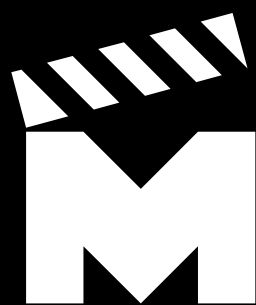
Más allá de los eventos, hay otra categoría que vende entradas: el cine familiar. Como *Super Mario Galaxy La Película*, que bordea los 22 millones, o *He-Man y los masters del universo* o *The Mandalorian and Grogu*, que han estado entre lo más exitoso de la Fiesta del cine. Porque el gran plan familiar que es ir al cine y que hace que se vendan tres entradas de golpe siempre es una bendición. Un dato lo corrobora: más de la mitad de las personas que han ido al cine en los últimos 18 meses, según Rentrak, tiene un menor en casa. Ahí también se genera una semilla que hará que esos menores recuerden la felicidad de una sala de cine, el compartir una película con un grupo de desconocidos bajo un haz de luz proyectada. Y quizá, con los años, ese público con la rutina inculcada en el ADN siga yendo a los cines ya sea con las entradas a 3,50 euros o sin necesidad de las mismas. Tras un verano con grandes estrenos, la próxima edición de la Fiesta del Cine tendrá lugar los días: lunes 19, martes 20, miércoles 21 y jueves 22 de octubre.



© courtesy of Ministerio de Cultura (1), Elástica Films (1), Paramount (1), A24 (1)



UNA CIUDAD PARA CONTAR GRANDES HISTORIAS ▶



Madrid
Film Office

- ▶ 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

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE & *Best* MOVIE

PRESENTAN

TOP 50

LA POWER LIST 2026 DEL CINE ESPAÑOL

SEGUNDA EDICIÓN

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 2025-2026

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

TALENTO

por Irene Crespo

=

01

MARÍA LUISA GUTIÉRREZ

PRODUCTORA Y CEO DE BOWFINGER



PUNTOS FUERTES

HA CONSTRUIDO EL MODELO INDUSTRIAL MÁS SÓLIDO DEL CINE ESPAÑOL, COMBINANDO FRANQUICIAS DE ENORME ÉXITO CON NUEVOS PROYECTOS COMERCIALES CAPACES DE ATRAER AL GRAN PÚBLICO.

PUNTOS DÉBILES

EL GRAN RETO SERÁ DEMOSTRAR QUE ESE MODELO PUEDE MANTENER EL MISMO NIVEL DE ÉXITO TRAS EL FINAL DE *PADRE NO HAY MÁS QUE UNO* Y CON EL FUTURO DE LA SAGA *TORRENTE* TODAVÍA POR DEFINIR.

Por segundo año consecutivo, María Luisa Gutiérrez encabeza la *Power List* del cine español. Tras un 2025 marcado por el Goya a la mejor película para *La infiltrada*, su enorme éxito de taquilla, el cierre de la saga *Padre no hay más que uno* con una quinta entrega también triunfal y la comedia *Un funeral de locos* (3 millones de euros), 2026 planteaba un desafío mayúsculo: resucitar *Torrente* doce años después de la última película.

La apuesta no podía haber salido mejor. Estrenada sin campaña de promoción previa y con un cartel que ni siquiera mostraba al personaje, *Torrente, Presidente* ha arrasado con 28,1 millones de euros, convirtiéndose en la película española más taquillera desde *Ocho apellidos catalanes* (2015). Pero *Torrente* no ha sido el único éxito de Bowfinger. *La familia Benetón* +2, protagonizada por Leo Harlem, ha superado los 2,1 millones de euros, mientras que *Haciendo amigos*, su apuesta para el verano, ha arrancado rozando el millón de euros en sus dos primeras semanas. De cara a 2027, la productora prepara *Leones en invierno*, con Luis Zahera; *El sastre del rey*, debut como director de Pedro Casablanc; y *El confidente*, un thriller de Daniel Calparsoro protagonizado por Javier Gutiérrez y Miguel Herrán.

↑

01

LOS JAVIS

DIRECTORES, GUIONISTAS Y PRODUCTORES



RETOS

A AMBROSSI Y CALVO LES TOCA AHORA LA TAREA NADA FÁCIL DE AFIANZAR SU ÉXITO EN EL CINE TRAS LA SONORA VICTORIA EN CANNES. EN SERIES, PROBABLEMENTE, SU MAYOR RETO SEA NO REPETIRSE CON LOS NUEVOS PROYECTOS.

Javier Ambrossi y Javier Calvo. Son la pareja profesional (ex pareja en la vida real) de más éxito de la temporada, después de ganar nada menos que el premio a la mejor dirección (ex aequo con Pawel Pawlikowski) en el Festival de Cannes con su segundo largometraje, *La bola negra*. En los casi 10 años que han pasado entre su ópera prima, *La llamada*, y este filme no han parado de crear series propias –*Paquita salas*, *Veneno*, *La Mesías*–, además de producir unas cuantas series y películas de otros –las más recientes *Mi querida señorita*, *Superstar*, *Marilindre*–, siempre con un sello de riesgo y la diferencia. Y ya han anunciado el desarrollo de dos nuevos proyectos con su productora Suma Content de la mano de Atramedia, *Las vecinas* y *Crimen en España*.

=

02

JAIME ORTIZ DE ARTIÑANO

DIRECTOR GENERAL DE ÁTRESMEDIA CINE



PUNTOS FUERTES

LA ALIANZA CON BOWFINGER, SU CAPACIDAD PARA DOTAR DE PRESTIGIO AL CINE COMERCIAL Y UN CONOCIMIENTO DEL MARKETING CINEMATOGRAFICO DIFÍCILMENTE IGUALABLE, DESDE EL DISEÑO DE MATERIALES HASTA LAS CAMPAÑAS DE LANZAMIENTO.

PUNTOS DÉBILES

NO TODAS SUS GRANDES APUESTAS HAN FUNCIONADO. COMEDIAS COMO *COARTADAS* O *CADA DÍA NACE UN LISTO* HAN QUEDADO POR DEBAJO DE LAS EXPECTATIVAS Y EVIDENCIAN LA CRECIENTE DIFICULTAD DE ACERTAR EN UN GÉNERO CADA VEZ MÁS COMPETITIVO.

Con más de un 30% de cuota de mercado en 2025, Atramedia Cine volverá a liderar con claridad el ranking de las productoras vinculadas a televisiones gracias, en buena medida, al descomunal éxito de *Torrente, Presidente*. La alianza con Bowfinger sigue siendo uno de los grandes activos de la compañía y ha dado lugar a una cadena de éxitos comerciales como *Un funeral de locos*, *La familia Benetón* +2 y *Haciendo amigos*.

Más allá de Bowfinger, 2026 ha empezado como un año algo más irregular, aunque la compañía ha vuelto a demostrar su capacidad para conectar con el público. A títulos de gran vocación comercial como *Abuela tremenda* (3 millones de euros) se suman propuestas más autorales como *Siempre es invierno* (874.000 euros), estrenada a finales de 2025, o el sólido comportamiento de *La fiera* (921.000 euros). El final de año se presenta especialmente prometedor. *La bola negra*, dirigida por los Javis tras ganar el premio a la mejor dirección en Cannes y ya favorita para los Goya, y *Karateka*, inspirada en la historia de una campeona olímpica a los 32 años, aspiran a prolongar el liderazgo de una compañía que busca revalidar, por octavo año consecutivo, su condición de referente del cine comercial español.

↑

02

SANTIAGO SEGURA

PRODUCTOR, DIRECTOR Y ACTOR



RETOS

ENCONTRAR UN PROYECTO NUEVO QUE PROVOQUE EL MISMO O PARECIDO ENTUSIASMO DE SUS DOS CÉLEBRES SAGAS.

Santiago Segura ha vuelto a hacerlo, con la sexta entrega de *Torrente* ha recaudado más de 30 millones de euros y repitió en el número uno de la taquilla en España, colocándose como la cuarta película nacional de más recaudación de la historia. Además, este año ha producido también la serie de otro de sus grandes éxitos, *Padre no hay más que uno*. En su faceta de actor se mantiene leal al cine friki de terror y ha rodado *Los Resucitados 2* (*Los Resucitados: El Altar de la Luz*). Entre el cine familiar y el cine de género, Segura ha encontrado la llave del éxito de público, creando legión de fans entre los espectadores infantiles. Se le resiste la crítica, con la que este año ha tenido desencuentros a propósito de su estrategia de no-promoción de *Torrente presidente*.

=

03

GHISLAIN BARROIS Y ÁLVARO AGUSTÍN

TELECINCO CINEMA



PUNTOS FUERTES

LA APUESTA POR LAS FRANQUICIAS Y LAS MARCAS RECONOCIBLES APORTA ESTABILIDAD INDUSTRIAL Y CONVIERTE A TELE CINEMA EN UNO DE LOS GRANDES PROVEEDORES DE CINE COMERCIAL PARA LAS SALAS ESPAÑOLAS.

PUNTOS DÉBILES

SU ESTRATEGIA SE CONCENTRA CADA VEZ MÁS EN LA COMEDIA Y LAS FRANQUICIAS, LO QUE REDUCE LA SENSACIÓN DE RIESGO CREATIVO Y LIMITA LA DIVERSIDAD DE SU PRODUCCIÓN.

Con una apuesta decidida por el gran cine comercial, Telecinco Cinema sigue impulsando un modelo basado en franquicias y propiedades reconocibles, una estrategia inspirada en Hollywood que busca aportar estabilidad al mercado español. La fórmula ha vuelto a funcionar con *Aída y vuelta*, adaptación cinematográfica de la popular serie televisiva, que reunió 4,8 millones de euros en taquilla. Al mismo tiempo, la compañía ha recuperado la ambición por las grandes producciones con *El cautivo*, de Alejandro Amenábar, que alcanzó 5,3 millones de euros y recordó la capacidad de Telecinco Cinema para levantar proyectos de gran escala. Tras el éxito de *Wolfgang* el pasado año, la comedia familiar *Los Muértimer* respondió con 1,4 millones de euros, mientras que *Todos los lados de la cama* obtuvo un resultado más discreto con 900.000 euros.

La compañía afronta el final del año con dos de sus apuestas más ambiciosas: *Perfectos conocidos*, spin-off de *Perfectos desconocidos* dirigido por Javier Fesser, y la cuarta entrega de *Tadeo Jones*. A ellas se suma *La maleta*, la nueva comedia de Carlos Therón.



RETOS

PROBABLEMENTE, EL ÚNICO RETO PARA PEDRO ALMODÓVAR EN EL CINE SEA CUMPLIR, SI LO TIENE, ALGÚN SUEÑO QUE TODAVÍA NO HAYA CONFESADO.

PEDRO ALMODÓVAR

DIRECTOR, GUIONISTA Y PRODUCTOR

Una vez más ha brillado en el Festival de Cannes y ¡por partida doble!, compitiendo por la Palma de Oro con su nueva película *Amarga Navidad* –un juego de cine dentro del cine con tintes autobiográficos, que funcionó muy bien en taquilla en España– y como productor de *La bola negra*, de Los Javis. Pedro Almodóvar sigue siendo el nombre con mayúsculas del cine español y una de las voces de la cultura más influyentes de los últimos años. Hiperactivo y obsesionado con aprovechar el tiempo, ya en los descansos del rodaje de su película número 24 se escribió una novela, *El hombre que solo escribía en los aviones*, que publicará Reservoir Books el próximo mes de octubre. Tiene dos guiones nuevos en el cajón y ya está pensando en rodar el año que viene.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

NEW
ENTRY

04

IVÁN LOSADA

MANAGING DIRECTOR DE SONY PICTURES ESPAÑA



PUNTOS FUERTES

LA ALIANZA CON BOWFINGER CONTINÚA OFRECIENDO RESULTADOS EXTRAORDINARIOS Y SONY MANTIENE EL COMPROMISO PROMOCIONAL MÁS SÓLIDO DE UNA MAJOR CON EL CINE ESPAÑOL.

PUNTOS DÉBILES

AUNQUE DOMINA EL TERRENO DEL CINE COMERCIAL, LAS PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MAYOR AMBICIÓN AUTORAL Y PRESTIGIO INTERNACIONAL TIENDEN CADA VEZ MÁS A ENCONTRAR ACOMODO EN DISTRIBUIDORAS INDEPENDIENTES.

Sony cerró 2025 con una cuota de mercado del 11,5% y en el primer semestre de 2026 ya alcanza el 19,2%, impulsada, en buena medida, por su decidida apuesta por el cine español. Títulos recientes como *Torrente*, *Presidente*, *Aída y vuelta*, *Haciendo amigos*, *Boulevard* o *Me has robado el corazón* han convertido a la filial española en uno de los grandes motores de la producción comercial nacional. La histórica alianza con Bowfinger sigue siendo uno de sus principales activos, pero el éxito de *Aída y vuelta* y la consolidación de una línea de cine romántico juvenil, con *Boulevard* (843.000 euros) y *Me has robado el corazón* (531.000 euros), demuestran que Sony ha sabido diversificar su apuesta.

Mientras buena parte del cine español de mayor prestigio ha comenzado a abandonar las *majors* en favor de distribuidoras independientes, Sony ha reforzado su posición en el terreno del gran cine comercial nacional. Al frente de Sony Pictures España desde 2006 y como *Managing Director* desde 2011, Iván Losada recoge ahora los frutos de una estrategia sostenida y de un compromiso poco habitual entre las *majors* con la cinematografía española.

NEW
ENTRY

05

MARISA FERNÁNDEZ ARMENTEROS

SOCIA FUNDADORA DE BUENAPINTA MEDIA



PUNTOS FUERTES

UN EXTRAORDINARIO OLFATO PARA DETECTAR PROYECTOS CON PERSONALIDAD PROPIA Y UNA FRUCTÍFERA ALIANZA CREATIVA CON ALAUDA RUIZ DE AZÚA, UNA DE LAS CINEASTAS MÁS IMPORTANTES DE LA NUEVA GENERACIÓN.

PUNTOS DÉBILES

TRAS EL AUGE DEL CINE DE AUTOR VIVIDO EN LA POSTPANDEMIA, EL MERCADO SE HA VUELTO MÁS COMPETITIVO Y LOS RESULTADOS COMERCIALES DE ESTE TIPO DE PROPUESTAS EMPIEZAN A MOSTRAR UNA MAYOR VOLATILIDAD.

En apenas cinco años, Marisa Fernández Armenteros ha convertido Buenapinta Media en una de las productoras más prestigiosas y exitosas del cine español. La temporada ha sido extraordinaria. *Los domingos* inició su recorrido con la Concha de Oro en San Sebastián, conquistó al público hasta alcanzar 4,9 millones de euros en taquilla y culminó su trayectoria con cinco premios Goya, entre ellos el de mejor película.

Pero el éxito de Buenapinta no se explica únicamente por ese fenómeno. La aventura italiana de Isabel Coixet, *Tres adioses*, recaudó 1,3 millones de euros en España y superó los dos millones en Italia, mientras que la sátira *Altas capacidades* confirmó la capacidad de la productora para encontrar proyectos singulares con potencial comercial al alcanzar 615.000 euros. Si a estos resultados se suman la nominación al Oscar de *El agente topo* (2020) y el éxito de *Cinco lobitos* (900.000 euros), queda claro que Fernández Armenteros ha construido, en un tiempo récord, una de las filmografías más sólidas del cine español reciente, capaz de combinar prestigio internacional, reconocimiento crítico y excelentes resultados comerciales.

↓

06

JOSÉ PASTOR

DIRECTOR DE CINE Y FICCIÓN DE RTVE



PUNTOS FUERTES

AL NO DEPENDER EXCLUSIVAMENTE DE LA RENTABILIDAD INMEDIATA, RTVE PUEDE ASUMIR MAYORES RIESGOS Y RESPALDAR PROYECTOS CON UN VALOR CULTURAL E INDUSTRIAL QUE OTRAS COMPAÑÍAS DIFÍCILMENTE PODRÍAN FINANCIAR.

PUNTOS DÉBILES

AUNQUE MANTIENE UNA APUESTA FIRME POR EL TALENTO CONSOLIDADO, TODAVÍA EXISTE MARGEN PARA REFORZAR EL APOYO A NUEVOS CINEASTAS Y PROYECTOS MÁS ARRIESGADOS EN SUS PRIMERAS FASES DE DESARROLLO.

Con un presupuesto cercano a los 75 millones de euros anuales destinado a cine y series, RTVE continúa siendo el mayor inversor audiovisual del país. La obligación de destinar el 6% de sus ingresos a obra europea la convierte en un actor imprescindible para la industria. Solo en 2025 participó en la financiación de 56 largometrajes. Tradicionalmente vinculada al cine de autor, RTVE ha respaldado algunas de las películas españolas más prestigiosas del año, como *Los domingos*, *Sorda* (771.000 euros y una excelente trayectoria internacional), *Romería* (1,8 millones) o *Maspalomas* (751.000 euros). Bajo la dirección de José Pastor, la estrategia se ha ampliado además hacia propuestas de mayor vocación comercial, como *La cena* (3,8 millones), *Me has robado el corazón*, *El casoplón* (3,3 millones), *Rondallas* (1,8 millones) o *El cauquillo*, a la que aportó 1,2 millones de euros. Esta combinación entre cine de prestigio y producciones con vocación de gran público ha consolidado a RTVE como uno de los grandes motores del cine español contemporáneo.

TALENTO

por Irene Crespo

↑

04

CARMEN MACHI

ACTRIZ



RETOS

MANTENER EL PRIVILEGIO DE SER AL MISMO TIEMPO UNA DE LAS ACTRICES MÁS QUERIDAS POR EL PÚBLICO Y UNA DE LAS MÁS RESPETADAS POR LA CRÍTICA.

Aplaudido y merecidísimo nuevo Premio Nacional de Cinematografía, que recogerá en esta edición del Festival de San Sebastián, la actriz Carmen Machi es una de las grandes del cine español, pero también del teatro y de la televisión. Y precisamente en el puente entre pantalla grande y pequeña, la intérprete ha protagonizado una de las películas del año, *Aída y vuelta*, una revisión de la popularísima serie, volviendo a meterse en la piel de Aída. También la hemos visto en *Día de caza*, *Los justos* y *53 domingos*. Y a partir de ahora la veremos en *Si los muertos hablaran*, la nueva película de Nacho García Velilla, y en *El director*, de Dani de la Orden. Con las mejores herramientas para el drama y para la comedia, pasando de grandes producciones a otras independientes y de cine de autor, Machi ha demostrado la fuerza del talento y del tesón.

↑

05

PENÉLOPE CRUZ

ACTRIZ



RETOS

AHOR QUE YA ES, DE HECHO, DESDE HACE TIEMPO, UNA ESTRELLA INTERNACIONAL, EL DESAFÍO SERÍA AMPLIAR SU PRESENCIA EN EL CINE ESPAÑOL Y NO LIMITAR SU CARRERA A LAS PRODUCCIONES DE HOLLYWOOD.

Pocos premios le quedan por ganar a Penélope Cruz que ya atesora el Oscar, el Bafta, una Copa Volpi, una Palma de Oro, tres Goya, el César de Honor, el Nacional de Cinematografía y el Premio Donostia, entre muchos otros. Pero ningún reconocimiento ha matado su entusiasmo ni sus ganas de seguir interpretando papeles muy diferentes. Tras *¡La Novia!*, de Maggie Gyllenhaal, la actriz tiene pendiente de estreno en España *La bola negra*, de Los Javis (premio de dirección en Cannes), y *La invitación*, de Olivia Wilde, en la que le acompañan en el reparto Seth Rogen, Edward Norton y la propia directora. Y pronto la veremos en *Bunker*, de Florian Zeller, al lado de su pareja, Javier Bardem, y de Stephen Graham; en *Days Drinker*, de Marc Webb, con Johnny Depp y Madeleine Cline, y en *Paris Paramount*, de Nancy Meyers, donde estará con Owen Wilson y Jude Law, y que ha estado rodando este verano en Los Ángeles.

↑

06

JAVIER BARDEM

ACTOR



RETOS

MANTENER SU COMPROMISO CON LOS DERECHOS HUMANOS Y LA ECOLOGÍA A PESAR DE LAS PRESIONES DE LOS GIGANTES DEL CINE Y DESPRENDERSE DE LA ETIQUETA DE PERSONAJES EXTREMOS.

Como Penélope, pocos reconocimientos más necesita Javier Bardem (este año se convirtió en el primer actor español en dejar sus huellas en el Teatro Chino) y, sin embargo, cada vez se embarca en proyectos más ambiciosos. Tras el rodaje con Rodrigo Sorogoyen de *El ser querido*, aplaudido unánimemente por la crítica de todo el mundo, y protagonizar la serie de Apple TV *Cape Fear*, donde interpreta el personaje que ya hicieron antes en el cine nada menos que Robert Mitchum y Robert De Niro, tiene pendiente el estreno de *Bunker*, al lado de Penélope Cruz y bajo la dirección de Florian Zeller; la tercera parte de *Dune* y la película *Hello & París*, de Elizabeth Chomko, junto a Kate Hudson y Steve Zahn. Bardem, además o sobre todo, se ha convertido en una de las voces del cine más poderosas internacionalmente en la defensa del pueblo palestino.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito SinopoliNEW
ENTRY

07

JUAN ANDRÉS GARCÍA ROPERO

DIRECTOR DE FICCIÓN
Y ENTRETENIMIENTO DE MOVISTAR PLUS+

PUNTOS FUERTES

GARCÍA ROPERO HEREDA UNA ESTRUCTURA QUE HA DEMOSTRADO SER EXTRAORDINARIAMENTE EFICAZ Y CONTARÁ CON LA EXPERIENCIA DE MARÍA RUBÍN PARA GARANTIZAR LA CONTINUIDAD DEL MODELO.

PUNTOS DÉBILES

MOVISTAR PLUS+ HA CONSTRUÍDO UN LIDERAZGO INDISCUTIBLE EN EL CINE DE AUTOR, PERO TODAVÍA LE CUESTA TRASLADAR ESE MISMO ÉXITO A PROPUESTAS DE VOCACIÓN MÁS CLARAMENTE COMERCIAL.

Pocas compañías han vivido un año tan brillante y, al mismo tiempo, tan convulso como Movistar Plus+. Mientras la plataforma celebraba el éxito de *Sirāt* y *Los domingos* y lograba un hito histórico con *La bola negra*, *El ser querido* y *Amarga Navidad* en la competición oficial de Cannes, la reorganización de Telefónica abría una etapa de incertidumbre marcada por cambios en la dirección.

El nuevo responsable de Ficción y Entretenimiento es Juan Andrés García Roperó, "Bropi", que asume el reto de preservar uno de los modelos de apoyo al cine español más admirados de la última década. En esta nueva etapa contará con el respaldo de María Rubín, responsable de cine español y pieza clave en la estrategia cinematográfica de la plataforma desde hace muchos años.

=

08

JOSÉ LUIS REBORDINOS

DIRECTOR DEL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN



PUNTOS FUERTES

NINGÚN OTRO ESCAPARATE RESULTA TAN DETERMINANTE PARA EL CINE ESPAÑOL. ESTRENAR EN SAN SEBASTIÁN SIGUE SIENDO UN SELLO DE CALIDAD CON UN ENORME IMPACTO ENTRE LA PRENSA, LA INDUSTRIA, EL PÚBLICO Y LA TEMPORADA DE PREMIOS.

PUNTOS DÉBILES

COMO EL RESTO DE GRANDES FESTIVALES EUROPEOS, SAN SEBASTIÁN AFRONTA EL RETO DE MANTENER SECCIONES OFICIALES DE MÁXIMO NIVEL EN UN CONTEXTO DE CRECIENTE DEBILIDAD DEL CINE DE AUTOR INTERNACIONAL Y DE UNA COMPETENCIA CADA VEZ MÁS INTENSA POR ATRAER LOS GRANDES TÍTULOS.

La 74.ª edición del Festival de San Sebastián será también la última de José Luis Rebordinos al frente del único festival español de categoría A. Tras quince años de mandato, deja una institución más fuerte, más internacional y con un peso decisivo en la industria audiovisual española.

Bajo su dirección, el Festival ha reforzado de forma notable sus actividades de industria y se ha consolidado como el gran escaparate del cine español de autor con vocación de llegar al gran público. Pocas plataformas tienen hoy tanta capacidad para impulsar el recorrido de una película y situarla en la carrera hacia los Goya.

La mejor prueba de esa influencia es que las tres últimas Conchas de Oro han recaído en películas españolas: *O Corno* (2023), *Tardes de soledad* (2024) y *Los domingos* (2025), que luego fue un gran éxito de taquilla y ganó el Goya a mejor película. Tras su marcha, tomará el relevo Maialen Beloki, subdirectora del certamen desde 2016.

↑

09

FERNANDO BOVAIRA

MOD PRODUCCIONES



PUNTOS FUERTES

MOD MANTIENE UNA DE LAS CARTERAS DE PROYECTOS MÁS AMBICIOSAS DEL CINE ESPAÑOL.

PUNTOS DÉBILES

EL CAUTIVO CONFIRMÓ QUE EXISTE PÚBLICO PARA LAS GRANDES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS, PERO LA FALTA DE ENTUSIASMO DE LA CRÍTICA Y SU ESCASA PRESENCIA EN LA TEMPORADA DE PREMIOS ACABARON CONDICIONANDO SU RECORRIDO COMERCIAL.

En 2026, MOD ha vuelto a demostrar su ambición con *El cautivo*, una superproducción centrada en la figura de Cervantes que ha alcanzado 5,3 millones de euros y ha confirmado que todavía existe espacio para grandes producciones históricas españolas dirigidas al gran público. La película ha destacado además por asumir riesgos poco habituales dentro del cine comercial, como situar en el centro de la narración una historia de amor homosexual. La compañía ha completado el año con *Calle Málaga*, protagonizada por Carmen Maura, que ha superado los 860.000 euros, mientras que *La fiera* obtuvo un resultado más discreto pese a su espectacular propuesta visual. En los próximos meses estrenará la comedia *El último mono* y prepara un bombazo para 2027 *Bunker*, con Javier Bardem y Penélope Cruz dirigidos por Florian Zeller, que tendrá su estreno mundial en el próximo Festival de Venecia.

TALENTO

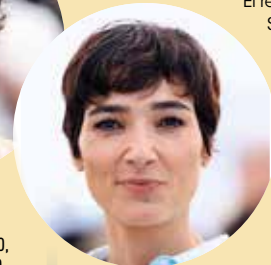
por Irene Crespo

↑

07

RODRIGO SOROGOYEN
Y ISABEL PEÑA

DIRECTOR, GUIONISTAS Y PRODUCTORES



RETOS

JUNTOS O POR SEPARADO, SEGUIR MANTENIENDO EN SUS PROYECTOS LA PERSONALIDAD QUE HAN IMPRIMIDO A SUS TRABAJOS HASTA AHORA.

El reto al que se enfrentaban Rodrigo Sorogoyen e Isabel Peña en 2025 era, tras sus éxitos en España y en Francia, destacar en grandes festivales internacionales. Lo han conseguido sobradamente, compitiendo con su nueva película, *El ser querido*, en la Sección Oficial del Festival de Cannes, el más importante del mundo. Pareja profesional inseparable hasta ahora en los proyectos de dirección de Sorogoyen, desde *Stockholm* (2013) y hasta hoy, la guionista Isabel Peña ha volado en solitario

un par de veces antes –en *Jaula* y *El llanto*– y seguramente seguirá haciéndolo. De hecho, su proyecto más reciente es la serie *El castillo*, un thriller sobre la trata de mujeres, que está inspirado en *El proxeneta*, de Mabel Lozano, que han dirigido Elena Martín y Sandra Romero y se podrá ver en San Sebastián.

↑

08

ALAUDA RUIZ DE AZÚA

DIRECTORA Y GUIONISTA



RETOS

YA HA DEMOSTRADO DE SOBRA SU BUEN HACER Y HA RECOGIDO LOS FRUTOS DE ELLOS EN ESPAÑA. AHORA SE ENFRENTA AL DESAFÍO DE DAR EL SALTO Y CONSEGUIR PRESENCIA EN IMPORTANTES FESTIVALES INTERNACIONALES.

Flamante triunfadora de 2026 en los Premios Goya de la Academia del cine español –con premios de película, dirección, actriz principal (Patricia López Arnaiz), actriz de reparto (Nagore Aramburu) y guion original– y en el Festival de San Sebastián, donde no solo se alzó con la Concha de Oro, sino que ganó también el Premio del Cine Vasco, Alauda Ruiz de Azúa ha reconfirmado su talento muy pronto, con su tercer largometraje, *Los domingos*. Con una estupenda recaudación de casi cinco millones de euros, la película consiguió lo que pocas producciones logran: crear un debate social en torno al asunto que trataba. Con esta película, la directora y guionista es ya, sin ninguna duda, una de las voces más destacadas y personales de la cinematografía española.

NEW
ENTRY

09

AINA CLOTET

ACTRIZ, DIRECTOR Y GUIONISTA



RETOS

TRAS ESTE DEBUT TAN EXITOSO, A AINA CLOTET SE LE PRESENTA EL RETO DE MANTENER EL MISMO NIVEL DE RIESGO Y DE AUTORÍA EN UN SEGUNDO LARGOMETRAJE.

Con una carrera como actriz más que consolidada, dio el salto a la dirección con un cortometraje, *Tiger*, en 2016, y esperó hasta 2023 para rodar su serie *Esto no es Suecia*. Lo siguiente ha sido su primer largo, *Viva*, una película diferente en la que asume algunos riesgos y que coescribió con Valentina Viso. Protagonista también de esta tragicomedia, ha debutado con ella a lo grande, participando en la Semana de la Crítica de Cannes, de donde ha vuelto con el Premio Revelación. Paso a paso, sin prisa, pero sin pausa, Aina Clotet ya tiene otro proyecto en la cabeza, también para desarrollar junto a Viso, además del estreno de la segunda temporada de la serie, que en su primera entrega ya ganó el Premio Ondas a la mejor comedia televisiva del año.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

=

10

LARA CAMIÑA, ÁLEX LAFUENTE Y ANIA JONES

SOCIOS FUNDADORES DE BTEAM PICTURES



PUNTOS FUERTES

POCAS DISTRIBUIDORAS HAN CONSEGUIDO QUE SU NOMBRE FUNCIONE COMO UNA MARCA RECONOCIBLE PARA EL PÚBLICO. BTEAM SE HA CONVERTIDO EN SINÓNIMO DE CINE ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO, PERSONAL Y DE CALIDAD, SIN RENUNCIAR AL ÉXITO COMERCIAL.

PUNTOS DÉBILES

COMO EL RESTO DE DISTRIBUIDORAS INDEPENDIENTES, SIGUE ENFRENTÁNDOSE AL ENORME RETO DE ENCONTRAR PÚBLICO PARA EL CINE EUROPEO DE AUTOR, INCLUSO CUANDO LLEGA AVALADO POR PREMIOS INTERNACIONALES Y GRANDES NOMBRES DE LA DIRECCIÓN.

BTeam ha firmado uno de los años más brillantes de su historia. Tras cerrar 2025 con dos fenómenos como *Sirāt* y *Los domingos*, dos películas que combinaron reconocimiento internacional, excelente respuesta en taquilla y una inusual capacidad para generar conversación en torno al cine español, la compañía ha confirmado que su apuesta por la producción y distribución de cine nacional era mucho más que una intuición.

A esos dos grandes éxitos se han sumado *Siempre es invierno*, *Tres adioses* y *Altas capacidades*, consolidando un catálogo que combina riesgo creativo, prestigio y una notable capacidad para conectar con el público. Desde su fundación, BTeam ha construido un modelo singular dentro del panorama español, convirtiendo su propia marca en un sello de confianza para la audiencia más inquieta y cinéfila.

TALENTO

por Irene Crespo

NEW ENTRY

10

VICTORIA LUENGO

ACTRIZ



RETOS

LUENGO HA TENIDO UN AÑO BRILLANTE Y SU RETO AHORA ES SEGUIR ENCONTRANDO BUENOS PROYECTOS QUE LA SIGAN PERMITIENDO CRECER.

Ha hecho historia este año al ser la segunda actriz española (después de Marisa Paredes en 1999) que ha estado presente en la sección oficial del Festival de Cannes con dos películas: *Amarga Navidad*, de Pedro Almodóvar, y *El ser querido*, de Rodrigo Sorogoyen. Unos cuantos años rodando cortometrajes y series de televisión al principio de su carrera, en 2007, le fueron dando las herramientas para conseguir ser la intérprete que es hoy y uno de los nombres más demandados del cine español. Con títulos a sus espaldas como *Suro*, *Chavalas*, *La habitación de al lado* o las series *Antidisturbios* y *Yo, adicto*, Victoria Luengo ha dado el gran salto de la mano de Almodóvar y Sorogoyen. Ahora tiene pendiente el estreno de *Sants*, de Mikel Gurrea, que competirá en la Sección Oficial de San Sebastián; y la segunda temporada de *Reina roja*, que tuvo mucho éxito en su estreno en 2024 en Prime Video.

↓

11

CARLOS PRADA Y ALESSANDRO ARAIMO

WARNER BROS. DISCOVERY



PUNTOS FUERTES

LA FUERZA DE WARNER Y SU CAPACIDAD PARA IMPULSAR PROYECTOS PROPIOS.

PUNTOS DÉBILES

HA PERDIDO PESO COMO DISTRIBUIDORA DE REFERENCIA DEL CINE ESPAÑOL DE GRAN PRESUPUESTO.

Al frente de la distribución y la producción local en España e Italia desde 2022, Carlos Prada, bajo la dirección de Alessandro Araimo, ha impulsado una estrategia para rejuvenecer el cine español apostando por el romance juvenil sin abandonar la comedia. Tras el éxito de *Pídeme lo que quieras* (2 millones de euros) en 2024, Warner volvió a acertar con *Ídolos* (2 millones), una coproducción con Italia que mezclaba drama deportivo y romance, y renovó además su alianza con Pedro Almodóvar, logrando con *Amarga Navidad* (2,5 millones) su mejor resultado comercial en años.

El verano se presta a la comedia familiar y habrá que ver qué tal funciona a finales de julio *Tres de más*, producida por Lazona, y a finales de octubre lanzarán *Karateka*, llamada a destacar en la próxima temporada de premios.

NEW ENTRY

11

ENRIQUE GATO

DIRECTOR Y PRODUCTOR



RETOS

SE ENFRENTA AL DESAFÍO DE SEGUIR ADELANTE CON LAS PERIPECIAS DEL PERSONAJE DE TADEO JONES SIN PERMITIR QUE DESFAZLEZCA O SABER DECIR ADIÓS Y LANZARSE A NUEVOS PROYECTOS.

Arrancó con *Tadeo Jones* y con él sigue. El productor, fundador de Lightbox Animation Studios, ha encontrado un filón en las aventuras de este personaje, un obrero de la construcción apasionado por la arqueología y protagonista de la saga de animación española más taquillera de la historia. Después de los dos primeros cortometrajes y de las películas *Las aventuras de Tadeo Jones* (2012), *Tadeo Jones 2: El secreto del rey Midas* (2017) y *Tadeo Jones 3: La tabla esmeralda* (2022), estrena ahora la cuarta entrega, *Tadeo Jones y la lámpara maravillosa*. Con esta franquicia ha conquistado seis premios Goya de la Academia y cientos de reconocimientos internacionales. Entre medias también hizo *Atrapa la bandera* (2015), con la que ganó todos los premios de animación del cine español.

=

12

PEDRO Y AGUSTÍN ALMODÓVAR

SOCIOS FUNDADORES DE EL DESEO



PUNTOS FUERTES

MUY POCAS PRODUCTORAS ESPAÑOLAS POSEEN UN PRESTIGIO INTERNACIONAL COMPARABLE. LA COMBINACIÓN DE LOS PROYECTOS DE PEDRO ALMODÓVAR CON APUESTAS COMO *SIRÁT* Y *LA BOLA NEGRA* MANTIENE A EL DESEO EN LA VANGUARDIA DEL CINE DE AUTOR MUNDIAL.

PUNTOS DÉBILES

LAS PELÍCULAS DIRIGIDAS POR PEDRO ALMODÓVAR SIGUEN SIENDO GRANDES ACONTECIMIENTOS CULTURALES, PERO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS HAN ENCONTRADO MAYORES DIFICULTADES PARA REPRODUCIR LAS CIFRAS DE TAQUILLA DE SUS GRANDES ÉXITOS COMERCIALES.

Hace tiempo que El Deseo dejó de ser únicamente la productora de Pedro Almodóvar. La compañía se ha consolidado como uno de los grandes referentes del cine de autor internacional, capaz de respaldar tanto los proyectos del director manchego como algunos de los títulos más prestigiosos del panorama español.

Tras el fenómeno de *Sirāt* en 2025, premiada en Cannes y nominada al Oscar, El Deseo ha vuelto a situarse en primera línea con *La bola negra*, galardonada en Cannes y situada por *Variety* como favorita para los próximos Oscar. Además, se ha vendido a más de 50 países. A ello se suma el notable recorrido de *Amarga Navidad*, que ha registrado una extraordinaria respuesta del público en las salas especializadas. Aunque *La habitación de al lado* no alcanzó cifras extraordinarias de taquilla, sí proporcionó a Pedro Almodóvar el León de Oro de Venecia, ampliando todavía más un palmarés prácticamente inigualable. El próximo gran proyecto de la productora será *Queen of the Falls*, una coproducción internacional con nacionalidad argentina con Pamela Anderson y Guy Pearce.

NEW ENTRY

12

JAVIER RUIZ CALDERA

DIRECTOR



RETOS

LA SELECCIÓN DE CINCO MINUTOS MÁS EN SECCIÓN OFICIAL DEL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN DEBERÍA SUPONER UN MERECIDO ESPALDARAZO DE LA CRÍTICA Y LA INDUSTRIA PARA UN CINEASTA QUE YA CUENTA CON EL FAVOR DEL PÚBLICO.

Su nombre está vinculado a la comedia desde su taquillero debut, *Spanish Movie* (2009): "Tras dirigir a Leslie Nielsen y Chiquito de la Calzada en la misma escena solamente se puede ir hacia abajo", suele bromear Javi Ruiz Caldera. Nos ha hecho reír con la estupenda *Tres bodas de más* (2013) o adaptando tebeos en *Anacleto*, *Agente secreto* (2015) y *Superlópez* (2018). En todas ellas aparece su amigo Berto Romero, con quién también colaboró en las series *Mira lo que has hecho* y *El otro lado*, en la que coqueteaba con el terror. El cineasta ya había salido de su zona de confort con la acción de *Malnazidos* (2020) y el drama de *Wolfgang* (2025), otro éxito de taquilla. Ahora repite con Berto Romero y vuelve a alejarse del humor en *Cinco minutos más*, filme sobre bucles temporales, tensa e inquietante, y rodada en planos secuencia de cinco minutos.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

13

MARÍA ZAMORA
Y ENRIQUE COSTA

SOCIOS FUNDADORES DE ELÁSTICA FILMS



PUNTOS FUERTES

LA ALIANZA CON CARLA SIMÓN, UN EXTRAORDINARIO OLFATO PARA IDENTIFICAR LAS PELÍCULAS INTERNACIONALES CON MAYOR POTENCIAL Y UNA MARCA ASOCIADA AL CINE DE PRESTIGIO CONVIERTE A ELÁSTICA EN UNA REFERENCIA DENTRO Y FUERA DE ESPAÑA.

PUNTOS DÉBILES

SU APUESTA POR UN CINE DE AUTOR MUY EXIGENTE LIMITA, EN OCASIONES, EL TECHO COMERCIAL DE ALGUNAS DE SUS PRODUCCIONES.

La adquisición por parte de Filmin del negocio de distribución de Elástica Films ha sido una de las grandes operaciones del verano y culmina el crecimiento de una compañía que, en pocos años, se ha consolidado como una de las grandes referencias del cine independiente español, tanto en producción como en distribución.

Como distribuidora, Elástica vive un momento excepcional con *Backrooms* (5,5 millones de euros), *Valor sentimental* (1,4 millones) y *El agente secreto* (930.000 euros).

Como productora y distribuidora de sus propias películas, ha firmado el gran éxito de *Romería* (1,8 millones de euros), mientras que *Yo no moriré de amor*, pese a la Biznaga de Oro y las excelentes críticas, y *Corredora o Estrany riu*, también muy elogiadas por la crítica, han tenido un recorrido comercial más discreto. El año culminará con *La bola negra*, la esperada nueva película de Javier Ambrossi y Javier Calvo, de la que se espera una taquilla millonaria.



14

RAMON BIARNÉS
Y JAIME GERBOLÉSMANAGING DIRECTOR SOUTHERN EUROPE
DE ODEON CINEMAS GROUP Y DIRECTOR
GENERAL DE YELMO CINES

PUNTOS FUERTES

LA RECUPERACIÓN DE LA EXHIBICIÓN NO HA LLEGADO POR CASUALIDAD. EN LOS AÑOS MÁS DIFÍCILES PARA EL SECTOR, CINESA Y YELMO MANTUVIERON UNA FUERTE APUESTA INVERSORA QUE HA PERMITIDO MODERNIZAR BUENA PARTE DEL PARQUE DE SALAS ESPAÑOL.

PUNTOS DÉBILES

LA EXPERIENCIA DE LAS SALAS NUNCA HABÍA SIDO TAN BUENA, PERO LA EXHIBICIÓN CONTINÚA DEPENDIENDO DE UN FLUJO CONSTANTE DE GRANDES ESTRENOS QUE MANTENGA EL HÁBITO DE ACUDIR AL CINE.

Entre Cinesa y Yelmo concentran aproximadamente la mitad de la taquilla española, una posición que las convierte en los grandes actores de la exhibición cinematográfica del país. Cinesa cuenta con 35 complejos y cerca de 400 salas, mientras que Yelmo suma 54 cines y más de 530 pantallas. Ninguna pertenece

ya a capital español: Cinesa forma parte de AMC Theatres y Yelmo del grupo mexicano Cinépolis.

Tras los años más difíciles para la exhibición, ambas cadenas han aprovechado la recuperación para modernizar su oferta con salas premium, IMAX y una mejora general de la experiencia del espectador.

Las estrategias, sin embargo, difieren. Cinesa apuesta por la fidelización con la tarifa plana Unlimited Card y los precios dinámicos, mientras que Yelmo ha centrado buena parte de su crecimiento en las salas Premium y Luxury. Ambas coinciden en reforzar una programación más diversa con eventos y contenidos alternativos.



15

PABLO NOGUEROLES
Y MERCEDES GAMERO

BETA FICTION SPAIN



PUNTOS FUERTES

LA COMBINACIÓN DE LA EXPERIENCIA INDUSTRIAL DE GAMERO Y NOGUEROLES, UNIDA AL RESPALDO INTERNACIONAL DE BETA FILM, LES PERMITE ASUMIR PROYECTOS DE GRAN PRESUPUESTO QUE HACE POCOS AÑOS PARECÍAN RESERVADOS A LAS MAJORS.

PUNTOS DÉBILES

EL PROGRESIVO DESGASTE DE LA COMEDIA ESPAÑOLA OBLIGA A DIVERSIFICAR LA APUESTA COMERCIAL Y ENCONTRAR NUEVOS GÉNEROS CAPACES DE ATRAER AL GRAN PÚBLICO.

Cuando Beta Fiction Spain reunió en 2022 a Pablo Nogueroles y Mercedes Gamero quedó claro que nacía uno de los equipos directivos con mayor experiencia del sector. Nogueroles llegaba tras su etapa en Warner Bros., mientras que Gamero había convertido Atramedia Cine en una referencia del cine comercial español.

Al frente de la filial española del grupo alemán Beta Film, ambos se propusieron demostrar que una distribuidora independiente podía competir con las *majors* en el lanzamiento de grandes producciones españolas.

En 2026 la compañía ha vuelto a demostrar su capacidad comercial con *Rondallas* (1,8 millones) y *La familia Benetón +2* (2,1 millones), consolidando una línea editorial basada en el cine español de amplio recorrido comercial. Y el competitivo otoño pondrá a prueba esa estrategia con dos thrillers de rabiosa actualidad, *Cronos* y *El director*.

TALENTO

por Irene Crespo



13

ISABEL COIXET

DIRECTORA Y GUIONISTA



RETOS

NO PARECE QUE SEA UN DESAFÍO SEGUIR SIENDO UN VERSO LIBRE DE APLASTANTE PERSONALIDAD EN NUESTRO CINE, PORQUE LO LLEVA SIENDO TODA LA VIDA.

Es una de nuestras cineastas más internacionalmente reconocidas, y toda una pionera desde que, hace más de 30 años, rodó *Cosas que nunca te dije* (1995) en EE UU y con actores norteamericanos. Era su segundo filme, un pequeño fenómeno indie que disparó la carrera de una directora que ha rodado en medio mundo y en varios idiomas, con estrellas de aquí y de allá (de Penélope Cruz a Juliette Binoche, de Tim Robbins a Mark Ruffalo, de Sarah Polley a Ben Kingsley). Tras títulos como *Mi vida sin mí* (2003), *La vida secreta de las palabras* (2005), *Elegy* (2008), *Nadie quiere la noche* (2015), *La librería* (2017) o *Un amor* (2023), este año ha estrenado la emocionante *Tres adioses*, que triunfó en Italia, en España y en septiembre se verá en Francia, donde ya se estrenó la serie que rodó para ARTE, *Quelqu'un devrait interdire les dimanches après-midi*.



14

ÁNGELA Y ÁLVARO CERVANTES

ACTORES



RETOS

RECONOCIDO SU TALENTO, TOCA ELEGIR BUENOS PERSONAJES QUE MANTENGAN SU ESTATUS. ELLA ESTARÁ EN LA COMEDIA MUSICAL *ANTIHEROES* Y EN LA SEGUNDA TEMPORADA DE *SU MAJESTAD*. Y ÉL, EN EL THRILLER *CRUZADOS* Y EN LA SERIE DE MOVISTAR PLUS+ *IRUÑA 97*.

Con el Festival de Málaga de 2025 arrancó el Año Cervantes, nada que ver con el autor de *El Quijote*: los hermanos Ángela y Álvaro presentaban, respectivamente, *La furia* y *Sorda*, y ambos fueron premiados por sus comprometidas interpretaciones, algo que se repitió este año en los Premios Gaudí.

Durante este año, ella ha estrenado también *Lo que queda de mí*, *Lapônia* y la serie *El mal invisible*. Y él, ganador del

Goya por *Sorda* (ella estuvo también nominada), ha protagonizado *Esmorza amb mi* y *Balandrau, viento salvaje*, todo un fenómeno de taquilla en Catalunya. Ahora mismo, la cotización en nuestra industria de los hermanos Cervantes es altísima, merecida recompensa para un Álvaro que lleva trabajando desde los 15 años y para una Ángela que irrumpió con fuerza con *Chavalas* (2021) y *La maternal* (2022). Ella es, además, una de las nuevas vicepresidentas de la Academia de cine.



15

PACO LEÓN

ACTOR Y DIRECTOR



RETOS

SEGUIR ALTERNANDO SUS TRABAJOS COMO ACTOR (APARECE EN LA PORTUGUESA SANTO ANTÓNIO Y ACABA DE RODAR LA ROJA PARA MARCEL BARRENA) Y COMO CREADOR: PREPARA GUION CON FERNANDO PÉREZ PARA 2027.

Pese a parecerle, de entrada, una pésima idea, Paco León se dejó convencer para volver al universo de Esperanza Sur con *Aída y vuelta*, regreso a una serie-fenómeno que no se parecía a ninguna otra secuela. Tremendo taquillazo, el filme despistaba a las expectativas para convertirse en un gozoso ejercicio de metaficción. Surfear en mares desconocidos es un aliciente para este cómico (se hizo popular con el programa *Homo Zapping* y lo reventó con su Luisma de *Aída*) que, como actor, ha tocado otros palos (*La peste*, *Mi querida señorita*), y que ha sorprendido constantemente como director: debutó con *Carmina o revienta* (2012), desafiando el modelo de distribución imperante y estrenando al mismo tiempo en salas y en unas plataformas que aún no dominaban el mercado. Y siguió con *Carmina y amén* (2014), *Kiki, el amor se hace* (2016) y *Rainbow* (2022), además de la serie *Arde Madrid* (2018).

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli



16

ADOLFO BLANCO

CEO DE A CONTRACORRIENTE FILMS
Y PROPIETARIO DE CINES VERDI



PUNTOS FUERTES

HA DEMOSTRADO UNA GRAN CAPACIDAD PARA ADAPTARSE A UN MERCADO CAMBIANTE, COMBINANDO UN SÓLIDO CATÁLOGO DE CINE ESPAÑOL CON MOVIMIENTOS ESTRATÉGICOS COMO LA COMPRA DE SELECTA VISIÓN.

PUNTOS DÉBILES

VARIAS COMEDIAS RECIENTES —*EL FANTASMA DE MI MUJER*, *LAPONIA* Y *CADA DÍA NACE UN LISTO*— HAN QUEDADO POR DEBAJO DE LAS EXPECTATIVAS, REFLEJANDO UN POSIBLE DESGASTE DE UNO DE LOS GÉNEROS TRADICIONALMENTE MÁS FIABLES DEL CINE ESPAÑOL.

Históricamente, A Contracorriente ha sido la gran distribuidora independiente española. En un mercado cada vez más competitivo, ha mantenido una identidad muy definida basada en el cine español de autor con potencial comercial, sin renunciar al cine europeo. La compra de Selecta Visión, líder del mercado del anime en España, ha reforzado además su posición. Su apuesta por el cine español ha vuelto a dar resultados con el fenómeno de *La cena* (3,8 millones de euros), el notable éxito de *Cuerpos locos* (800.000 euros) y el excelente recorrido de *Flores para Antonio* (750.000 euros). En 2026 ha sorprendido además *Viaje al país de los blancos*, que supera los 500.000 euros en su primer mes gracias a un excelente boca en boca. El verano llegará con dos de sus grandes apuestas: *El anfitrión*, protagonizada por Willem Dafoe, y la esperadísima *El ser querido*, el gran regreso de Rodrigo Sorogoyen co Bardem de protagonista.



17

MARTA EZPELETA

DIRECTORA GENERAL DE THE MEDIAPRO STUDIO



PUNTOS FUERTES

THE MEDIAPRO STUDIO DISPONE DE UNA ESTRUCTURA INTERNACIONAL ÚNICA DENTRO DEL AUDIOVISUAL ESPAÑOL. EL ÉXITO DE *AIDA* Y *VUELTA* DEMUESTRA ADÉMÁS EL ENORME VALOR DE SU CATÁLOGO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

PUNTOS DÉBILES

MÁS ALLÁ DE *AIDA* Y *VUELTA*, EL AÑO HA SIDO IRREGULAR PARA EL STUDIO. PROYECTOS COMO *EL TALENTO* O *LAPONIA* NO HAN ALCANZADO LAS EXPECTATIVAS COMERCIALES, POR LO QUE EL GRAN RETO DE EZPELETA SERÁ CONSOLIDAR UNA LÍNEA DE ÉXITOS MÁS CONSTANTE.

Marta Ezpeleta asumió la dirección general de The Mediapro Studio en enero de 2025, tomando el relevo de Laura Fernández Espeso tras una larga trayectoria dentro del grupo como responsable de distribución internacional, coproducciones y las distintas sedes mundiales del estudio. Todavía es pronto para identificar un sello propio, pero su primer año al frente ya deja un éxito significativo. *Aida* y *vuelta* ha demostrado que una gran marca televisiva puede trasladar su popularidad a la gran pantalla con excelentes resultados comerciales, reforzando una estrategia que acerca el modelo de explotación de franquicias español al de los grandes estudios de Hollywood. Al mismo tiempo, Mediapro mantiene una capacidad de producción global difícilmente igualable gracias a una red internacional que abarca Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia.



18

MARTA SERRANO

DIRECTORA GENERAL DEL ICAA



PUNTOS FUERTES

: SI FINALMENTE SE APRUEBA LA NUEVA LEY DEL CINE, SU PERFIL JURÍDICO Y SU EXPERIENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN PUEDEN RESULTAR DECISIVOS PARA PILOTAR UNA TRANSICIÓN COMPLEJA.

PUNTOS DÉBILES

SU NOMBRAMIENTO SE HA PRODUCIDO HACE APENAS UNAS SEMANAS Y TODAVÍA ES UNA INCÓGNITA CUÁL SERÁ SU CRITERIO AL FRENTE DEL ICAA Y EL MARGEN DE INICIATIVA QUE TENDRÁ PARA IMPRIMIR UN SELLO PROPIO.

El nombramiento de Marta Serrano al frente del ICAA, tras el fallecimiento de Ignasi Camós, supone la llegada de un perfil marcadamente técnico al principal organismo de apoyo al cine español, que gestiona cerca de 70 millones de euros anuales en ayudas. El Ministerio de Cultura destacó su experiencia en gestión pública, apuntando a una etapa centrada en la estabilidad administrativa. Serrano asume el cargo en un momento clave, con la esperada reforma de la Ley del Cine sobre la mesa y la necesidad de adaptar el sistema de ayudas. Todo apunta a una continuidad de las líneas estratégicas impulsadas en los últimos años, especialmente en materia de diversidad e igualdad.

TALENTO

por Irene Crespo



16

DANIEL SÁNCHEZ ARÉVALO

DIRECTOR Y GUIONISTA



RETOS

APROVECHAR EL BUEN RESULTADO EN TAQUILLA DE *RONDALLAS* PARA SEGUIR CON SU MOMENTO DULCE. LO HARÁ CON DOS NUEVOS THRILLERS: *CRUZADOS*, UNA DE ATRACOS PARA NETFLIX CON LAIA COSTA Y ÁLVARO CERVANTES; Y *CAZA MAYOR*, CON ANTONIO DE LA TORRE.

Cuenta que volvió a sentirse director después de mucho tiempo con *Rondallas*, la película que estrenó el 1 de enero, seis años después de su anterior largometraje, *Diecisiete*, que rodó para Netflix. Sánchez Arévalo volvía así a las salas de cine con una luminosa feel-good movie que conectaba con propuestas anteriores, como la icónica *Primos* (2011), *La gran familia española* (2013) o la serie *Las de la última fila* (2022) y que tuvo un gran recibimien en taquilla. Por contra, la oscuridad dominaba su celebrado y premiado debut, *Azuloscurocasinegro* (2006) o su filme más ambicioso, *Gordos* (2009). Con tres décadas de trayectoria a las espaldas desde sus primeros guiones para la mítica serie *Farmacia de guardia*, el cineasta cántabro ha hecho también sus pinitos literarios, siendo finalista del Premio Planeta con su novela *La isla de Alice*.



17

VÍCTOR GARCÍA LEÓN

DIRECTOR, GUIONISTA



RETOS

CONVENCER A LOS PRODUCTORES DE UNA EVIDENCIA, LA DE QUE ES UNA DE LAS VOCES MÁS INTERESANTES, AUDACES Y PERSONALES DE NUESTRO CINE.

Brillantísimo en todas y cada una de las películas que ha hecho desde su ópera prima, *Más pena que gloria* (2001), Víctor García León es uno de los cineastas más personales e interesantes de su generación, también uno de los más ácidos, aunque injustamente olvidado durante algunos años. Tras *Vete de mí* (2006), por la que Juan Diego conquistó el Goya y la Concha de Plata, no volvió a estrenar largometraje hasta 10 años después. Reaparecido con *Selfie* (2017), *Los europeos* (2020) y series como *Vota Juan* (2020) y *Animal* (2025), este ha sido un año en que se ha hecho justicia con él, con la magnífica acogida de público y de crítica que ha tenido *Altas capacidades*, coescrita junto a Borja Cobeaga y con la que ha demostrado que no ha rebajado para nada el filo de su pluma ni el tino y el humor de su mirada. Por algo se le conoce como el alumno destacado de Rafael Azcona.



18

RAÚL REFEE

MÚSICO



RETOS

SEGUIR SORPRENDIENDO CON CADA UNA DE SUS MÚLTIPLES AVENTURAS MUSICALES. UNA DE LAS ÚLTIMAS, EL PROYECTO DISCOGRÁFICO *CRU+ES*, LA MÁS RECIENTE DE LOS VARIOS TRABAJOS CONJUNTOS CON NIÑO DE ELCHE.

Es compositor e intérprete y, si no el que más, uno de los productores con mayor influencia en la música española de este siglo. Artistas como Rodrigo Cuevas, Silvia Pérez Cruz, Rocío Márquez, GuitaricadelaFuente, o una tal Rosalía deben parte, o mucho, de su sonido al músico barcelonés Raúl Fernández Miró, más conocido como Refree, o como Raúl Refree. Innovador, ecléctico y arriesgado, aficionado a romper moldes y quebrantar expectativas, su talento ha llegado también al audiovisual, componiendo para Isaki Lacuesta (*Entre dos aguas* o *Un año, una noche*), para Bárbara Farré (*Mala bestia*) o para Los Javis, con los que colaboró en la celebrada serie *La Mesías* y, ahora, repite en *La bola negra*.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

19

CRISTÓBAL GARCÍA
Y JAVIER UGARTESOCIOS FUNDADORES DE LA TERRAZA
FILMS

PUNTOS FUERTES

SU EXTRAORDINARIA CAPACIDAD PARA ADAPTARSE A GÉNEROS, PRESUPUESTOS Y PÚBLICOS MUY DISTINTOS CONVIERTE A LA TERRAZA EN UNA DE LAS PRODUCTORAS MÁS VERSÁTILES DEL CINE ESPAÑOL.

PUNTOS DÉBILES

ESA MISMA DIVERSIDAD DIFICULTA CONSTRUIR UNA IDENTIDAD DE MARCA TAN RECONOCIBLE COMO LA DE OTRAS PRODUCTORAS ESPAÑOLAS CON UNA LÍNEA EDITORIAL MÁS DEFINIDA.



Pocas productoras españolas encadenan tantos aciertos como La Terraza Films. Tras el buen resultado de *Mikaela* (1,5 millones de euros) a comienzos de 2025, cerró el año con el fenómeno de *La cena* (3,8 millones), una de las grandes sorpresas de la temporada.

En 2026, *Siempre es invierno*, de David Trueba, confirmó su capacidad para combinar cine comercial y propuestas de mayor ambición artística al acercarse a los 900.000 euros. Cristóbal García, procedente de Morena Films y Telecinco Cinema, y Javier Ugarte, productor durante quince años en Telecinco Cinema, han hecho de la versatilidad la principal seña de identidad de una compañía capaz de alternar películas comerciales con títulos de autor como *Segundo premio*, ganadora del Goya a la mejor dirección.

NEW
ENTRY

20

KOLDO ZUAZUA

PRODUCTOR Y CEO DE KOWALSKI FILMS



PUNTOS FUERTES

PRODUCE LA NUEVA PELÍCULA DE ALAUDA RUIZ DE AZÚA, PROVISIONALMENTE TITULADA *UNTITLED ONLYFANS PROJECT*, TRAS EL ÉXITO DE *LOS DOMINGOS*.

PUNTOS DÉBILES

SU APUESTA SIMULTÁNEA POR LA COMEDIA POPULAR Y EL CINE DE AUTOR DIFICULTA QUE LA COMPAÑÍA PROYECTE UNA IDENTIDAD EDITORIAL TAN DEFINIDA COMO LA DE OTRAS PRODUCTORAS.

Con 25 años de trayectoria, Koldo Zuazua firma una excelente temporada gracias a dos éxitos familiares: *El casoplón* (3,3 millones de euros), estrenada en la primavera de 2025, y *Abuela tremenda* (3 millones), uno de los grandes éxitos del pasado invierno. En otoño, *Los tigres*, de Alberto Rodríguez, completó el año con un sólido resultado de 1,3 millones de euros tras su paso por el Festival de San Sebastián.

Al frente de Kowalski Films desde su fundación en 2013, Zuazua ha construido una productora capaz de alternar grandes éxitos comerciales con cine de autor, una estrategia que ha convertido a la compañía en una de las más adaptables del panorama español.



21

GONZALO SALAZAR-SIMPSON

SOCIO FUNDADOR DE LAZONA



PUNTOS FUERTES

HA CONSTRUIDO UNA DE LAS PRODUCTORAS MÁS SÓLIDAS DEL CINE ESPAÑOL, COMBINANDO ÉXITO COMERCIAL Y DIVERSIFICACIÓN EMPRESARIAL.

PUNTOS DÉBILES

LA PÉRDIDA DE FUERZA DE LA COMEDIA ESPAÑOLA OBLIGA A EXPLORAR NUEVOS GÉNEROS CAPACES DE MANTENER EL MISMO PODER DE CONVOCATORIA EN SALAS.

Con una sólida trayectoria en la comedia comercial, LaZona volvió a demostrar su olfato el pasado verano con *Sin cobertura* (2,9 millones de euros). La franquicia de Ocho apellidos también ha mostrado una notable resistencia con *Ocho apellidos marroquíes* (13 millones de euros), mientras que títulos como *Políticamente incorrectos* o *¿Quién es quién?* superaron el millón de euros en un contexto en el que esas cifras ya no resultan fáciles de alcanzar. Este verano ha repetido con la directora Mar Olid en *Tres de más*. Sin renunciar al cine comercial, LaZona ha reforzado además su prestigio con producciones como *La consagración de la primavera* o *El amor de Andrea*, al tiempo que ha diversificado su actividad hacia la televisión, el teatro y la distribución.

TALENTO

por Irene Crespo

NEW
ENTRY

19

EMMA VILARASAU

GUIONISTA Y DIRECTOR DE CINE



RETOS

A ESTAS ALTURAS DE SU CARRERA Y SIN NADA QUE DEMOSTRAR, SIGUE PRIORIZANDO SU TRABAJO SOBRE LOS ESCENARIOS, CON PROYECTOS HASTA 2029. Y SI VIENEN ACOMPAÑADOS DE BUENOS PAPELES EN CINE, MEJOR QUE MEJOR.

Los caprichos del destino hicieron que el reconocimiento a Emma Vilarsau tomara el puente aéreo con el éxito de *Casa en llamas* (2024), su nominación al Goya y su premio Feroz. Algunos quizás la recordaban por sus escasas apariciones cinematográficas en *Los sin nombre* (1999) o en *Para que no me olvides* (2005). Para esta gran dama del teatro catalán, que también consiguió tremendas cuotas de popularidad con series de TV3 como *Nissaga de poder*, *Majoria absoluta* o *Ventdelplà*, el cine era una carpeta cerrada hasta que Dani de la Orden le ofreció el rol de matriarca burguesa y llante en una *Casa en llamas* que tendrá secuela. Además, el cineasta la tiene en el reparto de *El director*, mientras la Vilarsau disfruta de la buena acogida en taquilla de su último filme, *Viaje al país de los blancos*, y sigue representando dos obras de teatro en Cataluña, *La truita* y *Els fills*.

NEW
ENTRY

20

YASMINA PRADERAS,
LAIA CASANOVAS
Y AMANDA VILLAVIEJA

TÉCNICAS DE SONIDO



RETOS

YA CONVERTIDAS EN REFERENTES DE NUESTRO CINE, EL DESAFÍO ES SEGUIR ENCONTRANDO ESPACIOS EN LOS QUE DESARROLLAR SU TALENTO, JUNTAS O POR SEPARADO.

La sombra de *Sirāt* sigue siendo alargada, y uno de los principales efectos de la celebrada película de Oliver Laxe es el de haber puesto en el mapa internacional, y en el foco de atención, a las responsables del sonido de la película, elemento narrativo esencial para lograr el impacto que tuvo el filme. En un campo históricamente dominado por hombres, tres mujeres dieron un golpe sobre la mesa y se llevaron una merecida nominación al Oscar, la primera íntegramente femenina de la historia de los premios en esa categoría: al frente de una veintena de personas, Amanda Villavieja se responsabilizó del sonido directo, Laia Casanovas se encargó del montaje y diseño sonoro, y Yasmina Praderas remató la faena en las mezclas finales. Tres profesionales de primer nivel con mucha experiencia a sus espaldas y mucho futuro para seguir regalándonos los oídos.

NEW
ENTRY

21

ORIOI PLA

ACTOR



RETOS

RECONSOLIDARSE, DE MOMENTO REPITIENDO CON JAVI GINER EN EL PRIMER LARGO DEL CINEASTA, *ESTA SOLEDAD*, QUE SE ESTRENARÁ EN SAN SEBASTIÁN; Y AÑADIÉNDOSE AL REPARTO DE *CITAS: LA PELÍCULA*.

Hay trabajos que marcan un antes y un después, y el de Oriol Pla es, sin duda, su exhibición en *Yo, adicto*. La adaptación de la caída en el infierno de las adicciones de Javi Giner, director y creador de la serie de Disney+, le dio a Pla el rol de su vida, y varios premios, entre ellos el histórico Emmy internacional. Con la actuación en los genes, tenía seis años y ya acompañaba de bolo en bolo y de pueblo en pueblo a sus padres, los actores y payasos Quimet Pla y Núria Solina. Tras casi 500 episodios del culebrón *El cor de la ciutat*, se fogueó en cine y TV hasta que *La incierta gloria* (2017) de Agustí Villaronga supuso su primera inflexión profesional, premio Gaudí incluido. Brilló en *Petra* (2018), *Girasoles silvestres* (2022), *Creatura* (2023) y *Salve María* (2024). Y, entre tanto trajín, no olvida lo que disfruta en los escenarios, y sigue con la gira de *Gula* y reponiendo *Travy*, que representa con su familia. Y es el director escénico de la ópera de cámara *Estètica i massacre*.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

=

22

KIKO MARTÍNEZ

SOCIO FUNDADOR DE NADIE ES PERFECTO



PUNTOS FUERTES

HA CONSTRUIDO UN MODELO SÓLIDO DE CINE COMERCIAL, CON ESPECIAL CAPACIDAD PARA IDENTIFICAR PROYECTOS CAPACES DE CONECTAR TANTO CON EL PÚBLICO DE LAS SALAS COMO CON EL DE LAS PLATAFORMAS.

PUNTOS DÉBILES

EL DISCRETO RECORRIDO DE *PIONERAS*, PESE AL PREMIO DEL PÚBLICO EN MÁLAGA Y A SU BUENA ACOGIDA CRÍTICA, DEMUESTRA LAS DIFICULTADES QUE SIGUEN ENCONTRANDO LAS PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PRESUPUESTO MEDIO EN UNA TAQUILLA CADA VEZ MÁS POLARIZADA.

Kiko Martínez lleva años demostrando un gran olfato para el cine comercial y, en 2026, confirmó además que el éxito de una película ya no se mide únicamente por su recorrido en salas. *Mala influencia*, estrenada en 2025, recaudó 650.000 euros antes de convertirse en un fenómeno global en Netflix, donde fue la película más vista del mundo durante su primer fin de semana. Tras producir junto a Álex de la Iglesia títulos como *El bar* o *Perfectos desconocidos*, Martínez consolidó su propio camino con *Nadie es Perfecto*, una productora especializada en cine popular con clara vocación comercial. Los próximos meses pondrán de nuevo a prueba ese modelo con *Perfectos conocidos*, spin-off de *Perfectos desconocidos* dirigido por Javier Fesser; *Persiguiendo a Michael*, de Juana Macías, y la coproducción internacional *Todo lo que no vemos*.

TALENTO

por Irene Crespo

↓

22

DANI DE LA ORDEN

DIRECTOR Y GUIONISTA



RETOS

CUMPLIR LAS EXPECTATIVAS CON *EL DIRECTOR* Y VOLVER AL UNIVERSO DE *CASA EN LLAMAS* CON UNA SECUELA, *CASA EN CENDRES*, ESCRITA JUNTO A EDU SOLA, QUE RODARÁ EN INVIERNO Y LLEVARÁ A LA FAMILIA PROTAGONISTA A PASAR UNOS DÍAS EN EL PIRINEO.

Hace dos años dirigió su película más redonda, *Casa en llamas*, fenómeno en Cataluña que acabó siendo un taquillazo en todo el país, y que consolidó la hiperactiva trayectoria de alguien que, a sus 37 años, ha llegado ya a la docena de largometrajes dirigidos, además de crear series estupendas como *A muerte* y *La casa nostra*. Su último filme es *El director*, la adaptación del libro homónimo del periodista David Jiménez que cuenta su breve paso como mandamás del diario *El Mundo*. Un thriller que se fija en las turbias relaciones entre la política, la empresa y los medios de comunicación en España, que protagonizan David Verdaguer y Alberto San Juan. Un salto adelante para alguien curtido en trabajos de encargo y comedias románticas que ha crecido, y mucho, como cineasta.

=

23

EMMA LUSTRES Y BORJA PENA

CEOS DE VACA FILMS



PUNTOS FUERTES

NADIE DOMINA EL THRILLER EN ESPAÑA COMO VACA FILMS. SU EXPERIENCIA LES PERMITE LEVANTAR PRODUCCIONES DE GRAN PRESUPUESTO CON ESTÁNDARES TÉCNICOS PLENAMENTE COMPETITIVOS A NIVEL INTERNACIONAL.

PUNTOS DÉBILES

EL THRILLER ESPAÑOL YA NO GARANTIZA LAS TAQUILLAS DE DOS O TRES MILLONES DE EUROS QUE ERAN RELATIVAMENTE HABITUALES HACE UNA DÉCADA.

Sin abandonar su base en Galicia, Vaca Films ha construido una de las identidades más reconocibles del cine español. En los últimos meses, la productora ha sumado un nuevo éxito con *Golpes*, debut en la dirección del guionista Rafael Cobos, que con Luis Tosar al frente del reparto ha superado los 700.000 euros de taquilla. Una cifra que confirma la vigencia del género, aunque también evidencia las mayores dificultades que encuentra hoy para alcanzar las grandes recaudaciones de hace una década. Durante los años más complicados para las salas, Vaca Films ha diversificado su actividad reforzando su producción para plataformas sin renunciar al thriller. A ello se suma una nueva línea de cine juvenil iniciada con *Dimelo bajito* y que continuará con *Dimelo en secreto* y *Dimelo con besos*.

NEW ENTRY

23

ISAKI LACUESTA

DIRECTOR



RETOS

SACAR PARTIDO DE SU POTENTE MOMENTO CREATIVO, CON DOS NUEVOS DOCUMENTALES: UNA SINGULAR EXPLORACIÓN DEL FLAMENCO EN *JALEOS*, QUE PRESENTARÁ EN SAN SEBASTIÁN, Y *OBRA MAESTRA*. ADEMÁS, VOLVERÁ A LA FICCIÓN CON *CLOSE TO ME*, PRODUCIDA POR J.A. BAYONA.

Sus dos Conchas de Oro en el Festival de San Sebastián (por *Los pasos dobles* y *Entre dos aguas*) son un aval más que suficiente para que Isaki Lacuesta sea uno de nuestros cineastas más relevantes en lo que va de siglo. Graduado en la primera edición del Máster en Documental de Creación de la Universitat Pompeu Fabra, es uno de los grandes referentes de un cine que difumina las fronteras entre realidad y ficción. Maestro del documental desde su debut en *Cravan vs. Cravan* (2002) hasta la reciente, y conmovedora, *Flores para Antonio* (2025), que codirigió junto a Elena Molina y ganó este año el Goya a mejor documental, el cineasta ha firmado también títulos tan brillantes como *Un año, una noche* (2022) o *Segundo premio* (2024) junto a Pol Rodríguez, con el que ha repetido en una de las series españolas fenómeno del año, *Ravalear*.

=

24

FERNANDO MÉNDEZ-LEITE

PRESIDENTE DE LA ACADEMIA DE CINE



PUNTOS FUERTES

LA ÚLTIMA GALA DE LOS GOYA REUNIÓ A 2,4 MILLONES DE ESPECTADORES, LA MEJOR AUDIENCIA DESDE 2020.

PUNTOS DÉBILES

LA ACADEMIA REPRESENTA SENSIBILIDADES E INTERESES MUY DIVERSOS, UN EQUILIBRIO COMPLEJO QUE OBLIGA A UNA LABOR CONSTANTE DE MEDIACIÓN COMPLEJA.

A finales de junio, Fernando Méndez-Leite fue reelegido presidente de la Academia de Cine para un segundo mandato sin necesidad de enfrentarse a otra candidatura, reflejo del amplio consenso que ha logrado al frente de la institución responsable de los Premios Goya, el mayor escaparate del cine español. Director, crítico, profesor, exdirector general del ICAA, fundador y patrono de la ECAM, pocas figuras reúnen un conocimiento tan amplio del sector. A sus más de ochenta años, afronta un nuevo mandato en el que uno de los principales retos será la puesta en marcha del futuro Museo del Cine, en la calle Velázquez de Madrid, uno de los proyectos culturales más ambiciosos de la Academia.

NEW ENTRY

24

FERNANDO FRANCO

DIRECTOR, GUIONISTA Y MONTADOR



RETOS

NO PERDER FUELE, Y TODO APUNTA QUE SU PRÓXIMO PROYECTO SEGUIRÁ PISANDO CALLOS: *ANOCHECER* REATRATARÁ LAS ÚLTIMAS HORAS DE VIDA DEL POETA FEDERICO GARCÍA LORCA, ANTES DE SER DETENIDO Y ASESINADO POR LOS FRANQUISTAS.

Antes de consolidarse como director contando sus propias historias, el sevillano Fernando Franco era uno de los montadores más solicitados de nuestro cine. De hecho, no ha dejado de ejercer como tal: suyas son las ediciones de *La soledad*, *Blancanieves*, *Que Dios nos perdone* o *Un año, una noche*. Pero, a partir de presentar su primer largometraje, *La herida* (2013), su trabajo como director ha cobrado un merecido peso. De hecho se llevó el Goya. Películas como *Morir* (2017), *La consagración de la primavera* (2022), *Subsuelo* (2025) o la reciente *La luz* (2026), que toca el asunto de los abusos sexuales en el seno de la Iglesia Católica (y ha tenido un reseñable e inesperado recibimiento en taquilla), tienen en común su osadía en plantear dilemas morales, desde una complejidad que no rehúye la crudeza de personajes y tramas incómodas. Es, sin duda, uno de los cineastas más singulares de nuestro cine.

PROFESIONAL

por Juan Sardà Frouchtmann
y Vito Sinopoli

25

NACHO PUEBLA

DIRECTOR GENERAL DE VERCINE



PUNTOS FUERTES

VERCINE DEMUESTRA QUE LAS DISTRIBUIDORAS INDEPENDIENTES PUEDEN GENERAR GRANDES ÉXITOS PARA EL CINE ESPAÑOL.

PUNTOS DÉBILES

EL CINE ESPAÑOL DE AUTOR ATRAVIESA UN MOMENTO MÁS COMPLICADO QUE EN LOS PRIMEROS AÑOS DE LA POSTPANDEMIA, LO QUE DIFICULTA EL RECORRIDO COMERCIAL DE BUENA PARTE DE SUS APUESTAS.

Al frente de Vercine desde 2007, Nacho Puebla ha consolidado una distribuidora que ha sabido encontrar su espacio en uno de los segmentos más competitivos del mercado. En un contexto de fuerte polarización de la taquilla, donde cada vez resulta más difícil que las películas de presupuesto medio alcancen cifras significativas, la compañía ha mantenido una apuesta constante por el cine español.

Su trayectoria reciente está marcada por uno de los grandes fenómenos del cine independiente, *Casa en flamas*, que superó los 3 millones de euros en 2024 y demostró que todavía es posible convertir una producción española en un gran éxito sin el respaldo de una *major*. En un contexto especialmente complicado para el cine español de presupuesto medio, Vercine ha continuado apostando por el cine nacional con títulos como *Ruido y Bajo tus pies*.



25

EDUARD FERNÁNDEZ

ACTOR



RETOS

OTRO AÑO MÁS: QUE SU BUEN MOMENTO NO SE ACABE.

2024 fue su gran año y, por eso, estaba en el puesto número 15 en esta lista el año pasado: había recogido su cuarto Goya por *Marco*, lo que le convirtió en el segundo actor más premiado (después de Bardem) y el segundo más nominado (después de Antonio de la Torre). Pero, además, había triunfado en taquilla con *El 47*, interpretando al autobusero del filme de Marcel Barrena que acabó llevándose también el Goya ex aequo a mejor película con *La infiltrada*. En septiembre pasado, además, recogía envuelto en un pañuelo palestino un merecido y emotivo Premio Nacional de Cinematografía y estrenaba la serie *Anatomía de un instante*, su reencuentro con el director Alberto Rodríguez interpretando a Santiago Carrillo. Pero su racha se mantiene: en San Sebastián hará doblete con la película *El mal padre*, de Roberto Bueso, en competición de la Sección Oficial; y con la serie *Matar a un Oso*, de los Sánchez-Cabezudo. Además tiene pendiente *En nombre de otro*, de Oriol Paulo, para Netflix.

SANDRA
BULLOCK

NICOLE
KIDMAN

TODA LA MAGIA
QUE DESEABAS

PRÁCTICAMENTE MAGIA

11 SEPTIEMBRE
SOLO EN CINES

ALCON
ENTERTAINMENT

PENDIENTE DE CALIFICACIÓN POR EDADES

Soundtrack
Album on
WATERTOWER

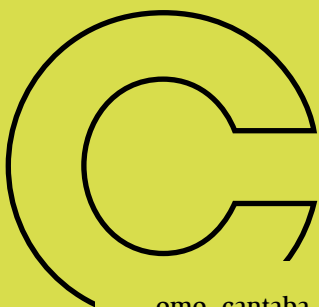
WARNER BROS.
Presents

UN MERCADO CADA VEZ MÁS POLARIZADO

LA FOTOGRAFÍA DEL MERCADO ESPAÑOL EN 2025 ES MUY REVELADORA. LAS DIEZ PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS CONCENTRARON EL 34% DE TODA LA RECAUDACIÓN ANUAL SEGÚN RENTRAK. ASÍ, UNA DE CADA TRES ENTRADAS VENDIDAS CORRESPONDIÓ A SOLO DIEZ TÍTULOS. UN FENÓMENO QUE NO NACIÓ CON LA PANDEMIA, SINO QUE COMENZÓ A GESTARSE YA EN 2019 Y QUE DESDE ENTONCES NO HA HECHO MÁS QUE CONSOLIDARSE

por Lino Pulido





Como cantaba ABBA en *The Winner Takes It All*, el ganador se lo lleva todo. La taquilla española parece haber convertido ese verso en una auténtica ley de mercado. El peso de las diez películas más taquilleras ha aumentado casi seis puntos porcentuales respecto al periodo previo a la pandemia, pasando de representar, de media, el 30% de la recaudación anual entre 2017 y 2019 al 35,7% en el trienio 2023-2025. La diferencia resulta todavía más llamativa si la comparación se limita a 2017 y 2018, los dos últimos años anteriores al cambio de modelo: la cuota del Top 10 pasa del 27,5% al 35,7%, un salto de más de ocho puntos porcentuales.

Una taquilla cada vez más polarizada que también plantea interrogantes sobre la recuperación del mercado en 2026. Cuando no aparece un blockbuster capaz de movilizar por sí solo a millones de espectadores, las temporadas valle se convierten en un auténtico quebradero de cabeza para la exhibición, por muchos ciclos, reestrenos o eventos especiales que sus imaginativos —y cada vez más presionados— programadores sean capaces de poner en marcha.

Los datos históricos confirman que el cambio no comenzó con la pandemia. Durante buena parte de la década anterior, la concentración de la taquilla española se mantuvo relativamente estable. En 2009, las diez películas más taquilleras representaban el 28,2% de la recaudación anual, un porcentaje muy similar al registrado en 2017 (27%) y 2018 (28%). Incluso 2013, uno de los peores años para la exhibición española, marcado por la crisis económica y la subida del IVA cultural, presentó una concentración extraordinariamente baja, del 18,2%, demostrando que un mercado débil no implica necesariamente una mayor dependencia de los grandes éxitos.

El auténtico punto de inflexión llega en 2019. En un año excepcional para la exhibición, con 624 millones de euros de recaudación y más de 105 millones de espectadores, el peso de las diez películas más taquilleras se dispara hasta el 36,2%, casi

Tabla 1

PORCENTAJE TOP 3, 5 Y 10 ENTRE 2017-2025 SOBRE TOTAL TAQUILLA

DATA	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
% TOP 3 SOBRE TOTAL MERCADO	10%	12%	15%	18%	15%	18%	16%	19%	14%
% TOP 5 SOBRE TOTAL MERCADO	15%	18%	23%	25%	21%	25%	23%	26%	20%
% TOP 10 SOBRE TOTAL MERCADO	27%	28%	35%	40%	34%	40%	35%	38%	34%

Fuente: Rentrak

nueve puntos más que apenas dos años antes. A partir de ahí, la pandemia acelera y consolida una tendencia que ya estaba en marcha: el Top 10 alcanza el 40% en 2020 y 2022 y, pese a la recuperación de la asistencia, nunca vuelve a situarse por debajo del 34% según Rentrak. El nuevo equilibrio del mercado ya estaba definido antes de la irrupción del Covid.

Sin embargo, los datos también obligan a matizar la idea de *The Winner Takes It All*. A largo plazo, el *blockbuster* no recauda mucho más que hace una década. De hecho, la recaudación media de las diez películas más taquilleras en 2025 es prácticamente idéntica a la de 2017. El gran pico corresponde a 2019, un ejercicio excepcional e irrepetible. El verdadero cambio está en el resto del mercado. Las películas situadas entre los puestos 11 y 30, entre el 31 y el 50 o incluso entre el 51 y el 100 han perdido entre un 30% y un 40% de su capacidad de generar ingresos. No es que el ganador gane mucho más; es que los demás ganan bastante menos.

Ese es, probablemente, el gran cambio de la exhibición contemporánea. Lo que está desapareciendo no son los grandes éxitos, sino la clase media de la taquilla: esas películas capaces de recaudar entre tres y diez millones de euros que durante décadas sostuvieron la diversidad de la cartelera y aportaron estabilidad económica al mercado.

EL NUEVO HOLLYWOOD NACIÓ ANTES DEL COVID

La comparación entre los Top 100 de

2019 y 2025 revela un fenómeno que suele quedar oculto tras la división entre pre y pospandemia. El verdadero punto de inflexión llega en 2019. Ese año aparece ya el nuevo modelo económico de Hollywood, aunque la cartelera todavía conserva buena parte de la diversidad creativa del anterior.

En el Top 100 de 2019 convivían fenómenos globales como *El rey león*, *Joker* o *Vengadores: Endgame* con cine de autor como *Parásitos* o *Dolor y gloria*; dramas para adultos como *Green Book*, *Mientras dure la guerra* o *Mujercitas*; thrillers como *Puñales por la espalda*; musicales como *Rocketman* o *Yesterday*, además de comedias españolas y producciones familiares. En 2025, buena parte de ese espacio ha sido ocupado por secuelas, remakes, adaptaciones y franquicias consolidadas como *Lilo y Stitch*, *Jurassic World*, *Avatar*, *Minecraft*, *Cómo entrenar a tu dragón*, *Zootrópolis 2* o *Capitán América*. 2019 anuncia el modelo económico que dominará la década ➤

Tabla 2

EVOLUCION PORCENTAJE TOP 10 SOBRE TAQUILLA TOTAL 2009-2025

AÑO	TAQUILLA TOTAL (M€)	RECAUDACIÓN TOP 10 (M€)	PESO TOP 10
2009	675	190,5	28,20%
2013	508	92,3	18,20%
2017	597	161,2	27,00%
2018	585,7	164	28,00%
2019	624,1	225,8	36,20%
2020	169,7	67,9	40,00%
2021	251,9	85,6	34,00%
2022	379	151,6	40,00%
2023	490,2	171,6	35,00%
2024	484,6	184,1	38,00%
2025	453	154	34,00%

Fuente: Rentrak

Tabla 3

EVOLUCION PORCENTAJE SOBRE TAQUILLA TOTAL Y RECAUDACION MEDIA PELICULAS POR TRAMOS TOP 100								
TRAMO	2017 % TOP100	2017 MEDIA/PELÍCULA	2019 RECAUDACIÓN (M€)	2019 % TOP100	2019 MEDIA/PELÍCULA	2025 RECAUDACIÓN (M€)	2025 % TOP100	2025 MEDIA/PELÍCULA
Top 10	29,70%	15,45 €	225,80 €	39,40%	22,58 €	154,30 €	39,20%	15,43 €
Puestos 11-30	31,90%	8,29 €	181,90 €	31,80%	9,10 €	113,20 €	28,70%	5,66 €
Puestos 31-50	18,00%	4,69 €	75,60 €	13,20%	3,78 €	60,70 €	15,40%	3,03 €
Puestos 51-100	20,30%	2,11 €	89,50 €	15,60%	1,79 €	65,90 €	16,70%	1,32 €
TOTAL TOP 100	100,00%	5,19 €	572,90 €	100,00%	5,73 €	394,10 €	100,00%	3,94 €
Taquilla total			624,10 €			453,00 €		
Top 100 sobre taquilla total	87,00%		572,90 €	91,80%		394,10 €	87,00%	

Fuente: Rentrak

Tabla 4

EVOLUCIÓN PESO TOP 10 CINE ESPAÑOL SOBRE TAQUILLA TOTAL 2009-2025					
AÑO	TAQUILLA TOTAL MERCADO	CINE ESPAÑOL TOTAL	TOP 10 CINE ESPAÑOL	PESO TOP 10 SOBRE CINE ESPAÑOL	CINE ESPAÑOL SOBRE TOTAL
2009	619,2 M€	104,3 M€	73,87 M€	70,80%	16,80%
2013	508,0 M€	70,0 M€	39,86 M€	56,90%	13,80%
2017	597,0 M€	102,0 M€	73,70 M€	72,30%	17,10%
2019	615,6 M€	94,1 M€	66,78 M€	71,00%	15,30%
2023	487,5 M€	81,1 M€	55,69 M€	68,70%	16,60%
2025	453,0 M€	78,0 M€	44,28 M€	56,80%	17,20%

Fuente: Rentrak



Lilo&Stitch fue la película más taquillera de 2025



Avatar: Fuego y ceniza, una saga con cifras millonarias

siguiente, pero todavía conserva la diversidad creativa del Hollywood anterior. La pandemia no crea esa transformación; simplemente acelera un proceso que ya estaba en marcha.

La explicación hay que buscarla en la profunda transformación de Hollywood. Pocos negocios se parecen tanto a un casino como el cine. Una película de un millón de dólares puede convertirse en una franquicia valorada en cientos de millones, mientras que una superproducción de 300 millones puede acabar provocando pérdidas multimillonarias. Durante décadas, Hollywood repartía sus fichas entre cientos de películas, consciente de que unas fracasarían, otras funcionarían razonablemente y unas pocas se convertirían en grandes éxitos. Hoy juega de otra manera. Ha dejado de apostar a muchos números para concentrar buena parte de su capital en unas pocas apuestas gigantes, confiando en que dos o tres fenómenos mundiales compensen el resto.

Mucho antes de la crisis sanitaria, los grandes estudios ya habían reducido drásticamente su producción: de las 300 o 400 películas que estrenaban cada año a principios de siglo se ha pasado a apenas 120 o 130. El desplome del mercado del DVD primero y la irrupción del *streaming* después acabaron con el modelo que financiaba el cine de presupuesto medio. En su lugar surgió una estrategia basada en menos películas, mucho más caras, respaldadas por campañas de promoción globales y concebidas para convertirse en acontecimientos mundiales.

A ello se suma la creciente financiarización de la industria. La entrada de grandes

Tabla 5

COMPARACION INTERNACIONAL (2025)			
PAÍS	TOP 10	TOP 5	TOP 3
Italia	33%	22%	15%
España	34%	20%	14%
Francia	23%	14%	10%
Estados Unidos	26%	22%	14%

Fuente: Cinetel, Rentrak, CNC, BoXOffice Mojo

conglomerados y fondos de inversión ha reforzado una lógica en la que prima la rentabilidad inmediata y la reducción del riesgo. Apostar por unas pocas franquicias globales resulta más atractivo para los accionistas que mantener una producción amplia y diversa de películas de presupuesto medio. El resultado es una paradoja: nunca se han estrenado tantas películas y, sin embargo, nunca tan pocas habían concentrado tanta atención, tantas pantallas y tanta recaudación. Mientras el espectador percibe una oferta prácticamente infinita gracias al *streaming*, el espacio comercial para la comedia, el thriller, el romance o el drama adulto se estrecha cada vez más.

Quizá por eso la canción de ABBA sigue describiendo tan bien la taquilla actual. Pero con un matiz decisivo: el problema no es que el ganador se lleve mucho más que antes. El problema es que cada vez quedan menos premios para los demás.

ESPAÑA: MUCHAS FICHAS, POCOS PREMIOS

Si Hollywood ha reducido el número de apuestas, el cine español ha seguido el camino contrario. Nunca se habían estrenado tantas películas nacionales. En 2009 llegaron a las salas 137 largometrajes españoles; en 2013 fueron 98, en plena crisis; en 2017 ascendían a 153; en 2023 ya eran 307 y en 2025 alcanzaron las 375.

La paradoja es que esa abundancia convive con una concentración históricamente muy elevada. En 2009, las diez películas españolas más taquilleras representaron el 70,8% de toda la recaudación nacional; en 2017 alcanzaron el 72,3% y en 2019 el 71%. Es decir, el cine español lleva muchos años dependiendo de unas pocas locomotoras comerciales.

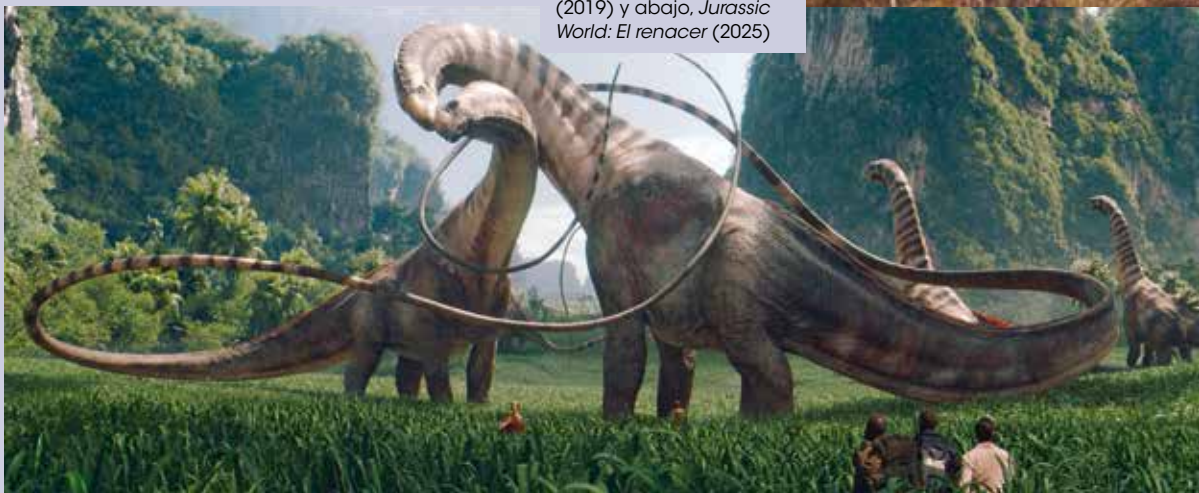
La principal novedad llega en 2025, cuando esa concentración desciende hasta el 56,8%. Una moderación que probablemente responde a dos factores: el extraordinario aumento del número de estrenos y el buen comportamiento de una segunda línea de cine de autor y *arthouse* en los grandes núcleos urbanos, capaz de reparar una parte mayor de la recaudación entre más títulos.

Ese descenso, sin embargo, no debe llevar a engaño. Muchas películas españolas se estrenan, pero apenas encuentran espectadores. La multiplicación de títulos no implica necesariamente una mayor fortaleza

industrial, sino una oferta mucho más fragmentada. Todo apunta, además, a que 2026 volverá a acercarse al modelo tradicional, con grandes apuestas comerciales como *Torrente Presidente*, *Aída* y otros lanzamientos de vocación masiva llamados a concentrar buena parte de la taquilla nacional.



Imagen de *El rey león* (2019) y abajo, *Jurassic World: El renacer* (2025)



TOP 10 2017

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Bella y la Bestia, La	Walt Disney	17/03/17	21.922.918 €	3.713.436
2	Gru 3: Mi villano favorito	Universal	30/06/17	20.537.368 €	3.642.591
3	Star Wars: Los últimos Jedi	Walt Disney	15/12/17	21.534.114 €	3.358.000
4	Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas	Paramount Int'l	25/08/17	17.934.080 €	3.229.702
5	Perfectos desconocidos	Universal	01/12/17	20.986.688 €	3.308.930
6	Ciudad de las estrellas - La La Land, La	Universal	13/01/17	13.769.680 €	2.223.531
7	Coco	Walt Disney	01/12/17	17.545.183 €	2.951.675
8	Fast & Furious 8	Universal	13/04/17	13.571.230 €	2.405.493
9	El bebé jefazo	Fox	12/04/17	13.347.777 €	2.386.643
10	Cincuenta sombras más oscuras	Universal	10/02/17	13.156.308 €	2.150.832

Fuente: Rentrak

TOP 10 2018

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Jurassic World: El reino caído	Universal	07/06/18	24.236.715 €	3.920.298
2	Bohemian Rhapsody	Fox	31/10/18	27.634.453 €	4.434.732
3	Los Increíbles 2	Walt Disney	03/08/18	21.153.031 €	3.723.874
4	Vengadores: Infinity War	Walt Disney	27/04/18	20.502.863 €	3.440.905
5	Campeones	Universal	06/04/18	19.293.276 €	3.324.886
6	Hotel Transilvania 3: Unas vacaciones monstruosas	Sony	13/07/18	13.454.567 €	2.441.562
7	Cincuenta sombras liberadas	Universal	09/02/18	12.230.123 €	1.963.779
8	Superlópez	Walt Disney	23/11/18	12.762.770 €	2.178.990
9	Megalodón	Warner Bros	10/08/18	11.021.187 €	1.789.262
10	Animales fantásticos: Los crímenes de Grindelwald	Warner Bros	16/11/18	11.217.290 €	1.771.280

Fuente: Rentrak

TOP 10 2019

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	El rey león	Walt Disney	19/07/19	37.244.372 €	6.396.631
2	Joker	Warner Bros	04/10/19	30.602.520 €	5.191.154
3	Vengadores: Endgame	Walt Disney	26/04/19	29.212.979 €	4.597.722
4	Aladdín	Walt Disney	24/05/19	25.373.876 €	4.760.184
5	Toy Story 4	Walt Disney	21/06/19	21.380.235 €	3.771.282
6	Frozen 2	Walt Disney	22/11/19	20.959.880 €	3.536.858
7	Star Wars: El ascenso de Skywalker	Walt Disney	19/12/19	19.367.731 €	2.974.657
8	Dumbo	Walt Disney	29/03/19	14.505.893 €	2.454.974
9	Padre no hay más que uno	Sony	01/08/19	14.252.991 €	2.498.193
10	Spider-Man: Lejos de casa	Sony	05/07/19	13.558.633 €	2.309.590

Fuente: Rentrak

EL ESPECTADOR TAMBIÉN APUESTA SOBRE SEGURO

Porque la transformación no afecta únicamente a la industria. También ha cambiado el espectador. Durante décadas, ir al cine significaba, en buena medida, elegir entre las películas que había en cartel. Hoy sucede lo contrario: primero se elige una película concreta y solo después se decide ir al cine. El consumo ci-

nematográfico es mucho más planificado y mucho menos impulsivo. El éxito ya no consiste solo en estar en la cartelera, sino en convertirse en el motivo por el que el espectador salga de casa.

En ese sentido, el público también apuesta sobre seguro. Arriesga menos. Concentra su tiempo y su dinero en un puñado de títulos de los que todo el mundo habla, grandes franquicias o películas convirti-



Joker (2019) un gran éxito a contracorriente

das en acontecimientos. La asistencia al cine ya no responde tanto a la oferta disponible como a la percepción de que una película “merece la pena”.

Esa tendencia afecta a todo el mercado, pero resulta especialmente visible en el cine español. Mientras la industria produce más películas que nunca, el espectador sigue concentrando su elección en muy pocas. Muchas producciones llegan a las salas, pero una gran parte apenas consigue hacerse visible entre el público. En el fondo, Hollywood y el cine español responden de manera opuesta al mismo problema. El primero concentra cada vez más sus fichas en unas pocas superproducciones. El segundo las reparte entre un número creciente de películas. Pero ambos dependen del mismo espectador. Y ese espectador, hoy más que nunca, también apuesta sobre seguro.

ITALIA, FRANCIA Y ESTADOS UNIDOS

La evolución italiana confirma que no se trata de un fenómeno exclusivamente español. Si antes de la pandemia las diez películas más taquilleras concentraban de media el 26% de la recaudación anual, entre 2023 y 2025 esa cuota ha aumentado hasta el 34,5%. En 2025, el Top 10 representó el 32,7% de toda la taquilla italiana, un porcentaje muy similar al 34% registrado en España. La principal diferencia reside en la fortaleza del cine nacional: mientras España solo consiguió colocar una producción entre las diez más taquilleras (*Padre no hay más que uno* 5), Italia situó cuatro títulos nacionales en el Top 10, encabezados por *Buen Camino*, de Checco Zalone. Ambos mercados comparten la creciente concentración, pero la industria italiana conserva una capacidad



TOP 10 2020

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Padre no hay más que uno 2: La llegada de la suegra	Sony	29/07/20	12.941.144 €	2.318.539
2	1917	Entertainment One Films	10/01/20	9.662.823 €	1.573.511
3	Tenet	Warner Bros	26/08/20	7.611.106 €	1.208.528
4	Bad Boys for Life	Sony	17/01/20	6.715.064 €	1.077.215
5	Adú	Paramount Int'l	31/01/20	6.391.939 €	1.091.950
6	Las aventuras del doctor Dolittle	Universal	24/01/20	6.199.372 €	1.041.253
7	Parásitos	Aventura Cine	25/10/19	7.910.588 €	1.300.869
8	Sonic: La película	Paramount Int'l	14/02/20	5.148.079 €	870.674
9	Star Wars: El ascenso de Skywalker	Walt Disney	19/12/19	19.367.731 €	2.974.657
10	Jumanji: Siguiente nivel	Sony	13/12/19	13.266.126 €	2.202.594

Fuente: Rentrak

TOP 10 2021

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Spider-Man: No Way Home	Sony	16/12/21	28.851.683 €	4.559.019
2	Fast & Furious 9	Universal	02/07/21	9.596.483 €	1.542.085
3	Venom 2: Habrá matanza	Sony	15/10/21	8.938.551 €	1.402.668
4	A todo tren. Destino Asturias	Warner Bros	08/07/21	8.602.270 €	1.521.374
5	Dune	Warner Bros	17/09/21	8.401.120 €	1.391.560
6	Sin tiempo para morir	Universal	01/10/21	8.013.315 €	1.191.844
7	Eternals	Walt Disney	05/11/21	7.370.803 €	1.154.673
8	Godzilla vs. Kong	Warner Bros	26/03/21	6.361.779 €	1.011.671
9	Encanto	Walt Disney	26/11/21	7.226.783 €	1.201.252
10	Expediente Warren: Obligado por el demonio	Warner Bros	04/06/21	6.138.003 €	979.483

Fuente: Rentrak

TOP 10 2022

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Avatar: El sentido del agua	Walt Disney	16/12/22	51.092.264 €	6.990.745
2	Minions: El origen de Gru	Universal	01/07/22	20.784.387 €	3.523.149
3	Jurassic World: Dominion	Universal	09/06/22	18.166.824 €	2.853.124
4	Padre no hay más que uno 3	Sony	14/07/22	15.607.000 €	2.707.090
5	Doctor Strange en el multiverso de la locura	Walt Disney	06/05/22	13.130.862 €	2.000.724
6	Uncharted	Sony	11/02/22	12.231.652 €	1.918.103
7	Tadeo Jones 3: La tabla esmeralda	Paramount Int'l	26/08/22	11.833.697 €	2.038.746
8	Thor: Love and Thunder	Walt Disney	08/07/22	11.617.137 €	1.816.982
9	The Batman	Warner Bros	04/03/22	10.836.126 €	1.638.670
10	Top Gun: Maverick	Paramount Int'l	26/05/22	10.611.406 €	1.552.750

Fuente: Rentrak

TOP 10 2023

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Barbie	Warner Bros	20/07/23	33.728.828 €	5.312.328
2	Super Mario Bros. La película	Universal	05/04/23	27.519.984 €	4.403.658
3	Oppenheimer	Universal	20/07/23	21.151.710 €	3.189.308
4	Avatar: El sentido del agua	Walt Disney	16/12/22	51.092.264 €	6.990.745
5	Fast & Furious X	Universal	19/05/23	12.975.653 €	1.885.307
6	Elemental	Walt Disney	14/07/23	12.929.307 €	2.111.522
7	Megalodón 2: La fosa	Warner Bros	04/08/23	11.985.307 €	1.778.454
8	Campeonex	Universal	18/08/23	11.915.868 €	1.981.761
9	La sirenita	Walt Disney	26/05/23	11.867.413 €	1.844.956
10	Indiana Jones y el dial del destino	Walt Disney	28/06/23	11.848.232 €	1.767.980

Fuente: Rentrak



Vengadores: Endgame (2019) marcó un hito en el cine de superhéroes



Del Revés 2 (2024) fue un bombazo superior a la primera parte

muy superior para generar fenómenos populares propios.

Francia representa el contrapunto. En 2025, las diez películas más taquilleras concentraron únicamente el 23% de la recaudación, muy por debajo del 34% español. También la Top 5 (14%) y la Top 3 (10%) muestran un mercado mucho menos polarizado. Salvo la excepción de 2024, impulsada por los enormes éxitos de *Un p'tit truc en plus* y *El conde de Montecristo*, el mercado francés mantiene una capacidad mucho mayor para repartir espectadores entre un amplio abanico de tí-

TOP 10 2024

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Del revés 2 (Inside Out 2)	Walt Disney	19/06/24	45.544.167 €	6.894.974
2	Deadpool y Lobezno	Walt Disney	25/07/24	24.003.271 €	3.348.563
3	Gru 4. Mi villano favorito	Universal	03/07/24	20.754.142 €	3.238.106
4	Gladiator II	Paramount Int'l	15/11/24	20.973.586 €	2.899.664
5	Vaiana 2	Walt Disney	29/11/24	20.170.055 €	2.922.370
6	Dune: Parte dos	Warner Bros	01/03/24	13.895.344 €	1.831.403
7	Padre no hay más que uno 4	Sony	17/07/24	13.442.979 €	2.179.045
8	Mufasa: El rey león	Walt Disney	20/12/24	21.319.376 €	2.979.702
9	Robot salvaje	Universal	11/10/24	10.453.763 €	1.631.837
10	Kung Fu Panda 4	Universal	08/03/24	9.806.265 €	1.442.936

Fuente: Rentrak

TOP 10 2025

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Lilo y Stitch	Walt Disney	23/05/25	24.709.359 €	3.829.674
2	Avatar: Fuego y ceniza	Walt Disney	19/12/25	35.064.873 €	4.094.431
3	Jurassic World: El renacer	Universal	02/07/25	18.803.111 €	2.644.597
4	Una película de Minecraft	Warner Bros	04/04/25	16.038.332 €	2.236.274
5	Zootrópolis 2	Walt Disney	28/11/25	19.827.617 €	2.737.622
6	Cómo entrenar a tu dragón	Universal	12/06/25	14.766.653 €	2.107.407
7	Expediente Warren: El último rito	Warner Bros	05/09/25	13.632.513 €	1.824.474
8	Padre no hay más que uno 5	Sony	26/06/25	13.406.008 €	2.043.434
9	Mufasa: El rey león	Walt Disney	20/12/24	21.319.376 €	2.979.702
10	Los Cuatro Fantásticos: Primeros pasos	Walt Disney	24/07/25	9.480.311 €	1.310.582

Fuente: Rentrak



Barbie (2023) se convirtió en un fenómeno sociológico

tulos gracias a la fortaleza y diversidad de su producción nacional.

Estados Unidos ofrece, por su parte, una paradoja. Aunque Hollywood ha sido el gran impulsor del modelo basado en franquicias y cine evento, en 2025 la concentración del Top 10 (26%) fue inferior a la española. Sin embargo, el mercado norteamericano afronta otro problema de mayor calado: su tamaño continúa reduciéndose. La taquilla anual se sitúa desde 2023 en torno a los 8.700 millones de dólares, casi 3.000 millones menos que en 2019, y el número de películas capaces de superar los 100 millones de dólares ha caído de 34 en 2018 a solo 20 en 2025. Además, entre las veinte películas más taquilleras del año únicamente tres fueron proyectos originales. La desaparición progresiva del cine de presupuesto medio no es ya una característica del mercado español o italiano, sino una tendencia global.

DIVERSIFICAR LA OFERTA, CREAR EL HÁBITO

A mitad de 2026 resulta todavía prematuro extraer conclusiones definitivas. Buena parte de la taquilla depende de unos pocos lanzamientos extraordinarios —*Torrente Presidente*, *Michael* o *Super Mario Galaxy*, que por sí solos superan los 70 millones de euros de recaudación—, mientras que el otoño suele concentrar un cine más adulto y dramático, con ingresos más modestos y mucho más repartidos. La tendencia, sin embargo, parece clara. Si la exhibición quiere recuperar estabilidad, no bastará con esperar al próximo fenómeno mundial. Será necesario consolidar el hábito de ir al cine y diversificar la oferta para que más espectadores encuentren una película pensada para ellos. Eso pasa por un Hollywood que vuelva a reservar espacio para el cine de presupuesto medio y por un cine español que no solo produzca mucho, sino que consiga dar mayor visibilidad y recorrido comercial a sus películas. Porque el verdadero reto no consiste en fabricar un nuevo *Avatar* o un nuevo *Torrente* cada temporada. Consiste en que cualquier espectador —le gusten las comedias, el thriller, el cine de autor, el cine familiar o los grandes espectáculos— sienta que la cartelera también está pensada para él. Solo así el cine volverá a ser un hábito y no únicamente un acontecimiento reservado para unos pocos títulos capaces de movilizar a millones de personas.

© Disney (5), Universal (1), Sony (2), Warner Bros (2)

«DEJO UN FESTIVAL MÁS FUERTE»



José Luis Rebordinos
Director del Festival
de San Sebastián

AL FRENTE DEL CERTAMEN CINEMATográfico MÁS IMPORTANTE DE ESPAÑA DESDE 2011, **JOSÉ LUIS REBORDINOS** SE DESPIDE COMO **DIRECTOR DEL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN** EN LA 74ª EDICIÓN DE 2026. SATISFECHO POR EL IMPULSO A LAS ACTIVIDADES DE INDUSTRIA Y LA CONSOLIDACIÓN INTERNACIONAL DEL FESTIVAL, CONSIDERA QUE EL GRAN MOMENTO DEL CINE ESPAÑOL HA REFORZADO EL PRESTIGIO DE SAN SEBASTIÁN

por **Juan Sardà Frouchtmann**

tres Conchas de Oro españolas en los últimos años, en 2026 San Sebastián volverá a apostar por títulos como *El mal padre*, de Roberto Bueso; *Sants*, de Mikel Gurrea, y *Cinco minutos más*, de Javier Ruiz Caldera en Sección Oficial.

Esta es su última edición. Ha comentado que esta etapa consiste más en culminar un proyecto que en innovar. ¿Sigue viéndolo así?

Sí. Se trata de hacer una buena edición en la línea de los últimos años. A mí ya no me corresponde pensar en el futuro, sino culminar una etapa y dar paso a la siguiente en las mejores condiciones posibles. Quien tendrá que pensar en el futuro será la nueva directora, Maialen Beloki, así como hicimos nosotros hace dieciséis años cuando llegamos pensando en cómo debía evolucionar el Festival.

¿Cree que ha cumplido los objetivos que se marcó al llegar?

En gran medida, sí. Queríamos reforzar la industria y hoy el Foro de Coproducción Europa-América Latina o la conferencia de inversores son una realidad consolidada. También hemos convertido San Sebastián en un festival activo durante todo el año, con escuela de cine, residencias y actividades permanentes. Quizá el único objetivo que no he conseguido

como me hubiera gustado ha sido aumentar de forma significativa la presencia de prensa extranjera.

El cine español también ha ganado un peso enorme en el Festival. Hoy casi parece que una gran película española tiene que pasar por San Sebastián.

También era un objetivo. Cuando llegamos, el cine español no tenía una relación especialmente buena con el Festival. Queríamos que encontrara aquí su espacio y, además, el propio cine español ha mejorado muchísimo. No sé qué fue antes, si el huevo o la gallina, pero nosotros hemos apoyado al cine español y el cine español ha respondido.

¿El objetivo es que Málaga y San Sebastián funcionen como dos grandes escaparates complementarios?

Creo que sí. Hemos colaborado mucho con Málaga y eso ha permitido crear dos grandes espacios para el cine español. Hay películas que encuentran su sitio allí y otras que lo hacen aquí, lo que beneficia al conjunto del sector. Además, creo sinceramente que vivimos un momento extraordinario: nunca había visto un cine español con tanta calidad y con una presencia internacional tan fuerte.

José Luis Rebordinos afronta sin nostalgia su última edición al frente del Festival tras quince años de mandato. Deja un certamen fortalecido tanto en el plano artístico como industrial, con iniciativas como el Foro de Coproducción Europa-América Latina o el Creative Investors Bureau. Tras



Con más de 2.400 acreditados de industria en 2025, San Sebastián volverá a reunir a grandes figuras del cine internacional, como Jennifer Lawrence (izq.) y Angelina Jolie (dcha.)



San Sebastián también se ha consolidado como un sello de calidad.

Lo hemos intentado, pero el mérito principal es de las películas. Si obras como *Tardes de soledad*, *O Corno* o *Los domingos* han tenido el recorrido que han tenido es porque son grandes películas. Nosotros hemos sabido identificarlas, pero el talento está en el cine.

¿El Festival está hoy mejor posicionado en el circuito internacional que cuando usted llegó?

Sí. Venecia sigue siendo un festival más importante que San Sebastián y Cannes continúa siendo la gran referencia mundial, pero hoy es más fácil que hace quince años atraer a determinados autores y películas. Muchos cineastas consi-

deran que la combinación Toronto-San Sebastián funciona muy bien. Creo que dejamos un festival más fuerte del que encontramos y espero que Maialen Beloki consiga llevarlo todavía más lejos.

Este año se ha hablado mucho de una supuesta crisis de Cannes. ¿Comparte esa sensación?

No, en absoluto. Me hace gracia cuando se habla de crisis de un festival que ha programado películas extraordinarias. En un festival cualquiera, si veo dos o tres grandes películas ya me doy por satisfecho; en Cannes exigimos cuatro o cinco porque es el más importante del mundo. Yo este año he visto ocho o diez. Lo que ocurre es que ha disminuido la presencia del cine norteamericano, en parte porque a los estudios no les gustó la recepción de películas como *Joker 2* y ahora muestran más cautela a la hora de llevar determinadas producciones a los grandes festivales. También influye la política de Cannes respecto a las plataformas.

El año pasado fue especialmente brillante para el cine español, con *Los domingos* convirtiéndose en un gran éxito tras ganar la Concha de Oro. ¿Cómo ha vivido ese recorrido?

Con mucha satisfacción porque a veces tienes grandes películas que luego no encuentran al público. También me alegra el recorrido de *Tardes de soledad*, que ha pasado por los principales festivales del mundo. Me gustan las películas complejas, las que generan debate y no son blancas o negras. ➤



El equipo de *Los domingos*, gran ganadora de la Concha de Oro y posterior éxito en la taquilla española



¿Sigue siendo la conexión con Latinoamérica una de las grandes señas de identidad del Festival?

Sí. Para el cine latinoamericano, San Sebastián es una cita fundamental, tanto desde el punto de vista artístico como industrial. Cada año recibimos cientos de proyectos para el Foro de Coproducción y la conferencia de inversores reúne a algunas de las figuras más importantes del sector. Creo que, en conjunto, San Sebastián puede ser hoy el festival más importante del mundo para el cine latinoamericano.

Sin embargo, ese cine sigue teniendo dificultades para encontrar al público español.

Es curioso, porque ocurre exactamente lo mismo con el cine español allí. En Argentina o Uruguay hacemos ciclos junto al Festival de Málaga y las salas se llenan, pero luego muchas de esas películas apenas encuentran distribución. Aquí sucede algo parecido con el cine latinoamericano, salvo excepciones como Ricardo Darín. Es un trabajo que todavía queda por hacer.

Hace tiempo que subraya que el principal problema del Festival ya no es atraer a más gente, sino dónde alojarla.

Sigue siendo así. Somos un festival pequeño entre los grandes y tenemos que ser conscientes de nuestras limitaciones. No podemos crecer mucho más en tamaño porque la ciudad tiene las infraestructuras que tiene. Nuestro reto no es traer a más gente, sino seguir mejorando la calidad: mejores películas, mejores invitados e inversores cada vez más importantes. Ese es el camino.

Dos imágenes de la 73 edición de 2025. Izq. Jone Laspiur y Eneko Sagardoy, protagonistas de *Karmele* y a la dcha. el equipo de la película argentina *Belén*

¿Cuál cree que debe ser el papel de los festivales en un mundo con una oferta audiovisual casi inabarcable?

Cada vez somos más prescriptores. Los festivales ayudan al espectador a orientarse entre una oferta enorme y seleccionan las películas que marcan tendencias. Pero también debemos ser lugares de encuentro y de debate. Vivimos una sociedad muy polarizada y los festivales tienen que servir para hablar de cine y, a través del cine, debatir sobre la sociedad desde el respeto y la escucha. Y, por supuesto, un gran festival también tiene que ser un espacio donde la industria haga negocio e intercambie experiencias. El cine es un arte, pero también es una industria.

¿Las plataformas son una amenaza para las salas?

Yo siempre defenderé que el mejor lugar para ver una película es una sala de cine. Ahora bien, prefiero que alguien vea una película en una plataforma a que no la vea. Yo mismo recupero muchos títulos allí cuando termina el Festival. Lo importante es que la gente siga viendo cine.

Almodóvar decía hace poco que hoy un cineasta radical lo tiene más difícil que en sus inicios en los años 80. ¿Comparte este diagnóstico?

Se sigue haciendo cine muy rompedor. La diferencia es que ahora se produce muchísimo más y es más difícil localizarlo

entre tanta oferta. Antes había menos películas y era más sencillo encontrarlas, pero ese cine sigue existiendo.

¿Siente nostalgia al afrontar su última edición?

No demasiada. Voy a echar de menos a mi equipo y a la gente del Festival, pero no voy a desaparecer. Seguiré haciendo cosas relacionadas con el cine español, el cine latinoamericano y otros festivales, aunque desde un lugar más tranquilo. Tengo muchas ganas de leer, pasear y reivindicar algo que está muy infravalorado: no hacer nada durante un rato cada día.

¿Qué le gustaría ver dentro de cinco años?

Me gustaría que San Sebastián siguiera teniendo una presencia muy fuerte del cine español y que cada año hubiera una o dos películas españolas en competición en Cannes. Sería la mejor señal de que nuestro cine sigue viviendo un gran momento.

¿Qué consejo le daría a Maialen Beloki?

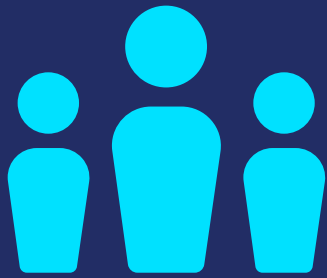
Ninguno. Conoce el Festival perfectamente, es muy inteligente y está muy preparada. Solo le diría que el primer año observe y sea prudente, y que a partir del segundo haga todo lo que crea que debe hacer.

¿Y qué opina de la presencia de influencers en los festivales?

Como Festival no creo que debamos convertirlos en invitados, aunque entiendo que los patrocinadores los lleven. Ojalá hubiera más creadores de contenido especializados en cine. Si ayudan a que más gente vaya a las salas, bienvenidos sean. **BO**

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

PRIMER SEMESTRE 2026: UNA RECUPERACIÓN FUERTE, CON MATICES

CON 275 MILLONES DE EUROS Y 38,2 MILLONES DE ESPECTADORES, LA TAQUILLA ESPAÑOLA CRECE UN 34,1% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2026 RESPECTO AL AÑO ANTERIOR Y RECUPERA MÁS DE 8,5 MILLONES DE ESPECTADORES SEGUN RENTRAK.

LA CUESTIÓN AHORA ES SI ESTE IMPULSO RESPONDE AL EXCEPCIONAL CALENDARIO DE ESTRENOS O SI EL PÚBLICO HA RECUPERADO EL HÁBITO DE IR AL CINE.

LA FUERTE CONCENTRACIÓN DE LA RECAUDACIÓN EN UN REDUCIDO NÚMERO DE *BLOCKBUSTERS* Y EL INESPERADO FRENAZO DEL CINE ESPAÑOL TRAS UN BRILLANTE COMIENZO DE AÑO INVITAN, NO OBSTANTE, A LA REFLEXIÓN

por Juan Sardà Frouchtmann



Michael ha pulverizado previsiones con 24 millones

Aída y vuelta, 5 millones para una comedia con origen televisivo



Torrente, presidente, título más taquillero con más de 28 millones de euros

P

ocos finales resultan tan impactantes como el de *La niebla* (2008). Acorralados por una espesa niebla y convencidos de que no hay escapatoria frente a las criaturas que los acechan, los protagonistas toman una decisión desesperada. Apenas un minuto después, la niebla desaparece, vuelve a lucir el sol y el mundo parece haber recuperado la normalidad. Algo parecido ha vivido la exhibición cinematográfica española. Tras la larga niebla de la pandemia, con la taquilla muy por debajo de los niveles de 2019 y el temor de que el auge del *streaming* hubiera cambiado para siempre los hábitos del público, las salas vuelven a respirar. Los 275

millones de euros recaudados en el primer semestre de 2026 según Rentrak rozan los 280 millones del mismo periodo de 2019. Desde hace tiempo el sector señalaba 2026, una vez superado el impacto de las huelgas de Hollywood sobre el calendario de estrenos, como el año del despegue. Lo que muy pocos anticipaban era la magnitud del cambio: un crecimiento del 34,1% en apenas seis meses y un giro de tendencia tan brusco. También es un recordatorio de hasta qué punto el mercado ha sido extraordinariamente volátil en los últimos años, capaz de pasar en muy poco tiempo del pesimismo sobre el futuro de las salas a un escenario que vuelve a invitar al optimismo.

La bonanza, sin embargo, exige algunos matices. La recuperación de la taquilla ya es un hecho, pero la de la asistencia todavía está incompleta. Los cines han vendido 38,2 millones de entradas, casi nueve millones menos que en el primer semestre de 2019. Al mismo tiempo, el ingreso medio por espectador ha pasado de 6,69 euros en 2025 a 7,19 euros en el primer semestre de 2026, un incremento del 7,5%. Aunque todavía es pronto para extraer conclusiones tajantes, el dato parece sugerir que, tras varios años de obligada contención para no poner en riesgo la recuperación del público, los exhibidores empiezan a disponer de un mayor margen para repercutir parte del incremento de costes en el precio de las entradas.

En cualquier caso, la sensación es que la exhibición ha dejado atrás el modo supervivencia. Comparar 2026 con el mejor primer semestre de la última década puede resultar especialmente exigente, pero por primera vez desde la pandemia los exhibidores pueden volver a plantearse nuevas aperturas, remodelaciones, inversiones y oportunidades de crecimiento. La prudencia sigue siendo obligada, pero el cambio de ciclo parece, por fin, una posibilidad real.

Hay otro motivo para el optimismo. Históricamente, el primer semestre ha sido menos intenso que el segundo, impulsado por la temporada de verano, el arranque de la carrera hacia los Oscar y los grandes estrenos navideños. Excluyendo los años marcados por la pandemia, los seis primeros meses representan de media el 44,4% de la recaudación anual.

Si ese patrón histórico se mantuviera, 2026 sería, con mucha diferencia, el mejor ejercicio para la exhibición desde la pandemia. El crecimiento del 34,1% registrado en el primer semestre, un calendario todavía repleto de grandes estrenos y una regularidad en la asistencia inédita en >

Tabla 1.

TOP 50 DEL 1 SEMESTRE 2026

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN PERIODO (€)	ESPECTADORES PERIODO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS	GÉNERO	PAÍS DE ORIGEN
1	Torrente, presidente	Sony	13/03/2026	28.129.568 €	3.787.101	28.129.622 €	3.787.110	Comedia	España
2	Avatar: Fuego y ceniza	Walt Disney	19/12/2025	24.733.637 €	2.862.048	35.065.318 €	4.094.499	Acción	EE. UU.
3	Michael	Universal	22/04/2026	24.004.457 €	3.246.403	24.083.200 €	3.255.923	Drama	EE. UU.
4	Super Mario Galaxy La Película	Universal	01/04/2026	21.492.719 €	2.969.974	21.495.140 €	2.970.421	Animación	EE. UU.
5	Asistenta, La	Diamond Films	01/01/2026	14.660.695 €	2.023.290	14.678.798 €	2.025.863	Suspense	EE. UU.
6	Toy Story 5	Walt Disney	17/06/2026	11.789.421 €	1.661.267	13.284.855 €	1.858.582	Animación	EE. UU.
7	Diablo viste de Prada 2, El	Walt Disney	30/04/2026	11.073.619 €	1.470.844	11.084.924 €	1.472.082	Comedia	EE. UU.
8	Proyecto salvación	Sony	27/03/2026	9.413.284 €	1.246.239	9.414.596 €	1.246.382	Acción	EE. UU.
9	Cumbres borrascosas	Warner Bros	13/02/2026	7.871.334 €	1.083.477	7.871.334 €	1.083.477	Drama	EE. UU.
10	Hoppers	Walt Disney	06/03/2026	7.871.108 €	1.076.249	7.871.146 €	1.076.254	Animación	EE. UU.
11	Hamnet	Universal	23/01/2026	7.573.276 €	1.113.820	7.573.276 €	1.113.820	Drama	Reino Unido, EE. UU.
12	Zootropolis 2	Walt Disney	28/11/2025	7.517.787 €	1.030.472	19.830.916 €	2.738.225	Animación	EE. UU.
13	Día de la revelación, El	Universal	12/06/2026	6.049.967 €	804.228	6.484.956 €	857.863	Ciencia ficción	EE. UU.
14	Backrooms	Elastica	05/06/2026	5.751.152 €	913.989	5.925.750 €	936.220	Terror	EE. UU.
15	Aida y vuelta	Sony	30/01/2026	5.069.396 €	734.110	5.069.590 €	734.171	Comedia	España
16	Mandalorian & Grogu, The	Walt Disney	21/05/2026	4.884.675 €	661.796	4.905.975 €	664.310	Acción	EE. UU.
17	Como cabras	Sony	13/02/2026	4.160.465 €	600.232	4.160.465 €	600.232	Animación	EE. UU.
18	Scary Movie	Paramount Int'l	05/06/2026	3.890.603 €	647.440	3.961.462 €	656.355	Comedia	EE. UU.
19	Marty Supreme	Diamond Films	30/01/2026	3.523.407 €	495.805	3.523.407 €	495.805	Aventuras	EE. UU.
20	Momía de Lee Cronin, La	Warner Bros	17/04/2026	3.464.231 €	465.822	3.464.231 €	465.822	Terror	EE. UU.
21	Scream 7	Paramount Int'l	27/02/2026	3.360.593 €	442.943	3.360.593 €	442.943	Terror	EE. UU.
22	Abuela tremenda	Walt Disney	01/01/2026	3.018.838 €	431.587	3.018.838 €	431.587	Comedia	España
23	Amarga Navidad	Warner Bros	20/03/2026	2.602.889 €	385.455	2.603.154 €	385.482	Drama	España
24	Obsession	Universal	26/06/2026	2.407.150 €	338.443	2.385.128 €	306.837	Terror	EE. UU.
25	Familia Beneton + 2, La	Beta Fiction	17/04/2026	2.123.980 €	314.573	2.124.821 €	314.688	Comedia	México, España
26	Ídolos	Warner Bros	23/01/2026	2.082.165 €	291.712	2.082.165 €	291.712	Drama	Italia, España
27	Bob Esponja una aventura pirata	Paramount Int'l	25/12/2025	2.072.976 €	295.870	2.225.333 €	316.052	Animación	EE. UU.
28	Rondallas	Beta Fiction	01/01/2026	2.066.484 €	318.338	2.066.484 €	318.338	Comedia	España
29	Drama, El	Diamond Films	29/05/2026	1.956.294 €	336.497	1.977.930 €	338.983	Comedia romántica	EE. UU.
30	Anaconda	Sony	25/12/2025	1.771.924 €	237.000	1.950.167 €	259.779	Comedia	EE. UU.
31	Ovejas defectives, Las	Sony	08/05/2026	1.677.593 €	259.568	1.678.534 €	259.742	Familiar	Reino Unido, EE. UU.
32	Rental family (Familia de alquiler)	Walt Disney	09/01/2026	1.573.061 €	232.941	1.573.061 €	232.941	Drama	Japón, EE. UU.
33	Nuremberg	DeAPlaneta	28/11/2025	1.550.891 €	205.660	4.364.836 €	602.403	Drama	EE. UU.
34	He-Man y los Masters del Universo	Sony	05/06/2026	1.502.950 €	249.557	1.511.666 €	250.687	Acción	EE. UU.
35	28 años después: El templo de los huesos	Sony	16/01/2026	1.451.087 €	207.485	1.451.087 €	207.485	Terror	EE. UU.
36	Tres adioses	Bleam Pictures	06/02/2026	1.314.942 €	205.283	1.316.128 €	205.612	Drama	Italia, España
37	Minions & Monsters	Universal	01/07/2026	1.305.358 €	203.445	3.652.692 €	507.605	Animación	EE. UU.
38	Balandrau, viento salvaje	Filmmax	20/02/2026	1.288.338 €	183.564	1.288.338 €	183.564	Drama	España
39	Ruta de escape	Sony	13/02/2026	1.287.014 €	187.115	1.287.014 €	187.115	Acción	EE. UU.
40	Greenland 2	Diamond Films	20/02/2026	1.200.030 €	171.489	1.200.030 €	171.489	Acción	Reino Unido, EE. UU.
41	Mortal Kombat 2	Warner Bros	08/05/2026	1.158.653 €	160.218	1.158.766 €	160.232	Acción	EE. UU.
42	Incontrolable (I Swear)	SelectaVisión	10/04/2026	1.103.100 €	172.597	1.103.100 €	172.597	Drama	Reino Unido
43	Domingos, Los	Bleam Pictures	24/10/2025	1.086.843 €	163.104	4.954.627 €	780.668	Drama	España
44	Médico II, El	DeAPlaneta	01/01/2026	1.002.525 €	144.370	1.002.525 €	144.370	Aventuras	Alemania
45	Agente secreto, El	Elastica	20/02/2026	934.535 €	139.794	934.535 €	139.794	Drama	Brasil, Francia, Alemania, Países Bajos
46	Todo lo que nunca fuimos	Warner Bros	05/06/2026	917.561 €	172.123	919.820 €	172.419	Drama	España
47	Supergirl: Woman of Tomorrow	Warner Bros	26/06/2026	907.497 €	123.902	1.128.524 €	153.332	Acción	EE. UU.
48	Fiera, La	Walt Disney	06/02/2026	891.260 €	129.470	891.260 €	129.470	Drama	España
49	Calle Málaga	Caramel Films	01/04/2026	865.081 €	140.985	865.088 €	140.986	Drama	Bélgica, Francia, Alemania, Marruecos, España
50	Shelter: El Protector	Diamond Films	27/03/2026	859.476 €	116.000	859.476 €	116.000	Acción	Reino Unido, EE. UU.
51	Boulevard	Sony	10/04/2026	856.054 €	119.852	856.054 €	119.852	Romance	España
52	Father, Mother, Sister, Brother	Avalon Distribución	24/12/2025	798.752 €	121.806	837.614 €	127.264	Drama	Francia, Irlanda, Italia, EE. UU.
53	Kill Bill: The Whole Bloody Affair	Elastica	10/04/2026	797.298 €	90.689	801.139 €	90.967	Acción	EE. UU.
54	Grazia, La	MUBI	01/04/2026	762.457 €	113.479	763.588 €	113.611	Drama	Italia
55	Altas capacidades	Bleam Pictures	27/03/2026	626.884 €	96.041	626.884 €	96.041	Comedia	España, Uruguay
56	Evolution	Beta Fiction	06/02/2026	603.335 €	91.749	603.335 €	91.749	Animación	España
57	Luz, La	Walt Disney	05/06/2026	459.581 €	85.591	465.419 €	86.390	Drama	Bélgica, España
58	Castigo divino	Universal	13/02/2026	311.040 €	45.417	311.040 €	45.417	Comedia	España
59	Viaje al país de los blancos	A Contracorriente	26/06/2026	285.171 €	43.451	384.673 €	56.537	Drama	Francia, España
60	Cada día nace un listo	A Contracorriente	05/06/2026	278.822 €	57.948	278.822 €	57.948	Comedia	España

Fuente: Rentrak

los últimos años avalan esa proyección. Aun así, después de varios amagos de recuperación que terminaron desinflándose, todavía es pronto para descorchar el champán. La niebla empieza a disiparse, pero aún no se ha despejado del todo. Sin duda, el optimismo está plenamente justificado. Pero el mercado de 2026 ya no es el de 2019, ni tampoco evoluciona como muchos esperaban hace apenas unos meses. Precisamente por la extraordinaria volatilidad que ha caracterizado al sector en los últimos años conviene analizar con

perspectiva los nuevos desafíos que deja este brillante primer semestre. La creciente concentración de la taquilla en un reducido número de *blockbusters*, el brusco frenazo del cine español tras un fulgurante comienzo de año y la dificultad de otras cinematografías para encontrar su espacio muestran que la recuperación abre una nueva etapa, pero no resuelve por sí sola todos los retos del sector. El mercado vuelve a crecer, pero todavía tiene un amplio margen para hacerlo de una forma más sólida, más equilibrada y más diversa.

EL CLUB DE LOS 20 MILLONES

Mientras que en todo 2025 solo una película, *Lilo & Stitch*, logró superar los 20 millones de euros de recaudación (24,7 millones), en los seis primeros meses de 2026 ya son cuatro las que han alcanzado esa barrera: *Torrente, presidente* (28,1 millones), *Avatar: Fuego y ceniza* (24,7 millones), *Michael* (24 millones) y *Super Mario Galaxy La Película* (21,5 millones). Entre las cuatro suman 98,3 millones de euros, el 35,7% de toda la taquilla del semestre, dejando claro que buena parte del

Tabla 2.

TOP 20 CINE ESPAÑOL 1 SEMESTRE 2026

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN PERIODO (€)	ESPECTADORES PERIODO	RECAUDACIÓN ACUMULADA (€)	ESPECTADORES ACUMULADOS	GÉNERO	PAÍS DE ORIGEN
1	Torrente, presidente	Sony	13/03/26	28.129.568 €	3.787.101	28.129.622 €	3.787.110	Comedia	España
2	Aída y vuelta	Sony	30/01/26	5.069.396 €	734.110	5.069.590 €	734.171	Comedia	España
3	Abuela tremenda	Walt Disney	01/01/26	3.018.838 €	431.587	3.018.838 €	431.587	Comedia	España
4	Amarga Navidad	Warner Bros.	20/03/26	2.602.889 €	385.455	2.603.154 €	385.482	Drama	España
5	La familia Benetón + 2	Beta Fiction	17/04/26	2.123.980 €	314.573	2.124.821 €	314.688	Comedia	México, España
6	Ídolos	Warner Bros.	23/01/26	2.082.165 €	291.712	2.082.165 €	291.712	Drama	Italia, España
7	Rondallas	Beta Fiction	01/01/26	2.066.484 €	318.338	2.066.484 €	318.338	Comedia	España
8	Tres adioses	BTeam Pictures	06/02/26	1.314.942 €	205.283	1.316.128 €	205.612	Drama	Italia, España
9	Balandrau, viento salvaje	Filmax	20/02/26	1.288.338 €	183.564	1.288.338 €	183.564	Drama	España
10	Los domingos	BTeam Pictures	24/10/25	1.086.843 €	163.104	4.954.627 €	780.668	Drama	España
11	Todo lo que nunca fuimos	Warner Bros.	05/06/26	917.561 €	172.123	919.820 €	172.419	Drama	España
12	La fiera	Walt Disney	06/02/26	891.260 €	129.470	891.260 €	129.470	Drama	España
13	Calle Málaga	Caramel Films	01/04/26	865.081 €	140.985	865.088 €	140.986	Drama	Bélgica, Francia, Alemania, Marruecos, España
14	Boulevard	Sony	10/04/26	856.054 €	119.852	856.054 €	119.852	Romance	España
15	Altas capacidades	BTeam Pictures	27/03/26	626.884 €	96.041	626.884 €	96.041	Comedia	España, Uruguay
16	Evolution	Beta Fiction	06/02/26	603.335 €	91.749	603.335 €	91.749	Animación	España
17	La luz	Walt Disney	05/06/26	459.581 €	85.591	465.419 €	86.390	Drama	Bélgica, España
18	Castigo divino	Universal	13/02/26	311.040 €	45.417	311.040 €	45.417	Comedia	España
19	Viaje al país de los blancos	A Contracorriente	26/06/26	285.171 €	43.451	384.673 €	56.537	Drama	Francia, España
20	Cada día nace un listo	A Contracorriente	05/06/26	278.822 €	57.948	278.822 €	57.948	Comedia	España

Fuente: Rentrak

crecimiento del mercado sigue descansando sobre un reducido grupo de títulos. Si ampliamos el foco al Top 10, la concentración resulta todavía más llamativa. Las diez películas más taquilleras acaparan el 58,6% de toda la recaudación del semestre, prácticamente seis de cada diez euros ingresados en las salas. Nunca la recuperación había dependido tanto en un grupo tan reducido de grandes éxitos. A esas cuatro con más de 20 millones se suman otros títulos de notable rendimiento, como la sorpresa de *La asistente* (14,7 millones); el bombazo de última hora de *Toy Story 5* (13,3 millones), con potencial para convertirse en la quinta película del año en superar los 20 millones; y *El diablo viste de Prada 2*, que con más de 11 millones de euros y cerca de 1,5 millones de espectadores ha superado en casi 300.000 espectadores a la película original estrenada en 2006. También han firmado sólidos resultados *Proyecto salvación*, con Ryan Reynolds perdido en un planeta muy lejano (9,4 millones); la nueva adaptación de *Cumbres borrascosas* (casi 7,9 millones);

Avatar. Fuego y ceniza ha sumado en 2026 hasta 24,7 millones a sus 35 totales



la apuesta de animación original *Hoppers* (casi 7,9 millones); y el drama *Hamnet* (7,5). Hay, además, otro dato especialmente alentador. Frente a la idea de que el mercado depende exclusivamente de las franquicias, cinco de las diez películas internacionales más taquilleras del semestre no pertenecen a ninguna saga. En el mismo periodo de 2025, por el contrario, siete de

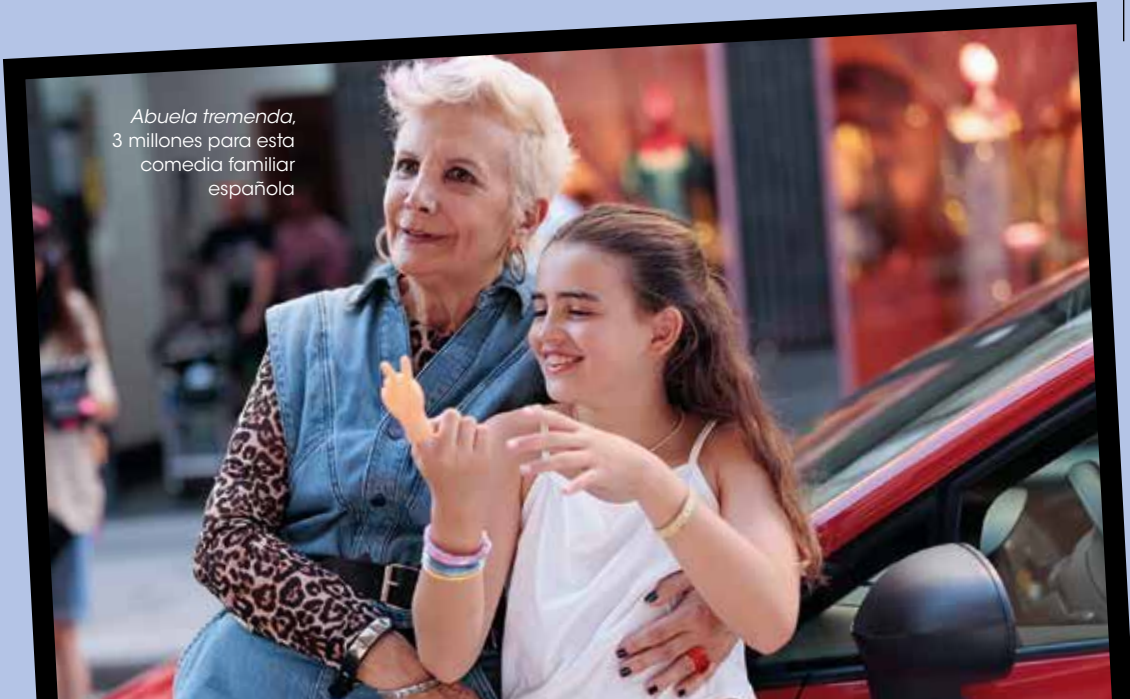
las diez primeras eran secuelas y las tres restantes se apoyaban en propiedades intelectuales de enorme popularidad. Sin abandonar el peso de las grandes marcas, el mercado parece haber recuperado también espacio para propuestas originales. Los calendarios de los grandes estudios para los próximos meses siguen dominados por secuelas, *remakes* y adaptaciones de propiedades intelectuales de éxito, por lo que resulta prematuro hablar de un cambio de estrategia. Sin embargo, el ➤

Tabla 3.

EVOLUCION 2018-2025 PORCENTAJE 1 SEMESTRE REPECTO AL AÑO ENTERO

AÑO	1.º SEMESTRE	TOTAL AÑO	PESO 1.º SEMESTRE
2018	283,8 M€	585,7 M€	48,50%
2019	280,1 M€	624,1 M€	44,90%
2020	102,3 M€	169,7 M€	60,3%*
2021	58,0 M€	251,9 M€	23,0%*
2022	166,5 M€	379,0 M€	43,90%
2023	215,6 M€	490,2 M€	44,00%
2024	193,7 M€	484,6 M€	40,00%
2025	205,0 M€	453,0 M€	45,30%

Fuente: Rentrak



Abuela tremenda, 3 millones para esta comedia familiar española

Tabla 4.

TAQUILLA Y ESPECTADORES POR MESES 1 SEMESTRE 2023-2026

2026			2025		2024		2023	
MES	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES
Enero	52.499.319 €	7.036.579	37.168.516 €	5.304.812	31.798.904 €	4.777.763	42.003.008 €	6.145.293
Febrero	36.300.243 €	5.154.303	28.734.268 €	4.158.992	26.930.167 €	3.980.887	27.301.246 €	4.083.045
Marzo	50.542.239 €	6.948.145	29.433.152 €	4.210.967	42.170.425 €	5.977.055	2.880.377 €	4.394.900
Abril	51.172.129 €	7.006.750	36.301.456 €	5.155.724	21.953.184 €	3.218.729	44.877.191 €	6.893.662
Mayo	42.401.704 €	5.691.252	32.651.719 €	4.548.449	26.994.942 €	3.905.106	39.897.640 €	6.410.628
Junio	42.120.649 €	6.403.857	40.778.883 €	6.316.375	43.928.316 €	6.854.056	32.760.920 €	5.033.590

Fuente: Rentrak



En el sentido de las agujas del reloj, *La asistente* (14,6 millones); *Super Mario Galaxy* (21,5 millones) y *Toy Story 5* (11,8 millones)

Tabla 5.

CUOTA MERCADO CINE ESPAÑOL POR MESES 1 SEMESTRE

2026		
MES	CUOTA MERCADO €	CUOTA MERCADO ESP.
Enero	14%	15%
Febrero	25%	26%
Marzo	51%	51%
Abril	19%	20%
Mayo	7%	8%
Junio	6%	7%

Fuente: Rentrak

primer semestre deja algunos indicios interesantes. Junto a las grandes franquicias, Hollywood parece volver a prestar atención a públicos que en los últimos años habían quedado algo desatendidos, especialmente el femenino, con éxitos como *Cumbres borrascosas* o *El diablo viste de Prada 2*, y el adulto, con propuestas como *Hamnet*. Sin renunciar a las grandes marcas, los estudios parecen estar ensanchando ligeramente la oferta para atraer a espectadores que habían ido abandonando las salas.

Otro de los grandes indicadores de la recuperación ha sido la extraordinaria regularidad del mercado. A diferencia de otros ejercicios recientes, el primer semestre apenas presenta baches de programación y encadena un flujo constante de estrenos capaces de sostener la asistencia semana tras semana. Diez de las veintiséis semanas superan los diez millones de euros de recaudación y solo una cae por debajo de los seis millones, una estabilidad poco habitual en los últimos años. También resulta significativo el comportamiento entre semana. Aunque el fin de semana continúa concentrando el grueso del negocio, con el 65,5% de la recaudación, el 34,5% restante se genera de lunes a jueves. En otras palabras, uno de cada tres euros ya no depende del estreno del viernes, sino de la capacidad de las películas para mantenerse vivas durante toda la semana. Más que una sucesión de grandes acontecimientos aislados, el primer semestre dibuja un mercado con una actividad comercial mucho más constante.

Tabla 6.

EVOLUCION SEMANA VS FIN DE SEMANA 1 SEMESTRE 2026

FECHA	SEMANA	FIN DE SEMANA (€)	ESPECTADORES FIN DE SEMANA	SEMANA (€)	ESPECTADORES SEMANA
02/01/26	1	10.318.786 €	1.287.525	15.330.351 €	1.962.582
09/01/26	2	6.892.995 €	880.369	9.898.121 €	1.348.834
16/01/26	3	6.727.418 €	874.538	9.467.598 €	1.309.654
23/01/26	4	6.988.855 €	920.705	10.017.693 €	1.416.143
30/01/26	5	7.761.311 €	1.022.619	10.926.313 €	1.545.747
06/02/26	6	6.581.171 €	861.590	9.259.422 €	1.306.596
13/02/26	7	7.096.478 €	923.169	10.459.401 €	1.469.240
20/02/26	8	4.874.628 €	643.736	7.367.638 €	1.059.648
27/02/26	9	5.068.170 €	668.033	7.413.005 €	1.047.758
06/03/26	10	6.255.223 €	819.852	8.180.700 €	1.140.623
13/03/26	11	10.531.775 €	1.337.356	15.571.041 €	2.115.340
20/03/26	12	9.219.961 €	1.179.394	12.966.495 €	1.785.182
27/03/26	13	7.258.080 €	925.453	17.397.077 €	2.395.091
03/04/26	14	9.017.311 €	1.143.647	13.336.044 €	1.800.895
10/04/26	15	7.860.436 €	1.010.727	10.204.346 €	1.386.640
17/04/26	16	5.204.489 €	675.536	8.458.741 €	1.178.785
24/04/26	17	7.468.763 €	937.766	11.700.527 €	1.564.423
01/05/26	18	11.009.555 €	1.361.025	14.614.569 €	1.918.341
08/05/26	19	7.332.392 €	934.492	10.198.864 €	1.389.674
15/05/26	20	5.147.304 €	669.850	7.447.609 €	1.033.179
22/05/26	21	4.558.066 €	572.917	6.525.668 €	878.546
29/05/26	22	3.614.994 €	471.512	5.782.040 €	807.463
05/06/26	23	6.299.997 €	806.541	11.288.694 €	2.167.983
12/06/26	24	5.604.040 €	691.367	9.558.723 €	1.311.869
19/06/26	25	6.051.078 €	781.248	11.023.298 €	1.510.946
26/06/26	26	6.093.748 €	785.819	11.680.343 €	1.656.853

Fuente: Rentrak

CARRERA EN LA CUMBRE

El mapa de las distribuidoras también experimenta un profundo cambio respecto al primer semestre de 2025 según Rentrak. Universal recupera el liderato del mercado con una cuota del 24,1%, impulsada por un catálogo especialmente sólido encabezado por *Michael*, *Super Mario Galaxy La Película*, *Hamnet* y *El día de la revelación*. Disney cede la primera posición, aunque mantiene una notable cuota del 22,7% gracias al extraordinario recorrido de *Avatar: Fuego y ceniza* y a títulos como *Toy Story 5*, *El diablo viste de Prada 2*, *Hoppers* y *Zootropolis 2*.

La gran vencedora del semestre es, sin embargo, Sony. La compañía pasa del 7,5% al 19,3% de cuota de mercado gracias, sobre todo, al fenómeno de *Torrente, presidente*, la película más taquillera del año, pero también a los buenos resultados de *Proyecto salvación*, *Aída y vuelta* y *Como cabras*. Entre las tres *majors* concentran el 66,1% de la recaudación total.

No obstante, conviene interpretar estos datos con prudencia. El liderazgo sigue abierto. Warner Bros. afronta la segunda mitad del año con buena parte de sus grandes apuestas todavía pendientes de estreno, mientras que Sony ya ha puesto en juego gran parte de su artillería pesada. La bonanza del mercado no ha alterado el equilibrio entre *majors* e independientes. Estas últimas mantienen una posición muy sólida al representar el 19,4% de la taquilla, impulsadas sobre todo por dos claras vencedoras: Diamond Films, que eleva su cuota hasta el 7,8% gracias a *La asistente* y *Marty Supreme*, y Elástica, que supera el 3% del mercado de la mano del fenómeno *Backrooms*. Sin embargo, las distribuidoras independientes tampoco son ajenas a la creciente polarización del mercado. Solo estas tres películas suman 23,9 millones de euros, casi el 45% de

Tabla 7.

CUOTA DE MERCADO DISTRIBUIDORAS 1 SEMESTRE 2026

	DISTRIBUIDORA	N.º DE TÍTULOS	NUEVOS TÍTULOS	RECAUDACIÓN PERIODO (€)	ESPECTADORES PERIODO	CUOTA DE MERCADO (%)	CUOTA DE MERCADO ESPECTADORES (%)
1	Universal	38	13	69.346.870 €	9.527.359	24,13%	23,73%
2	Walt Disney	25	12	65.309.762 €	8.656.360	22,73%	21,56%
3	Sony	31	14	55.337.211 €	7.646.837	19,26%	19,05%
4	Diamond Films	21	9	22.261.020 €	3.169.136	7,75%	7,89%
5	Warner Bros.	59	13	21.612.473 €	3.063.031	7,52%	7,63%
6	Paramount	20	8	10.124.547 €	1.552.747	3,52%	3,87%
7	Elástica	25	8	8.972.445 €	1.372.304	3,12%	3,42%
8	Beta Fiction	8	5	5.705.080 €	860.722	1,99%	2,14%
9	BTeam Pictures	19	7	3.586.711 €	558.957	1,25%	1,39%
10	DeAPlaneta	17	7	3.056.008 €	427.413	1,06%	1,06%
11	SelectaVisión	29	11	2.914.280 €	442.570	1,01%	1,10%
12	A Contracorriente	165	31	2.641.224 €	433.635	0,92%	1,08%
13	Filmax	34	12	2.014.419 €	302.044	0,70%	0,75%
14	Caramel Films	21	7	1.620.486 €	257.091	0,56%	0,64%
15	Avalon Distribución	63	26	1.361.796 €	222.731	0,47%	0,55%

Fuente: Rentrak



Proyecto salvación, ciencia ficción de éxito con 9,4 millones



El diablo viste de Prada 2 ha ido mejor que la primera con 11 millones

Tabla 8.

TOP MAJORS POR RECAUDACIÓN 1 SEMESTRE 2026

	DISTRIBUIDORA	N.º DE TÍTULOS	NUEVOS TÍTULOS	RECAUDACIÓN PERIODO (€)	ESPECTADORES PERIODO	CUOTA DE MERCADO (%)	CUOTA DE MERCADO ESPECTADORES (%)
1	Universal	38	13	69.346.870 €	9.527.359	24,13%	23,73%
2	Walt Disney	25	12	65.309.762 €	8.656.360	22,73%	21,56%
3	Sony	31	14	55.337.211 €	7.646.837	19,26%	19,05%
4	Warner Bros.	59	13	21.612.473 €	3.063.031	7,52%	7,63%
5	Paramount	20	8	10.124.547 €	1.552.747	3,52%	3,87%

Fuente: Rentrak

Tabla 9.

TOP DISTRIS. INDIES POR RECAUDACIÓN 1 SEMESTRE 2026

	DISTRIBUIDORA	N.º DE TÍTULOS	NUEVOS TÍTULOS	RECAUDACIÓN PERIODO (€)	ESPECTADORES PERIODO	CUOTA DE MERCADO (%)	CUOTA DE MERCADO ESPECTADORES (%)
1	Diamond Films	21	9	22.261.020 €	3.169.136	7,75%	7,89%
2	Elástica	25	8	8.972.445 €	1.372.304	3,12%	3,42%
3	Beta Fiction	8	5	5.705.080 €	860.722	1,99%	2,14%
4	BTeam Pictures	19	7	3.586.711 €	558.957	1,25%	1,39%
5	DeAPlaneta	17	7	3.056.008 €	427.413	1,06%	1,06%
6	SelectaVisión	29	11	2.914.280 €	442.570	1,01%	1,10%
7	A Contracorriente	165	31	2.641.224 €	433.635	0,92%	1,08%
8	Filmax	34	12	2.014.419 €	302.044	0,70%	0,75%
9	Caramel Films	21	7	1.620.486 €	257.091	0,56%	0,64%
10	Avalon Distribución	63	26	1.361.796 €	222.731	0,47%	0,55%

Fuente: Rentrak



Cumbres borrascosas, un romance tórrido de éxito con casi 7,9 millones

toda la recaudación obtenida por las compañías no *major* durante el primer semestre. La concentración, en definitiva, ya no distingue entre grandes estudios e independientes.

CINE NACIONAL: BUENAS Y MALAS NOTICIAS

El comportamiento del cine español merece una lectura más pausada. A primera vista, el semestre resulta muy positivo gracias al fenómeno sin precedentes de *Torrente, presidente*, que con 28,1 millones de euros se convierte en la película española más taquillera del año de lejos y eleva la cuota de mercado nacional hasta un extraordinario 51% en marzo. Sin embargo, una vez agotado ese impulso, la cuota cae con rapidez hasta el 19% en abril y apenas un 7% y un 6% en mayo y junio.

En realidad, esta evolución responde a un problema bien conocido por la industria: la fuerte estacionalidad del cine español. Históricamente, el primer semestre suele ser más débil que el segundo. Tras un comienzo de año razonablemente sólido, la primavera acostumbra a convertirse en el periodo más complicado, mientras que el verano encuentra un salvavidas en las comedias familiares. El verdadero punto fuerte llega, un año más, con el otoño, cuando confluyen los grandes festivales, especialmente

San Sebastián, el inicio de la temporada de premios y buena parte de las principales apuestas de las distribuidoras. En 2025 esa estacionalidad pareció suavizarse gracias al fenómeno de *Sirat*, impulsado por su paso por Cannes. Este año, sin embargo, dos de las grandes apuestas nacionales presentadas en la Croisette, *El ser querido* y *La bola negra*, han optado por reservarse para el otoño, tradicionalmente la ventana más favorable para este tipo de producciones. Sería injusto, en cualquier caso, reducir el semestre del cine español al fenómeno *Torrente, presidente*. *Aída y vuelta* confirma el tirón de una marca muy popular; *Abuela tremenda* y *La familia Benetón + 2* demuestran que la comedia familiar sigue siendo uno de los grandes motores del mercado; y títulos como *Ídolos*, *Rondallas* o el último trabajo de Pedro Almodóvar completan un

panorama más diverso de lo que podría parecer a primera vista. Más preocupante resulta el comportamiento de una parte del cine de autor español. Tras varios años de excelentes resultados, cada vez son más las producciones que encuentran enormes dificultades para superar los 100.000 o 200.000 euros de recaudación. También la comedia, pese a seguir siendo el género dominante, empieza a mostrar serios síntomas de desgaste, con varios de sus principales títulos muy por debajo de las expectativas. Si se trata de un fenómeno coyuntural o del inicio de un cambio de ciclo será, probablemente, uno de los grandes debates de los próximos meses.

Una de las asignaturas pendientes sigue siendo la circulación del cine europeo ajeno a las coproducciones españolas. Entre las sesenta películas más taquilleras del semestre apenas cinco proceden de cinematografías distintas de la estadounidense y la española. Incluso *Cumbres borrascosas*, la más exitosa de ellas, ha sido percibida por buena parte del público como un gran estreno de Hollywood más que como una producción británica. La recuperación del mercado, por tanto, tampoco ha servido para ampliar la diversidad de orígenes en la cartelera española.

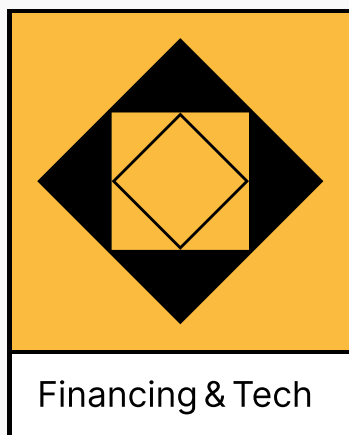
La niebla parece haberse disipado. Los cines españoles han recuperado el pulso y vuelven a mirar al futuro con un optimismo que hace apenas dos años parecía impensable. Pero el paisaje ya no es exactamente el mismo. El mercado es hoy más fuerte, aunque también más concentrado y más dependiente de un reducido número de grandes acontecimientos. La recuperación ya no admite discusión. El verdadero reto consiste ahora en demostrar que puede consolidarse y beneficiar al conjunto del mercado cinematográfico.

BO

Hoopers, una película original de Pixar rozando los 7,9 millones



© Sony (3), Walt Disney (5), Universal (2), Diamond Films (1), Warner Bros (1)



Where Film Industry Professionals Match

Europe-Latin America Co-Production Forum

Ikusmira Berriak

WIP Latam / WIP Europa

Zinemaldia Startup Challenge

Creative Investors' Conference



With the support of:



More info: industria@sansebastianfestival.com sansebastianfestival.com

SSIFF

2026
September
18/26

74

Babesle Ofizialak
Patrocinadores Oficiales



Media Partner



Laguntzaile Ofizialak
Colaboradores Oficiales



Instituzio Kidexak
Instituciones Socias



BOX OFFICE 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

Obsession ha sido el fenómeno comercial más inesperado de 2026

Backrooms, éxito mundial gracias a su audacia y originalidad

EL GRAN MOMENTO DEL CINE DE TERROR

ENTRE 2022 Y EL PRIMER SEMESTRE DE 2026, EL GÉNERO DE TERROR HA REPRESENTADO EL 8,6% DE LA TAQUILLA ESPAÑOLA, CON UNA RECAUDACIÓN ACUMULADA DE 178 MILLONES DE EUROS PARA LOS 50 TÍTULOS MÁS EXITOSOS DEL PERIODO SEGÚN DATOS DE RENTRAK.

RESPALDADO POR UN PÚBLICO FIEL Y JOVEN, EL TERROR VIVE UNO DE LOS MOMENTOS MÁS CREATIVOS Y PRESTIGIOSOS DE SU HISTORIA, DEJANDO ATRÁS LA ETIQUETA DE "GÉNERO B". FENÓMENOS COMO *BACKROOMS* Y *OBSESSION* REFUERZAN, ADEMÁS, SU DIMENSIÓN GENERACIONAL Y SOCIOLÓGICA

por Lino Pulido

Si hay un nombre propio en la industria del cine este año, ese es James Harris, productor británico de The Tea Shop Productions. Fue Harris quien descubrió en YouTube un cortometraje titulado *The Chair* y propuso a su joven director, Curry Barker, de 26 años, dar el salto al largometraje con un presupuesto raquítico para los estándares de Hollywood. El resultado, *Obsession*, ha superado los 375 millones de euros en la taquilla mundial a principios de julio y aún tiene un largo recorrido por delante. En España debutó como la segunda película más vista del fin de semana, solo por detrás de una apisonadora como *Toy Story 5*, con unos excelentes 1,2 millones de euros.

Es cierto que el primer fin de semana suele ser especialmente fuerte en un género con una base de fans muy fiel que acude en masa desde el estreno. Sin embargo, ese mismo fin de semana *Backrooms*, ya en su cuarta semana en cartel, añadió otros 267.000 euros para alcanzar los 5,5 millones en España. Con un presupuesto de "solo" 10 millones de dólares, la película ya supera los 330 millones de euros en la taquilla mundial, convirtiéndose además en el mayor éxito de la historia de su distribuidora, Elástica.

Durante muchos años, salvo contadas excepciones, el terror fue considerado un género de segunda categoría, de menor valor artístico que el cine dramático e incluso que otros gé-

neros populares. Esa percepción ha cambiado radicalmente y hoy atraviesa una de las etapas más fértiles de su historia reciente. Especialmente durante los años más difíciles de la pospandemia, se convirtió en uno de los principales apoyos de la exhibición cinematográfica. Productoras como Blumhouse, responsables de sagas como *Paranormal Activity*, *Insidious*, *M3GAN* o *Five Nights at Freddy's*, demostraron que era posible combinar presupuestos contenidos, grandes éxitos de taquilla y reconocimiento crítico. Paralelamente, compañías independientes de prestigio como A24 apostaron decididamente por el género con títulos como *Hereditary* y *Midsommar*, contribuyendo a elevar su consideración cultural.



TOP 50 PELÍCULAS DE TERROR 2022-2026 (YTD)

El terror ha mantenido una presencia muy estable en la taquilla española durante los últimos cinco años. Según datos de Rentrak, en 2022, el Top 10 del género recaudó 32,4 millones de euros (8,4% de la taquilla anual); en 2023 ascendió a 40 millones (8,2%), impulsado por *Five Nights at Freddy's* y *La Monja II*; en 2024 sumó 33,5 millones (7,0%), en un año especialmente rico desde el punto de vista creativo; y en 2025 alcanzó un máximo de 44,9 millones (9,9%), gracias al extraordinario rendimiento de *Expediente Warren: El Último Rito*, *Weapons* y *Destino Final: Lazos de Sangre*. En el primer semestre de 2026, el Top 10 ya acumula 18,7 millones de euros, equivalentes al 6,9% de la taquilla del año, una cifra que seguirá creciendo durante la segunda mitad del ejercicio.

La conexión con el público joven resulta clave para entender este fenómeno. No es casualidad que algunos de los grandes nombres del momento procedan directamente de internet. Kane Parsons (*Backrooms*) comenzó publicando en YouTube una serie de cortometrajes realizados con apenas 16 años. Curry Barker siguió un camino similar antes de dirigir *Obsession*. Frente a la vía tradicional de festivales o escuelas de cine, las redes sociales se han convertido en uno de los principales viveros del terror contemporáneo.

Pero el auge del género no se explica únicamente por su conexión con los jóvenes, tradicionalmente su público más fiel. El prestigio alcanzado durante los últimos años también ha transformado su base de espectadores. La apuesta de distribuidoras como Elástica por títulos de mayor ambición autoral como *La Sustancia* y *Backrooms* ha ampliado el perfil del público, reuniendo en una misma sala al aficionado tradicional al terror y al espectador cinéfilo habitual de festivales y cine independiente. Esa convergencia constituye uno de los fenóme-

nos más novedosos del mercado español y ayuda a explicar el excelente momento comercial y cultural que atraviesa el terror. Pocas veces un género había gozado de tanta salud comercial y, al mismo tiempo, había experimentado una transformación tan profunda de sus modelos de producción, distribución y público.

UN VALOR REFUGIO

Aunque el cine de terror nace con frecuencia en el ámbito independiente y conserva parte de ese espíritu *underground*, las *majors* siguen concentrando la mayor parte del negocio. Warner Bros y Universal

reúnen el 51% de la recaudación de los 50 mayores éxitos del género entre 2022 y el primer semestre de 2026 según Rentrak. Sin embargo, esa concentración es sensiblemente inferior a la que se observa en el conjunto del cine de Hollywood. A diferencia de lo que ocurre con la animación, los superhéroes o las grandes franquicias de acción, el terror sigue siendo un terreno mucho más permeable para las distribuidoras independientes. Los presupuestos contenidos reducen el riesgo financiero y permiten que compañías de menor tamaño descubran nuevos talentos y conviertan propuestas originales en grandes éxitos comer- ➤

TÍTULO	DISTRIBUTOR	PRIMARY GENRE	COUNTRY OF ORIGIN	RELEASE DATE	CUME €	CUME ADM
1 Expediente Warren: El Último Rito	Warner Bros	Horror	USA	05/09/25	13.632.513 €	1.824.474
2 Five Nights at Freddy's	Universal	Horror	USA	01/11/23	7.527.695 €	1.091.588
3 Weapons	Warner Bros	Horror	USA	08/08/25	7.129.074 €	997.917
4 Monja II, La	Warner Bros	Horror	USA	08/09/23	6.810.595 €	1.033.136
5 Alien: Romulus	Walt Disney	Science Fiction	UK, USA	15/08/24	6.166.468 €	845.880
6 Smile	Paramount Int'l	Horror	USA	30/09/22	5.707.120 €	956.894
7 Five Nights at Freddy's 2	Universal	Horror	USA	05/12/25	5.486.692 €	722.373
8 Nosferatu	Universal	Horror	USA	25/12/24	5.402.182 €	746.083
9 Insidious: La puerta roja	Sony	Horror	USA	20/07/23	4.448.349 €	689.988
10 Exorcista: Creyente, El	Universal	Horror	USA	06/10/23	3.848.715 €	553.335
11 Posesión infernal: El Despertar	Warner Bros	Horror	USA	21/04/23	3.818.072 €	591.594
12 Destino Final: Lazos de Sangre	Warner Bros	Horror	USA	16/05/25	3.789.376 €	568.889
13 28 años después	Sony	Horror	UK, USA	20/06/25	3.746.724 €	525.097
14 Sustancia, La	Elastica	Horror	France, UK, USA	11/10/24	3.644.050 €	569.191
15 M3gan	Universal	Horror	USA	04/01/23	3.604.558 €	556.120
16 Smile 2	Paramount Int'l	Horror	USA	18/10/24	3.522.151 €	538.478
17 Terrifier 3	SelectaVisión	Horror	USA	31/10/24	3.476.762 €	547.431
18 Momia de Lee Cronin, La	Warner Bros	Horror	USA	17/04/26	3.456.431 €	463.892
19 Trampa, La	Warner Bros	Horror	USA	09/08/24	3.412.924 €	514.089
20 Scream 7	Paramount Int'l	Horror	USA	27/02/26	3.360.593 €	442.943
21 Black Phone, The	Universal	Horror	USA	24/06/22	3.292.745 €	534.198
22 Exorcista del Papa, El	Sony	Horror	USA	05/04/23	3.203.383 €	490.230
23 No hables con extraños	Universal	Horror	USA	13/09/24	3.088.398 €	458.183
24 Longlegs	DeAPlaneta	Horror	Canada, USA	02/08/24	2.881.489 €	433.475
25 Un lugar tranquilo: Día 1	Paramount Int'l	Horror	USA	27/06/24	2.854.909 €	415.147
26 Saw X	DeAPlaneta	Horror	USA	29/09/23	2.564.977 €	441.616
27 Hablame	Diamond Films	Horror	Australia, UK	11/08/23	2.481.686 €	387.763
28 Pecadores, Los	Warner Bros	Drama	USA	16/04/25	2.462.267 €	347.322
29 Black Phone 2, The	Universal	Horror	USA	24/10/25	2.330.824 €	355.043
30 Tarot	Sony	Horror	USA	10/05/24	2.214.779 €	349.133
31 Scream VI	Paramount Int'l	Horror	USA	10/03/23	2.072.622 €	304.648
32 Nop	Universal	Horror	USA	18/08/22	2.056.755 €	326.348
33 Scream (2022)	Paramount Int'l	Horror	USA	14/01/22	1.890.730 €	292.070
34 Until Dawn	Sony	Horror	USA	25/04/25	1.852.923 €	270.975
35 Abuela, La	Sony	Horror	France, Spain	28/01/22	1.818.352 €	287.214
36 Monkey, The	Beta Fiction	Horror	Canada, UK, USA	21/02/25	1.773.314 €	250.310
37 Halloween: El final	Universal	Horror	USA	14/10/22	1.772.961 €	267.671
38 Heretic (Hereje)	DeAPlaneta	Horror	USA	01/01/25	1.732.292 €	250.730
39 Backrooms	Elastica	Horror	USA	05/06/26	1.717.886 €	220.448
40 Piscina, La	Universal	Horror	USA	09/02/24	1.530.327 €	216.924
41 Primera profecía, La	Walt Disney	Horror	USA	05/04/24	1.520.587 €	211.849
42 Devuelvemela	Sony	Horror	Australia, USA	01/08/25	1.468.851 €	217.040
43 28 años después: El templo de los huesos	Sony	Horror	USA	16/01/26	1.451.087 €	207.485
44 Niña de la comunión, La	Warner Bros	Horror	Spain	10/02/23	1.440.754 €	217.150
45 Se lo que hicisteis el último verano	Sony	Horror	USA	18/07/25	1.431.097 €	209.357
46 Llamam a la puerta	Universal	Suspense	USA	03/02/23	1.332.036 €	204.785
47 Dracula	Vertice	Horror	France, UK	21/11/25	1.313.093 €	185.284
48 Scary Movie	Paramount Int'l	Comedy	USA	05/06/26	1.260.671 €	164.110
49 Parpadea dos veces	Warner Bros	Suspense	Mexico, USA	23/08/24	1.201.055 €	186.828

Fuente: Rentrak. Actualizado a 8 de junio de 2026

TOP 10 PELÍCULAS DE TERROR 2022

TÍTULO	DISTRIBUTOR	PRIMARY GENRE	COUNTRY OF ORIGIN	RELEASE DATE	DATE RANGE €	DATE RANGE ADMISSIONS	CUME €	CUME ADM
1 Smile	Paramount Int'l	Horror	USA	30/09/22	5.705.454 €	956.683	5.707.120 €	956.894
2 Black Phone, The	Universal	Horror	USA	24/06/22	3.292.745 €	534.198	3.292.745 €	534.198
3 Nop	Universal	Horror	USA	18/08/22	2.056.534 €	326.316	2.056.755 €	326.348
4 Scream (2022)	Paramount Int'l	Horror	USA	14/01/22	1.890.730 €	292.070	1.890.730 €	292.070
5 Abuela, La	Sony	Horror	France, Spain	28/01/22	1.818.352 €	287.214	1.818.352 €	287.214
6 Halloween: El final	Universal	Horror	USA	14/10/22	1.772.524 €	267.593	1.772.961 €	267.671
7 13 Exorcismos	Beta Fiction	Horror	Spain	04/11/22	1.009.091 €	152.814	1.009.343 €	152.868
8 Huerfana: Primer asesinato, La	Diamond Films	Horror	Canada, USA	09/09/22	935.762 €	153.569	935.762 €	153.569
9 Invitación, La	Sony	Horror	USA	16/09/22	736.646 €	123.225	736.646 €	123.225

Fuente: Rentrak

TOP 10 PELÍCULAS DE TERROR 2023

TÍTULO	DISTRIBUTOR	PRIMARY GENRE	COUNTRY OF ORIGIN	RELEASE DATE	DATE RANGE €	DATE RANGE ADMISSIONS	CUME €	CUME ADM
1 Five Nights at Freddy's	Universal	Horror	USA	01/11/23	7.509.818 €	1.089.075	7.527.695 €	1.091.588
2 Monja II, La	Warner Bros	Horror	USA	08/09/23	6.810.595 €	1.033.136	6.810.595 €	1.033.136
3 Insidious: La puerta roja	Sony	Horror	USA	20/07/23	4.448.349 €	689.988	4.448.349 €	689.988
4 Exorcista: Creyente, El	Universal	Horror	USA	06/10/23	3.846.738 €	553.042	3.848.715 €	553.335
5 Posesion infernal: El Despertar	Warner Bros	Horror	USA	21/04/23	3.818.072 €	591.594	3.818.072 €	591.594
6 M3gan	Universal	Horror	USA	04/01/23	3.285.850 €	498.574	3.604.558 €	556.120
7 Exorcista del Papa, El	Sony	Horror	USA	05/04/23	3.203.383 €	490.230	3.203.383 €	490.230
8 Saw X	DeAPlaneta	Horror	USA	29/09/23	2.564.526 €	441.552	2.564.977 €	441.616
9 Háblame	Diamond Films	Horror	Australia, UK	11/08/23	2.481.054 €	387.649	2.481.686 €	387.763
10 Scream VI	Paramount Int'l	Horror	USA	10/03/23	2.072.622 €	304.648	2.072.622 €	304.648

Fuente: Rentrak

TOP 10 PELÍCULAS DE TERROR 2024

TÍTULO	DISTRIBUTOR	PRIMARY GENRE	COUNTRY OF ORIGIN	RELEASE DATE	DATE RANGE €	DATE RANGE ADMISSIONS	CUME €	CUME ADM
1 Alien: Romulus	Walt Disney	Science Fiction	UK, USA	15/08/24	6.166.468 €	845.880	6.166.468 €	845.880
2 Smile 2	Paramount Int'l	Horror	USA	18/10/24	3.522.151 €	538.478	3.522.151 €	538.478
3 Sustancia, La	Elastica	Horror	France, UK, USA	11/10/24	3.497.466 €	548.127	3.644.050 €	569.191
4 Terrifier 3	SelectaVisión	Horror	USA	31/10/24	3.476.727 €	547.425	3.476.762 €	547.431
5 Trampa, La	Warner Bros	Horror	USA	09/08/24	3.411.966 €	513.876	3.412.924 €	514.089
6 No hables con extraños	Universal	Horror	USA	13/09/24	3.088.398 €	458.183	3.088.398 €	458.183
7 Longlegs	DeAPlaneta	Horror	Canada, USA	02/08/24	2.876.027 €	432.488	2.881.489 €	433.475
8 Un lugar tranquilo: Día 1	Paramount Int'l	Horror	USA	27/06/24	2.854.909 €	415.147	2.854.909 €	415.147
9 Nosferatu	Universal	Horror	USA	25/12/24	2.388.003 €	324.038	5.402.182 €	746.083
10 Tarot	Sony	Horror	USA	10/05/24	2.214.779 €	349.133	2.214.779 €	349.133

Fuente: Rentrak



La momia de Lee Cronin, gran éxito en 2026 distribuido por Warner



Expediente Warren: El último rito superó todas las expectativas en 2025

ciales. Elástica (*Backrooms* y *La Sustancia*), DeAPlaneta (*Longlegs* y *Heretic*), Diamond Films (*Háblame*), SelectaVisión (*Terrifier 3*), Beta Fiction (*The Monkey*) o Vértice (*Drácula*) demuestran que el terror se ha convertido en una vía privilegiada para que distribuidoras independientes compitan con éxito frente a los grandes estudios. A diferencia de otros géneros, el terror ha demostrado además una extraordinaria capacidad para generar nuevas franquicias. En apenas cinco años se han consolidado sagas como *Five Nights at Freddy's*, *Smile*, *Black Phone* o *Terrifier*, mientras otras históricas como *Expediente Warren*, *Scream*, *Insidious*, *Destino Final* o *28 años después* han encontrado una nueva vida comercial. En un momento en el que Hollywood depende cada vez más de las propiedades intelectuales consolidadas, el terror sigue

siendo uno de los pocos géneros capaces de crear nuevas marcas de éxito y uno de los laboratorios creativos más fértiles del cine comercial contemporáneo.

HOLLYWOOD MANDA

El dominio estadounidense es prácticamente absoluto. De los 50 mayores éxitos del terror en España entre 2022 y el primer semestre de 2026, 39 son producciones exclusivamente estadounidenses, con 149 millones de euros recaudados, el 84,2% del total. Si se añaden las coproducciones con participación de EE. UU., la cifra asciende a 46 títulos y 169,9 millones, el 96% de toda la recaudación del ranking. Ningún otro país supera los dos títulos entre los cincuenta más taquilleros. Frente a ese bloque, las películas sin participación estadounidense apenas suman 7,1 millones

de euros, un 4% del total. El dato confirma que, pese a la diversidad estética y creativa del género, el terror comercial sigue teniendo en Hollywood su principal motor industrial. Reino Unido, Francia, Canadá, Australia, España o México aparecen en el ranking, pero casi siempre integrados en coproducciones con EE. UU. o en títulos muy puntuales. El caso español merece una reflexión aparte. Tras el extraordinario éxito internacional de títulos como *El orfanato*, la saga *REC*, *Los ojos de Julia* o *Verónica*, el terror nacional ha desaparecido prácticamente de la conversación comercial. Entre los 50 mayores éxitos del género estrenados en España desde 2022 solo figura una producción española, *La niña de la comunión*, con 1,4 millones de euros de recaudación, además de la coproducción hispano-francesa *La Abuela*.



Scream 7, una saga histórica con buenos resultados en 2026



Imagen de 28 años después: El templo de los huesos (2026). Debajo, Amy Madigan en Weapons



Five Nights at Freddy's 2 (2025), una franquicia de nuevo cuño que despierta pasiones

El resto de las producciones nacionales estrenadas durante este periodo han obtenido resultados comerciales discretos y ninguna ha logrado consolidarse como un fenómeno comparable a los de la década anterior. Los productores consultados coinciden en señalar dos factores. Por un lado, las difi-

cultades de financiación: las películas de terror encuentran un acceso más complicado a las ayudas públicas y a la inversión de las cadenas de televisión, que tradicionalmente muestran más reservas hacia un género de difícil explotación en abierto. Por otro, el reducido volumen de producción termina generando un círculo vicioso: se producen menos películas, aparecen menos nuevos autores y disminuyen las posibilidades de que surja un nuevo gran éxito capaz de reactivar el género. La conclusión resulta paradójica: nunca el terror había funcionado tan bien en la taquilla española y, sin embargo, nunca había sido tan escasa la presencia del cine español dentro del género. El mercado de-

muestra que existe una demanda sólida. El reto consiste ahora en que la industria española vuelva a conectar con esa demanda.

BO



© courtesy of Elastica (1), Focus Features (1), Warner Bros. (3), Paramount (1), Sony (1), Universal (1)

TOP 10 PELÍCULAS DE TERROR 2025

TÍTULO	DISTRIBUTOR	PRIMARY GENRE	COUNTRY OF ORIGIN	RELEASE DATE	DATE RANGE €	DATE RANGE ADMISSIONS	CUME €	CUME ADM
1 Expediente Warren: El Último Rito	Warner Bros	Horror	USA	05/09/25	13.632.513 €	1.824.474	13.632.513 €	1.824.474
2 Weapons	Warner Bros	Horror	USA	08/08/25	7.129.074 €	997.917	7.129.074 €	997.917
3 Five Nights at Freddy's 2	Universal	Horror	USA	05/12/25	5.201.135 €	683.783	5.486.692 €	722.373
4 Destino Final: Lazos de Sangre	Warner Bros	Horror	USA	16/05/25	3.789.376 €	568.889	3.789.376 €	568.889
5 28 años después	Sony	Horror	UK, USA	20/06/25	3.746.724 €	525.097	3.746.724 €	525.097
6 Nosferatu	Universal	Horror	USA	25/12/24	3.014.179 €	422.045	5.402.182 €	746.083
7 Pecadores, Los	Warner Bros	Drama	USA	16/04/25	2.419.982 €	340.495	2.462.267 €	347.322
8 Black Phone 2, The	Universal	Horror	USA	24/10/25	2.330.375 €	354.987	2.330.824 €	355.043
9 Until Dawn	Sony	Horror	USA	25/04/25	1.852.923 €	270.975	1.852.923 €	270.975
10 Monkey, The	Beta Fiction	Horror	Canada, UK, USA	21/02/25	1.773.314 €	250.310	1.773.314 €	250.310

Fuente: Rentrak

TOP 10 PELÍCULAS DE TERROR 2026

TÍTULO	DISTRIBUTOR	PRIMARY GENRE	COUNTRY OF ORIGIN	RELEASE DATE	DATE RANGE €	DATE RANGE ADMISSIONS	CUME €	CUME ADM
1 Momia de Lee Cronin, La	Warner Bros	Horror	USA	17/04/26	3.456.431 €	463.892	3.456.431 €	463.892
2 Scream 7	Paramount Int'l	Horror	USA	27/02/26	3.360.593 €	442.943	3.360.593 €	442.943
3 Backrooms	Elastica	Horror	USA	05/06/26	1.717.886 €	220.448	1.717.886 €	220.448
4 28 años después: El templo de los huesos	Sony	Horror	USA	16/01/26	1.451.087 €	207.485	1.451.087 €	207.485
5 Scary Movie	Paramount Int'l	Comedy	USA	05/06/26	1.260.671 €	164.110	1.260.671 €	164.110
6 Return to Silent Hill	TriPictures	Horror	France, Germany, UK, USA	23/01/26	746.665 €	106.459	746.665 €	106.459
7 Primate	Paramount Int'l	Horror	USA	06/02/26	620.629 €	88.833	620.629 €	88.833
8 Noche de bodas 2	Walt Disney	Horror	USA	01/04/26	574.875 €	81.916	574.875 €	81.916
9 Hokum	Beta Fiction	Horror	USA	15/05/26	539.266 €	80.204	539.266 €	80.204
10 Pasajero nocturno, El	Paramount Int'l	Horror	USA	22/05/26	460.000 €	65.362	460.000 €	65.362

Fuente: Rentrak. Actualizado a 8 de junio de 2026

LA GENERACIÓN INTERMITENTE: LOS Z Y EL CINE

FRENTE A LOS TÓPICOS, LA GENERACIÓN Z SIGUE DISFRUTANDO EL CINE EN PANTALLA GRANDE. LO QUE PARECE QUE SÍ HA CAMBIADO ES LA FRECUENCIA CON LA QUE LOS MÁS JÓVENES ASISTEN A LAS SALAS. ¿QUÉ RAZONES HAY DETRÁS DE ESTE DESCENSO?

por Pelayo Sánchez



E

l pasado mes de abril, la Federación de Cines de España (FECE) hizo público el dossier *Cinequest. Análisis del espectador* elaborado por Rentrak. El documento ofrece una fotografía bastante reveladora del presente de la exhibición en nuestro país, en el que el 70 % de los espectadores de cine supera los 35 años de edad (tabla 1). En los extremos de la tabla, los datos (relativos a los 18 meses previos a la publicación del informe) no hacen más que corroborar un claro envejecimiento de las audiencias: los mayores de 55 constituyen el grupo individual más numeroso, con un 24,4 % del público, mientras que el seg-

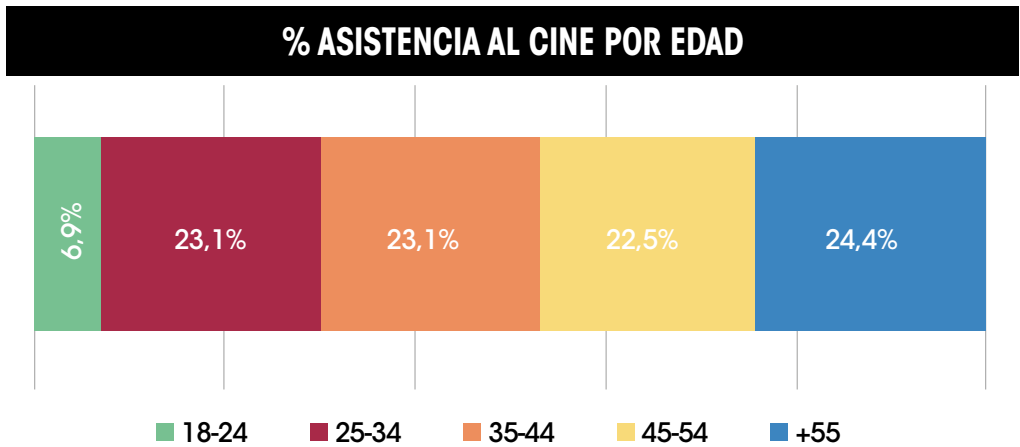
mento comprendido entre los 18 y los 24 años apenas representa el 6,9 % del total. En un primer golpe de vista, los datos resultan desalentadores: los adolescentes y jóvenes adultos, que durante décadas han sido uno de los principales motores de la taquilla, parecen haber perdido el interés en asistir a las salas de cine. Pero no es del todo así.

Si echamos un vistazo a la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2025, publicada el último septiembre por el Ministerio de Cultura, veremos que la interpretación de estos datos requiere de una cierta matización. Y es que este último documento dibuja una realidad aparentemente distinta: como vemos en

tabla 2, el 79,1 % de los jóvenes de entre 15 y 19 años acudió al cine al menos una vez durante el último año, porcentaje que se sitúa en el 76,5 % entre los 20 y los 24 años. Estas dos son, según la encuesta del Ministerio de Cultura, las franjas de edad con mayor penetración del hábito cinematográfico. Por otra parte, el II Estudio Cinesa sobre Hábitos de Consumo Cinematográfico, que se hizo público el pasado marzo, refuerza esta idea (tabla 3): el interés por el cine es especialmente elevado entre las personas de 18 a 34 años, con un potente 72,1%, y muestra que los más jóvenes continúan asociando la experiencia cinematográfica a valores positivos como la diversión, la desconexión y el bienestar. En este sentido, el 64,1 % de los encuestados por Cinesa afirma, además, que experimenta emociones mucho más intensas en una sala oscura que viendo una película en el hogar.

¿Por qué, entonces, la diferencia en los datos? Lo que estas investigaciones sugieren es que, en realidad, los jóvenes no han abandonado las salas: en su mayoría, dicen seguir concibiendo la asistencia al cine como una actividad de ocio muy placentera. Sin embargo, la asistencia a las salas, pese a continuar siendo una experiencia apreciada por las generaciones más jóvenes, ha dejado de ocupar el lugar central que tuvo en generaciones anteriores. Ir al cine ya no forma parte de la rutina; ahora se trata, mayoritariamente, de un evento

TABLA 1



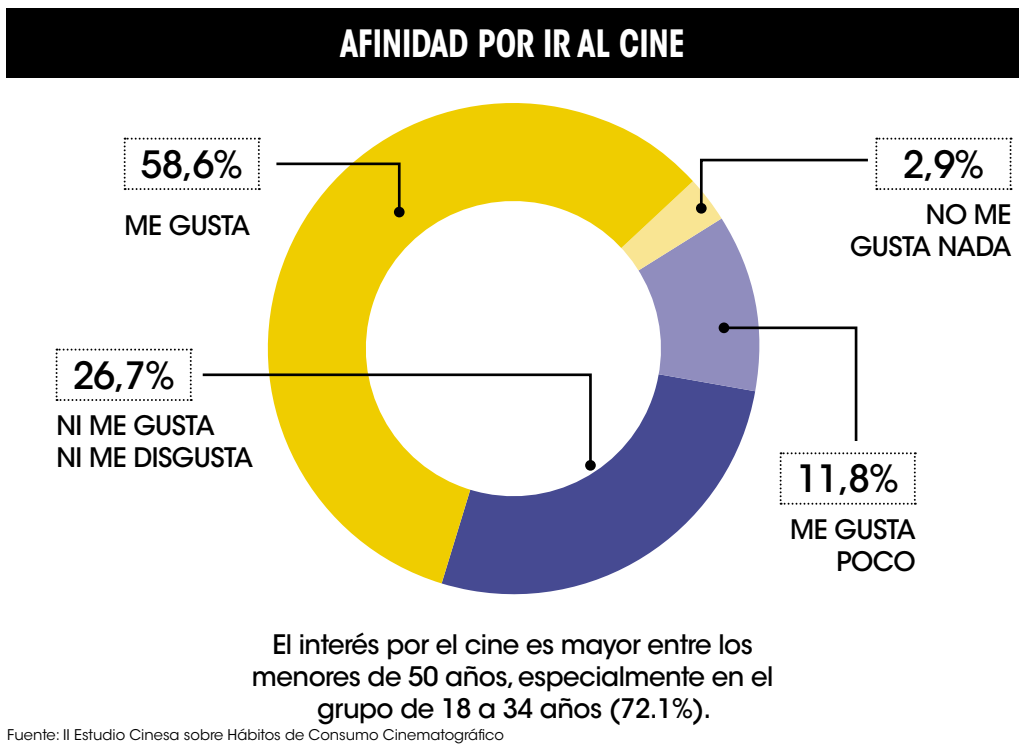
Fuente: Cine Quest, Rentrak

TABLA 2

PERSONAS SEGUN LA ASISTENCIA AL CINE (EN PORCENTAJE EL TOTAL DE CADA COLECTIVO)						
	TOTAL	TOTAL HAN IDO EN EL ULTIMO AÑO	EN LOS ULTIMOS TRES MESES	ENTRE TRES MESES Y UN AÑO	HACE MAS DE UN AÑO	NUNCA O CASI NUNCA
TOTAL (Miles)	42.193	20.453	11.951	8.503	14.560	7.180
%	100	48,5	28,3	20,2	34,5	17,0
SEXO						
Hombres	100	47,9	28,4	19,5	35,2	16,9
Mujeres	100	49,0	28,2	20,8	33,9	17,1
EDAD						
De 15 a 19 años	100	79,1	47,7	31,4	14,9	6,0
De 20 a 24 años	100	76,5	47,3	29,2	18,2	5,4
De 25 a 34 años	100	65,0	39,9	25,0	25,8	9,2
De 35 a 44 años	100	57,9	33,6	24,4	30,8	11,3
De 45 a 54 años	100	51,1	29,5	21,6	35,0	13,8
De 55 a 64 años	100	38,6	21,4	17,3	41,3	20,0
De 65 a 74 años	100	29,8	16,8	13,0	45,1	25,1
De 75 años en adelante	100	14,1	7,1	7,0	47,4	38,5

Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales. M. de Cultura

TABLA 3



Fuente: II Estudio Cinesa sobre Hábitos de Consumo Cinematográfico

especial, muchas veces asociado a algún estreno específico. Si atendemos a los datos de frecuencia de asistencia, veremos que apuntan precisamente en esta dirección. Según el estudio de Cinesa (tabla 4), sólo un 12,3% de los espectadores se considera asistente habitual, mientras que una parte importante del público acude a las salas una vez al año o incluso con menor frecuencia.

TIEMPO Y DINERO

La causa más evidente detrás de este progresivo envejecimiento de las audiencias puede hallarse en primer lugar en la radical transformación que ha sufrido el mercado audiovisual en los últimos años. La Generación Z (los jóvenes nacidos entre 1997 y 2012) es la primera que ha crecido en un entorno dominado por el *streaming*, las redes sociales y el consumo bajo demanda, donde la relación con el audiovisual, lejos de organizarse alrededor de la sala de cine, tiene su base en una oferta fragmentada y permanente en la que conviven plataformas, videojuegos y contenidos de YouTube, Twitch o TikTok. Una generación, además que sufrió la pandemia a la edad de asombro y descubrimiento en la que precisamente las generaciones precedentes desarrollaron su cinefilia.

Hay, sin embargo, más allá de lo obvio, una dimensión económica a la que conviene atender. Tanto el estudio de Rentrak como la encuesta del Ministerio (tabla 5) coinciden en señalar los precios altos como una de las principales barreras que frenan la asistencia a las salas. De los encuestados con edades comprendidas entre los 20 y los 24 años, un 37,6 % considera que el cine es caro, porcentaje que desciende ligeramente (hasta el 34,9 %) entre los adolescentes de 15 a 19 años. Para una generación especialmente afectada por la precariedad laboral y la pérdida de poder adquisitivo, el coste de las entradas, unido al gasto asociado en restauración y transporte, ha terminado convirtiendo la visita al cine en una actividad cada vez más excepcional.

Después del coste, la segunda limitación a la que se refiere la mayoría es la falta de tiempo. Según la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2024-2025 (tabla 6), un 30,6% de los jóvenes de 20 a 24 años señala no tener tiempo como principal motivo para no acudir con más ➤

TABLA 4

FRECUENCIA DE ASISTENCIA



Fuente: II Estudio Cinesa sobre Hábitos de Consumo Cinematográfico

TABLA 5

MOTIVOS PRINCIPALES POR LOS QUE NO VAN CON MAS FRECUENCIA AL CINE
(EN PORCENTAJE DEL TOTAL DE CADA COLECTIVO)

	TOTAL	ES CARO	ES DIFICIL CONSEGUIR ENTRADAS	HAY Poca OFERTA EN MI ZONA	HAY Poca INFORMACION	PREFIERE VERTER EN TELEVISION, VIDEO, INTERNET	LE RESULTA DIFICIL SALIR DE CASA
TOTAL	100	25,5	0,5	8,2	1,0	11,6	4,9
SEXO							
Hombres	100	23,3	0,5	8,3	1,0	12,2	3,9
Mujeres	100	27,5	0,4	8,1	1,0	11,0	5,9
EDAD							
De 15 a 19 años	100	34,9	0,9	7,6	1,1	10,9	0,8
De 20 a 24 años	100	37,6	0,6	9,8	0,9	7,9	1,3
De 25 a 34 años	100	31,9	0,5	8,9	0,8	7,5	3,0
De 35 a 44 años	100	31,5	0,3	7,1	1,1	8,1	6,7
De 45 a 54 años	100	27,9	0,4	8,0	0,9	10,8	4,0
De 55 a 64 años	100	23,9	0,5	8,5	1,3	14,9	3,6
De 65 a 74 años	100	15,2	0,7	10,2	1,5	17,5	6,0
De 75 años en adelante	100	7,4	0,2	6,2	0,6	13,6	11,2

Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales. M. de Cultura

TABLA 6

MOTIVOS PRINCIPALES POR LOS QUE NO VAN CON MAS FRECUENCIA AL CINE
(EN PORCENTAJE DEL TOTAL DE CADA COLECTIVO)

	LE RESULTA DIFICIL DE ENTENDER	NO TIENE TIEMPO	NO TIENE INTERÉS	NO TIENE CON QUIEN IR	PROBLEMAS DE ACCESIBILIDAD FISICA AL RECINTO	PROBLEMAS SENSORIALES (VISTA, OIDO)	MOTIVOS VINCULADOS AL COVID
TOTAL	0,7	27,9	13,4	3,0	1,3	1,7	0,5
SEXO							
Hombres	0,8	29,0	15,2	2,9	1,0	1,4	0,4
Mujeres	0,6	26,8	11,6	3,1	1,5	1,9	0,6
EDAD							
De 15 a 19 años	0,2	29,0	8,0	5,1	0,6	0,4	0,5
De 20 a 24 años	0,6	30,6	6,5	3,6	0,1	0,1	0,2
De 25 a 34 años	0,7	34,0	9,1	2,7	0,0	0,3	0,6
De 35 a 44 años	0,6	33,8	8,4	1,9	0,2	0,2	0,2
De 45 a 54 años	0,4	36,1	8,9	1,6	0,3	0,3	0,5
De 55 a 64 años	0,6	28,0	13,5	3,1	0,9	0,8	0,4
De 65 a 74 años	0,9	16,8	21,8	4,3	2,1	2,3	0,9
De 75 años en adelante	1,2	8,7	29,7	4,2	6,3	9,8	0,7

Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales. M. de Cultura

frecuencia al cine. En el tramo de 25 a 34 años, la cifra asciende hasta el 34 %; y entre los 15 y 19 años alcanza el 29 %. El desinterés está lejos de ser una razón de peso en este descenso de la asistencia a las salas por parte de los más jóvenes: entre los espectadores de 20 a 24 años, sólo un 6,5 % declara no ir más al cine por este motivo. La cifra sube hasta el 9,1 % en las edades de 25-34 años.

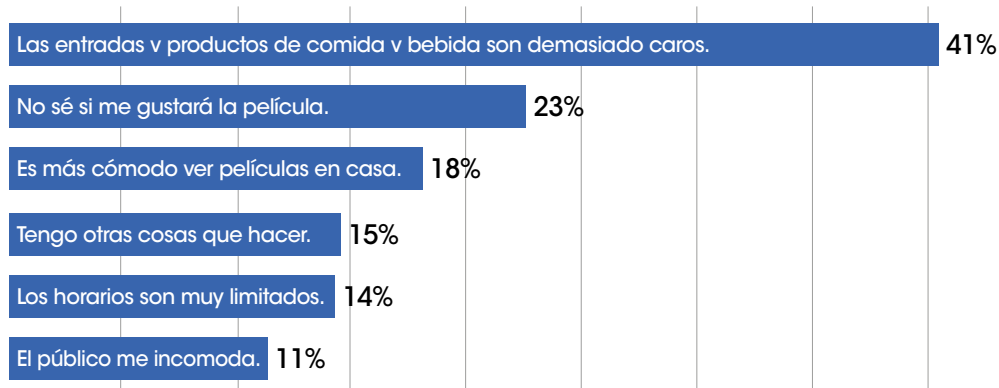
El estudio de Rentrak (tabla 7) recoge también un ranking de las razones por las que no se acude al cine con mayor asiduidad. Además de los precios altos, aparecen otras variables como la preferencia de ver una película en el hogar, la incapacidad para saber si la película será de su agrado o la incomodidad ocasionada por el resto del público.

CUESTIÓN DE GÉNERO(S)

El envejecimiento de las audiencias tampoco se produce de manera uniforme. El estudio Cinequest de Rentrak (tabla 8) muestra diferencias significativas entre géneros: mientras que el público masculino se concentra fundamentalmente en los mayores de 55 años (58,7 % de hombres, frente a un 41,3 % de mujeres), el 68,3 % de espectadores de entre 18 y 24 son mujeres. Los otros géneros (los cinematográficos) también ayudan a entender esta relación distinta con las salas (tabla 9). Los espectadores de 15 a 34 años prefieren claramente las películas de acción, ciencia ficción y, sobre todo, terror, un género cuya presencia entre los menores de 25 años multiplica por ocho la registrada entre los mayores de 55. En cambio, el público de más edad

TABLA 7

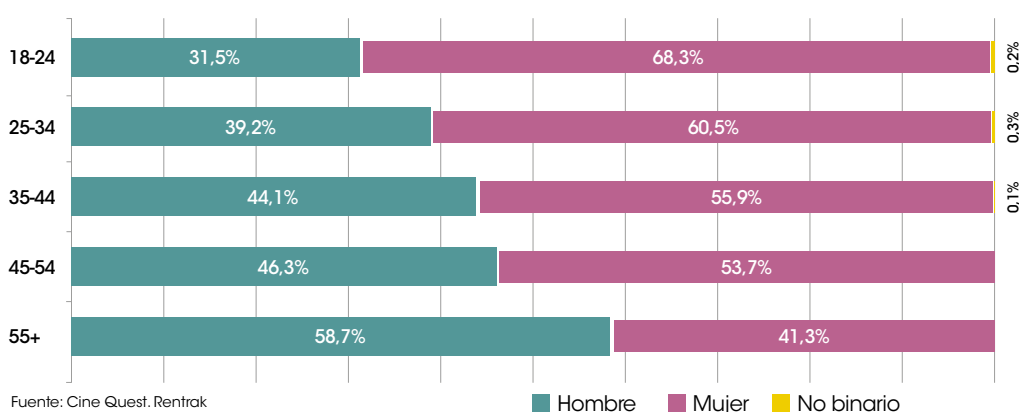
RANKING DE LAS RAZONES POR LAS QUE NO SE ACUDE AL CINE TOTAL INDIVIDUOS (18+) ENTRE LOS ESPECTADORES DE CADA PELÍCULA (18+ AÑOS)



Fuente: Cine Quest. Rentrak

TABLA 8

PERFIL POR GÉNERO Y EDAD (%) DE LOS ESPECTADORES TOTAL INDIVIDUOS (18+) | ENTRE LOS ESPECTADORES DE CADA PELÍCULA (18+ AÑOS)



Fuente: Cine Quest. Rentrak

■ Hombre ■ Mujer ■ No binario

se inclina mayoritariamente por dramas y comedias. De aquí podría deducirse que, más que abandonar el cine, los jóvenes parecen reservar la experiencia de la sala para aquellas propuestas que ofrecen un componente de espectáculo visual o una vivencia colectiva difícilmente reproducible en casa.

La principal amenaza que estos informes revelan para el sector de la exhibición no parece ser, en resumen, una desaparición inmediata del público joven, sino una tendencia más silenciosa y potencialmente más profunda: que las nuevas generaciones nunca lleguen a desarrollar el mismo hábito de asistencia que caracteriza a los tramos de edad más avanzada, que hoy por hoy sostienen la taquilla. Más que ante una crisis de espectadores, la industria podría estar enfrentándose, quizá, a una crisis de transmisión cultural. Si las generaciones mayores continúan siendo el principal soporte del mercado y las nuevas cohortes conciben la sala oscura únicamente como una experiencia ocasional, el envejecimiento de la audiencia podría terminar por convertirse, durante las próximas décadas, en uno de los mayores desafíos estructurales de la exhibición. BO

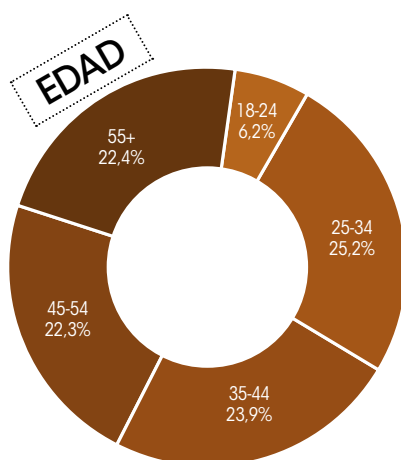
© Shutterstock (1)

TABLA 9

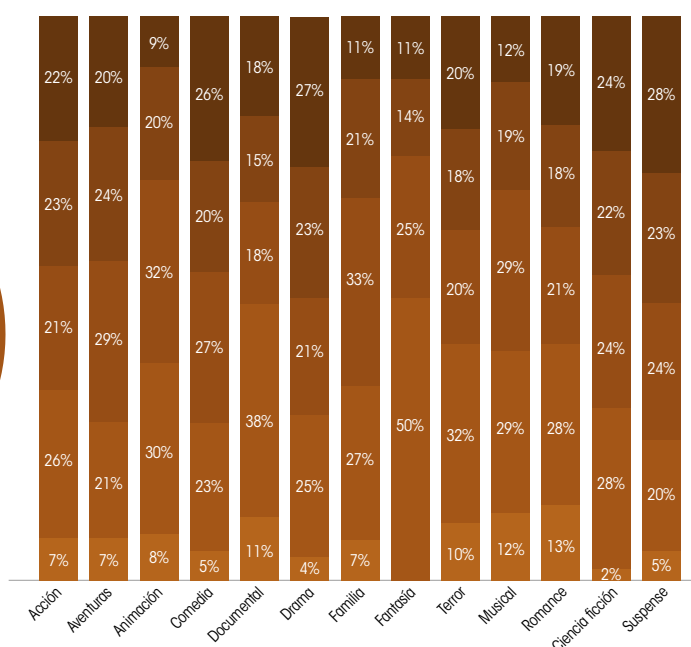
DEMOGRÁFICOS POR EDAD

El 70% del total de asistentes tienen >35 años.

- Géneros como **Suspense (28%)**, **Drama (27%)**, y **Comedia (26%)** son particularmente fuertes entre los mayores de 55.
- La **fantasía (50%)** y el **Terror (32%)** son los géneros donde los **millennials (25-34)** tienen mayor representación.



■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ +55



Fuente: Cine Quest. Rentrak

ASÍ PREPARA ATRESMEDIA LA BOLA NEGRA Y KARATEKA



Con el Festival de San Sebastián arranca cada año la temporada de premios, un periodo decisivo para el cine español al coincidir con los meses más fuertes de la taquilla. En 2025, coincidiendo con su 25º aniversario, Atresmedia Cine superó el 30% de cuota de mercado del cine español y los 25 millones de euros de recaudación. En 2026, las cifras serán aún mejores gracias al fenómeno de *Torrente presidente*, que acumula 28,1 millones de euros y consolida la alianza entre Atresmedia y Bowfinger.

Pero la estrategia de Atresmedia va más allá de los grandes éxitos comerciales. La compañía ha combinado históricamente la ambición de taquilla con una apuesta por títulos de prestigio capaces de competir en festivales y temporadas de premios. Películas como *La infiltrada*, *Marco*, *Saben aquell* o *Casa en flames* demuestran que reconocimiento crítico y éxito comercial pueden ir de la mano.

Este otoño esa estrategia se pondrá a prueba con dos de sus grandes apuestas. *La bola negra*, de Javier Calvo y Javier Ambrossi, llegará a los cines el 25 de septiembre tras conquistar el premio a la Mejor Dirección en Cannes y situarse, según Va-

TRAS EL ÉXITO HISTÓRICO DE *TORRENTE, PRESIDENTE*, ATRESMEDIA CINE AFRONTA EL OTOÑO CON GRANDES APUESTAS: *LA BOLA NEGRA*, *KARATEKA* Y *EL MAL PADRE*. TRES PELÍCULAS CON AMBICIÓN TANTO COMERCIAL COMO ARTÍSTICA QUE ILUSTRAN LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS POLARIZADO, DONDE GENERAR CONVERSACIÓN SE HA CONVERTIDO EN UN FACTOR DECISIVO PARA EL ÉXITO

por Juan Sardà Frouchtmann



Jaime Ortiz de Artiñano
director general
de Atresmedia Cine

riety, entre las principales candidatas internacionales a los Oscar. Inspirada en una obra inacabada de Federico García Lorca, la película aspira a reunir «millones» de espectadores sin renunciar al prestigio festivalero. Un mes después llegará *Karateka*, impulsada desde su origen por Atresmedia Cine, que narra la historia de Sandra Sánchez, campeona olímpica de kárate a los 32 años.

UNA LARGA MARCHA

Ante dos lanzamientos de perfiles muy diferentes, Atresmedia Cine ha diseñado campañas de largo recorrido basadas en la dosificación de materiales promocionales, la movilización de los medios del grupo, el circuito de festivales y los pases de prensa. «Generar conversación» es el concepto que resume toda la estrategia de la compañía. «*Karateka* y *La bola negra* son grandes apuestas y queremos convertirlas en eventos», afirma Jaime Ortiz de Artiñano, director general de Atresmedia Cine. Aunque ambas combinan ambición comercial y prestigio y pasarán por el Festival de San Sebastián, el papel de la compañía ha sido distinto. «*Karateka* la hemos impulsado desde el origen. *La bola negra* es una producción de Movistar Plus y Suma Content en la que nuestro trabajo ha sido acompañar el lanzamiento».



A la izq., imagen de *Karateka*.
En la imagen, Eduard
Fernández en *El mal padre*. Y
abajo, *La bola negra*

Tras el impulso de Cannes a *La bola negra*, el objetivo es mantener el interés durante meses. «Intentamos que cada hito tenga vida propia. Aprovechamos la capacidad de difusión de Atresmedia para acompañar en cada momento de la campaña y generar conversación de forma sostenida. Desde el lanzamiento del cartel o el tráiler hasta el recorrido por festivales, buscamos que cada paso contribuya a construir el estreno como un gran acontecimiento cultural», explica Marta Fernández Sanz, directora de Marketing y Comunicación. Otro de los objetivos es rejuvenecer el público del cine español. Javier Calvo y Javier Ambrossi cuentan con un fuerte tirón entre los espectadores jóvenes y el debut cinematográfico de Guitarricadelafuente amplía el alcance potencial de la película. «Si no conseguimos conectar con el público joven, tenemos un problema. El público del cine español va envejeciendo», advierte Ortiz de Artiñano.

**Marta
Fernández Sanz**
directora de Marketing
y Comunicación



La distribución de *La bola negra* correrá a cargo de Elástica. «Las distribuidoras independientes han evolucionado, cuentan con equipos muy profesionales y estaban preparadas para asumir películas de esta dimensión», concluye.

UNA HISTORIA INCREÍBLE

A los 32 años, Sandra Sánchez regresó a la alta competición tras varios años alejada del tatami y, contra todo pronóstico, conquistó el oro olímpico y se convirtió en la mejor karateka de la historia. «Es una historia que supera a cualquiera de Hollywood», afirma Jaime Ortiz de Artiñano. Fiel a su estrategia de combinar vocación comercial y personalidad autoral, Atresmedia Cine ha confiado la dirección a Aritz Moreno (*Ventajas de viajar en tren*) con el objetivo de alejarse del biopic deportivo convencional. «Queríamos hacer una película de cuatro cuadrantes y creemos que nos ha quedado una muy potente», señala. Tras su proyección en el Velódromo durante el Festival de San Sebastián, *Karateka* iniciará una campaña apoyada en pases de prensa y que contará con la participación de la propia Sandra Sánchez y su entrenador y pareja, Jesús del Moral, como principales embajadores. «Confiamos en las buenas críticas», resume Fernández Sanz. Además de *La bola negra* y *Karateka*, Atresmedia Cine presentará en el Festival *El mal padre*, de Roberto Bueso, seleccionada en

la Sección Oficial. «San Sebastián es un fantástico punto de partida y un escaparate fundamental para construir una campaña de prestigio de cara al otoño», coinciden Ortiz de Artiñano y Fernández Sanz.

UNA MARCA PROPIA

En un 2026 marcado por la recuperación de la taquilla, Ortiz de Artiñano advierte de la creciente polarización. «Los grandes eventos concentran casi toda la recaudación. El cine medio sigue muy renqueante y muchas películas apenas llegan al público». A su juicio, la producción española, con más de 400 largometrajes al año no se corresponde a la capacidad real del mercado. Por ello, Atresmedia Cine apuesta por convertir cada estreno en un acontecimiento. La compañía concentrará sus mayores esfuerzos promocionales en *La bola negra* y *Karateka*, además de impulsar *El mal padre* tras su paso por San Sebastián. «Podemos hacer campañas de este nivel para tres o cuatro películas al año. El resto las promocionamos bien, pero cada vez es más difícil que una película exista». Frente a la proliferación de franquicias y propiedades intelectuales, Atresmedia Cine reivindica una estrategia basada en historias originales. «No queremos hacer copias baratas de Hollywood porque buscamos generar conversación, crear eventos y contar historias nuevas».



© Lander Larrañaga (2), courtesy of Atresmedia (2)



CINE FRANCÉS EN ESPAÑA: ANATOMÍA DE UNA CAÍDA

EL CINE FRANCÉS YA NO CONQUISTA LA TAQUILLA ESPAÑOLA COMO ANTES Y HA PERDIDO PARTE DE SU PESO CULTURAL Y COMERCIAL. SIN EMBARGO, CASI LA MITAD DE LAS 50 PELÍCULAS EUROPEAS MÁS VISTAS EN ESPAÑA ENTRE 2022 Y 2026 CUENTAN CON FINANCIACIÓN FRANCESA, AUNQUE MUCHAS ESTÉN HABLADAS EN INGLÉS O EN OTROS IDIOMAS.

¿YA NO NOS GUSTAN LOS FRANCESES?

por **Fernando Muñoz**

D

urante varias temporadas, entre los periodistas especializados en cine se bromeaba con que cada pocos meses llegaba al correo electrónico la convocatoria del pase de prensa de “la película más taquillera del año en Francia”. La cinematografía gala es muy prolífica y sus éxitos son habituales, aunque no había tantos números uno como parecían sugerir los publicistas. Lo cierto es que esos fenómenos, que llegaban a nuestras carteleras avalados por las excelentes cifras de su mercado doméstico, solían ser comedias de vocación popular que después encontraban también un buen recorrido en las salas españolas. El punto culminante llegó con *Intocable*, que en 2011 superó los 2,5 millones de espectadores en España. Pero otras de esas “películas más taquilleras del año en Francia”, como *Dios mío, ¿pero qué nos has hecho?* (2014), también obtuvie-

ron un notable éxito al reunir más de 1,35 millones de espectadores.

Esa fortaleza también se reflejaba en la cuota de mercado del cine francés en España, que durante la década de 2010 se situó en una media del 3,04 %, con picos como el 6,5 % registrado en 2012. Sin embargo, tras la pandemia esa presencia comenzó a diluirse: en 2022 descendió al 2,03 % y en 2023 cayó al 1,43 %, una tendencia que los datos de 2024 y 2025 parecen confirmar. Y si empezamos hablando del cine francés es porque, durante décadas, ha sido la cinematografía que el público español ha identificado de forma más natural con la propia idea de “cine europeo”: una industria capaz de combinar prestigio internacional, estrellas populares en España y un cine comercial que tradicionalmente encontraba aquí un público fiel. Ese cambio de ciclo también

se aprecia al analizar el ranking de las 50 películas europeas no españolas más vistas en España entre 2022 y 2026 según datos de Rentrak. En él solo aparecen cuatro producciones francesas propiamente dichas, es decir, títulos en los que la identidad creativa e industrial francesa resulta claramente reconocible: *Anatomía de una caída* (7), *Dios mío, ¿pero qué nos has hecho?* (24), *Astérix y Obélix: El reino medio* (47) y *Vida privada* (50). El resto de la clasificación está dominado por producciones de habla inglesa o por coproducciones internacionales en las que la participación francesa existe, pero queda diluida entre otros socios. Como comentan, tanto en público como en privado, numerosos exhibidores especializados en cine de autor de los grandes núcleos urbanos, durante muchos años el corazón de su negocio estuvo en el cine francés. A su prestigio como cinematografía de referencia se sumaba una producción constante de comedias, dramas y películas históricas con vocación popular que conectaban con el público adulto. Hoy, sin embargo, ese espacio lo ocupa en buena medida el cine de autor español, que ha logrado fidelizar a ese mismo espectador y convertir títulos como *As bestas*, *Los domingos* o *Sirat* en auténticos fenómenos de taquilla para el circuito independiente.

UN CINE POPULAR EN APRIETOS

A diferencia del tópico que identifica el

TOP 50 CINE EUROPEO 2022-2026 (YTD)

TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	PAÍS DE ORIGEN
1 UNA PELÍCULA DE MINECRAFT	Minecraft Movie, A	Warner Bros	04/04/25	15.571.972 €	2.171.079	Suecia, Estados Unidos
2 POBRES CRIATURAS	Poor Things	Walt Disney	26/01/24	4.836.370 €	710.806	Irlanda, Reino Unido, Estados Unidos
3 LA SUSTANCIA	Substance, The	Elastica	11/10/24	3.644.050 €	569.191	Francia, Reino Unido, Estados Unidos
4 MATERIALISTAS	Materialists	Sony	14/08/25	3.630.360 €	531.405	Finlandia, Estados Unidos
5 PADDINGTON: AVENTURA EN LA SELVA	Paddington in Peru	Sony	21/02/25	2.668.358 €	387.654	Francia, Japón, Reino Unido, Estados Unidos
6 BRIDGET JONES: LOCA POR ÉL	Bridget Jones: Mad About the Boy	Universal	14/02/25	2.650.732 €	365.305	Francia, Reino Unido, Estados Unidos
7 ANATOMÍA DE UNA CAÍDA	Anatomie d'une chute	Elastica	06/12/23	2.568.469 €	391.934	Francia
8 EL PEOR VECINO DEL MUNDO	Man Called Otto, A	Sony	28/12/22	2.375.558 €	377.663	Suecia, Estados Unidos
9 CIVIL WAR	Civil War	DeAPlaneta	19/04/24	2.071.171 €	290.830	Finlandia, Reino Unido, Estados Unidos
10 BELFAST	Belfast	Universal	28/01/22	1.996.526 €	318.033	Irlanda, Reino Unido
11 PITUFOS	Smurfs	Paramount Int'l	16/07/25	1.916.070 €	292.541	Bélgica, Estados Unidos
12 EL CONDE DE MONTECRISTO	Comte de Monte-Cristo, Le	Beta Fiction	09/08/24	1.898.474 €	285.140	Bélgica, Francia
13 EMILIA PÉREZ	Emilia Pérez	Wanda	05/12/24	1.834.428 €	282.599	Francia, Estados Unidos
14 FLOW, UN MUNDO QUE SALVAR	Straume	Adso Films	24/01/25	1.774.301 €	268.155	Bélgica, Francia, Letonia
15 FERRARI	Ferrari	Diamond Films	09/02/24	1.664.470 €	232.826	Italia, Reino Unido, Estados Unidos
16 PERFECT DAYS	Perfect Days	A Contracorriente	12/01/24	1.551.473 €	246.358	Alemania, Japón
17 VIVIR EL MOMENTO	We Live in Time	Beta Fiction	01/01/25	1.517.104 €	220.986	Francia, Reino Unido
18 GOLPE DE SUERTE	Coup de Chance	Wanda	29/09/23	1.501.673 €	255.256	Francia, Estados Unidos
19 AINBO, LA GUERRERA DEL AMAZONAS	Ainbo	Flins y Pinículas	25/02/22	1.464.916 €	243.682	Países Bajos, Perú
20 RIVALES	Challengers	Warner Bros	26/04/24	1.430.880 €	202.370	Italia, Estados Unidos
21 VALOR SENTIMENTAL	Affeksjonsverdi	Elastica	05/12/25	1.415.853 €	213.693	Dinamarca, Francia, Alemania, Noruega, Suecia
22 MARIA CALLAS	Maria	Diamond Films	07/02/25	1.406.844 €	210.910	Alemania, Italia, Estados Unidos
23 LA ZONA DE INTERÉS	Zone Of Interest, The	Elastica	19/01/24	1.319.896 €	206.967	Polonia, Reino Unido, Estados Unidos
24 DIOS MÍO, ¿PERO QUÉ NOS HAS HECHO?	Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu?	A Contracorriente	18/08/22	1.319.246 €	222.290	Francia
25 DRÁCULA	Dracula (dir. Besson)	Vertice	21/11/25	1.282.349 €	180.377	Francia, Reino Unido
26 A PESAR DE TI	Regretting You	Paramount Int'l	31/10/25	1.143.406 €	190.956	Alemania, Estados Unidos
27 SIEMPRE NOS QUEDARÁ MAÑANA	C'è Ancora Domani	Bteam Pictures	26/04/24	1.126.566 €	180.519	Italia
28 EL TRIÁNGULO DE LA TRISTEZA	Triangle of Sadness	Avalon Distribución	17/02/23	1.106.811 €	174.758	Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Suecia, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos
29 BABYGIRL	Babygirl	Diamond Films	17/01/25	1.106.257 €	157.276	Países Bajos, Estados Unidos
30 BACK TO BLACK	Back to Black	Universal	31/05/24	1.029.613 €	187.641	Francia, Reino Unido, Estados Unidos
31 ALMAS EN PENA DE INISHERIN	Banshees of Inisherin, The	Walt Disney	03/02/23	1.012.983 €	161.542	Irlanda, Reino Unido, Estados Unidos
32 EL MÉDICO II	Medicus, Der II	DeAPlaneta	01/01/26	976.551 €	140.673	Alemania
33 EL AGENTE SECRETO	Agente Secreto, O	Elastica	20/02/26	934.273 €	139.742	Brasil, Francia, Alemania, Países Bajos
34 AÚN ESTOY AQUÍ	Ainda Estou Aqui	Vertigo Films	21/02/25	915.207 €	141.081	Brasil, Francia
35 LA PEOR PERSONA DEL MUNDO	Verdens verste menneske	Elastica	11/03/22	878.037 €	142.737	Dinamarca, Francia, Noruega, Suecia
36 HOPPER, EL POLLOLIBRE	Chickenhare and the Hamster of Darkness	A Contracorriente	28/10/22	877.658 €	145.280	Bélgica, Francia
37 FATHER, MOTHER, SISTER, BROTHER	Father Mother Sister Brother	Avalon Distribución	24/12/25	837.614 €	127.264	Francia, Irlanda, Italia, Estados Unidos
38 ABIGAIL	Abigail	Universal	19/04/24	822.543 €	118.194	Irlanda, Estados Unidos
39 PARTHENOPE	Parthenope	Bteam Pictures	25/12/24	814.407 €	120.718	Francia, Italia
40 FALLEN LEAVES	Kuolleet lehdet	Avalon Distribución	27/12/23	808.863 €	133.820	Finlandia, Alemania
41 LA TRAMA FENICIA	Phoenician Scheme, The	Universal	30/05/25	792.800 €	141.855	Alemania, Estados Unidos
42 SALA DE PROFESORES	Lehrerzimmer, Das	A Contracorriente	02/02/24	776.653 €	129.666	Alemania
43 LOS TRES MOSQUETEROS: D'ARTAGNAN	Trois Mousquetaires: D'Artagnan, Les	DeAPlaneta	14/04/23	756.741 €	116.497	Bélgica, Francia, Alemania
44 GRAZIA	Grazia, La	MUBI	01/04/26	753.052 €	112.056	Italia
45 RETURN TO SILENT HILL	Return to Silent Hill	TriPictures	23/01/26	723.674 €	103.315	Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos
46 HASTA EL FIN DEL MUNDO	Dead Don't Hurt, The	Wanda	10/05/24	706.260 €	114.088	Canadá, Dinamarca, México
47 ASTÉRIX Y OBÉLIX: EL REINO MEDIO	Astérix et Obélix : L'Empire du Milieu	Notorious Pictures Spain	03/02/23	703.123 €	114.740	Francia
48 CODA	Coda	TriPictures	18/02/22	653.048 €	109.436	Francia, Estados Unidos
49 KINDS OF KINDNESS	Kinds of Kindness	Walt Disney	28/06/24	652.679 €	97.042	Irlanda, Reino Unido, Estados Unidos
50 VIDA PRIVADA	Vie privée	Caramel Films	19/12/25	645.160 €	95.552	Francia

Fuente: Rentrak. Datos actualizados a 7 de julio de 2026



Anatomie de una caída (2023) ha sido el mayor éxito reciente del cine francés en España

cine francés con el *film d'auteur* destinado a un público minoritario, los títulos que durante años sostuvieron sus excelentes resultados en España fueron, sobre todo, comedias, películas familiares y *thrillers* de vocación claramente comercial. Éxitos como *Intocable* o *Dios mío, ¿pero qué te hemos hecho?* marcaron una época, pero antes ya lo habían hecho otros fenómenos como *Amélie* (1,75 millones de espectadores en 2001), *Astérix y Obélix: Misión Cleopatra* (más de 1,5 millones en 2002), *Los chicos del coro* (1,5 millones en 2004) o *Bienvenidos al norte* (2008), una comedia profundamente enraizada en la cultura francesa que, pese a ello, rozó los 600.000 espectadores en España. No era una casualidad. En un mercado como el francés, donde el cine nacional suele moverse entre el 30 % y el 40 % de cuota, la mayor parte de la producción responde a parámetros claramente comerciales. Esa fortaleza industrial también se trasladaba a Es- ➤

TOP 10 CINE EUROPEO 2022

TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	PAÍS DE ORIGEN
1 EL PEOR VECINO DEL MUNDO	Man Called Otto, A	Sony	28/12/22	2.375.558 €	377.663	Suecia, Estados Unidos
2 BELFAST	Belfast	Universal	28/01/22	1.996.526 €	318.033	Irlanda, Reino Unido
3 AINBO, LA GUERRERA DEL AMAZONAS	Ainbo	Flins y Pinículas	25/02/22	1.464.916 €	243.682	Países Bajos, Perú
4 DIOS MÍO, ¿PERO QUÉ NOS HAS HECHO?	Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu?	A Contracorriente	18/08/22	1.319.246 €	222.290	Francia
5 LA PEOR PERSONA DEL MUNDO	Verdens verste menneske	Elastica	11/03/22	878.037 €	142.737	Dinamarca, Francia, Noruega, Suecia
6 HOPPER, EL POLLOLIBRE	Chickenhare and the Hamster of Darkness	A Contracorriente	28/10/22	877.658 €	145.280	Bélgica, Francia
7 CODA	Coda	TriPictures	18/02/22	653.048 €	109.436	Francia, Estados Unidos
8 LUNÁTICOS	Peterchens Mondfahrt	Flins y Pinículas	14/01/22	569.448 €	98.510	Austria, Alemania
9 LOS BUSCAMUNDOS	Around the World in 80 Days	Flins y Pinículas	23/09/22	520.779 €	94.425	Bélgica, Francia, Estados Unidos
10 DELICIOSO	Delicieux (2021)	A Contracorriente	05/01/22	482.082 €	78.452	Francia

Fuente: Rentrak

TOP 10 CINE EUROPEO 2023

TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	PAÍS DE ORIGEN
1 ANATOMÍA DE UNA CAÍDA	Anatomie d'une chute	Elastica	06/12/23	2.568.469 €	391.934	Francia
2 GOLPE DE SUERTE	Coup de Chance	Wanda	29/09/23	1.501.673 €	255.256	Francia, Estados Unidos
3 EL TRIÁNGULO DE LA TRISTEZA	Triangle of Sadness	Avalon Distribución	17/02/23	1.106.811 €	174.758	Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Suecia, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos
4 ALMAS EN PENA DE INISHERIN	Banshees of Inisherin, The	Walt Disney	03/02/23	1.012.983 €	161.542	Irlanda, Reino Unido, Estados Unidos
5 FALLEN LEAVES	Kuolleet lehdet	Avalon Distribución	27/12/23	808.863 €	133.820	Finlandia, Alemania
6 LOS TRES MOSQUETEROS: D'ARTAGNAN	Trois Mousquetaires: D'Artagnan, Les	DeAPlaneta	14/04/23	756.741 €	116.497	Bélgica, Francia, Alemania
7 ASTÉRIX Y OBÉLIX: EL REINO MEDIO	Astérix et Obélix: L'Empire du Milieu	Notorious Pictures Spain	03/02/23	703.123 €	114.740	Francia
8 LIVING	Living	Wanda	04/01/23	603.336 €	98.158	Suecia, Reino Unido
9 EL SOL DEL FUTURO	Sol Dell'Avenire, Il	Caramel Films	15/09/23	481.882 €	81.472	Francia, Italia
10 PATTI Y LA FURIA DE POSEIDÓN	Pattie et la colère de Poséidon	Notorious Pictures Spain	12/05/23	468.588 €	88.724	Francia

Fuente: Rentrak

pañ, donde existía una sólida clase media de películas francesas capaces de superar con frecuencia el millón de euros de recaudación. Distribuidoras como Caramel, Vértigo o A Contracorriente alimentaron durante años ese circuito con títulos dirigidos a un público adulto y fiel. A esa capacidad para generar grandes éxitos comerciales se sumaba un cine de autor con un recorrido en taquilla muy superior al que hoy se asocia a este tipo de propuestas. Si cada temporada llegaban a España varias películas presentadas como “la más taquillera del año en Francia”, tampoco faltaban los grandes títulos de autores prestigiosos que marcaban la conversación cultural y encontraban un público nada desdeñable.

Directores como François Ozon, Laurent Cantet, Michael Haneke o Jacques Audiard lograban cifras que ahora resultarían excepcionales para el cine de autor europeo en España: *En la casa* (2012), de Ozon, recaudó 1,6 millones de euros; *La clase* (2008), de Cantet, superó los 1,4 millones; *La pianista* (2001), de Haneke, alcanzó los 725.000 euros; y *Un profeta* (2009), de Audiard, rebasó los 400.000. Pero la verdadera singularidad francesa iba un paso más allá. Francia había conseguido convertir el prestigio cultural de su cinematografía en un valor añadido para sus producciones más comerciales. Con Luc Besson como gran estandarte del *blockbuster* europeo de ambición industrial, pero

revestido de un inconfundible barniz de *qualité*, el cine francés supo vender como propuestas sofisticadas películas que, en otros mercados, se habrían comercializado simplemente como entretenimiento popular. Esa mezcla entre ambición comercial y prestigio autoral explica también el éxito de títulos situados a medio camino entre ambos mundos, como *La vida en rosa* (2007), que alcanzó 1,3 millones de euros, o *Pequeñas mentiras sin importancia* (2010), que rozó los 1,8 millones. Eran películas accesibles y de gran público, pero legitimadas por una marca cultural que las hacía parecer más distinguidas. Ese modelo comenzó a resquebrajarse tras la pandemia. El cine francés sigue siendo una de las cinematografías europeas más sólidas y prestigiosas, pero ha perdido buena parte de su capacidad para convertir sus estrenos en fenómenos comerciales dentro del mercado español. No solo han desaparecido los grandes éxitos; también se ha debilitado esa clase media de películas que durante años sostuvo su presencia en las carteleras. Los ejemplos recientes son reveladores. *Por todo lo alto* (2025) se quedó en 653.430 euros y 105.888 espectadores pese a las excelentes críticas y al Premio del Público del Festival de San Sebastián. *Misterioso asesinato en la montaña*



¿Dios mío pero qué nos has hecho? (2021), una comedia francesa de éxito

TOP 10 CINE EUROPEO 2024

TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	PAÍS DE ORIGEN
1 POBRES CRIATURAS	Poor Things	Walt Disney	26/01/24	4.836.370 €	710.806	Irlanda, Reino Unido, Estados Unidos
2 LA SUSTANCIA	Substance, The	Elastica	11/10/24	3.644.050 €	569.191	Francia, Reino Unido, Estados Unidos
3 CIVIL WAR	Civil War	DeAPlaneta	19/04/24	2.071.171 €	290.830	Finlandia, Reino Unido, Estados Unidos
4 EL CONDE DE MONTECRISTO	Comte de Monte-Cristo, Le	Beta Fiction	09/08/24	1.898.474 €	285.140	Bélgica, Francia
5 EMILIA PÉREZ	Emilia Pérez	Wanda	05/12/24	1.834.428 €	282.599	Francia, Estados Unidos
6 FERRARI	Ferrari	Diamond Films	09/02/24	1.664.470 €	232.826	Italia, Reino Unido, Estados Unidos
7 PERFECT DAYS	Perfect Days	A Contracorriente	12/01/24	1.551.473 €	246.358	Alemania, Japón
8 RIVALES	Challengers	Warner Bros	26/04/24	1.430.880 €	202.370	Italia, Estados Unidos
9 LA ZONA DE INTERÉS	Zone Of Interest, The	Elastica	19/01/24	1.319.896 €	206.967	Polonia, Reino Unido, Estados Unidos
10 SIEMPRE NOS QUEDARÁ MAÑANA	C'è Ancora Domani	Bteam Pictures	26/04/24	1.126.566 €	180.519	Italia

Fuente: Rentrak

TOP 10 CINE EUROPEO 2025

TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	PAÍS DE ORIGEN
1 UNA PELÍCULA DE MINECRAFT	Minecraft Movie, A	Warner Bros	04/04/25	15.571.972 €	2.171.079	Suecia, Estados Unidos
2 MATERIALISTAS	Materialists	Sony	14/08/25	3.630.360 €	531.405	Finlandia, Estados Unidos
3 PADDINGTON: AVENTURA EN LA SELVA	Paddington in Peru	Sony	21/02/25	2.668.358 €	387.654	Francia, Japón, Reino Unido, Estados Unidos
4 BRIDGET JONES: LOCA POR ÉL	Bridget Jones: Mad About the Boy	Universal	14/02/25	2.650.732 €	365.305	Francia, Reino Unido, Estados Unidos
5 PITUFOS	Smurfs	Paramount Int'l	16/07/25	1.916.070 €	292.541	Bélgica, Estados Unidos
6 FLOW, UN MUNDO QUE SALVAR	Straume	Adso Films	24/01/25	1.774.301 €	268.155	Bélgica, Francia, Letonia
7 VIVIR EL MOMENTO	We Live in Time	Beta Fiction	01/01/25	1.517.104 €	220.986	Francia, Reino Unido
8 VALOR SENTIMENTAL	Affeksjonsverdi	Elastica	05/12/25	1.415.853 €	213.693	Dinamarca, Francia, Alemania, Noruega, Suecia
9 MARIA CALLAS	Maria	Diamond Films	07/02/25	1.406.844 €	210.910	Alemania, Italia, Estados Unidos
10 DRÁCULA	Dracula (dir. Besson)	Vertice	21/11/25	1.282.349 €	180.377	Francia, Reino Unido

Fuente: Rentrak

TOP 10 CINE EUROPEO 2026

TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	PAÍS DE ORIGEN
1 EL MÉDICO II	Medicus, Der II	DeAPlaneta	01/01/26	976.551 €	140.673	Alemania
2 EL AGENTE SECRETO	Agente Secreto, O	Elastica	20/02/26	934.273 €	139.742	Brasil, Francia, Alemania, Países Bajos
3 GRAZIA	Grazia, La	MUBI	01/04/26	753.052 €	112.056	Italia
4 RETURN TO SILENT HILL	Return to Silent Hill	TriPictures	23/01/26	723.674 €	103.315	Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos
5 WHISTLE: EL SILBIDO DEL MAL	Whistle	Beta Fiction	20/03/26	419.360 €	59.985	Canadá, Irlanda
6 POLLOLIBRE Y EL SECRETO DE LA MARMOTA	Chickenhare and the Secret of the Groundhog	SelectaVisión	16/01/26	381.487 €	57.773	Bélgica, Francia, Estados Unidos
7 EL ÚLTIMO VIKINGO	Den sidste viking	Avalon Distribución	06/03/26	345.809 €	57.664	Dinamarca
8 NOUVELLE VAGUE	Nouvelle Vague	Elastica	09/01/26	344.032 €	53.491	Francia
9 EL MAGO DEL KREMLIN	Wizard of the Kremlin, The	DeAPlaneta	06/03/26	334.453 €	46.929	Francia, Reino Unido, Estados Unidos
10 JUGADA MAESTRA	How to Make a Killing	Diamond Films	15/05/26	283.564 €	45.054	Francia, Reino Unido, Estados Unidos

Fuente: Rentrak. Datos actualizados a 7 de julio de 2026

(2024), de Franck Dubosc, obtuvo 512.474 euros y 81.983 espectadores, mientras que *Asesinato en la 3.ª planta*, estrenada en mayo de 2026, apenas alcanzó los 166.716 euros y 28.055 entradas vendidas. Se trata de tres ejemplos de comedias y *thrillers* dirigidos al público adulto, distribuidos por compañías con una larga experiencia en este tipo de cine y respaldados por una recepción crítica positiva. Sin embargo, ninguno tuvo el recorrido comercial que probablemente habría tenido una década antes. Hace apenas unos años, títulos de ese perfil aspiraban con relativa facilidad a superar el millón de euros de recaudación. Hoy ni siquiera consiguen situarse entre las diez películas europeas más vistas de su año. Hay un dato que resume mejor que ningún otro este cambio de ciclo. *God Save the Tuche* fue la película francesa más taquillera de 2025, con más de tres millones de espectadores en su mercado doméstico. Sin embargo, ni siquiera llegó a estrenarse en España, pese a que detrás estaba Pathé, uno de los socios habituales de las distribuidoras españolas.

EL MÚSCULO INDUSTRIAL FRANCÉS

Resulta difícil señalar una única causa para explicar este cambio. Probablemente las comedias francesas no sean hoy menos graciosas que hace quince años, pero hay algo siempre difícil de descifrar en las modas, en los ciclos culturales y en la manera en que un público decide acercarse —o dejar de acercarse— a una cinematografía. Algo se ha desplazado en la percepción del cine francés, quizá también porque Francia no ha logrado vender en España a una nueva generación de autores con la fuerza con la que en su día se instalaron nombres

como Ozon, Audiard, Haneke o Cantet. También ha cambiado el mercado. Mientras Francia pierde parte de su antiguo monopolio sobre el cine comercial de prestigio, España ha perfeccionado un modelo muy parecido: comedias familiares, películas de buen gusto, relatos *feel good* y un cine de autor con vocación popular capaz de conectar con el gran público. Si hace una década el espectador español buscaba ese equilibrio en títulos como *Intocable* o *Dios mío, ¿pero qué te hemos hecho?*, hoy lo encuentra con naturalidad en producciones nacionales. Pero ese retroceso como marca cinematográfica no significa un debilitamiento de la industria francesa. Más bien al contrario. Francia mantiene un enorme peso como motor de las coproducciones europeas gracias al modelo impulsado por el CNC. De las 50 películas europeas no españolas más vistas en España entre 2022 y 2026, 24 cuentan con participación francesa, aunque en muchos casos se trate de producciones rodadas en inglés o concebidas

para un mercado internacional, como *Paddington: Aventura en la selva*, *Bridget Jones: Loca por él*, *La sustancia* o *Emilia Pérez*. Ese protagonismo coincide, además, con otra tendencia: el dominio de las producciones de habla inglesa. Entre las diez películas europeas no españolas más vistas del periodo predominan los títulos distribuidos por las *majors* y concebidos para un mercado internacional. Solo Elástica, con *La sustancia* y *Anatomía de una caída*, y DeAPlaneta, con *Civil War*, rompen ese dominio. La conclusión es clara: el cine francés ha dejado de ser la cara visible del cine europeo en España, pero no su principal motor industrial. Sus películas hablan cada vez menos francés y cada vez más inglés, mientras su industria continúa financiando algunos de los mayores éxitos del continente. Más que una desaparición, lo que muestran los datos es un cambio de papel: Francia ha dejado de dominar el imaginario del cine europeo para convertirse en uno de sus grandes arquitectos invisibles. **BO**



Imagen de *Asterix y Obelix: El reino medio* (2023), popular IP francesa

© Andrea Pinella (1), courtesy of DeAPlaneta (1), Elastica (2), A Contracorriente (1), Notorious Picture Spain (1), Caramel Films (1), shutterstock(1)

CINEEUROPE 2026: UNA DOSIS DE OPTIMISMO

TRAS UN PRIMER SEMESTRE EXCEPCIONAL PARA LA EXHIBICIÓN, LOS GRANDES ESTUDIOS APROVECHARON CINEEUROPE, EL GRAN ENCUENTRO DE LOS EXHIBIDORES DE CINE DE EMEA, PARA MOSTRAR EL AMPLIO CATÁLOGO CON EL QUE ASPIRAN A MANTENER EL CRECIMIENTO DURANTE LO QUE QUEDA DE 2026 Y CONSOLIDARLO EN 2027. LA RECUPERACIÓN LLEGA DE LA MANO DE UNA INDUSTRIA QUE HA APRENDIDO DE LAS DIFICULTADES Y AFRONTA EL FUTURO CON UNA OFERTA MÁS DIVERSA Y NUEVAS ESTRATEGIAS PARA ATRAER AL PÚBLICO

por **Fernando García**



Lo que no me mata, me hace más fuerte», escribió Friedrich Nietzsche. Si la industria cinematográfica necesitaba una cita para resumir el momento que atraviesa, bien podría ser esa. La 35.ª edición de CineEurope confirmó que el sector ha dejado atrás el relato de la supervivencia. Tras varios años de aprendizaje forzado, la exhibición afronta una nueva etapa con una oferta más diversa, estrategias de marketing más afinadas y una mayor capacidad para sostener el negocio incluso en periodos sin un gran *blockbuster*.

La edición del 35.º aniversario estuvo marcada por un ambiente de celebración. Los datos del primer semestre han sido excelentes y un halo de optimismo recorrió el evento de principio a fin. Tanto los grandes estudios como los ponentes de los seminarios coincidían en un mismo diagnóstico: el público está volviendo a las salas. Queda camino por recorrer y nuevos retos por afrontar, pero la respuesta de los espectadores invita a pensar que la industria está tomando las decisiones adecuadas.

El evento comenzó el 22 de junio con el premio UNIC a Phil Clapp, que ponía fin a su etapa como presidente de la Unión Internacional de Cines. Clapp deja el ti-

món en un momento muy distinto al que le ha tocado afrontar estos últimos años: después de navegar las aguas más procelosas para la exhibición en décadas, el barco vuelve a avanzar con viento a favor. En su discurso destacó el gran comienzo de año de los territorios europeos, con películas locales batiendo récords de taquilla como *Torrente*, *Presidente* en España o *Buen Camino* en Italia. A ello se suman los excelentes resultados de *Super Mario Galaxy*, *Michael*, *El diablo viste de Prada 2* o *Proyecto Salvación*.

Todo ello confirma una máxima bien conocida por los exhibidores: una cartelera sólida y variada sigue siendo el mejor motor para atraer al público. Durante los cuatro días del encuentro, los estudios desplegaron buena parte de sus grandes apuestas para los próximos meses, reforzando la sensación de que existen motivos para mantener el optimismo. Si en algo coincidieron distribuidores y exhibidores fue en que la diversidad de la oferta sigue siendo la mejor garantía para sostener el crecimiento.

LA GENERACIÓN Z LLENA LAS SALAS

Uno de los datos más relevantes que dejó la cita barcelonesa fue la consolida-

ción de la generación Z como el grupo que más acude al cine, recuperando así un papel central para la exhibición. Frente al discurso que identifica a estos jóvenes casi exclusivamente con las redes sociales y el *streaming*, el seminario *Dentro de la mentalidad de la Generación Z: Descifrando el código de consumo de esta generación*, organizado por Coca-Cola, puso el foco en otro aspecto: la experiencia social sigue siendo un factor decisivo.

Según los datos presentados por Francisco Serrano, responsable de investigación de mercado de Conecta Research & Consulting, los jóvenes acuden principalmente al cine durante los fines de semana y acompañados de amigos, pareja o familia. Su presupuesto limitado y la enorme competencia por su tiempo obligan a los exhibidores a ofrecer una experiencia que justifique cada visita. El contenido exclusivo, la posibilidad de desconectar y el componente social son sus principales motivaciones, mientras que el precio de las entradas, la comodidad del hogar o no querer asistir solos siguen siendo las principales barreras.

La oferta de restauración también desempeña un papel clave. Las bebidas y alimentos no solo generan ingresos adicionales, sino que forman parte de la experiencia que busca este público. Los datos muestran que la inmensa mayoría de los espectadores consume algún producto durante la visita y que los combos son especialmente populares por su relación calidad-precio y por reforzar el carácter social de la experiencia.

EL PODER DE TIKTOK

Mientras la generación Z recupera un papel central para la exhibición, TikTok se ha convertido en uno de sus principales aliados. La red social, convertida en uno de los grandes iconos culturales de la nueva generación y favorecida por su naturaleza eminentemente audiovisual, desempeña un papel fundamental como vía de descubrimiento cinematográfico. Según los datos ofrecidos por Laila Kaid, de Coca-Cola Europacific Partners, el 47 % de este grupo descubre nuevas pelícu-



las a través de TikTok y el 36 % compra entradas influido por el contenido visto en la plataforma. Además, la generación Z busca constantemente novedades y adapta sus hábitos de consumo en función de las ofertas y los beneficios que percibe. En Cineplex Alemania, su cuenta de TikTok, con más de 31.000 seguidores, se ha convertido en una gran herramienta de promoción. Sara Nieuwdorp, responsable de contenidos, insistió en que la generación Z busca autenticidad, cercanía y espontaneidad por encima de campañas excesivamente producidas. Las tendencias cambian con enorme rapidez, por lo que los contenidos sencillos y el humor suelen funcionar mejor que las grandes producciones. La experiencia de Cineplex demuestra cómo una presencia constante en las redes puede traducirse en más espectadores en las salas.

EL AUGE DEL CONTENIDO ALTERNATIVO

Precisamente, el llamado FOMO (*Fear of Missing Out*), ese miedo a quedarse fuera de la conversación del momento, se ha convertido en un poderoso incentivo para llevar al público a las salas, y no solo entre la generación Z. La programación de eventos y proyecciones especiales refuerza esa sensación de cita irrepetible, motivo por el que los cines apuestan cada vez más por el contenido alternativo. La ICTA (International Cinema Technology Association) dedicó un seminario a analizar cómo estos eventos, las experiencias en directo y otras propuestas especiales están redefiniendo la programación de las salas. Nathalie Kaiser, de Rentrak, defendió que este tipo de contenidos ha dejado de ser un complemento para convertirse en una parte estratégica del negocio.

Junto a Kaiser, Miguel Rivera (Cinépolis Group), Marc Allenby (Trafalgar Releasing) y Johnny Carr (Vue Cinemas) repasaron la evolución del contenido alternativo, que ya no se limita a retransmisiones de ópera o teatro, sino que incluye conciertos filmados, reposiciones de clásicos, documentales musicales y otros eventos exclusivos capaces de movilizar a comunidades muy concretas. Tras la pandemia, coincidieron, el público valora cada vez más las experiencias presenciales y compartidas. De cara al futuro, Carr apuntó incluso al potencial de los eventos protagonizados por creadores de contenido e *influencers*.

En esa misma línea, Charlotte Jones, analista de Omdia, destacó el potencial de YouTube como herramienta para atraer espectadores y generar nuevas oportunidades para la exhibición. Como ejemplo ➤

presentó *Kaizen*, la película del youtuber francés Inoxtag, que convirtió su estreno en salas en un acontecimiento antes de estrenarse en YouTube, donde ya supera los 42 millones de visualizaciones. Poco después, varias cadenas de televisión de Francia, Bélgica y Suiza adquirieron sus derechos de emisión. Jones también citó *Backrooms*, uno de los grandes éxitos de 2026, nacido de un cortometraje viral inspirado en una historia surgida en el foro 4chan.

IDEAS QUE FUNCIONAN

El mismo seminario sirvió para presentar dos iniciativas que han obtenido excelentes resultados y podrían adaptarse a otros mercados. La primera fue Cine School, impulsada por la cadena griega Village Cinemas. Harry Bakas, director de marketing y desarrollo de negocio de la compañía, explicó cómo el programa ha estrechado la relación entre colegios y salas mediante una plataforma específica con contenidos educativos, materiales didácticos y una programación adaptada a los centros escolares. La iniciativa ya ha llegado a un millar de escuelas y ha incrementado un 165 % las visitas de este sector respecto a 2025. En España, el ICAA trabaja en un programa de características similares, Cine Escuela.

La segunda iniciativa fue la española Cine Sénior, que ofrece entradas a dos euros los martes para mayores de 65 años. Según explicó Almudena Fernández-Golfín, directora general de FECE, el éxito del programa reside en la sencillez de la propuesta y en su capacidad para crear un hábito de consumo. En 2025, el 37 % de los espectadores de los martes acudieron gracias a esta iniciativa. Además, se trata de un público especialmente receptivo al cine español: ocho de las diez películas más vistas dentro del programa fueron producciones nacionales. Fernández-Golfín subrayó que, aunque el modelo depende de financiación pública y no es fácilmente exportable, sí ofrece algunas claves aplicables a otros mercados: dirigirse a un público concreto, crear una rutina y mantener una comunicación sencilla y directa.

DE TODO PARA TODOS

Las presentaciones de los estudios son el gran espectáculo de CineEurope. Con avances exclusivos, apariciones sorpresa y una cuidada puesta en escena, las *majors* aprovecharon para transmitir un mensaje

CineEurope reunió en Barcelona a más de 4.000 acreditados de la industria del territorio EMEA y Estados Unidos



inequívoco de confianza en el futuro de las salas. El gran golpe de efecto llegó con la aparición de Michael B. Jordan, reciente ganador del Oscar al mejor actor, que presentó su segundo largometraje como director, el *remake* de *El caso Thomas Crown*. Otros invitados de lujo fueron los directores Francis Lawrence (*Los juegos del hambre: Amanecer en la cosecha*), Danny Boyle (*Ink*) y Steven Knight, que presentó un documental sobre Oasis. Quienes no pudieron desplazarse a Barcelona recurrieron a presentaciones en vídeo, como Zach Cregger, director de *Weapons*, quien definió su nueva versión de *Resident Evil* como «su película más loca».

Disney y Paramount firmaron las presentaciones más vistosas del congreso. La primera arrancó con Andrew Cripps, jefe de distribución de la compañía, acompañado por Andy y Jessie, de *Toy Story*, para celebrar el éxito de la quinta entrega. Más tarde, varios *stormtroopers* recorrieron la sala para anunciar el próximo *spin-off* de la saga galáctica *Starfighter*. Paramount, por su parte, abrió su pase con un vídeo exclusivo para CineEurope que combinaba imágenes de sus próximos estrenos, como *Sonic 4* o *Angry Birds 3*, marcando desde el inicio un tono dinámico y desenfadado.

Disney fue probablemente el estudio que acudió a CineEurope con la batería de estrenos más potente. Tras el extraordinario rendimiento de *Avatar: Fuego y ceniza* y de la quinta entrega de *Toy Story*, la compañía volvió a dejar claro que su estrategia sigue pivotando sobre las grandes IP. *Vengadores*, *Star Wars*, *Ice Age* o el *remake* en ac-

ción real de *Vaiana* conforman una oferta dirigida a todos los públicos y sustentada en marcas reconocibles, aunque sin renunciar a propuestas originales como *Gatto o Hexed*. Su gran apuesta para la próxima temporada de premios será *Wild Horse Nine*, de Martin McDonagh. También destacan el drama submarino *Whalefall* y *Behemoth*, protagonizada por Pedro Pascal.

La extensa presentación de Warner Bros. también mostró un catálogo dominado por las franquicias, aunque con espacio para algunas sorpresas. La animación ocupa un lugar destacado con *Cat in the Hat*, *Margie Claus* o *Bad Fairies*, mientras que el terror de autor continúa consolidándose con títulos como *El final de Oak Street* o *Evil Dead Burn*. El estudio mantiene además su apuesta por el cine de prestigio con *Dune: Parte 3* y *Digger*, la nueva película de Alejandro González Iñárritu protagonizada por Tom Cruise, uno de los títulos que ya empiezan a sonar para la próxima carrera de los Oscar. La campaña por la estatuilla quedó inaugurada incluso antes de proyectar sus primeras imágenes, con un vídeo-homenaje a la carrera del actor culminado por un mensaje suyo: «Mis cuarenta años de carrera me han llevado hasta *Digger*». La nota de humor la puso Jeff Goldstein, distinguido como mejor distribuidor del año, que fue superponiéndose gorras de distintas películas del estudio hasta quedarse únicamente con una que llevaba el logotipo de Warner Bros. Universal volvió a combinar grandes franquicias con propuestas originales. El gran reclamo fue *La odisea*, de Christopher Nolan, de la que se pudieron ver quince mi-



nutos en exclusiva y que al cierre de esta edición ha arrancado con 4,5 millones de euros en España. En un registro muy distinto, la comedia romántica distópica *One Night Only* apelará a un público que busque entretenimiento ligero y desenfadado, mientras que DreamWorks apuesta por las aventuras veraniegas con *La isla olvidada*. Sony combinó apuestas seguras como *Spider-Man: Brand New Day* con una estrategia que también deja espacio para propuestas más arriesgadas. Es el caso de

Resident Evil, donde Zach Cregger reinventa por completo la saga con una historia independiente de los videojuegos. También despertó expectación *The Social Reckoning*, secuela de *La red social*, de la que los responsables del estudio lanzaron una advertencia a los asistentes: «Ojo con la interpretación de Jeremy Strong». Paramount volvió a reivindicar el cine familiar como uno de los pilares de su estrategia con *Sonic 4*, *Angry Birds 3*, *Ebenezer* o *Ahora los suegros son ellos*, sin renunciar a propuestas originales como una película de acción real sobre el fenómeno del K-pop o el drama deportivo *feel-good Mr. Irrelevant*. Amazon MGM Studios, por su parte, continúa construyendo una identidad basada en combinar grandes estrellas, thrillers comerciales y cineastas de prestigio, como demuestra *El caso Thomas Crown*, dirigida y protagonizada por Michael B. Jordan. También hay electricidad más allá de las *majors*. STUDIOCANAL reforzó su perfil como refugio del cine europeo de gran pre-

supuesto con nombres como Danny Boyle, mientras que MUBI confirmó su creciente ambición tras Cannes con un catálogo encabezado por lo nuevo de Andrew Haigh. Laika volvió a reivindicar la animación artesanal con *Wildwood*, una de las sorpresas de CineEurope a juzgar por el avance mostrado en Barcelona. Angel Studios prosigue su expansión internacional con un modelo de financiación alternativo centrado en producciones de temática histórica y religiosa, mientras que Lionsgate mantiene el peso de sus grandes franquicias con *Los juegos del hambre* y el regreso de Mel Gibson al universo de *La pasión de Cristo*. Las presentaciones dejaron entrever varias tendencias. Las grandes IP siguen siendo el principal motor de los estudios, pero conviven cada vez más con propuestas originales, especialmente en el terreno del terror, convertido en uno de los géneros más rentables gracias a su capacidad para atraer al público joven con presupuestos contenidos. También se consolida la apuesta por las adaptaciones de grandes éxitos editoriales, impulsada en buena medida por el auge de los prescriptores literarios en TikTok. La sensación que dejó CineEurope es que el futuro de la exhibición pasa por encontrar un equilibrio entre las franquicias capaces de movilizar audiencias masivas y nuevas historias que permitan renovar la oferta. Después de unos años difíciles, los estudios parecen haber asumido que el crecimiento ya no depende de una única fórmula, sino de ofrecer algo distinto para cada tipo de espectador. La exhibición no solo ha recuperado el pulso: ha salido reforzada, más diversa y mejor preparada para afrontar los retos que todavía tiene por delante.

BO

© Duesse Media Network (9)

Tras unos años difíciles, el optimismo fue la nota dominante entre los asistentes



EL PODER DEL TOMATE: CÓMO ROTTEN TOMATOES GUÍA EL ÉXITO DE LAS PELÍCULAS

¿PUEDE REALMENTE UN AGREGADOR DE CRÍTICAS DECIDIR EL DESTINO DE UNA PELÍCULA? DESDE EL NACIMIENTO DEL TOMATOMETER HASTA LAS ACUSACIONES DE MANIPULACIÓN, PASANDO POR EL CRECIENTE PODER DE CRÍTICOS, FANS Y DISTRIBUIDORAS: CÓMO ROTTEN TOMATOES SE HA CONVERTIDO EN UNA DE LAS HERRAMIENTAS MÁS INFLUYENTES —Y CONTROVERTIDAS— DEL CINE CONTEMPORÁNEO

por **Gabriele Niola**

Un número, un porcentaje, un distintivo: hoy puede bastar esto para orientar la elección de millones de espectadores. Ese es el poder de Rotten Tomatoes, el agregador estadounidense de críticas cinematográficas más influyente, que para cada película traduce los juicios de críticos profesionales, aficionados y simples espectadores en una única cifra. Su indicador, el “Tomatometer”, distingue de manera tajante entre películas “frescas” —por encima del 60% de críticas positivas— y películas “podridas”, por debajo de ese umbral. Un sistema sencillo, casi brutal en su síntesis, que con los años se ha convertido en una herramienta decisiva no solo para el público, sino también para la industria cinematográfica. De hecho, los espectadores lo utilizan cada vez más para decidir qué película ir a ver al cine, especialmente en Estados Unidos,

hasta el punto de atraer también el interés de las distribuidoras.

La primera vez que Rotten Tomatoes atrajo la atención de la industria cinematográfica estadounidense fue en 1998, apenas un año después de su nacimiento. En aquella época el sitio todavía recopilaba pocas críticas, pero sus fundadores detectaron un pico de accesos procedentes del barrio donde se encontraba la sede de Pixar, precisamente coincidiendo con el estreno de la segunda película del estudio, *Bichos: Una aventura en miniatura* (*A Bug's Life*). Hoy, casi treinta años después, Rotten Tomatoes ya no es el único agregador de críticas, pero sigue siendo el más consultado y completo. Precisamente por ello, ya no es solo una herramienta para el público: las distribuidoras lo monitorizan constantemente y, en los últimos años, han comenzado a cuestionar su funcionamiento y su imparcialidad, impulsándolo a continuos ajustes y revisiones.

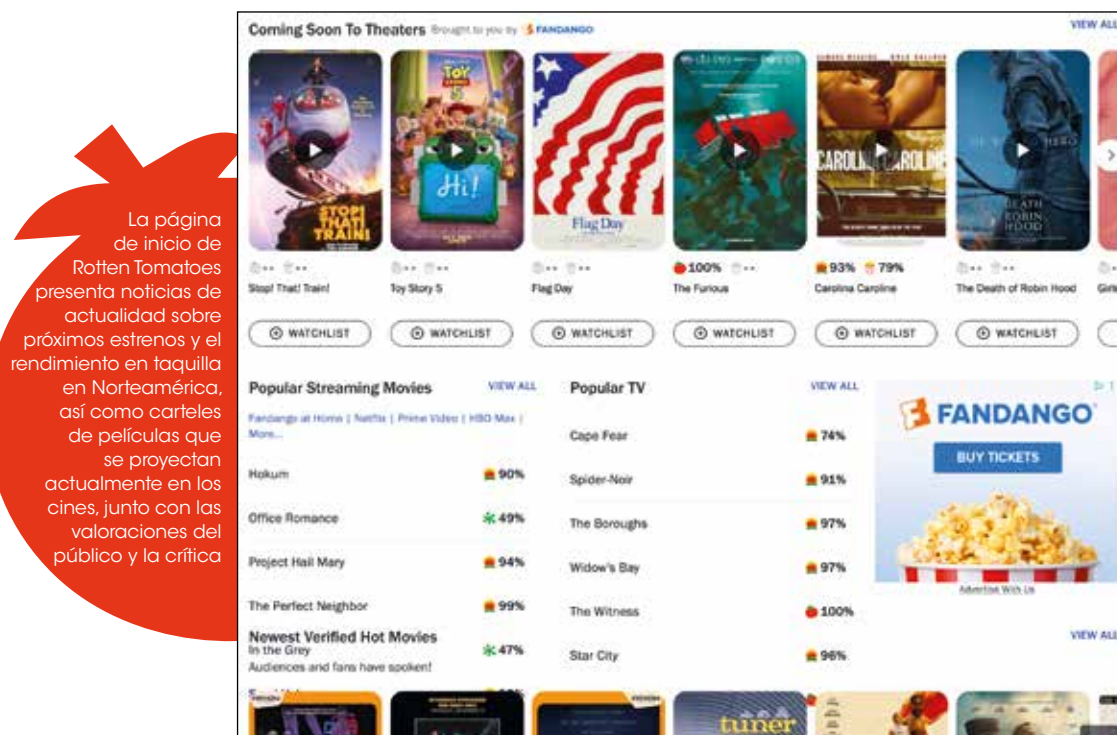
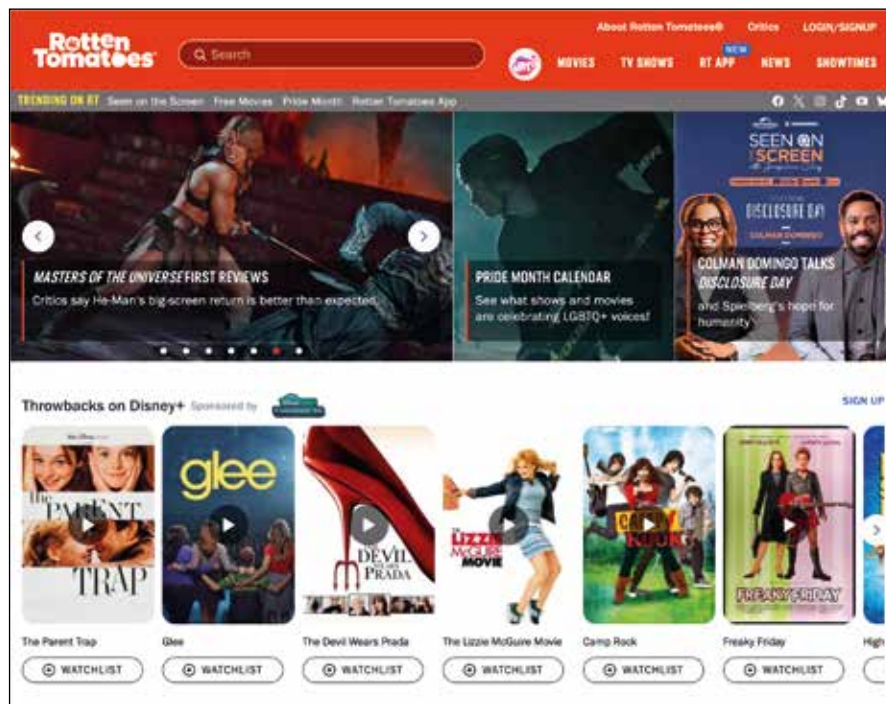
CUANDO LAS PUNTUACIONES DECIDEN LA TAQUILLA

El punto de inflexión llegó en 2017, cuando se registró una clara corresponden-

cia entre algunas películas que recaudaron mucho menos de lo previsto —como *Los vigilantes de la playa* (*Baywatch*), *Piratas del Caribe: La venganza de Salazar* y *La momia* (*The Mummy*)— y porcentajes muy bajos de críticas positivas en Rotten Tomatoes. Ese mismo año se produjo también el fenómeno contrario: títulos con valoraciones muy altas en la plataforma, como *Wonder Woman*, *Guardianes de la Galaxia Vol. 2* y *Spider-Man: Homecoming*, obtuvieron recaudaciones extraordinarias. Esta doble coincidencia llevó a muchas voces dentro de Hollywood a acusar al sitio de influir directamente en las decisiones del público.

El sistema de Rotten Tomatoes es, de hecho, de enorme interés para quienes se encargan de promocionar las películas. Alcanzar el 75% de críticas positivas, por ejemplo, significa obtener la certificación “Certified Fresh”, mientras que aún más codiciado es el objetivo del 100%. Un distintivo que a menudo aparece en carteles, tráileres y materiales promocionales. Esta reducción del juicio global a un único número ha resultado tan eficaz desde el punto de vista del marketing que, con el tiempo, han surgido intentos de influir en esta métrica para hacerla más favorable, en algunos casos poniendo en duda su fiabilidad.

Según una investigación publicada en 2018 de NRG Research Group, empresa especializada en estudios de mercado, el 36% de los espectadores estadounidenses afirmaba consultar Rotten Tomatoes para decidir qué película ver, un tercio más que dos años antes. Limitando el análisis al grupo de edad entre 25 y 44 años, el porcentaje ascendía incluso al 50%. Esto modificó la atención con la que los estudios y los productores independientes seleccionaban a los invitados a los pases previos. Mostrar una película a determinados críticos, en festivales específicos o mediante preestrenos dirigidos permitía, en efecto, orientar el porcentaje, al menos durante los primeros días. No es raro, por ejemplo, que películas comerciales presentadas en contextos como Cannes registren inicialmente valoraciones bajas, destinadas después a subir cuando son vistas por críticos más afines a ese tipo de cine. Los estudios comenzaron así a elegir medios y firmas más cercanos a cada título. Además, según informó *Los Angeles Times*, las producciones más pequeñas —con un número limi-



tado de críticas— llegaron a contactar directamente con críticos de referencia para solicitar cambios en aquellos detalles que podían determinar el paso de una crítica negativa a una positiva.

MANIPULACIONES, CORRECCIONES Y LÍMITES DEL SISTEMA

Y no fueron solo las distribuidoras las que intentaron manipular el Tomatometer. En cierto momento también los usuarios comenzaron a organizarse en auténticas campañas de *review bombing*: grupos coordinados que invaden el sitio con valoraciones extremadamente negativas —o, por el contrario, muy positivas— en la sección dedicada al público. Pueden ser detractores de un director o de un actor, o grupos movidos por motivaciones políticas, interesados en perjudicar una película incluso antes de su estreno y, por tanto, su potencial en taquilla. En el extremo opues-

to, también hay fans que se unen para apoyarla. Un caso emblemático fue el de *Star Wars: El ascenso de Skywalker*, cuando una parte del *fandom* decidió hundir la película introduciendo críticas negativas antes incluso de su estreno.

El problema se hizo especialmente evidente en 2019. Para hacerle frente, Rotten Tomatoes introdujo el bloqueo de las valoraciones del público antes del estreno en salas y exigió una prueba de compra de la entrada para poder reseñar una película. Una medida que también fue posible gracias al hecho de que, tras varios cambios de propiedad durante la década de 2010, desde 2016 Rotten Tomatoes está controlada por Fandango, líder estadounidense en la venta online de entradas de cine (con una participación minoritaria de Warner), y por tanto en condiciones de vincular directamente la compra con la posibilidad de dejar una reseña.

EL PROBLEMA DEL JUICIO BINARIO

2019 fue también el año en que la fiabilidad del sitio comenzó a ser cuestionada abiertamente y sus métodos fueron analizados en detalle, dando lugar a continuas revisiones y ajustes para limitar posibles manipulaciones. Entre las críticas más relevantes estaba —y en parte sigue estando— la del juicio binario. Como se ha señalado, el porcentaje final se basa en la clasificación de cada reseña individual, a veces muy numerosas, como positiva o negativa. Una crítica puede resultar “positiva” tanto cuando expresa un entusiasmo pleno como cuando se limita a una aprobación tibia.

Esto implica que una película pueda obtener el 100 % de críticas positivas sin ser realmente apreciada, sino simplemente porque se la considera, en conjunto, “aceptable”. Para responder a estas críticas, Rotten Tomatoes añadió al Tomatometer general otros indicadores más específicos: la media de los “top critics”, es decir, los críticos de los medios más prestigiosos, y la basada exclusivamente en las valoraciones del público. Además, para ofrecer un panorama más matizado, el sitio permite leer breves extractos de las críticas —además de los enlaces completos— seleccionados para reflejar el tono y el grado de entusiasmo o de reserva expresados por los críticos.

QUIÉN DECIDE QUÉ ES FRESH

El segundo gran nudo concierne a los criterios con los que una crítica es clasificada como positiva o negativa. Hoy en día, alrededor del 60 % de las reseñas —tanto las de los top critics como las demás— son introducidas directamente por los propios críticos, que las suben al sitio, seleccionan las líneas de adelanto e indican el veredicto final, Fresh o Rotten. El 40 % restante, en cambio, es gestionado internamente: un equipo de ocho personas lee las críticas y establece su clasificación. A menudo la distinción es evidente, pero no siempre. Para los casos más ambiguos se ha introducido un protocolo pensado para reducir al mínimo la arbitrariedad: cuando el juicio no está claro, al menos tres miembros del equipo deben pronunciarse. Si no se alcanza un acuerdo, interviene el responsable del grupo y, en última instancia, Rotten Tomatoes contacta directamente con el crítico para solicitar una aclaración. En algunos casos, además, son las propias

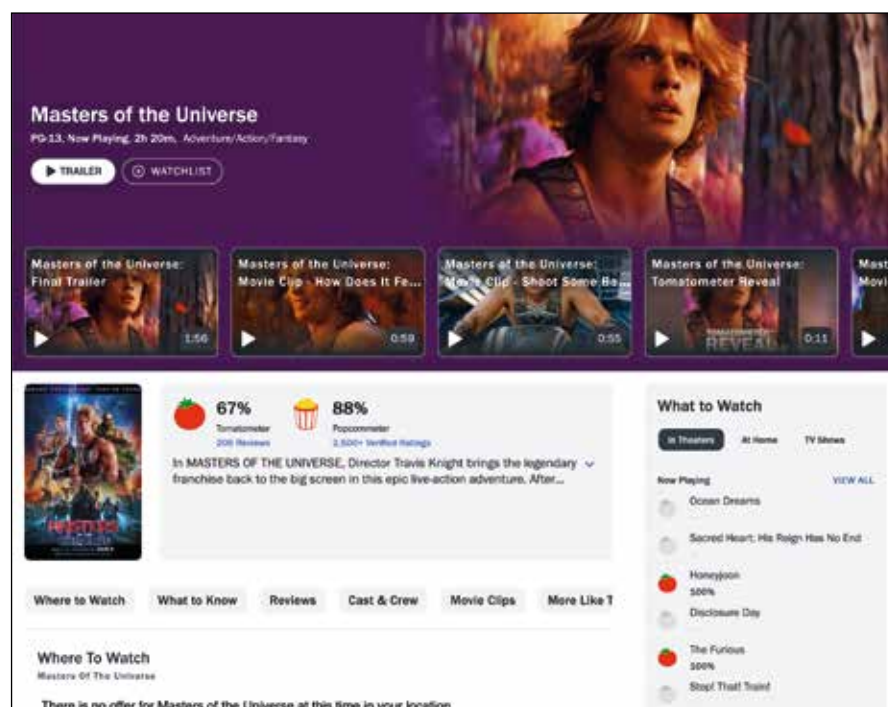
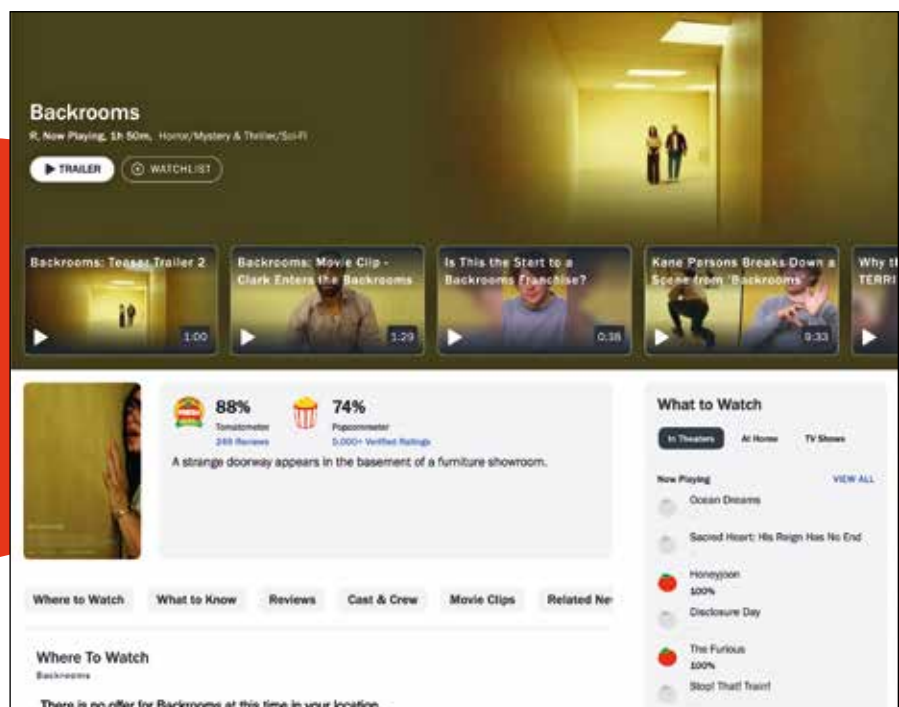
distribuidoras —interesadas en obtener una valoración más favorable— las que señalan críticas clasificadas como negativas pero consideradas discutibles; también en estas situaciones, la valoración vuelve a examinarse.

UN SISTEMA EN CONTINUA REVISIÓN

Como contó Matt Belloni en el podcast *The Town*, en un episodio en el que participó la Awards Editor de Rotten Tomatoes, Jacqueline Coley, en los últimos diez años la media de las puntuaciones de las películas ha aumentado un 13 %. Según muchos, este incremento estaría relacionado con la incorporación de críticos más in-

clinados a expresar juicios positivos, también para mantener buenas relaciones con las distribuidoras y garantizarse el acceso a los talentos para entrevistas. Coley, sin embargo, rechazó esta interpretación, sosteniendo que el aumento refleja más bien un cambio en las películas producidas y reseñadas. La progresiva desaparición de las comedias —históricamente menos apreciadas por la crítica— y la difusión de un cine de terror más autoral, generalmente recibido con mayor favor, habrían contribuido en efecto a elevar la media global de las puntuaciones. La propia Coley explicó también cómo hoy el crecimiento de Rotten Tomatoes

En las páginas dedicadas a cada película, los usuarios pueden consultar estas calificaciones con mayor detalle, leer reseñas específicas y ver información sobre el título.



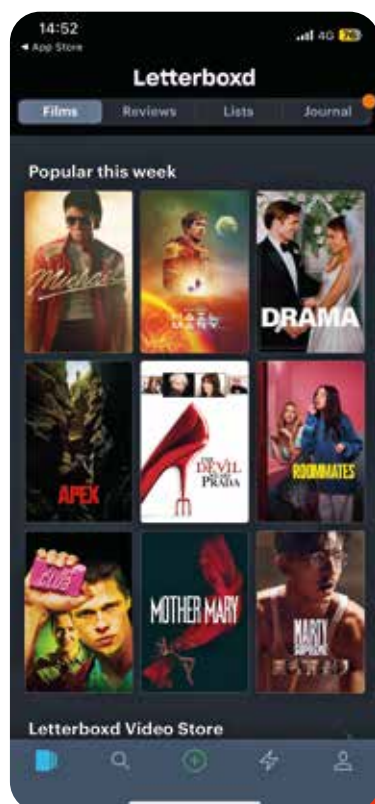
pasa sobre todo por la ampliación del número de críticos monitorizados, con el fin de representar una mayor variedad de puntos de vista, y por la introducción de herramientas destinadas a limitar posibles manipulaciones. La primera tiene que ver con los umbrales: para las películas de gran presupuesto —destinadas a recibir un gran número de críticas— las medias no se publican hasta alcanzar al menos 40 reseñas, con el objetivo de reducir el impacto de posibles distorsiones iniciales. La segunda consiste en un seguimiento constante de los críticos incluidos en el sistema. Para ser mantenidos o incorporados entre los críticos considerados, se evalúan

el compromiso, la continuidad y la amplitud del espectro de películas reseñadas, evitando perfiles excesivamente sectoriales. Además, quienes no respetan el código de conducta —por ejemplo, orientando sus juicios por interés personal— son excluidos de la plataforma.

La última novedad introducida por el sitio es el distintivo “Verified Hot”, que se suma al ya existente “Certified Fresh”, otorgado a las películas con más del 75 % de críticas positivas. El nuevo indicador se basa exclusivamente en las valoraciones del público “verificadas”, es decir, acompañadas por una prueba de visionado mediante la compra de la entrada. De este modo, Rotten Tomatoes pretende otorgar una mayor fiabilidad a los juicios de los

usuarios, combatiendo fenómenos como el *review bombing*, pero también incentivando —no sin un evidente retorno estratégico— el uso de la plataforma madre, Fandango.

Hoy, Rotten Tomatoes es al mismo tiempo una herramienta de orientación y un campo de batalla. Un sistema nacido para simplificar el juicio sobre las películas se ha transformado en un mecanismo capaz de influir en las expectativas, las estrategias de marketing e incluso la taquilla. Entre correcciones continuas y nuevos intentos por garantizar la transparencia, sigue abierta una pregunta: ¿hasta qué punto puede un número —por muy compartido que sea— contar la complejidad de una experiencia como la del cine? **BO**



EL ROTTEN DE NUEVA GENERACIÓN SE LLAMA LETTERBOXD

Quien tiene menos de treinta años y se interesa por el cine puede no conocer Rotten Tomatoes, pero muy probablemente conoce Letterboxd. Mucho más cercano a una red social que a un sitio web tradicional, Letterboxd representa hoy la principal alternativa en el ámbito de la valoración de películas. Si Rotten Tomatoes es hijo de la primera era de Internet —un sitio en el que los contenidos son introducidos por una redacción y solo en un segundo momento enriquecidos por las opiniones de los usuarios—,

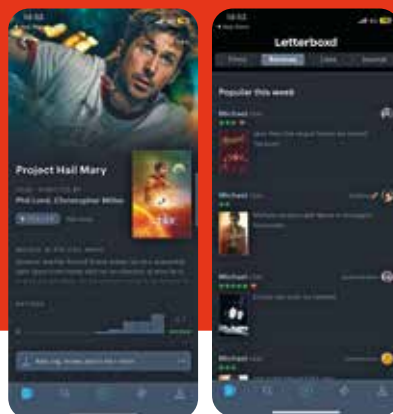
mismo año la mayoría de sus participaciones fue adquirida por el grupo inversor canadiense Tiny Ltd. Si en 2020 *The New York Times* hablaba de menos de dos millones de usuarios, en 2024, según *Deadline*, la plataforma alcanzó los 17 millones (una cifra que hoy podría rondar los 30 millones).

El sistema funciona tan bien que incluso directores como Taika Waititi, Sean Baker y muchos otros utilizan activamente la plataforma, reseñando también las películas de sus colegas y atrayendo a un amplio número de seguidores, mientras que otros, como Martin Scorsese o Francis Ford Coppola, aparecen ocasionalmente con listas personales o breves intervenciones, a menudo gestionadas por sus equipos.

A diferencia de Rotten Tomatoes, Letterboxd no parece sufrir, al menos por ahora, problemas relacionados con la manipulación. Su sistema no pretende ser “autoritativo”, porque no implica a críticos profesionales, sino presentarse como la expresión declarada de la opinión de una comunidad de espectadores. Además, cada usuario puede complementar la media general con las valoraciones de sus propios contactos, construyendo así su propio panel de referencia. El servicio es gratuito, pero ofrece funcionalidades avanzadas de pago, como la indicación de las plataformas en las que están disponibles las películas, además de ingresos procedentes de publicidad y colaboraciones con las distribuidoras para actividades de marketing vinculadas a los estrenos en salas. No es casualidad que —según una noticia muy reciente— Tiny Ltd estaría valorando la venta de Letterboxd al mejor postor.

Letterboxd nació en 2013, en plena era de las redes sociales, y adopta plenamente sus lógicas. Se trata de una aplicación concebida para catalogar las películas vistas: cada usuario tiene su propio perfil, una red de contactos y la posibilidad de valorar las películas, marcar las que quiere ver, escribir reseñas y comentar las de otros usuarios. Cada ficha contiene así una valoración de media de cinco estrellas, basada en el promedio de las puntuaciones de los usuarios, y permite ver qué están viendo los propios contactos y cómo lo valoran.

Desde el principio, Letterboxd apostó por un público cinéfilo —y, de hecho, las películas más valoradas tienden a ser las de autor—, pero en los últimos años se está consolidando cada vez más como uno de los principales lugares para decidir qué ver. Tras una fase inicial de crecimiento lento, durante los primeros siete años de actividad, la plataforma experimentó una expansión significativa a partir de 2020, favorecida por el confinamiento y el aumento global del consumo audiovisual. En 2023 contaba con casi 30 empleados, aproximadamente la mitad a tiempo completo, y ese



El político del partido laborista Neil Kinnock y el actor inglés Ian McKellen en un mitin en Hyde Park, Londres, el 25 de agosto de 1983 organizado para solicitar al gobierno británico que mantenga e incremente los fondos públicos para el teatro



© Getty Images

BEST MOVIE

La revista
de cine líder
en España



ESTRENOS

Todos los
estrenos
de cine



ENTREVISTAS

Tus actores
y directores
favoritos



BACKSTAGE

Así se hacen
las mejores
películas



CRÍTICA

Opinión, análisis
y las mejores
recomendaciones



www.bestmovie.es



[instagram.com/bestmovieespana](https://www.instagram.com/bestmovieespana)

BASADA EN EL BEST-SELLER MUNDIAL

ANNE
HATHAWAY

DAKOTA
JOHNSON

JOSH
HARTNETT

NO HAY LUZ ADONDE VAMOS

Verity

LA SOMBRA DE UN ENGAÑO

2 OCTUBRE SOLO EN CINES

#VERITYPELICULA

PENDIENTE DE CALIFICACIÓN POR EDADES