EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

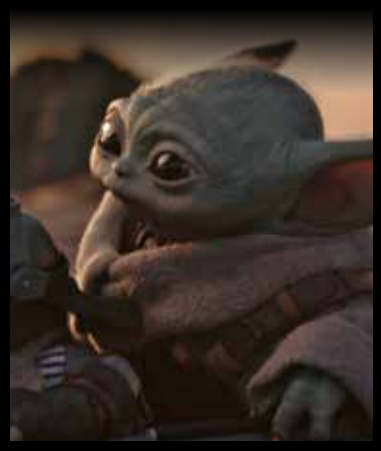
BOXOFFICE

AÑO IV - N. 12 - DICIEMBRE 2025

WWW.BOX-OFFICE.ES









AYUDAS GENERALES
Menos dinero, más mujeres premiadas

HÁBITOS CULTURALES
¿Quién es el espectador de cine?

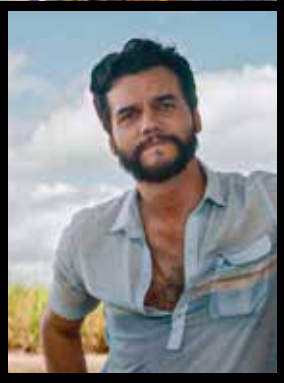












LOS ÉXITOS DE PRIMER SEMESTRE 2026

UN VISTAZO A AQUELLAS PELÍCULAS QUE VAN A MARCAR EL PRIMER SEMESTRE DE 2026. UN AÑO CARGADO DE GRANDES PROMESAS CINEMATOGRÁFICAS INTERNACIONALES Y NACIONALES PARA LA TAQUILLA

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

comscore

JUGAR CON ANTELACIÓN

Otro año está llegando a su fin y pronto tendremos la oportunidad de hacer todas las reflexiones sobre cifras y tendencias, especialmente al final de las inminentes festividades. Mientras tanto, en el artículo de portada dirigimos la mirada a las películas que llegarán en el primer semestre de 2026, una ventana que presenta señales alentadoras y un escenario equilibrado entre películas hollywoodienses – en su mayoría secuelas y *spin-offs* de franquicias consolidadas, aunque no faltan proyectos originales – y títulos españoles y coproducciones que abarcan distintos géneros y talentos involucrados. Un panorama que se divide, como es tradición, entre *Éxitos Seguros*, *Grandes Apuestas* y *Posibles Sorpresas*, una cuadrícula que refleja las potencialidades comerciales que, a nuestro parecer, caracterizan cada película. En los *Éxitos Seguros* encontramos un bloque bien definido de producciones hollywoodienses con *The Super Mario Galaxy Movie*, *El diablo viste de Prada 2*, *The Mandalorian & Grogu*, *Toy Story 5* y *Michael*, que llegan con un capital de marca y público fidelizado, entre secuelas, IP ultra-conocidas y franquicias que siguen garantizando continuidad incluso en un contexto en el que el espectador es muy selectivo. Junto a estas, las producciones españolas que se sitúan en la misma franja de fiabilidad comercial siguen lógicas diferentes, más ligadas a la popularidad de los talentos locales y a la familiaridad de los géneros, como *Torrente, presidente* – un caso de "franquicia nacional". El resto del semestre, repartido entre *Grandes Apuestas* y *Posibles Sorpresas*, amplía el calendario con títulos que podrían seguir dejando huella en la taquilla. También la producción española entre sus títulos destacados cuenta con *Amarga Navidad*, *Ídolos*, *Tres adioses*, *La residencia* y *El agente secreto*, que, aunque con escalas y públicos objetivos distintos, comparten la capacidad de moverse en territorios familiares para nuestro público. No falta la variedad en la oferta cinematográfica, aunque ya no se puede dar por sentado el éxito de una película, ya que la densidad de los estrenos semanales y la creciente competencia exigen una preparación más rigurosa. Por eso es esencial conocer los títulos que se estrenarán con suficiente antelación, construir estrategias de comunicación amplias pero dirigidas, reforzar las sinergias entre distribución y exhibición, y profundizar en las *fanbases* específicas de cada título (en particular los que provienen de mundos de videojuegos o series). Las películas están, solo queda apuntar alto.

por **Paolo Sinopoli**

SUMARIO

10
EN PORTADA

LOS ÉXITOS DE 2026

PRIMER SEMESTRE

UN VISTAZO A AQUELLAS PELÍCULAS QUE VAN A MARCAR UN AÑO CON GRANDES PROMESAS CINEMATOGRÁFICAS INTERNACIONALES Y NACIONALES PARA LA TAQUILLA. SE DIVIDEN EN ÉXITOS SEGUROS, GRANDES APUESTAS Y POSIBLES SORPRESAS



22

6
NEWS

7
ESCENARIOS
UNA FIESTA DEL CINE LLENA DE CONTRADICCIONES
La XXV edición de la Fiesta del Cine, celebrada del 3 al 6 de noviembre, se ha cerrado con más incógnitas que alegrías. Con 861.806 espectadores y algo más de tres millones de euros recaudados, los datos suponen la peor cifra para una edición de otoño desde 2013. La buena noticia, el cine nacional brilla

22
PERSPECTIVAS
EL VALOR DE LAS IP MÁS ALLÁ DE LA TAQUILLA
De Disney a Netflix, hasta Universal y Mattel, la omnipotencia de las IP ha transformado la película de punto de partida a pieza de un ecosistema económico integrado. Desde el nacimiento de universos narrativos expandidos hasta los parques temáticos y las experiencias inmersivas, la capacidad de valorizar y monetizar una historia en múltiples plataformas es hoy la clave de la ventaja competitiva para los estudios

26
ANÁLISIS
ANIMACIÓN EUROPEA: UNA PICA EN FLANDES
Los resultados de la animación europea entre 2017 y 2025 dejan claro que el poco espacio que deja Hollywood lo ocupa la animación española, con Tadeo Jones como estandarte. En un género dominado por los grandes taquillazos estadounidenses, solo cinco películas europeas superaron el millón de euros, aunque abundan los títulos entre 300.000 y 600.000 euros que, sin grandes alardes, ayudan a sostener la red de salas gracias al tirón del público infantil y familiar

30
FINANCIACIÓN
AYUDAS GENERALES: MENOS DINERO, MÁS MUJERES PREMIADAS
El ICAA ha concedido 26,5 millones de euros a 27 películas y productoras distintas, 26 con la cuantía máxima de un millón de euros. El presupuesto es un 12% al año anterior y destaca que se financian producciones con mayor presupuesto, hay más mujeres directoras beneficiadas, películas históricas y grandes nombres del cine español

34
INFORME
SER ARTISTA EN EUROPA: VOCACIÓN Y PRECARIEDAD
En Europa trabajan más de siete millones de personas en el sector cultural y creativo, el 60% de manera autónoma. Los contratos breves, los ingresos irregulares y la necesidad de combinar varios empleos surgen en un marco laboral no adaptado a esa intermitencia. El Observatorio Audiovisual Europeo certifica que los creadores europeos, a pesar del dinamismo cultural y económico que aportan, siguen trabajando en condiciones difíciles

36





56

38
ENCUESTA
A LOS ESPAÑOLES YA LES GUSTA EL CINE: A VER SI VAN MÁS. LA ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS
Culturales en España 2024-2025 apunta en positivo: uno de cada dos españoles va al cine, un 20 % más que hace dos años, y consumir contenidos audiovisuales es la actividad cultural preferida (80 %), mientras valoran con un 8,1 su experiencia en sala. Son, sobre todo, los jóvenes (19,1) y los urbanitas los más asiduos a las salas, y la valoración del cine español ha subido siete puntos en 15 años hasta el 6,9. El reto, volver a las cifras prepandemia, parece al alcance de la mano

46
INCENTIVOS
AYUDAS A LA DISTRIBUCIÓN: 47 MIL EUROS DE MEDIA A 85 LANZAMIENTOS
El ICAA ha anunciado sus ayudas anuales para la distribución de largometrajes repartiendo 4 millones de euros para fomentar el cine nacional, europeo e iberoamericano

52
INICIATIVAS
LA COMUNIDAD DE MADRID BUSCA REEQUILIBRAR SU MAPA DE EXHIBICIÓN
El Gobierno autonómico pondrá en marcha un plan para que los teatros municipales proyecten estrenos comerciales, con el objetivo de llevar el cine a los 179 municipios de la región

56
FOCUS PAÍS
CINE EN ARABIA SAUDÍ: DEL VETO AL FERVOR CINÉFILO
Existe un país en el mundo en el que el cine es lo más moderno. Desde que en 2018 se levantara la prohibición a las salas de exhibición, el mercado saudí ha crecido hasta las 600 pantallas, siendo el mercado más grande de Oriente Medio. El objetivo es llegar a 2.000 en 2030 y la producción de 100 películas locales. Con 210 millones de euros de taquilla el año pasado y 17,5 millones de tickets, el cine egipcio y local compite cara a cara con Hollywood

EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA
BOXOFFICE

AÑO IV – Nº 12
DICIEMBRE 2025

Director Vito Sinopoli

Responsible de redacció Paolo Sinopoli (psinopoli@e-duesse.es)
En sala de redacción Valentina Torlaschi
Han colaborado: Juan Sardà Frouchtmann, Begoña Donat, Fernando Muñoz, Gabriele Niola, Lino Pulido, Pelayo Sánchez, Elisa Grando

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

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

Impresión JOMAGAR
C/ Moraleja de Enmedio, 16. Pol. Ind. Nº1.28938 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
28015 Madrid

Este numéro de *Box Office*
se terminó de imprimir el 17 de Noviembre 2025

BOX OFFICE ESPAÑA

BOX OFFICE ESPANA 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 DESCAR GA LA APP DE FORMA GRATUITA: ESTAR ÁS INFORMADO DONDE Y CUANDO QUIERAS. HAY MUCHAS FORMAS DE LEER BOX OFFICE.
ELIGE LA MEJOR PARA TI



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

CINE YELMO REABRE SU EMBLEMÁTICO CINE DE LA VAGUADA

Cine Yelmo ha celebrado la reapertura de su complejo en el centro comercial La Vaguada (Madrid), completamente renovado para ofrecer una experiencia cinematográfica de última generación. Las nuevas salas cuentan con butacas reclinables, pantallas de alto contraste, sonido Dolby Atmos y mejoras de accesibilidad. También se ha rediseñado el vestíbulo, incorporando áreas de descanso y venta anticipada digital. Con esta reforma, la compañía refuerza su apuesta por el cine premium en la capital.





THORSTEN RITTER DEJA BETA CINEMA TRAS 13 AÑOS

Thorsten Ritter abandona Beta Cinema tras más de trece años como vicepresidente ejecutivo de Adquisiciones, Ventas y Marketing. Figura clave en la estrategia internacional de la compañía, impulsó títulos premiados y consolidó su presencia global. Ritter agradeció al equipo y a Dirk Schürhoff su apoyo y señaló que es "el momento de abrir un nuevo capítulo". Beta Cinema destacó su profesionalidad y gran aportación al cine europeo. Ritter mantiene un vínculo estrecho con la industria europea y prepara nuevos proyectos y colaboraciones.

NACE DICINET PARA IMPULSAR EVENTOS Y CONTENIDOS ALTERNATIVOS EN CINES

Dicinet es una nueva plataforma creada para facilitar a los cines la programación de eventos y contenidos alternativos, con el objetivo de dinamizar las salas en días de baja asistencia. El proyecto propone una oferta mensual con al menos tres actividades semanales —desde conciertos o documentales hasta pases temáticos— gestionadas desde una interfaz *online* sencilla. Incluye herramientas de promoción y conexión con el público, y se integra en la "Red de Cines Extraordinarios". El modelo de suscripción es de 349 € al mes por local, más un 10 % de la taquilla.

LA COMUNIDAD DE MADRID FINANCIARÁ LA PRÓXIMA PELÍCULA DE WOODY ALLEN

La Comunidad de Madrid ha adjudicado un contrato de 1,5 millones de euros para la promoción del nuevo largometraje del cineasta, que se rodará íntegramente en la capital e incluirá al menos un 15 % de exteriores en la región. El filme llevará "Madrid" en su título y contará con un reparto internacional.



THE MASTERMIND Y *MAGALLANES* GANAN EX AEQUO LA ESPIGA DE ORO EN LA SEMINCI

Las películas *The Mastermind*, de la estadounidense Kelly Reichardt, y *Magallanes*, del filipino Lav Díaz, compartieron la Espiga de Oro en la 70.ª edición de la SEMINCI. El premio corresponde a 70 mil euros que se dividirán las distribuidoras de las ganadoras. El jurado destacó la potencia visual, la solidez narrativa y el compromiso social de ambas obras. El Festival tuvo este 2025 más de 100 mil espectadores, un 6% más que el año anterior y récord histórico, consolidando su ascenso.

© Getty Images, courtesy of Cine Yelmo (1), Beta Cinema (1)



UNA FIESTA DEL CINE LLENA DE CONTRADICCIONES

LA XXV EDICIÓN DE LA FIESTA DEL CINE, CELEBRADA DEL 3 AL 6 DE NOVIEMBRE, SE HA CERRADO CON MÁS INCÓGNITAS QUE ALEGRÍAS. CON 861.806 ESPECTADORES Y ALGO MÁS DE TRES MILLONES DE EUROS RECAUDADOS, LOS DATOS SUPONEN LA PEOR CIFRA PARA UNA EDICIÓN DE OTOÑO DESDE 2013. LA BUENA NOTICIA, EL CINE NACIONAL BRILLA

por **Fernando Muñoz**

En la segunda edición de la Fiesta del Cine de 2025 ha sobrado cava. Apenas ha superado en 30.000 entradas al evento de junio de 2024 y en poco más de 100.000 a la primera edición tras la pandemia, en mayo de 2022. Las causas del flojo resultado son múltiples. A los factores externos — dos partidos de Champions el martes, lluvias generalizadas y alertas meteorológicas durante toda la semana — se sumó una cartelera débil, sin grandes títulos *mainstream* ni una verdadera "película evento" que arrastrara al público masivo. Sin condiciones favorables ni en la calle ni en las pantallas, la Fiesta del Cine no consiguió su objetivo tradicional: llenar las salas y reactivar la taquilla.

El *top 10* de esta edición lo encabezaron *Los domingos*, *La cena* y *Los tigres*, las tres españolas, seguidas de *A pesar de ti*, *The Black Phone 2*, *Chainsaw Man: La película – El arco de Reze*, *La casa de muñecas de Gabby*, *Together*, *Springsteen: Deliver Me from Nowhere* y *Cuerpos locos*. Por primera vez en la historia de la Fiesta, reinan los títulos nacionales, un dato simbólicamente importante, aunque insuficiente para maquillar el balance general.

El contraste con ediciones previas es evidente. La de junio había registrado 1.295.149 espectadores — un 52 % más que la anterior — con títulos como *Lilo & Stitch*, *Misión imposible: Sentencia final* y *Destino final: Lazos de sangre* liderando la taquilla. Aún más lejos queda la Fiesta de noviembre de 2023, que alcanzó 1.394.058 espectadores gracias al empuje de *Venom: El último baile* y *Robot salvaje*, junto a éxitos como *La infiltrada*, *Terrifier 3*, *Smile 2*, *La sustancia*, *La habitación de al lado* y *Jurado nº 2*.

Esta vez no había superhéroes, ni animación familiar, ni grandes nombres de Hollywood que movilizaran a las audiencias. Ni siquiera el auge del terror reciente, con títulos como *Together*, *Esa cosa con alas*, *Black Phone 2*, *Frankenstein*, *Good Boy*, *Expediente Warren: El último rito* o *Exit 8*, logró atraer al público joven. Solo *Black Phone 2* y *Together* se colaron entre las diez más vistas, según Comscore Movies Spain.

BRILLA EL CINE NACIONAL

El cine español, por su parte, ofreció propuestas de calidad que, aunque sólidas, no arrastraron a las masas. *Los domingos*, *La cena* y *Los tigres* dominaron las tres jornadas, con *Los domingos* liderando martes y miércoles, y *La cena* el jueves. Sin embargo, incluso el martes —día de entradas a 2 euros para mayores— se recaudó menos que el martes anterior. Como apuntaba Mercedes Gamero (DeAPlaneta/De Beta Fiction) en redes, «que la taquilla general del martes siendo la Fiesta del Cine sea inferior a la del martes pasado merece una reflexión general».

El problema, en efecto, no es de calidad sino de perfil de público. Estas son películas adultas, de espectadores fieles y urbanos, pero el evento necesita atraer al público ocasional, al que va al cine un par de veces al año. Y para eso se requieren títulos masivos, *blockbusters* o grandes estrenos capaces de convertir una entrada a 3,50 euros en una cita ineludible.

El supuesto "evento sorpresa" de esta edición, *Chainsaw Man – El arco de Reze*, apenas logró entrar en el *top* a mitad de semana. El martes, día de arranque, ni apareció entre las diez más vistas. ¿Sabía su público que había Fiesta del Cine? ¿Se ha perdido el efecto sorpresa de las primeras ediciones, cuando se agotaban localidades? ¿O la gente joven, directamente, ya no acude ni con precios reducidos? Son preguntas que se suman a las dudas de una industria que atraviesa un 2025 complicado, con la esperanza puesta en los grandes estrenos de final de año: *Wicked II*, *Zootrópolis 2* y *Avatar 3*.

Como termómetro de la situación, la reposición de *Regreso al futuro* por su 40.º aniversario recaudó 340.000 euros durante el fin de semana y se coló en el *top 10* el miércoles y jueves. Un síntoma clásico de debilidad general en la taquilla.

Con todo, hay espacio para el optimismo. El cine adulto español sigue demostrando músculo: *Los domingos* y *Los tigres* conquistaron a su público, y *La cena*, la "comedia seria" con Mario Casas y Alberto San Juan con Franco al fondo, continúa creciendo gracias al boca a oreja. Las películas españolas, cuando se les da tiempo, encuentran su camino. Pero sin Hollywood, las salas no se llenan. Y sin salas llenas, no hay verdadera Fiesta del cine y el cava se queda enfriando en la nevera. BO

PRÓXIMOS



SINGULAR

DIRECCIÓN: Alberto Gastesi
REPARTO: Patricia López Arnaiz, Javier Rey, Miguel Iriarte.
ESTRENO: 28 noviembre

ÍDOLOS

DIRECCIÓN: Mat Whitecross
REPARTO: Óscar Casas, Ana Mena, Claudio Santamaria.
ESTRENO: 23 enero





"CUMBRES BORRASCOSAS"

DIRECCIÓN: Emerald Fennell
REPARTO: Margot Robbie, Jacob Elordi.
ESTRENO: 13 febrero

¡LA NOVIA!

DIRECCIÓN: Maggie Gyllenhaal
REPARTO: Jessie Buckley, Christian Bale, Peter Sarsgaard, Annette Bening, Jake Gyllenhaal, Penélope Cruz.
ESTRENO: 6 marzo



©2025 WARNER BROS. ENT. ALL RIGHTS RESERVED

www.warnerbros.es

ESTRENOS





AMARGA NAVIDAD

DIRECCIÓN: Pedro Almodóvar
REPARTO: Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit, Quim Gutiérrez.
ESTRENO: 20 marzo

MORTAL KOMBAT II

DIRECCIÓN: Simon McQuoid
REPARTO: Karl Urban, Adeline Rudolph, Jessica McNamee, Josh Lawson.
ESTRENO: 8 mayo





TRES DE MÁS

DIRECCIÓN: Mar Olid
REPARTO: Kira Miró, Salva Reina, Luna Fulgencio, Ian Cortegoso.
ESTRENO: 24 julio

EL GATO CON SOMBRERO

DIRECCIÓN: Alessandro Carloni y Erica Rivinoja.
ESTRENO: 6 noviembre



LOS MEXICANOS DE PRIMER SEMESTRE

TOP 2026

UN VISTAZO A AQUELLAS PELÍCULAS QUE VAN A MARCAR UN AÑO CON GRANDES PROMESAS CINEMATOGRÁFICAS INTERNACIONALES Y NACIONALES PARA LA TAQUILLA. SE DIVIDEN EN ÉXITOS SEGUROS, GRANDES APUESTAS Y POSIBLES SORPRESAS

por **Juan Sardà Frouchtmann**

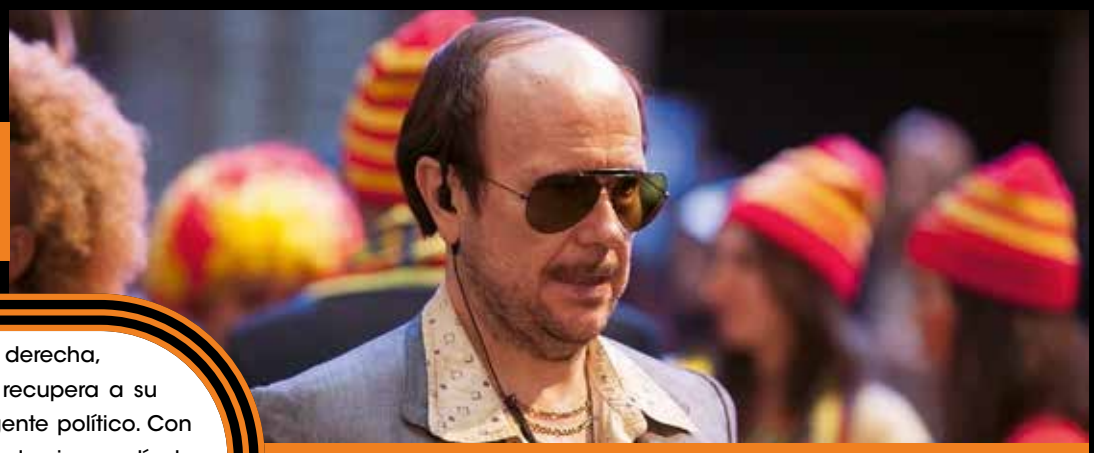
N.B. La selección de películas y las fechas de estreno en el mercado cinematográfico español se han marcado siguiendo el calendario del 14 de noviembre de 2025 y puede sufrir variaciones en el futuro

EXITOS SEGUROS

TORRENTE, PRESIDENTE

FECHA DE ESTRENO:
13 de marzo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Sony



Antes del auge de la extrema derecha, Torrente ya estaba allí. Santiago Segura recupera a su icónico personaje, convertido ahora en dirigente político. Con más de 16 millones de espectadores a lo largo de cinco películas, la saga alcanzó su pico con *Misión en Marbella* (2001, 5,3 millones de entradas). El propio título ya lo dice todo: el policía más facha y casposo de España ha llegado al poder.

FORTALEZAS: La vigencia del personaje en estos tiempos convulsos donde la ultraderecha gana influencia.

INCÓGNITAS: La última entrega (2014) no alcanzó cifras históricas —1,8 millones de espectadores —, aunque el personaje conserva un tirón enorme.

THE SUPER MARIO GALAXY MOVIE

FECHA DE ESTRENO:
3 de abril de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Universal



Hace dos años, *Super Mario Bros.* La película logró congregar a más de 4,3 millones de espectadores y una taquilla supersónica de 27,3 millones de euros. Sin duda, el personaje de videojuego más popular entre generaciones y conocido por el gran público. Aquella cinta reproducía con gran vistosidad visual el universo del videojuego, con sus champiñones parlantes, dragón malvado y princesa en apuros (aguerrida según mandan los cánones actuales). La secuela estaba cantada. *The Super Mario Galaxy* viaja ahora a un planeta distinto al "reino del champiñón" en una nueva aventura en la que Mario deberá salvar al mismísimo universo en una odisea de autosuperación.

FORTALEZAS: El éxito de la primera película y la popularidad del personaje garantizan una excelente recaudación.

INCÓGNITAS: La anterior estaba muy apegada al videojuego original, con una narrativa de empatía inmediata y fuerte efecto nostalgia. El reto será el desarrollo dramático del personaje, hacia donde apuntan las primeras informaciones.

MICHAEL

FECHA DE ESTRENO:
24 de abril de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Universal



El biopic sobre Michael Jackson, figura amada y polémica a partes iguales, no podía ser menos que un proyecto accidentado. Dirigido por Antoine Fuqua (*The Equalizer*) y protagonizado por su sobrino Jaafar Jackson, *Michael* tuvo que reestructurar escenas por cuestiones legales, retrasando su montaje durante meses. Finalmente verá la luz un filme con enorme potencial comercial y el morbo añadido de ver cómo aborda las acusaciones que marcaron al artista.

FORTALEZAS: La música de Jackson sigue siendo universal y su figura mantiene gran atractivo.

INCÓGNITAS: El tratamiento de las acusaciones podría generar rechazo en parte del público.



EL DIABLO VISTE DE PRADA 2

FECHA DE ESTRENO:
1 de mayo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Disney

Con 1,2 millones de espectadores en 2006, *El diablo viste de Prada* tuvo un gran impacto cultural. Meryl Streep, una estrella que sigue vendiendo entradas entre el público adulto, repite como la magnética Miranda Priestley, personaje inspirado en la célebre exdirectora de *Vogue* USA, Anna Wintour. Han pasado veinte años y tanto la moda como el mundo editorial han cambiado mucho. La poderosa y tiránica Miranda ve cómo su mundo se tambalea en una realidad donde las revistas pierden peso frente a las redes sociales y los influencers. "¿Qué es la moda en el mundo contemporáneo?", se pregunta Miranda. Y ahí estará su antigua asistente Andy (Anne Hathaway) para echarle una mano.

FORTALEZAS: El carisma de Meryl Streep, personajes icónicos y un universo glamuroso.

INCÓGNITAS: Han pasado veinte años desde la primera entrega y la comedia americana lo tiene más difícil para arrasar en taquilla.



THE MANDALORIAN & GROGU

FECHA DE ESTRENO:
22 de mayo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Disney

El universo de *Star Wars* es, como el propio universo, infinito. Tras tres exitosas temporadas en Disney+ y dos *spin-offs* (*El libro de Boba Fett* y *Ahsoka*), *The Mandalorian* salta por fin al cine. Dirigida por Jon Favreau, la película sigue de nuevo al cazarrecompensas mandaloriano (Pedro Pascal), acompañado por Grogu, una especie de Yoda "sensible a la fuerza" con poderes sobrenaturales. Se suman Sigourney Weaver como la coronel Ward y Jeremy Allen White como la voz de Rotta de Hutt, hijo de Jabba, procedente de *Star Wars: Clone Wars*.

FORTALEZAS: Favreau ha creado un universo fiel al espíritu original de Lucas, más oscuro y filosófico, que conquista a los fans. La marca Star Wars sigue siendo fortísima.

INCÓGNITAS: Tras tres temporadas y dos spin offs, habrá que ver su tirón en pantalla grande.



TOY STORY 5

FECHA DE ESTRENO:
19 de junio de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Disney

Desde 1995, la saga *Toy Story* ha reunido 13,3 millones de espectadores en España. Cada entrega superó a la anterior: de los 2,6 millones de la primera a los 3,9 de la cuarta en 2019. La quinta parte supone el regreso triunfal de Woody, Buzz Lightyear y Jessie, que gana protagonismo como líder del grupo. La trama gira en torno a la rivalidad entre los "viejos juguetes" y una tableta con forma de rana, Lilypad, que ha cautivado la atención de Bonnie, la niña con la que conviven. Será la batalla definitiva entre los "viejos" muñecos y la era digital.

FORTALEZAS: Pixar regresa a terreno conocido tras el éxito de *Del revés 2*, con personajes entrañables que conectan con padres e hijos.

INCÓGNITAS: El *spin-off* centrado en Buzz Lightyear no funcionó como se esperaba, y Pixar no siempre logra repetir sus mayores triunfos.

GRANDES APUESTAS

ÍDOLOS

FECHA DE ESTRENO:
23 de enero de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Warner



El cine deportivo regresa con fuerza. *Ídolos,* coproducción hispano-italiana dirigida por Mat Whitecross (*Oasis: Supersonic*), sigue a un joven piloto (Óscar Casas) que sueña con llegar a MotoGP y debe reconciliarse con su padre, un entrenador tan brillante como ausente por el que solo siente reproches. Ana Mena interpreta a una tatuadora que será su refugio emocional.

FORTALEZAS: Estrellas jóvenes, alto nivel de producción y emoción deportiva.

INCÓGNITAS: Si logrará conectar con el público general más allá del nicho juvenil.

TRES ADIOSES

FECHA DE ESTRENO:
6 de febrero de 2026

DISTRIBUCIÓN:
BTeam



Tras su éxito en Italia (más de dos millones de euros), Isabel Coixet llega a España con *Tres adioses,* ambientada en una Roma "muy distinta a la de Sorrentino". Protagonizada por Alba Rohrwacher, narra el duelo y la superación de una mujer en sus cuarenta tras ser abandonada por su pareja. La acompaña Francesco Carril, uno de los actores más interesantes del momento.

FORTALEZAS: El talento de Coixet, la buena acogida internacional y una historia universal de abandono y renacimiento.

INCÓGNITAS: Si logrará igualar el éxito de otros títulos recientes de cine de autor español como *Los domingos* o *Sirat.*



CUMBRES BORRASCOSAS

FECHA DE ESTRENO:
13 de febrero de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Warner

Hollywood revisita el gran clásico de Emily Brontë con *Cumbres borrascosas*, dirigida por Emerald Fennell (*Saltburn*). Jacob Elordi encarna a Heathcliff, el implacable amante despechado que regresa para destruir a quienes lo humillaron, mientras Margot Robbie interpreta a Catherine, su amor imposible. Una versión colorista, sensual y de alto voltaje dramático que rompe con el tono sombrío habitual.

FORTALEZAS: La fuerza de la historia y el magnetismo de dos superestrellas con el regreso de Robbie tras *Barbie*.

INCÓGNITAS: Su arriesgada apuesta estética puede fascinar… o dividir.



EL AGENTE SECRETO

FECHA DE ESTRENO:
20 de febrero de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Elástica

Kleber Mendonça firma su película más premiada tras *Doña Clara* y *Bacurau*. Ambientada en 1977, durante la dictadura brasileña, sigue a un profesor (Wagner Moura) que regresa a Recife y se enfrenta a las fuerzas del mal en pleno carnaval. Ganadora de tres premios en Cannes, incluida mejor dirección, promete una combinación fascinante entre thriller político y desgarrador retrato de un país tan turbulento y contradictorio como bello.

FORTALEZAS: Favorita al Oscar, con unanimidad crítica y autor en estado de gracia.

INCÓGNITAS: Que logre trascender el circuito cinéfilo.

HOPPERS

FECHA DE ESTRENO:
6 de marzo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Disney



Pixar redobla apuesta con esta historia original, una fábula ecologista inspirada en el mito de Frankenstein. Una niña logra transferir su cerebro a un castor robótico y, junto a un castor real llamado Rey George, luchará contra un promotor inmobiliario que amenaza su hábitat.

FORTALEZAS: Originalidad, ternura y un mensaje ecológico en la mejor tradición Pixar.

INCÓGNITAS: Mantener el nivel de emoción de sus grandes clásicos.

AMARGA NAVIDAD

FECHA DE ESTRENO:
20 de marzo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Warner



Tras *La habitación de al lado*, Pedro Almodóvar vuelve al español con una historia ambientada en Lanzarote. Bárbara Lennie interpreta a una directora de publicidad que viaja a la isla para superar el duelo por la muerte de su madre. Allí conocerá a un guionista que pondrá en cuestión los límites entre realidad y ficción. Con Leonardo Sbaraglia y Aitana Sánchez-Gijón.

FORTALEZAS: Regreso de Almodóvar a su universo más personal y emocional.

INCÓGNITAS: Si recuperará los números de *Dolor y gloria*, su último gran éxito.

CADA DÍA NACE UN LISTO

FECHA DE ESTRENO:
22 de mayo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
A Contracorriente



Arantxa Echevarría se mueve como pez en el agua entre un cine más autoral (*Carmen y Lola*), el thriller (*La infiltrada*) y la comedia (*Políticamente incorrectos*). En *Cada día nace un listo* practica un género tan patrio como la picaresca con un pletórico Hugo Silva como protagonista. Una "comedia negra" la define Echevarría sobre un pobre diablo, ex estrella de un *talent show*, que se mete a robar un cuadro en casa de un millonario impulsado por su hijo vengativo. Precariedad, thriller y risas en un cóctel explosivo.

FORTALEZAS: La dirección de Echevarría, una trama que aúna lo popular con lo social y un Hugo Silva crecido en su madurez.

INCÓGNITAS: Que la película logre sobresalir más allá de "otra comedia del cine español" porque no lo será.

POSIBLES SORPRESAS



NO HAY OTRA OPCIÓN

FECHA DE ESTRENO:
16 de enero de 2026

DISTRIBUCIÓN:
MUBI

Aclamada en Venecia como "clásico instantáneo", la nueva película de Park Chan-wook (*Oldboy, Decision to Leave*) narra la caída a los infiernos de un hombre despedido tras 25 años de trabajo que, al límite, emprende una sangrienta odisea de venganza. Todo ello, con el característico estilo sincopado y rabiosamente moderno de Chan-wook.

FORTALEZAS: Ovación crítica unánime y calado humano y social.

INCÓGNITAS: Alcanzar al gran público más allá del ámbito cinéfilo.



SEND HELP (ENVIAD AYUDA)

FECHA DE ESTRENO:
30 de enero de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Disney

Sam Raimi, maestro del terror (*Posesión infernal, Spider-Man*), combina horror y sátira social. Tras un accidente de avión, un grupo de empleados queda varado en una isla del Pacífico. Allí, una trabajadora (Rachel McAdams) se rebelará contra su jefe tiránico (Dylan O'Brien) cuando el equilibrio de poder se invierte.

FORTALEZAS: Raimi mezcla géneros con maestría: terror, humor negro y crítica al mundo laboral.

INCÓGNITAS: Atraer tanto a los fans del terror como al público adulto.

LA RESIDENCIA

FECHA DE ESTRENO:
6 de marzo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Vercine



La Inteligencia Artificial se ha convertido en el gran tema de nuestro tiempo. Este *thriller* francés de Yann Gozlan (*El hombre ideal*) narra la historia de una escritora (Cécile de France) que entra en una residencia de artistas "high tech" y desarrolla una inquietante relación de poder con un asistente virtual.

FORTALEZAS: Tratar un tema de máxima actualidad con elegancia e intriga.

INCÓGNITAS: Destacar entre la avalancha de estrenos semanales.

THE DOG STARS

FECHA DE ESTRENO:
27 de marzo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Disney



Tras *Gladiator II*, Ridley Scott adapta el best seller *La constelación del perro*. Jacob Elordi interpreta a un piloto viudo que sobrevive con su perro en un mundo posapocalíptico asolado por una pandemia, hasta que una señal de radio despierta la esperanza.

FORTALEZAS: Scott y la ciencia ficción, una combinación infalible.

INCÓGNITAS: Conquistar tanto al público joven atraído por Elordi como a los fans del director.



MORTAL KOMBAT II

FECHA DE ESTRENO:
8 de mayo de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Warner

Con 1,2 millones de euros en 2021, *Mortal Kombat* anticipó el auge del cine basado en videojuegos que hemos visto con el éxito de *Super Mario Bros. La película* y *Una película de Minecraft*. La secuela, producida por James Wan (*Expediente Warren*), introduce a Johnny Cage (Karl Urban), una estrella de acción venida a menos que se une a Cole Young (Lewis Tan) para derrotar al malvado Shao Khan. Mamporros a gogó en un mundo de fantasía donde la violencia es pura coreografía

FORTALEZAS: La popularidad del videojuego y el momento favorable del género.

INCÓGNITAS: Un público adolescente que puede ser tan entusiasta como imprevisible.



SUPERGIRL: WOMAN OF TOMORROW

FECHA DE ESTRENO:
26 de junio de 2026

DISTRIBUCIÓN:
Warner

Basada en los cómics de Tom King, esta versión más dura y oscura de la "prima de Superman" está protagonizada por Milly Alcock como Kara Zor-El, una joven marcada por la violencia que busca venganza. Le acompaña una niña extraterrestre, Ruthye Marye Knoll. Dirige Craig Gillespie (*Cruella*), dentro de la nueva etapa del Universo DC de James Gunn.

FORTALEZAS: El reciente éxito de *Superman* (8,7 millones de euros) demuestra la vigencia del universo DC.

INCÓGNITAS: El desgaste del género de superhéroes, pese a su mala salud de hierro.

© Getty Images (2), courtesy of Warner (5), Disney (4), Vercine (1), Universal (2), MUBI (1), Elastica (1), Sony (1), Bleam (1), A Contracorriente (1)

LAS OTRAS PRODUCCIONES ESPAÑOLAS MÁS ESPERADAS

El cine español está pisando fuerte y el primer semeste de 2026 dispara con balas de plata. El 1 de enero, *Rondalles* (Beta Fiction), lo nuevo de Sánchez Arévalo, un drama social feel good sobre un pueblo de Galicia que se sobrepone a una tragedia… cantando y bailando. Ese mismo día, *Abuela tremenda* (Disney), comedia familiar con Elena Irureta y Toni Acosta. *Aída y vuelta*, versión cinematográfica de la popular serie con el elenco original, llegará el 30 de enero distribuida por Sony. Más comedia con *La familia Benetón + 2* (Beta Fiction), regreso de Leo Harlem y su familia "diversa" tras el éxito de la primera parte. Hay vida más allá de la comedia. *El vestido* (AF Pictures, 9 de enero) es el regreso de Belén Rueda al género de terror con Frank Ariza como director. Y el 6 de febrero, una joya de autor, *Historias del buen valle* (Wanda), documental de creación dirigido por José Luis Guerín.

CINESA

TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA

LAS PELÍCULAS COMO NUNCA LAS HABÍAS VISTO



DESCUBRE NUESTRAS SALAS:

IMAX®

VIVE LAS PELÍCULAS AL
MÁXIMO

SCREENX

270° DE PURA
MAGIA

Compra ya
tus entradas

CINESA XL

EL PODER DEL CINE
AMPLIFICADO

isense

NUESTRA EXPERIENCIA CINEMATOGRÁFICA
PREMIUM

EL VALOR DE LAS IP MÁS ALLÁ DE LA TAQUILLA

DE DISNEY A NETFLIX, HASTA UNIVERSAL Y MATTEL, LA OMNIPOTENCIA DE LAS IP HA TRANSFORMADO LA PELÍCULA DE PUNTO DE PARTIDA A PIEZA DE UN ECOSISTEMA ECONÓMICO INTEGRADO. DESDE EL NACIMIENTO DE UNIVERSOS NARRATIVOS EXPANDIDOS HASTA LOS PARQUES TEMÁTICOS Y LAS EXPERIENCIAS INMERSIVAS, LA CAPACIDAD DE VALORIZAR Y MONETIZAR UNA HISTORIA EN MÚLTIPLES PLATAFORMAS ES HOY LA CLAVE DE LA VENTAJA COMPETITIVA PARA LOS ESTUDIOS

por **Gabriele Niola**



Desde hace más de dos décadas las propiedades intelectuales se han afirmado como el eje en torno al cual centrar una cadena de explotación económica de la que la película es solo el primer eslabón. El éxito de una película afirma una propiedad intelectual, la hace conocida y la rodea de un aura de fascinación y deseabilidad que luego es explotada también y sobre todo en otros lugares por los estudios, que por ello tienen desde hace tiempo como objetivo la creación, la compra y la gestión del mayor número posible de propiedades intelectuales.

Y de los estudios, el que tiene más experiencia en la gestión de las propiedades intelectuales y está en una fase más avanzada es sin duda Disney, que desde los años cincuenta ha usado sus películas y los personajes de sus películas para crear un ecosistema económico integrado, a partir de los parques temáticos. Ya en 1955, con la apertura de Fantasyland en Disneyland, se presentaban atracciones inspiradas en *Dumbo* y *Blanca Nieves y los siete enanitos*. Disney fue pionera en las licencias para el *merchandising* y en ampliar sus negocios siempre a partir de sus propios personajes.

EL ARTE DE LOS PARQUES TEMÁTICOS

De manera reciente, la apertura en 2012 de *Cars Land*, parte de Disney California Adventure, inauguró una nueva manera de conectar las películas con la experiencia física, recreando la ciudad de Radiator Springs de la película *Cars*. El paso siguiente llegó en 2019 con *Star Wars: Galaxy's Edge*, un área que reproduce al mínimo detalle el planeta Batuu y permite a los huéspedes interactuar con personajes como Kylo Ren y Chewbacca, junto con robots de nueva generación introducidos no solo en los parques sino también en los videojuegos de la saga. Es un modelo de negocio basado en la idea de universos ❯

Imagen de *Star Wars: Galaxy Edge*, parque temático en California

expandidos: los parques temáticos no se limitan ya a replicar las historias vistas en la pantalla, sino que se convierten en espacios narrativos autónomos, capaces de ampliarlos y continuarlos con novedades que luego pueden también entrar en las películas.

Para llegar a esto es necesario trabajar de manera integrada ya en fase de escritura: las unidades de negocio colaboran desde la gestación de una nueva película para desarrollar productos coherentes y coordinados, de modo que la experiencia refleje fielmente la historia madre; así que luego contar sus entresijos y expandir la trama sea aceptado por el público para que no aparezca fuera de contexto o de tono. Es en esta capacidad de alinear por adelantado las diferentes almas del grupo donde Disney ha construido su propia ventaja competitiva, llegando a generar en 2024 más de 34 mil millones de dólares de los productos de consumo y de la parte "experiencias" de la empresa.

ECOSISTEMAS MÁS ALLÁ DEL CINE

Aunque nadie hoy trabaja las propiedades intelectuales como Disney, estas son una parte crucial del negocio ampliado de cada estudio y, por lo tanto, su propiedad de mayor valor. Si en el pasado de hecho el valor estaba ligado principalmente a directores, estrellas y guiones, hoy la palanca más segura es la posesión de IPs que sean obviamente fuertes, pero también reconocibles y escalables. Las historias no se seleccionan solo por su fuerza narrativa, sino también por la posibilidad de ser adaptadas y monetizadas en diferentes formatos y mercados. El público tiende a privilegiar aquello que conoce: personajes, universos y marcas ya consolidadas. Los estudios entonces responden construyendo "ecosistemas de IP", que no se agotan en la taquilla, sino que generan ingresos múltiples y prolongados a través de cine, series, videojuegos, merchandising, eventos y parques temáticos.

La monetización de las IP se produce a lo largo de diferentes directrices: las franquicias y los universos narrativos multiplican el valor y lo mantienen vivo con secuelas, precuelas y *spin-offs*; el *licensing* y el *merchandising* transforman personajes y símbolos en juguetes, ropa y productos editoriales; las plataformas digitales permiten expandir las historias con contenidos originales; el *location-based entertainment* finalmente lleva al público a vivir físicamente los universos narrativos a través de parques, atracciones y experiencias inmersivas.

Para ser implementada con eficacia, esta estrategia requiere en primer lugar sólidas bases legales. No es solo una cuestión de protección de derechos, sino de construir una arquitectura que permita monetizar cada detalle. Al mismo tiempo, los riesgos de este modelo están en la saturación de secuelas y *reboot*, o en la reducción de los espacios para proyectos originales. Para *Squid Game*, una de las propiedades intelectuales mayores de Netflix, el creador cedió los derechos a cambio de una compensación fija, así la plataforma pudo explotar el éxito imprevisto de la serie y obtener solo de ella casi 900 millones de dólares, en negocios accesorios.

LOS MODELOS ALTERNATIVOS

El grupo Comcast, que posee Universal, ha construido su propio *Epic Universe* en Orlando, un parque de más de 7 mil millones de dólares que une IP internas como *Shrek* y *Cómo entrenar a tu dragón* a franquicias tomadas en licencia de otros



El rincón de *Cars* en el parque Disney California Adventure reproduce el pueblo ficticio Radiator Springs



El castillo Hogwarts en la atracción *El mágico mundo de Harry Potter* en Pekín (China)

estudios como *Harry Potter* (cuyas películas son producidas y distribuidas por Warner) y Nintendo. Paralelamente, Universal experimenta también formatos más contenidos, como la atracción de terror permanente de Las Vegas o el parque en Texas pensado para familias, terminando por generar 8,6 mil millones en solo 2024 únicamente de los parques temáticos. Netflix, en cambio, después de algunos intentos iniciales en el campo de las experiencias físicas, como los eventos *pop-up Stranger Things: The Experience* o las instalaciones dedicadas a *Squid Game*, lanzará las *Netflix House*. Se trata de espacios permanentes en centros comerciales que ofrecerán atracciones, restaurantes y *merchandising*. No son parques temáticos, sino una manera más invasiva, inmediata y accesible de ampliar las propiedades intelectuales.

Incluso una propiedad muy grande y conocida como *Barbie* tuvo que esperar el éxito de una película dedicada a ella para que Mattel pudiera desarrollar el *Mattel Adventure Park*, que lleva a los visitantes dentro de una "Barbie Land" física. Y quien en cambio aún tiene propiedades por explotar, como Lionsgate que posee *Hunger Games* y *John Wick*, es considerada un objetivo de posible adquisición para quien busca catálogos fuertes.

El modelo es entonces claro y tan fácilmente replicable, si se poseen las IP correctas. Y no solo en Hollywood. En la India, donde existe un mercado cinematográfico interno muy potente con más de 1200 millones de entradas vendidas en 2024 y un atractivo *star power*, franquicias como *Baahubali* o el *Spy Universe* han demostrado que también en los mercados emergentes los ecosistemas de IP pueden ser extendidos con éxitos a juegos y *merchandising*.

EL CASO DE HARRY POTTER

Destaca el modelo de *Harry Potter*, que es externo a un estudio y colabora cada vez con circunstancias diferentes. Como ya se dijo, en cuanto a parques temáticos, el *Wizarding World* fue realizado con Universal, mientras que Warner tiene derecho a hacer el museo de las películas en Londres además de las nuevas entregas cinematográficas de *Animales Fantásticos*. Desde 2001, o sea, desde la primera película, la propiedad trabaja con LEGO para la parte de juguetes y con EA para los videojuegos ligados a la saga. En unos 25 años de explotación comercial de la IP, sin embargo, es solo desde hace una década cuando terminó la saga literaria, que los productos no cinematográficos se han vuelto cruciales en la expansión de la historia involucrando directamente a Rowling. Por ejemplo, desde 2012 existe *Pottermore*, una base de datos en línea de todo lo que concierne al mundo de *Harry Potter* deseada por la autora J. K. Rowling y pensada junto con Sony, mientras que en 2016 se puso en escena una obra teatral escrita por J. K. Rowling. En este sentido, el estreno en 2026 de una serie de TV HBO (entonces Warner) que adapta de nuevo y desde cero las novelas es un nuevo acto de contemporánea expansión y relanzamiento de la propiedad intelectual para nuevas explotaciones. BO

© Getty Images (3)

ANIMACIÓN EUROPEA: UNA PICA EN FLANDES

LOS RESULTADOS DE LA ANIMACIÓN EUROPEA ENTRE 2017 Y 2025 DEJAN CLARO QUE EL POCO ESPACIO QUE DEJA HOLLYWOOD LO OCUPA LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA, CON *TADEO JONES* COMO ESTANDARTE. EN UN GÉNERO DOMINADO POR LOS GRANDES TAQUILLAZOS ESTADOUNIDENSES, SOLO CINCO PELÍCULAS EUROPEAS SUPERARON EL MILLÓN DE EUROS, AUNQUE ABUNDAN LOS TÍTULOS ENTRE 300.000 Y 900.000 EUROS QUE, SIN GRANDES ALARDES, AYUDAN A SOSTENER LA RED DE SALAS GRACIAS AL TIRÓN DEL PÚBLICO INFANTIL Y FAMILIAR

por **Lino Pulido**

La animación es un pilar básico de la exhibición cinematográfica, un género que ha resistido mucho mejor que otros las incertidumbres pospandemia, incluso robusteciéndose. En 2024, el fenómeno fue espectacular, con hasta cinco películas "de dibujos" entre las diez más vistas, incluyendo a la reina, *Del revés 2*, que por sí sola generó 45,5 millones de euros. En 2025 se ha producido un fenómeno curioso: ya no triunfan tanto las películas de animación como los *live-action* de éxitos previos, como *Lilo y Stitch* (24,3 millones) o *Cómo entrenar a tu dragón* (14,6 millones). Según estimaciones de *Box Office* a partir de datos de Comscore, entre 2014 y 2024 la animación supuso entre el 16 y el 18 % de la taquilla total en España, con una recaudación acumulada cercana a los mil millones de euros. Y este 2025 aún pueden brillar títulos muy esperados como *Zootrópolis 2*, *Bob Esponja: Aventura pirata* o *El rey de reyes*. La animación cumple un principio universal: siempre habrá padres con exigentes niños que necesitan llenar el tiempo de ocio.

En el imaginario popular, hablar de animación es hablar de Hollywood, de Dis-





La belga *El hijo de Bigfoot*, un gran resultado de 3 millones en 2018



Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas, 17,5 millones en 2017

ney, de Pixar o DreamWorks: grandes IPs consolidadas que multiplican sus ingresos en muñecos, videojuegos, menús de comida rápida, atracciones y series. Con costes de producción elevadísimos y campañas globales, la maquinaria audiovisual de Estados Unidos impone su ley con películas que, más allá de su calidad, fijan un listón técnico y narrativo frente al cual las industrias locales tienen difícil competir.

Sin embargo, al observar las 50 películas más taquilleras en el período 2017-2025, la mejor noticia es que la animación española ha logrado consolidarse entre las preferencias del público. Las cuatro primeras películas del ranking son nacionales, encabezadas por el éxito masivo del personaje de *Tadeo Jones*: su secuela de 2017, *El secreto del Rey Midas*, alcanzó unos extraordinarios 17,5 millones de euros, mientras la tercera entrega, *La tabla esmeralda*, sumó 11,8 millones. También triunfan *Momias* (2023, 5,9 millones), que funcionó incluso mejor en el extranjero —con una taquilla mundial de 54 millones de dólares—, y *Buffalo Kids* (2024, 5,2 millones).

La tabla elaborada por *Box Office* con los títulos europeos de animación estrenados en España entre 2017 y 2025 ofrece una panorámica inédita del género en el mercado nacional. En conjunto, estas películas acumulan más de 70 millones de euros de recaudación, de los cuales cerca del 65 % corresponde a producciones españolas. El ingreso medio por título ronda los 850.000 euros, aunque la mediana desciende hasta los 400.000, lo que refleja un mercado polarizado donde solo unos pocos éxitos sostienen la base. Aun así, el flujo constante de estrenos demuestra que la animación europea mantiene una presencia estable y rentable en las salas, contribuyendo de forma decisiva a la diversidad y la continuidad de la programación familiar.

Más allá del fenómeno *Tadeo Jones*, ha surgido en los últimos años un cine español de animación "medio" que también convence, capaz de conectar con el público familiar sin alcanzar cifras millonarias. *La gran aventura de los Lunnis y el libro mágico* (2019), producida por Filmax, recaudó 1,3 millones de euros, demostrando la fuerza de las marcas televisivas en el cine infantil. Le siguió *D'Artacán y los tres mosqueperros* (2021), distribuida por A Contracorriente Films, con 1,18 millones, que recuperó con éxito un clásico de la animación española ochentera. También *Deep* (2017), coproducción entre España, Estados Unidos y Bélgica impulsada por Kraken Films, superó el millón de euros, confirmando que la animación nacional puede competir en el rango comercial medio, con producciones sólidas que aportan continuidad y variedad a la oferta familiar en salas.

Entre los títulos europeos más destacados del periodo sobresalen tres producciones que lograron cifras notables dentro del competitivo mercado español. *El hijo de Bigfoot* (2018), coproducción entre Bélgica y Francia distribuida por Flins & Pinículas, alcanzó los 2,97 millones de euros, consolidándose como uno de los grandes éxitos europeos recientes. La película, centrada en la figura mítica del Bigfoot —equivalente norteamericano del Yeti—, conectó con el público familiar gracias a su mezcla de aventura y ternura. Muy cerca se situó *Cavernícola* (2018), producción británica del legendario estudio Aardman y distribuida por Universal Pictures, que sumó 2,74 millones de euros, confirmando la vigencia de la animación en *stop motion* y del humor artesanal que caracteriza al sello británico. Más reciente, *Flow, un mundo que salvar* (2025), coproducción entre Letonia, Bélgica y Francia distribuida por Adso Films y Filmin, ha superado el millón y medio de euros tras su nominación al Oscar a la mejor película de animación, un reconocimiento que ha impulsado su recorrido en salas y la ha convertido en uno de los fenómenos europeos del año. ❯

TOP 50 PELÍCULAS ANIMACIÓN EUROPEA TAQUILLA ESPAÑA 2017-2025 (YTD)

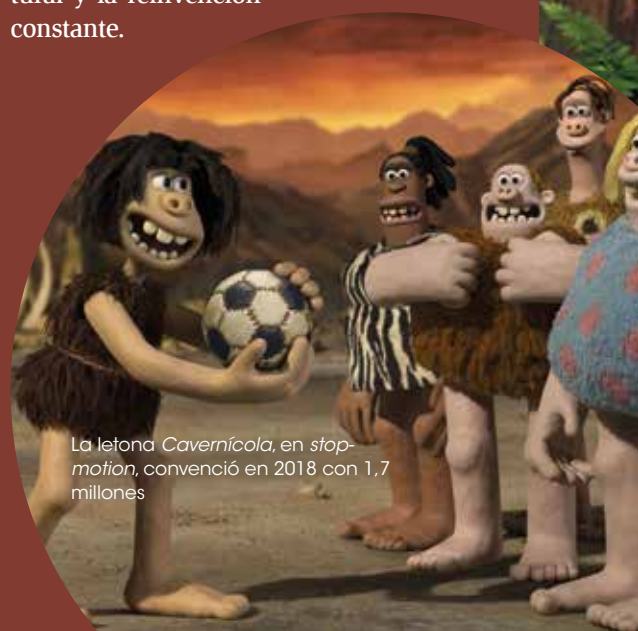
TÍTULO ESPAÑOL	FECHA ESTRENO	NACIONALIDAD	DISTRIBUIDORA	RECAUDACIÓN (€)
TADEO JONES 2: EL SECRETO DEL REY MIDAS	25/08/2017	ESPAÑA	PARAMOUNT PICTURES	17.553.149,00 €
TADEO JONES 3: LA TABLA ESMERALDA	26/08/2022	ESPAÑA	PARAMOUNT PICTURES	11.833.115,00 €
MOMIAS	24/02/2023	ESPAÑA, EE. UU.	WARNER BROS PICTURES INT. ESPAÑA	5.907.165,00 €
BUFFALO KIDS	14/08/2024	ESPAÑA	WARNER BROS PICTURES INT. ESPAÑA	5.227.218,00 €
EL HIJO DE BIGFOOT	02/03/2018	BÉLGICA, FRANCIA	FLINS PINÍCULAS	2.975.178,00 €
CAVERNÍCOLA	26/01/2018	REINO UNIDO	UNIVERSAL PICTURES	2.743.233,00 €
FLOW, UN MUNDO QUE SALVAR	24/01/2025	LETONIA, BÉLGICA, FRANCIA	ADSO FILMS / FILMIN	1.728.120,00 €
LA GRAN AVENTURA DE LOS LUNNIS Y EL LIBRO MÁGICO	18/01/2019	ESPAÑA	FILMAX	1.329.684,00 €
D´ARTACÁN Y LOS TRES MOSQUEPERROS	18/08/2021	ESPAÑA	A CONTRACORRIENTE FILMS	1.184.446,00 €
DEEP	20/10/2017	ESPAÑA, EE. UU., BÉLGICA	KRAKEN FILMS	1.095.494,00 €
UNA FAMILIA FELIZ	23/02/2018	ALEMANIA, REINO UNIDO	BIG PICTURE FILMS	1.034.110,00 €
LUIS Y LOS ALIENÍGENAS	29/06/2018	ALEMANIA, LUXEMBURGO, DINAMARCA	20TH CENTURY STUDIOS	916.939,00 €
EL ASOMBROSO MAURICIO	20/01/2023	REINO UNIDO, ALEMANIA	FLINS PINÍCULAS	867.920,00 €
HOPPER, EL POLLOLIEBRE	28/10/2022	BÉLGICA, FRANCIA	A CONTRACORRIENTE FILMS	857.525,00 €
MAVKA, GUARDIANA DEL BOSQUE	28/04/2023	UCRANIA	SELECTA VISION	838.710,00 €
LA GALLINA TURULECA	01/01/2020	ESPAÑA, ARGENTINA	FILMAX	778.107,00 €
10 VIDAS	02/08/2024	REINO UNIDO, CANADÁ	VÉRTICE CINE	696.417,00 €
EL GRAN PREMIO: A TODO GAS	29/08/2025	ALEMANIA, REINO UNIDO	FLINS PÍNICULAS	614.451,00 €
¡UPSSS! 2: ¿Y AHORA DÓNDE ESTÁ NOÉ?	16/04/2021	IRLANDA, LUXEMBURGO	PLAYARTE	613.538,00 €
EL MALVADO ZORRO FEROZ	01/06/2018	FRANCIA	A CONTRACORRIENTE FILMS	530.394,00 €
LUNÁTICOS	14/01/2022	ALEMANIA, AUSTRIA	FLINS PINÍCULAS	516.463,00 €
LOS BUSCAMUNDOS	23/09/2022	FRANCIA, BÉLGICA	FLINS PINICULAS	487.533,00 €
LA ABEJA MAYA: LOS JUEGOS DE LA MIEL	09/02/2018	ALEMANIA, AUSTRALIA	FLINS PINÍCULAS	479.857,00 €
ROBOT DREAMS	06/12/2023	ESPAÑA, FRANCIA	BTEAM PICTURES	472.229,00 €
PATTI Y LA FURIA DE POSEIDÓN	12/05/2023	FRANCIA	APOLLO FILMS	470.713,00 €
MISIÓN PANDA EN ÁFRICA	11/04/2025	DINAMARCA, PAÍSES BAJOS, FRANCIA, ALEMANIA, ESTONIA	ANGEL FILMS	449.524,00 €
RICHARD LA CIGÜEÑA	12/05/2017	LUXEMBURGO, BÉLGICA, ALEMANIA, NORUEGA	FLINS PINÍCULAS	440.615,00 €
¡VAYA BICHOS!	17/08/2018	FRANCIA, LUXEMBURGO	KARMA FILMS	424.208,00 €
LEO DA VINCI: MISIÓN MONA LISA	13/04/2018	ITALIA	VERCINE	410.186,00 €
SUPERKLAUS	05/12/2024	ESPAÑA, REINO UNIDO	FILMAX	386.743,00 €
INSPECTOR SUN Y LA MALDICIÓN DE LA VIUDA NEGRA	28/12/2022	ESPAÑA	TRIPICTURES	372.925,00 €
HÉROES DE CENTRAL PARK	30/08/2024	BÉLGICA, FRANCIA, ESPAÑA	A CONTRACORRIENTE FILMS	336.422,00 €
EL JINETE DEL DRAGÓN	04/12/2020	ALEMANIA	FLINS PINÍCULAS	335.826,00 €
KAYARA, LA GUERRERA DEL IMPERIO INCA	30/04/2025	PERÚ, ESPAÑA	FLINS PINÍCULAS	297.581,00 €
HEIDI, EL RESCATE DEL LINCE	22/08/2025	ALEMANIA, ESPAÑA, BÉLGICA	SELECTA VISIÓN	280.121,00 €
VIOLETA, EL HADA TRAVIESA	10/03/2023	ALEMANIA, LUXEMBURGO	BETA FICTION	178.423,00 €
UNA FAMILIA FELIZ 2	29/10/2021	ALEMANIA, REINO UNIDO	BIG PICTURE FILMS	175.530,00 €
ELCANO Y MAGALLANES: LA PRIMERA VUELTA AL MUNDO	05/07/2019	ESPAÑA	FILMAX	164.161,00 €
DISPARARON AL PIANISTA	06/10/2023	ESPAÑA, FRANCIA	BTEAM PICTURES	154.953,00 €
UNA NOCHE EN ZOÓPOLIS	25/04/2025	CANADÁ, FRANCIA, BÉLGICA	SIDERAL CINEMA	145.921,00 €
BAMBI, UNA VIDA EN EL BOSQUE	10/01/2025	FRANCIA	A CONTRACORRIENTE FILMS	139.429,00 €
LA TORTUGA ROJA	13/01/2017	FRANCIA, BÉLGICA	KARMA FILMS	126.782,00 €
NORBERT	17/01/2025	ESPAÑA	BUENA VISTA INT. SPAIN	100.604,00 €
RICHARD LA CIGÜEÑA Y LA JOYA PERDIDA	15/09/2023	ALEMANIA, BÉLGICA, NORUEGA	VÉRTIGO FILMS	91.654,00 €
VAMPIRO AL RESCATE	11/08/2023	RUSIA	CINEMARAN / GARBO MEDIA	89.338,00 €
LA VIDA DE CALABACÍN	24/02/2017	SUIZA, FRANCIA	LA AVENTURA	82.343,00 €
EL TESORO DE BARRACUDA	26/09/2025	ESPAÑA	FILMAX	78.907,00 €
DIPLODOCUS	28/03/2025	POLONIA, REP. CHECA, ESLOVAQUIA	VERTIGO	74.301,00 €
GUARDIANES EN LA ÓPERA	08/11/2024	RUSIA	VERCINE	71.510,00 €

Fuente: ICAA/Comscore/Elaboración Box Office

PEQUEÑAS PERO MATONAS

Veinte películas se situaron entre el millón de euros y los 300.000, un rango que demuestra la buena salud de un segmento medio de la animación europea capaz de mantener un flujo constante de títulos con presencia en salas. Entre las más destacadas figuran *Una familia feliz* (1,03 millones) y *Luis y los alienígenas* (916.000 euros), ambas de producción alemana, que confirman la fortaleza de ese país en el terreno familiar. También sobresalen *El asombroso Mauricio* (868.000 euros), coproducción británico-alemana distribuida por Flins & Pinículas, y *Hopper, el polloliebre* (857.000 euros), ejemplo del vigor del cine belga y francés. Dentro de este grupo figuran *Mavka: Guardiana del bosque* (839.000 euros), fenómeno ucraniano de animación digital; la española-argentina *La gallina Turuleca* (778.000 euros); o *10 vidas* (696.000 euros), producción británico-canadiense distribuida por VerCine. En conjunto, estos títulos conforman una franja intermedia de gran valor para la exhibición, ya que aportan continuidad comercial entre los grandes éxitos nacionales y las producciones más pequeñas, asegurando un flujo regular de estrenos europeos capaces de atraer público familiar.

Un factor a tener en cuenta es que la animación europea apenas depende de grandes franquicias. A diferencia del modelo estadounidense, donde el mercado se sostiene sobre sagas y secuelas, la mayoría de los títulos europeos de esta etapa son historias originales o reinterpretaciones de clásicos literarios y populares. Desde *Mavka, guardiana del bosque*, basada en un poema ucraniano del siglo XIX, hasta *Leo Da Vinci: Misión Mona Lisa* o *El jinete del dragón*, buena parte del catálogo europeo bebe de su tradición cultural, adaptando mitos, cuentos o referentes patrimoniales. Las excepciones confirman la regla: marcas como *La abeja Maya*, *Los Lunnis* o *D'Artacán* logran resultados sólidos gracias a su reconocimiento televisivo, pero no existe un universo de franquicias continuado como el que articulan Pixar, DreamWorks o Illumination. En Europa, cada película parte casi de cero en términos de marketing y posicionamiento, lo que explica tanto su diversidad creativa como su fragilidad comercial. Esa carencia de IPs globales es, a la vez, una debilidad industrial y una virtud artística, porque mantiene viva una animación que sigue apostando por la autoría, la identidad cultural y la reinvención constante.



La letona *Cavernícola*, en *stop-motion*, convenció en 2018 con 1,7 millones



La española *Buffalo Kids*, un éxito en 2024 con 5,2 millones

El mapa de la distribución muestra una red diversa pero desequilibrada, donde conviven grandes *majors* y sellos independientes que sostienen buena parte del mercado. Flins Pinículas se consolida como el distribuidor europeo más activo, con títulos como *El asombroso Mauricio* o *El jinete del dragón*, mientras que A Contracorriente Films combina productos familiares como *Hopper* o *El malvado zorro feroz* con apuestas visualmente más autorales. Filmax, además de producir, mantiene presencia constante con títulos como *La gallina Turuleca* o *SuperKlaus*, y VerCine ha destacado por su esfuerzo promocional en campañas recientes como *10 vidas*, donde la inversión en publicidad fue clave para lograr un rendimiento notable. En paralelo, Paramount y Warner gestionan los grandes éxitos nacionales (*Tadeo Jones 2 y 3*, *Momias*, *Buffalo Kids*), demostrando que la visibilidad mediática sigue siendo decisiva. En conjunto, el ecosistema de distribución europea funciona como una red frágil pero esencial, donde los independientes aportan diversidad cultural y los grandes sellos aseguran el alcance comercial que el cine familiar necesita para sostenerse en salas.

La promoción del cine de animación europeo se apoya en estrategias mucho más modestas que las de Hollywood, pero también más específicas y cercanas a su público. Las distribuidoras independientes —como VerCine, Filmax o Flins & Pinículas— centran sus esfuerzos en campañas digitales segmentadas en redes sociales y plataformas de vídeo, dirigidas sobre todo a familias y colegios. En muchos casos, la promoción se complementa con colaboraciones educativas, pases escolares o actividades en librerías y centros culturales, aprovechando el valor formativo de los contenidos. Las películas basadas en personajes conocidos, como *Los Lunnis* o *La abeja Maya*, se benefician de su presencia en televisión y plataformas, que multiplica su visibilidad sin grandes inversiones. En el terreno adulto, títulos como *Robot Dreams* o *Flow* han demostrado que los festivales y los premios internacionales funcionan como su principal herramienta de marketing, generando prestigio, cobertura mediática y un valioso efecto arrastre en taquilla.



La belga *El hijo de Bigfoot* triunfó en 2018 con 3 millones

ANIMACIÓN PARA ADULTOS

Dentro de un panorama dominado por el cine familiar, la animación europea para adultos mantiene una presencia minoritaria pero significativa, capaz de aportar prestigio artístico y diversidad temática. Títulos como *Robot Dreams* o *Dispararon al pianista*, ambos con participación española y un marcado sello autoral, han demostrado que existe un público interesado en propuestas más sofisticadas, aunque sus cifras —en torno al medio millón de euros— se mantengan lejos del gran público. También producciones como *Josep* o *Buñuel en el laberinto de las tortugas* recuerdan el potencial del género como vehículo de memoria, reflexión política y exploración estética. En conjunto, estas obras representan la vertiente más valiente y poética del cine europeo de animación, una línea que no compite con la taquilla familiar, pero que refuerza el prestigio internacional del sector y consolida a España como uno de los polos creativos más sólidos del continente. BO

© Paramount Pictures (1), Warner (2), Flins Pinículas (1), Universal (1)

AYUDAS GENERALES: MENOS DINERO, MÁS MUJERES PREMIADAS



EL ICAA HA CONCEDIDO 26,5 MILLONES DE EUROS A 27 PELÍCULAS Y PRODUCTORAS DISTINTAS, 26 CON LA CUANTÍA MÁXIMA DE UN MILLÓN DE EUROS. EL PRESUPUESTO ES UN 12% INFERIOR A 2024 Y DESTACA QUE SE FINANCIAN PRODUCCIONES CON MAYOR PRESUPUESTO, HAY MÁS MUJERES DIRECTORAS BENEFICIADAS, PELÍCULAS HISTÓRICAS Y GRANDES NOMBRES DEL CINE ESPAÑOL

por **Lino Pulido**

El Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) ha publicado la propuesta provisional del primer procedimiento de ayudas generales a la producción de largometrajes de 2025, con una dotación total de 26,6 millones de euros repartidos entre 27 películas. La ayuda media se sitúa en torno a 985.000 euros por proyecto, con un presupuesto medio de 4,48 millones. De las seleccionadas, el 39,9 % están dirigidas por mujeres, el porcentaje más alto registrado hasta la fecha, mientras que no figura ningún proyecto de animación en esta primera tanda. La práctica totalidad de los títulos reciben la ayuda máxima de 1 millón de euros, salvo *Tre Adioses*, que obtiene 650.000 euros. En 2025 el presupuesto medio de los proyectos subvencionados sube ligeramente (de 4,31 ❯



AYUDAS GENERALES PARA LA PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJE SOBRE PROYECTO

TÍTULO DE PROYECTO	SOLICITANTE /PRODUCTORA GESTORA	PRESUPUESTO (PARTE ESPAÑOLA)	AYUDA SOLICITADA	PUNTOS	IMPORTE PROVISIONAL	PROYECTO DE DIRECTORA	PROYECTO DE ANIMACIÓN
MALINCHE	LA NOCHE TRISTE, A.I.E.	8.015.873,00 €	1.000.000,00 €	90,00	1.000.000,00 €	NO	NO
HIRU OLATUAK	HIRU OLATUAK, A.I.E.	5.000.001,00 €	1.000.000,00 €	88,50	1.000.000,00 €	NO	NO
AMARGA NAVIDAD	EL DESEO D.A., S.L.	11.588.006,00 €	1.000.000,00 €	88,00	1.000.000,00 €	NO	NO
BILBAO 1983	BILBAO 1983 FILMS, A.I.E.	7.200.000,00 €	1.000.000,00 €	87,00	1.000.000,00 €	NO	NO
LOBBY BAR	DAVID Y LAYLA, A.I.E.	3.007.916,00 €	1.000.000,00 €	86,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
LEONES EN INVIERNO	LEONES EN INVIERNO, A.I.E.	7.000.800,00 €	1.000.000,00 €	86,00	1.000.000,00 €	NO	NO
BÚNKER	MOD PRODUCCIONES, S.L.	5.200.000,00 €	1.000.000,00 €	85,00	1.000.000,00 €	NO	NO
PERFECTOS CONOCIDOS	EXTRAÑOS CONOCIDOS, A.I.E.	6.000.000,00 €	1.000.000,00 €	84,00	1.000.000,00 €	NO	NO
LA ROJA	LA ROJA FILM, A.I.E.	5.004.000,00 €	1.000.000,00 €	84,00	1.000.000,00 €	NO	NO
BOULEVARD	AMETS KALEA, A.I.E.	3.900.000,00 €	1.000.000,00 €	83,25	1.000.000,00 €	SÍ	NO
CÓMO VOLÉ SOBRE EL NIDO DEL CUCO	CÓMO VOLÉ, A.I.E.	2.500.000,00 €	1.000.000,00 €	83,00	1.000.000,00 €	NO	NO
SURF LOVE	OCEAN LOVE STORY, A.I.E.	3.634.417,00 €	1.000.000,00 €	83,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
VENGO DE ESE MIEDO	VENGO DE ESE MIEDO, A.I.E.	2.543.060,00 €	1.000.000,00 €	83,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
PEQUEÑAS GRANDES COSAS	PEQUEÑAS GRANDES COSAS, A.I.E.	4.549.104,00 €	1.000.000,00 €	83,00	1.000.000,00 €	NO	NO
HI HA ALGÚ AL JARDÍ	FEELGOOD MEDIA, S.L.	3.700.000,00 €	1.000.000,00 €	82,25	1.000.000,00 €	NO	NO
MESTRES / MAESTRAS	MESTRA MEDIA 2024, A.I.E.	3.195.000,00 €	1.000.000,00 €	82,25	1.000.000,00 €	SÍ	NO
ANOCHECE	ANOCHECE EN GRANADA, A.I.E.	2.501.680,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	NO	NO
TRES ADIOSES	TRES CUENCOS, A.I.E.	1.300.000,00 €	650.000,00 €	82,00	650.000,00 €	SÍ	SÍ
LA BOLA NEGRA	LOS ESQUIADORES, A.I.E.	9.900.000,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	NO	NO
CASTIGO DIVINO	CASTIGO DIVINO, A.I.E.	2.941.925,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	NO	NO
MENUDAS VACACIONES	MENUDAS VACACIONES LA PELÍCULA, A.I.E.	2.579.200,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
UN LUGAR SEGURO	A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	3.700.613,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
SALDREMOS DE ESTA	LAPURRETA ZINEMA, A.I.E.	5.300.000,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
PERIFÈRIQUES	INICIA FILMS, S.L.	2.642.876,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	NO	NO
BYPASS	NO SOLO FILMS, A.I.E.	2.126.500,00 €	1.000.000,00 €	82,00	1.000.000,00 €	SÍ	NO
HASTA QUE LOS NIÑOS NOS SEPAREN	NIÑOS DIVORCIADOS, A.I.E.	3.500.000,00 €	1.000.000,00 €	81,50	1.000.000,00 €	SÍ	NO
SI TE CONTARA	RODSEP, A.I.E.	2.518.496,00 €	1.000.000,00 €	81,25	1.000.000,00 €	NO	NO

Fuente ICAA

M€ a 4,48 M€), lo que confirma la tendencia hacia producciones de gran escala y alto coste. El número de películas beneficiadas baja de 31 a 27, en línea con la reducción del presupuesto total (de 30,3 M€ a 26,6 M€). A diferencia de convocatorias anteriores, ninguno de los títulos seleccionados pertenece al género de animación, aunque sí aparecen algunos entre los proyectos suplentes.

Entre los proyectos seleccionados figuran algunos de los grandes lanzamientos del futuro inmediato del cine español, con una especial querencia por el cine histórico con resonancias profundas. *La bola negra*, la próxima película de los Javis sobre Garcia Lorca, recibe un millón de euros de su presupuesto total de 9,9 millones, el segundo más elevado; *Malinche*, de Morena Films, será un filme sobre la poderosa amante de Hernán Cortés dirigida por Pablo Trapero con 8 mil-



Javier Bardem y Penélope Cruz protagonizarán *Búnker*, de MOD Producciones



DETALLE DE LA DOTACIÓN PARA PROYECTOS REALIZADOS EXCLUSIVAMENTE POR DIRECTORAS*

TÍTULO DE PROYECTO	SOLICITANTE /PRODUCTORA GESTORA	PUNTOS	IMPORTE PROVISIONAL	PROYECTO DE DIRECTORA
LOBBY BAR	DAVID Y LAYLA, A.I.E.	86,00	1.000.000,00 €	SÍ
BOULEVARD	AMETS KALEA, A.I.E.	83,25	1.000.000,00 €	SÍ
SURF LOVE	OCEAN LOVE STORY, A.I.E.	83,00	1.000.000,00 €	SÍ
VENGO DE ESE MIEDO	VENGO DE ESE MIEDO, A.I.E.	83,00	1.000.000,00 €	SÍ
MESTRES / MAESTRAS	MESTRA MEDIA 2024, A.I.E.	82,25	1.000.000,00 €	SÍ
TRES ADIOSES	TRES CUENCOS, A.I.E.	82,00	650.000,00 €	SÍ
MENUDAS VACACIONES	MENUDAS VACACIONES LA PELÍCULA, A.I.E.	82,00	1.000.000,00 €	SÍ
UN LUGAR SEGURO	A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	82,00	1.000.000,00 €	SÍ
SALDREMOS DE ESTA	LAPURRETA ZINEMA, A.I.E.	82,00	1.000.000,00 €	SÍ
BYPASS	NO SOLO FILMS, A.I.E.	82,00	1.000.000,00 €	SÍ
HASTA QUE LOS NIÑOS NOS SEPAREN	NIÑOS DIVORCIADOS, A.I.E.	81,50	1.000.000,00 €	SÍ

(*) En la reserva de proyectos realizados exclusivamente por directoras, en este primer procedimiento se alcanza el 39,96 % del importe concedido en el mismo.
Fuente ICAA

lones presupuestados; destaca también *Bilbao 1983*, con 7,3 millones, ambientado en el año en el que Euskadi sufrió graves inundaciones. La película más cara de las beneficiadas es *Amarga Navidad*, de Pedro Almodóvar, con 11,6 millones de euros de presupuesto. El ICAA solo indica la participación española.

Además de dramas históricos, el ICAA también premia proyectos de alto perfil como *Búnker*, de MOD, con Penélope Cruz y Javier Bardem en el presupuesto en una coproducción con Estados Unidos. *Perfectos conocidos* será la secuela de la muy exitosa *Perfectos desconocidos* (2017, 3,3 millones de espectadores) con Javier Fesser detrás de la cámara. Después del gran éxito de *El 47*, Marcel Barrena regresa con *La roja*, de nuevo con tono social *feel good* sobre un grupo de inmigrantes que forman un equipo de cricket; *Leones en invierno* será un nuevo thriller de Albert Pintó (Tierra de nadie), adaptación de una popular novela.

Los proyectos dirigidos por mujeres han aumentado su presencia del 32 por ciento del año pasado al 39. Los títulos beneficiados son *Lobby Bar* (David y Layla A.I.E.), *Boulevard* (Amets Kalea A.I.E.), *Surf Love* (Ocean Love Story A.I.E.), *Vengo de ese miedo* (Vengo de ese Miedo A.I.E.), *Mestres / Maestras* (Mestra Media 2024 A.I.E.), *Tres Adioses* (Tres Cuencos A.I.E.), *Menudas vacaciones* (Menudas Vacaciones A.I.E.), *Un lugar seguro* (A Contracorriente Films), *Saldremos de esta* (Lapurreta Zinema A.I.E.), *Bypass* (No Solo Films A.I.E.) y *Hasta que los niños nos separen* (Niños Divorciados A.I.E.). Todas reciben la ayuda máxima de 1 millón de euros, salvo *Tre Adioses*, que obtiene 650.000 euros.

Esta resolución corresponde únicamente al primer procedimiento de selección. Aún queda pendiente una segunda convocatoria, que se publicará en los próximos meses y contará con una dotación de 22 millones de euros adicionales. En total, el ICAA destinará en 2025 55 millones de euros a las ayudas generales para la producción de largometrajes, lo que supone 7 millones menos que en 2024 y 2023, una reducción cercana al 12 % respecto a las anualidades anteriores. BO



La bola negra, de los Javis, una superproducción con mucho potencial

© Shutterstock (2), Getty Images (1), courtesy Las Esquiadoras (1)

SER ARTISTA EN EUROPA: VOCACIÓN Y PRECARIEDAD

EN EUROPA TRABAJAN MÁS DE SIETE MILLONES DE PERSONAS EN EL SECTOR CULTURAL Y CREATIVO, EL 60% DE MANERA AUTÓNOMA. LOS CONTRATOS BREVES, LOS INGRESOS IRREGULARES Y LA NECESIDAD DE COMBINAR VARIOS EMPLEOS SURGEN EN UN MARCO LABORAL NO ADAPTADO A ESA INTERMITENCIA. EL OBSERVATORIO AUDIOVISUAL EUROPEO CERTIFICA QUE LOS CREADORES EUROPEOS, A PESAR DEL DINAMISMO CULTURAL Y ECONÓMICO QUE APORTAN, SIGUEN TRABAJANDO EN CONDICIONES DIFÍCILES

por **Pelayo Sánchez**



La precariedad económica de los creadores siempre ha sido un tópico con la clásica imagen del artista muerto de hambre, tan propia de la leyenda del propio arte. Sin embargo, los datos demuestran que para la mayoría de los creadores no se trata de un cliché sino de una (dura) realidad. El Observatorio Audiovisual Europeo (OAO) acaba de hacer público un estudio exhaustivo acerca de la situación social y profesional de los artistas y profesionales creativos en el continente. La investigación, muy completa con sus casi noventa páginas, ofrece un retrato preciso de un

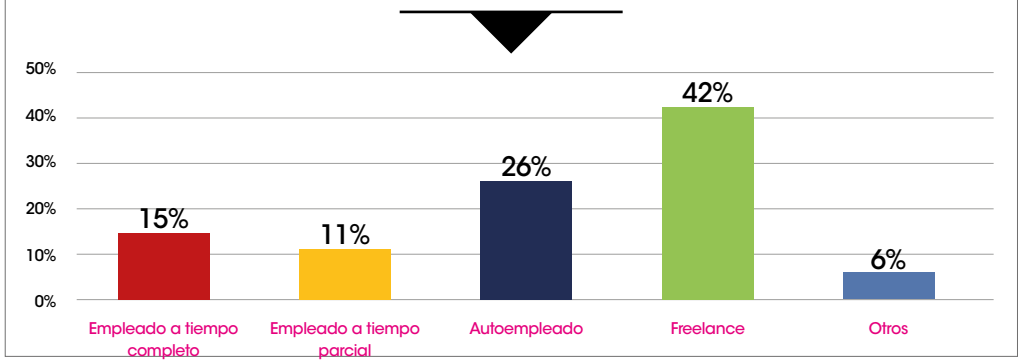
sector que, pese a aportar un enorme dinamismo cultural y económico, opera en condiciones muy frágiles y desiguales.

Los números son elocuentes. El 42% de los trabajadores culturales son *freelance* y el 26% "autoempleados" (tabla 1). Solo un 15% está contratado a tiempo completo. En el caso de los profesionales del audiovisual la precariedad también es la norma. Un 42% de los guionistas y un 34% de los directores tienen un segundo trabajo y en torno a la mitad de ambos gremios lleva cinco años sin un proyecto producido. Entre el 80 y el 90% de los contratos son temporales (tabla 2). La precariedad también se relaciona con el tamaño pequeño de muchas empresas. De esta manera, entre las compañías que se dedican a la producción de películas, video y programas de televisión, así como grabación de sonido y publicación de música, hasta un 50% son "micro" o "pequeñas" (tabla 3).



Tabla 1

TIPO DE EMPLEO DE LOS ENCUESTADOS EN EL SONDEO DE PANTEIA, ARTISTAS Y PROFESIONALES CULTURALES Y CREATIVOS 2024 EN %



Fuente: Panteía, 2024

PRECARIEDAD LABORAL Y DESIGUALDAD DE GÉNERO

Una cuestión clave. Existe un problema de fondo a la hora de delimitar qué significa ser "artista" en un marco europeo. Porque uno de los hallazgos más llamativos del informe es que cada país define la profesión de forma distinta, cuestión que condiciona el acceso a ayudas, seguros o pensiones. Según detalla la investigación de OAO, caben en él quienes se desempeñan en las artes escénicas, las artes visuales, el cine, la música, el diseño, la literatura, los videojuegos o los medios digitales. Sin embargo, esa amplitud choca con ❯

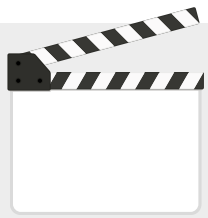
Tabla 2

LA SITUACIÓN DE LOS DIRECTORES Y GUIONISTAS EN LA UE



42%

Guionistas con un segundo trabajo



34%

Directores con un segundo trabajo



55.1%

Directores que no han producido nada en 5 años



49.4%

Guionistas que no han producido nada en 5 años

80-90%

Trabajadores empleados de manera temporal

30%

Autoempleados en el sector cultural

Fuente: Creativesunite

Tabla 3

PRINCIPALES INDICADORES PARA ACTIVIDADES CULTURALES SELECTAS

		NÚMERO DE EMPRESAS (MILES)	NÚMERO DE PERSONAS EMPLEADAS (MILES)	VALOR AÑADIDO (€ MILLONES)
Largometraje cinematográfico, vídeo y producción de programas de televsión, grabación de sonido y actividades de publicación de música	Todas las empresas	181.6	:	28.100
	Todas las EM (%)	:	80.6	72.4
	- micro (%)	:	46.1	31.0
	- pequeña (%)	2.2	17.9	19.0
	- media (%)	0.4	16.6	22.5
	Large (%)	0.1	19.4	27.7
Actividades de emisión y programacion	Todas las empresas	8.8	153.0	14 534.8
	EM Empresa media (%)	99.1	33.0	22.3
	- micro (%)	88.0	9.4	3.2
	- pequeña (%)	8.9	10.4	6.1
	- media (%)	2.1	13.2	13.0
	Large (%)	0.9	67.3	77.7

Fuente: Eurostat

marcos nacionales fragmentados y, a menudo, desactualizados. En este sentido, la falta de un consenso conceptual tiene consecuencias prácticas: sin una definición legal clara, no hay derechos homogéneos. Los sistemas fiscales, los seguros o los convenios colectivos varían de forma drástica entre un país y otro, y eso convierte a la movilidad —una característica esencial del trabajo artístico contemporáneo— en una carrera plagada de obstáculos burocráticos.

Si bien, a nivel internacional, organismos como la UNESCO y la OIT llevan décadas insistiendo en la necesidad de garantizar libertad creativa y protección social, la aplicación concreta depende de cada Estado miembro. La Unión Europea, que carece de competencias directas en materia laboral, actúa de forma indirecta a través de directivas sobre coordinación de la seguridad social, recomendaciones y programas como *Europa Creativa*. La consecuencia de ello es un paisaje desigual: unos pocos países reconocen la intermitencia del trabajo artístico, pero la mayoría continúa aplicando normas pensadas para autónomos comunes, ajenas a las particularidades del sector. Esta fragmentación legislativa genera especial incertidumbre en quienes trabajan de forma transnacional:



las diferencias fiscales, las normas de cotización o los límites de los seguros sociales varían tanto que muchos artistas quedan literalmente “entre sistemas”, sin posibilidad de tener cobertura completa en ninguno. Esta fragmentación normativa contrasta con un sector. Como vemos en tabla 4, hasta un 33% asegura trabajar con países distintos al propio de manera frecuente y un 50% de forma ocasional. En el caso del audiovisual (tabla 5), son hasta un 55% quienes aseguran trabajar de manera regular a nivel internacional.

No todos los países son iguales. El estudio destaca como ejemplos virtuosos los casos de Francia, Bélgica y Austria, países en los que existen marcos legales específicos. En Francia, por ejemplo, el régimen de los *intermittents du spectacle* otorga acceso a seguro de desempleo y cotización por días trabajados, una fórmula que permite cierta estabilidad dentro de la incertidumbre. Bélgica, por su parte, dispone de un estatus híbrido entre trabajador asalariado y autónomo, mientras que Austria ofrece deducciones fiscales y seguros adaptados a ingresos variables.

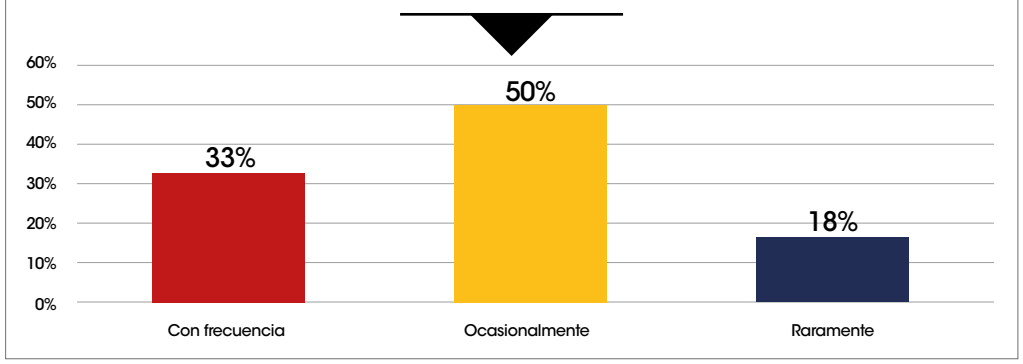
Respecto a España, el documento valora de manera muy positiva la aprobación del Estatuto del Artista, un conjunto de medidas legislativas (principalmente el Real Decreto-ley 1/2023) que busca mejorar las condiciones laborales, fiscales y de seguridad social de los profesionales del sector cultural. Señala el OAO: «Una de las principales novedades de esta reforma legal es la creación del contrato laboral artístico, que reconoce el carácter intermitente y basado en proyectos de las actividades artísticas. Este contrato permite tanto contrataciones indefinidas como de duración determinada, adaptándose a las distintas formas de expresión artística y a los calendarios de producción. Además, la definición de actuación pública se ha ampliado para incluir no solo las representaciones escénicas, sino también las actividades técnicas y auxiliares, reflejando la evolución del trabajo cultural».

LOS SEIS RETOS DEL TRABAJO ARTÍSTICO

Seis son los grandes retos que identifica el estudio del Observatorio Audiovisual Europeo, condicionantes fundamentales del futuro del trabajo artístico en todo el continente. A los ya señalados —la precariedad, la desigualdad de género y los problemas de la movilidad transfronteriza— se suman una protección social desigual, con coberturas parciales o inexistentes en pensiones, desempleo y sanidad; la cuestión de la digitalización y las nuevas formas de empleo, mediante plataformas, algoritmos y contenidos *online*, que modifican profundamente la relación entre creación y remuneración; y la débil acción colectiva, propia de un sector fragmentado y de escasa afiliación sindical, aspecto que limita la capacidad de los profesionales para organizarse, defender sus derechos y luchar por mejorar sus condiciones. Porque la representatividad sigue siendo baja: muchos artistas, ya sea por desconfianza, falta de tiempo o trabajar en solitario, no se integran en estructuras de defensa colectiva. Y sin esa masa crítica, advierte el Observatorio, resulta difícil influir en las políticas públicas o negociar con eficacia ante las instituciones europeas.

Tabla 4

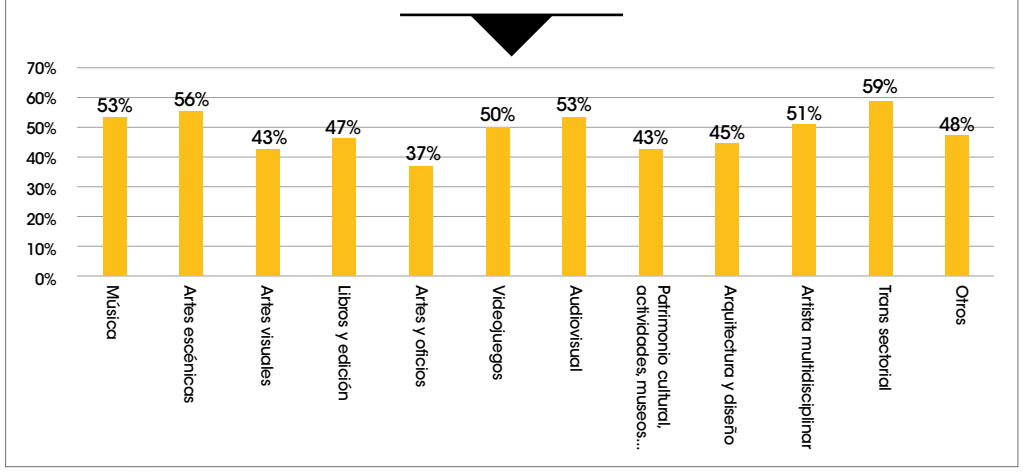
FRECUENCIA DE MOVILIDAD DE ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR CREATIVO/CULTURAL QUE DICEN TRABAJAR FUERA DE SUS FRONTERAS



Fuente: Panteía, 2024

Tabla 5

PORCENTAJE DE ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR CREATIVO/ CULTURAL QUE DICEN TRABAJAR FUERA DE SUS FRONTERAS POR SECTORES



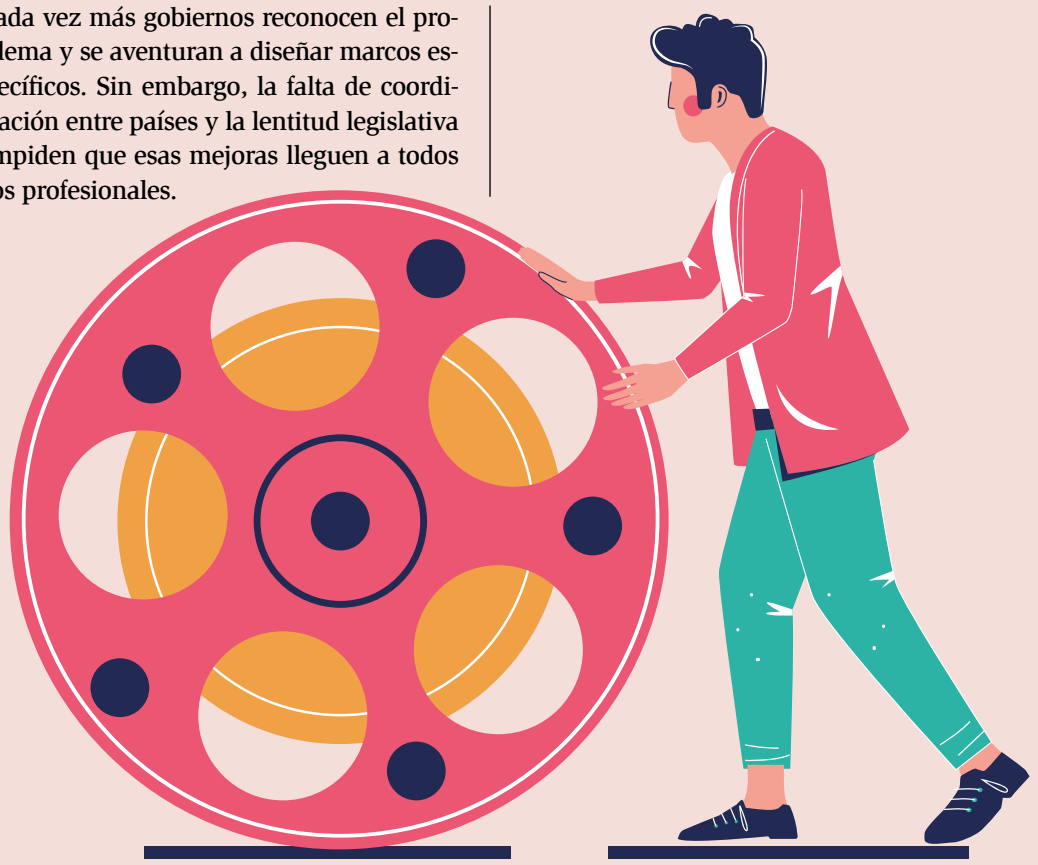
Fuente: Panteia, 2024

El documento propone cuatro líneas de acción prioritarias. En primer lugar, el reconocimiento profesional, que implica definir legalmente la figura del artista y del trabajador cultural para facilitar el acceso a derechos sociales. En segundo, las políticas de movilidad, destinadas a simplificar los trámites y garantizar la continuidad de las cotizaciones entre países. La tercera línea es la adaptación a la era digital, mediante la actualización de las normas laborales y de propiedad intelectual para adecuarlas a las nuevas formas de creación y distribución. Por último, se destaca el fortalecimiento de sindicatos, redes y asociaciones europeas capaces de defender de manera efectiva los intereses del sector. Finalmente, el estudio lanza una advertencia política: la cultura no puede sostenerse solo en la vocación individual. Si Europa quiere preservar su diversidad creativa y su peso en la economía global, debe garantizar condiciones dignas para aquellas personas que la hacen posible. Un pacto europeo por los artistas —que armonice criterios de reconocimiento, cotización y movilidad— sería, según el OAO, una herramienta decisiva para consolidar un espacio cultural verdaderamente integrado. BO

Pese a esta difícil situación, el OEA muestra esperanza en el diálogo social: allí donde existen sindicatos activos, asociaciones profesionales y acuerdos colectivos las condiciones laborales son siempre más sólidas. En el sector audiovisual, por ejemplo, se han establecido convenios que regulan salarios mínimos, tiempos de descanso o compensaciones por derechos de autor, incluso para trabajadores autónomos. En este sentido, el informe lo deja claro: la acción colectiva y la cooperación transnacional son esenciales para reducir la precariedad y promover estándares comunes de protección.

UNA LUCHA POR EL FUTURO

Las conclusiones del informe no son pesimistas, pero sí realistas. La cultura europea —vibrante, diversa, tecnológicamente avanzada— descansa en un tejido laboral frágil, en el que la pasión por la creación convive con la inseguridad económica. El Observatorio también constata avances en la conciencia institucional: cada vez más gobiernos reconocen el problema y se aventuran a diseñar marcos específicos. Sin embargo, la falta de coordinación entre países y la lentitud legislativa impiden que esas mejoras lleguen a todos los profesionales.



© Shutterstock

A LOS ESPAÑOLES YA LES GUSTA EL CINE: A VER SI VAN MÁS

LA *ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES EN ESPAÑA 2024-2025* APUNTA EN POSITIVO: UNO DE CADA DOS ESPAÑOLES VA AL CINE, UN 20 % MÁS QUE HACE DOS AÑOS, Y CONSUMIR CONTENIDOS AUDIOVISUALES ES LA ACTIVIDAD CULTURAL PREFERIDA (80%), MIENTRAS VALORAN CON UN 8,2 SU EXPERIENCIA EN SALA. SON, SOBRE TODO, LOS JÓVENES (19,1%) Y LOS URBANITAS QUIENES VAN AL CINE, Y LA VALORACIÓN DEL CINE ESPAÑOL HA SUBIDO SIETE PUNTOS EN 15 AÑOS HASTA EL 6,9. EL RETO, VOLVER A LAS CIFRAS PREPANDEMIA, PARECE AL ALCANCE DE LA MANO

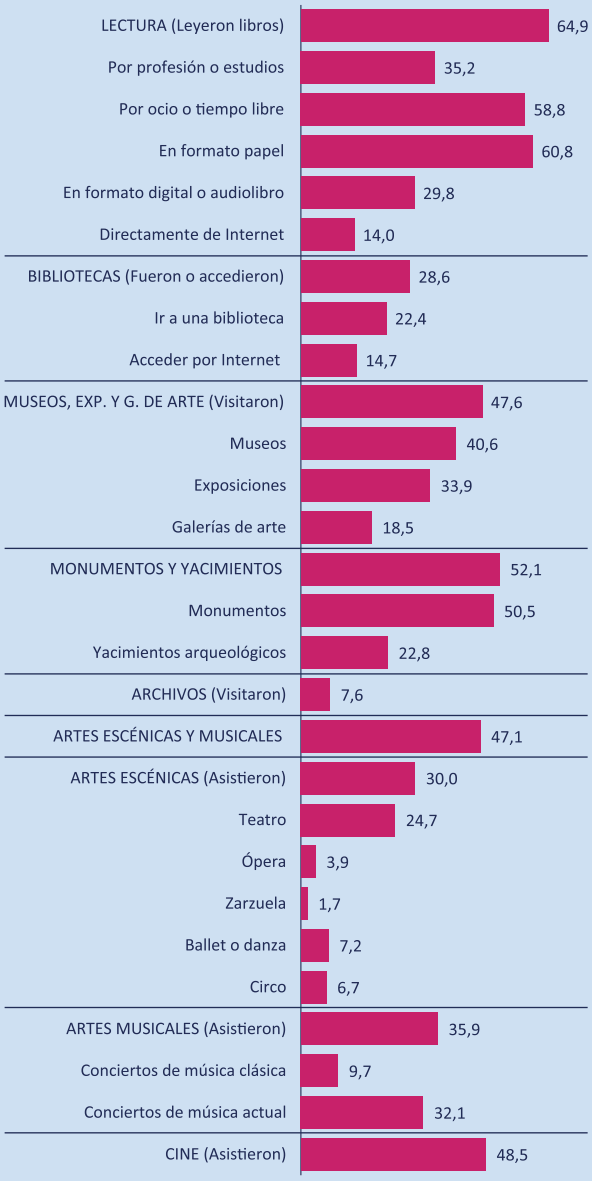
por **Begoña Donat**



Tras el temor experimentado con la COVID-19, la cultura en España vive un momento de recuperación histórica e ir al cine sigue siendo una de las experiencias culturales favoritas, aunque sin alcanzar aún las cifras previas a la crisis sanitaria. La Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2024-2025, presentada por el Ministerio de Cultura, refleja que casi la mitad de la población, un 48,5%, acudió a las salas al menos una vez en el último año (tabla 1), siendo la cuarta actividad más popular, solo por detrás de la lectura (64,9%) y casi empatado con otra gratuita como visitar monumentos y yacimientos (52,1%) y museos (50,5%). Si observamos la evolución (tabla 2), el porcentaje es el mismo que en 2010 y

Tabla 1.

PRINCIPALES INDICADORES ANUALES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL
(EN PORCENTAJE)



Fuente: Ministerio de Cultura



Tabla 2.

PERSONAS QUE REALIZARON O SUELEN REALIZAR ACTIVIDADES CULTURALES EN DIVERSOS PERIODOS SEGÚN SEXO POR ÁMBITO CULTURAL
(EN PORCENTAJE DEL TOTAL DE CADA COLECTIVO)

EN EL ÚLTIMO AÑO	Total					Hombres					Mujeres				
	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025
MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERÍAS DE ARTE *(Visitaron)*	37,9	39,4	46,7	25,5	47,6	38,1	38,8	46,5	26,5	46,2	37,6	40,1	46,9	24,6	48,9
Museos	30,6	33,2	40,5	20,1	40,6	30,7	32,3	40,0	20,8	39,4	30,5	34,2	40,9	19,5	41,8
Exposiciones	25,7	23,8	29,8	14,5	33,9	25,2	23,5	29,7	15,2	32,5	26,2	24,1	29,9	13,9	35,2
Galerías de arte	13,6	12,7	16,0	6,9	18,5	13,5	12,0	15,0	7,7	17,4	13,7	13,4	17,0	6,1	19,6
MONUMENTOS Y YACIMIENTOS *(Visitaron)*	40,7	42,8	50,8	28,2	52,1	42,7	43,2	51,7	30,0	52,9	38,8	42,3	50,0	26,6	51,4
Monumentos	39,5	41,4	49,3	26,4	50,5	41,2	41,9	50,2	28,0	51,1	37,8	41,0	48,4	24,9	49,9
Yacimientos arqueológicos	13,9	16,6	21,8	11,6	22,8	15,6	16,9	22,9	13,7	24,1	12,3	16,3	20,8	9,6	21,6
ARCHIVOS *(Visitaron)*	5,0	5,6	7,1	3,5	7,6	5,3	6,3	7,6	3,7	8,2	4,6	4,9	6,6	3,3	7,1
BIBLIOTECAS *(Fueron o accedieron)*	24,9	25,6	26,8	18,4	28,6	23,7	23,4	24,8	16,9	25,6	26,0	27,7	28,8	19,7	31,4
Ir a una biblioteca	20,5	22,7	23,0	15,0	22,4	18,6	20,2	20,6	13,7	19,5	22,3	25,2	25,2	16,3	25,1
Acceder por Internet	9,6	7,9	9,9	6,8	14,7	10,2	7,5	9,6	6,2	13,6	9,1	8,3	10,2	7,4	15,7
LECTURA *(Leyeron libros)*	58,7	62,2	65,8	61,7	64,9	56,0	57,6	62,0	58,1	61,4	61,2	66,5	69,4	65,1	68,2
Relacionados con la profesión o estudios	27,4	29,0	33,5	29,2	35,2	30,3	30,9	35,2	30,6	36,2	24,5	27,3	31,9	27,8	34,3
No relacionados con la profesión o estudios	52,3	56,0	59,5	55,8	58,8	47,2	49,4	53,5	50,9	53,6	57,2	62,3	65,1	60,4	63,8
En formato papel	58,3	59,0	61,9	57,8	60,8	55,5	54,4	57,9	54,3	56,8	60,9	63,3	65,7	61,2	64,7
En formato digital o audiolibro	6,5	17,7	20,2	24,4	29,8	8,2	17,2	19,8	23,7	29,1	4,8	18,2	20,6	25,1	30,4
Directamente de Internet	4,1	5,7	9,9	8,6	14,0	5,0	6,6	10,8	9,1	15,5	3,2	4,9	9,1	8,1	12,6
ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES *(Asistieron)*	43,7	43,5	46,8	19,9	47,1	44,4	42,5	46,1	19,2	44,8	43,0	44,4	47,5	20,6	49,3
ARTES ESCÉNICAS *(Asistieron)*	27,8	29,9	30,8	10,5	30,0	25,0	26,8	27,8	9,7	26,6	30,5	32,9	33,7	11,3	33,2
Teatro	19,0	23,2	24,5	8,2	24,7	17,0	20,6	22,0	7,5	21,4	21,0	25,7	26,8	8,8	27,8
Ópera	2,6	2,6	3,3	0,9	3,9	2,7	2,2	2,8	1,0	3,6	2,5	3,1	3,8	0,9	4,1
Zarzuela	1,6	1,8	1,5	0,4	1,7	1,5	1,3	1,4	0,4	1,4	1,6	2,2	1,6	0,3	2,0
Ballet o danza	6,1	7,0	8,0	2,0	7,2	4,8	5,3	5,7	1,7	5,1	7,4	8,6	10,1	2,3	9,2
Circo	8,2	7,7	7,3	1,6	6,7	7,7	7,6	7,1	1,7	6,9	8,6	7,8	7,4	1,4	6,4
ARTES MUSICALES *(Asistieron)*	30,2	29,2	34,2	12,9	35,9	32,9	30,0	35,2	13,0	34,7	27,6	28,4	33,2	12,8	37,0
Conciertos de música clásica	7,7	8,6	9,4	3,9	9,7	7,6	7,9	9,3	4,0	8,9	7,8	9,2	9,5	3,9	10,5
Conciertos de música actual	25,9	24,5	30,1	10,4	32,1	29,0	25,9	31,6	10,6	31,2	22,9	23,2	28,7	10,1	32,9
CINE *(Asistieron)*	49,1	54,0	57,8	27,7	48,5	50,5	54,4	58,4	28,1	47,9	47,7	53,6	57,3	27,4	49,0

AL MENOS UNA VEZ AL MES	Total					Hombres					Mujeres				
	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025
ESCUCHAR MÚSICA *(Suelen escuchar)*	82,7	85,5	85,8	84,4	77,8	84,7	87,4	86,7	84,7	79,3	80,7	83,8	84,9	84,1	76,4
En el ordenador o directamente de Internet	17,3	26,2	40,8	43,1	48,1	19,6	29,1	42,8	45,1	51,0	15,0	23,5	38,9	41,2	45,3
PUBLICACIONES PERIÓDICAS *(Suelen leer)*	80,4	79,7	76,9	71,1	66,9	85,9	84,8	82,3	75,9	72,5	75,1	74,8	71,8	66,5	61,6
Directamente en Internet	14,4	26,8	42,9	49,0	49,4	19,0	33,2	48,1	52,7	55,7	10,0	20,7	37,9	45,4	43,4
Gratuitas	37,5	51,8	61,2	58,8	59,3	41,6	58,9	67,7	63,7	65,7	33,6	45,0	55,1	54,1	53,1
Prensa diaria de información general	71,5	70,4	69,7	65,2	59,7	78,3	77,8	76,3	70,0	64,9	64,9	63,4	63,3	60,6	54,8
Prensa deportiva	32,8	34,5	34,6	32,5	31,8	57,0	60,1	57,6	50,8	52,4	9,6	10,1	12,8	15,1	12,3
Revistas culturales	17,7	20,6	22,7	18,9	19,9	19,1	21,2	22,7	18,9	21,7	16,3	19,9	22,7	18,9	18,3
AUDIOVISUALES *(Suelen ver o escuchar)*															
Radio	77,1	76,8	75,4	66,9	56,6	79,6	80,1	77,3	69,5	58,7	74,7	73,6	73,6	64,5	54,6
Directamente en Internet	8,4	10,4	13,3	18,4	18,5	10,2	12,2	14,9	19,4	21,2	6,7	8,8	11,7	17,4	16,0
Contenidos Audiovisuales	49,6	42,1	61,8	76,2	81,0	53,5	46,6	63,5	76,7	81,1	46,0	37,8	60,2	75,8	80,9
Directamente en Internet	6,8	12,3	22,5	21,6	25,8	8,1	14,9	24,6	23,3	29,4	5,6	9,9	20,5	19,9	22,4
Televisión	96,7	95,5	90,9	85,0	73,2	96,8	94,9	90,0	84,3	71,4	96,7	96,1	91,8	85,7	75,0
Directamente en Internet	5,9	8,9	13,5	22,6	21,3	7,1	10,1	14,8	23,3	22,0	4,7	7,7	12,2	21,9	20,6
VIDEOJUEGOS *(Suelen jugar)*	13,7	13,8	13,8	14,8	19,3	20,6	20,2	20,8	20,7	27,3	7,1	7,8	7,1	9,2	11,8

Fuente: Ministerio de Cultura

ha crecido más de veinte puntos desde la última encuesta, 2020-2021, en pleno meollo de la pandemia. Más buenas noticias (tabla 3): el esfuerzo inversor de los cines por modernizar sus instalaciones da dividendos. Según el último informe de FECE con datos de 2024, las empresas de exhibición han gastado más de 150 millones de euros en renovación de equipos y mejora del confort. Los espectadores lo han agradecido: en 2010-2011, el grado de satisfacción de la experiencia en salas fue del 7,7 y ahora se sitúa en 8,2. Y otro buen dato (tabla 4): a los españoles les gusta su cine, y cada vez más. Si en 2010-2011 lo valoraban con un 6,2, ❯

Tabla 3.

VALORACIÓN MEDIA DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA ÚLTIMA VEZ QUE REALIZARON ACTIVIDADES CULTURALES EN UN AÑO SEGÚN SEXO
(VALORES DE 0 A 10)

EN EL ÚLTIMO AÑO	Total					Hombres					Mujeres				
	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2024-2025
MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERÍAS DE ARTE *(Visitaron)*															
Museos	8,2	8,3	8,2	8,5	8,3	8,1	8,1	8,1	8,4	8,1	8,3	8,4	8,4	8,6	8,4
Exposiciones	-	-	7,8	8,1	7,8	-	-	7,6	8,0	7,5	-	-	8,0	8,2	8,0
Galerías de arte	-	-	7,8	8,0	7,7	-	-	7,6	7,9	7,5	-	-	8,0	8,2	8,0
MONUMENTOS Y YACIMIENTOS *(Visitaron)*															
Monumentos	-	-	8,3	8,5	8,1	-	-	8,1	8,4	8,0	-	-	8,4	8,7	8,3
Yacimientos arqueológicos	-	-	8,2	8,4	7,9	-	-	8,1	8,3	7,8	-	-	8,3	8,5	8,0
ARCHIVOS *(Visitaron)*	-	-	7,6	7,6	7,1	-	-	7,5	7,5	7,0	-	-	7,6	7,8	7,3
BIBLIOTECAS *(Fueron o accedieron)*															
Ir a una biblioteca	7,9	8,0	8,2	7,8	8,3	7,8	7,9	8,1	7,7	8,1	8,0	8,1	8,4	7,8	8,5
Acceder por Internet	-	8,0	8,0	8,0	7,1	-	7,9	8,0	7,9	6,9	-	8,1	8,0	8,1	7,2
ARTES ESCÉNICAS *(Asistieron)*															
Teatro	8,2	8,3	8,4	8,7	8,5	8,0	8,1	8,3	8,5	8,5	8,4	8,4	8,5	8,8	8,6
Ópera	8,4	8,3	8,7	8,7	8,5	8,3	8,2	8,5	8,7	8,6	8,4	8,4	8,7	8,7	8,5
Zarzuela	8,2	8,4	8,4	8,6	8,3	7,9	8,3	8,5	8,8	8,3	8,5	8,5	8,3	8,4	8,3
Ballet o danza	8,5	8,4	8,7	8,8	8,7	8,3	8,1	8,4	8,6	8,4	8,6	8,6	8,9	9,0	8,8
Circo	-	7,8	8,1	8,4	8,3	-	7,8	8,0	8,2	8,1	-	7,9	8,2	8,7	8,5
ARTES MUSICALES *(Asistieron)*															
Conciertos de música clásica	8,5	8,5	8,7	8,7	8,7	8,3	8,4	8,5	8,7	8,6	8,7	8,6	8,8	8,7	8,8
Conciertos de música actual	8,4	8,4	8,7	8,8	8,8	8,3	8,3	8,5	8,6	8,7	8,5	8,5	8,8	8,9	9,0
CINE *(Asistieron)*	7,7	7,9	8,0	8,1	8,1	7,6	7,8	7,9	7,9	8,0	7,9	7,9	8,0	8,2	8,2

Fuente: Ministerio de Cultura

en esta última la nota sube hasta el 6,9. Curiosamente, gusta más a las mujeres (7,1) que a los hombres (6,6). El cine europeo también recibe una buena valoración (6,7), mientras el norteamericano sigue siendo el rey con una media de 7,3. Eso sí, Hollywood ha perdido tres décimas respecto al 7,6 de hace quince años. El reto para las salas es regresar a los excelentes números de 2018-2019, cuando la asistencia subió hasta 57,8%, o incluso 2014-2015, con 54%. Otro dato positivo: entre las personas "que suelen realizar actividades culturales" (tabla 5), ver contenidos audiovisuales es la más popular, por encima de escuchar música (77,8%) y ver la televisión (73,2%).



Tabla 4.

VALORACIÓN MEDIA DEL CINE ESPAÑOL, EUROPEO, AMERICANO Y ASIÁTICO PARA LOS QUE HAN IDO AL CINE EL ÚLTIMO AÑO

(VALORES DE 0 A 10)

	Cine español	Cine europeo	Cine asiático	Cine norteamericano	Cine latinoamericano	Otros
TOTAL	**6,9**	**6,7**	**4,5**	**7,3**	**4,8**	**4,8**
SEXO						
Hombres	6,6	6,5	4,6	7,4	4,8	4,8
Mujeres	7,1	6,9	4,4	7,3	4,9	4,8
EDAD						
De 15 a 19 años	6,6	7,0	4,1	7,5	4,5	5,0
De 20 a 24 años	6,5	6,8	4,6	7,5	4,8	4,9
De 25 a 34 años	6,6	6,7	4,8	7,5	5,1	4,8
De 35 a 44 años	6,8	6,4	4,5	7,3	4,7	4,7
De 45 a 54 años	7,1	6,7	4,6	7,3	4,9	4,8
De 55 a 64 años	7,2	6,7	4,3	7,2	4,8	4,7
De 65 a 74 años	7,0	6,8	4,3	6,9	4,9	5,1
De 75 años en adelante	6,9	6,7	3,9	7,1	4,7	4,5
SITUACIÓN PERSONAL						
Soltero en casa de sus padres	6,5	6,7	4,5	7,6	4,7	4,8
Soltero independiente, divorciado separado o viudo (con o sin hijos)	7,0	6,8	4,6	7,2	5,0	4,7
Casado o en pareja						
-Sin hijos	6,8	6,7	4,9	7,5	5,0	4,9
-Con hijos menores de 18 años	7,1	6,6	4,4	7,3	4,9	4,8
-Con hijos de 18 años en adelante en casa	7,1	6,6	4,2	7,2	4,8	4,8
-Viviendo solos (con hijos mayores)	7,0	6,7	4,0	6,9	4,7	4,7
Otros	7,1	6,9	4,5	7,1	4,7	5,1
NIVEL DE ESTUDIOS						
Primera etapa de educación secundaria e inferior	6,9	6,6	4,1	7,2	4,7	4,8
Educación primaria e inferior	6,9	6,4	3,6	7,0	4,3	4,7
Primera etapa de educación secundaria	6,9	6,7	4,2	7,3	4,8	4,8
Segunda etapa de educación secundaria	6,8	6,7	4,6	7,4	4,9	4,9
Orientación general	6,8	6,7	4,7	7,5	5,0	5,0
Orientación profesional	6,9	6,7	4,5	7,2	4,8	4,8
Educación superior	6,8	6,7	4,7	7,4	4,8	4,8
FP superior y similares	6,6	6,5	4,5	7,3	4,7	4,7
Educación universitaria y similares	6,9	6,8	4,8	7,5	4,9	4,8
SITUACIÓN LABORAL						
Trabajando	6,9	6,7	4,6	7,4	4,9	4,7
En paro	6,7	6,5	4,5	7,3	5,0	5,0
Jubilación, retiro o percibiendo pensión	7,0	6,8	4,1	7,0	4,7	4,8
Estudiante	6,5	6,9	4,2	7,5	4,5	4,9
Trabajo doméstico no remunerado	7,4	6,8	4,2	7,0	5,1	4,9
Otros	6,5	6,5	4,5	6,8	4,4	5,0
COMUNIDAD AUTÓNOMA						
Andalucía	7,1	7,0	4,6	7,5	5,2	5,0
Aragón	6,8	6,5	3,8	7,2	4,3	4,2
Asturias (Principado de)	6,9	6,6	3,9	7,4	4,1	4,3
Balears (Illes)	6,5	6,2	3,6	7,3	4,2	4,1
Canarias	6,5	6,0	3,8	7,8	4,5	4,5
Cantabria	6,8	6,4	4,4	7,0	4,8	4,8
Castilla y León	6,7	6,4	3,7	6,9	4,3	4,2
Castilla-La Mancha	6,7	6,7	4,1	7,4	4,6	4,6
Cataluña	6,8	6,7	4,7	7,0	4,6	4,5
Comunitat Valenciana	6,9	6,8	5,0	7,5	5,1	5,5
Extremadura	7,1	6,8	4,7	7,4	5,2	5,2
Galicia	7,1	6,8	4,2	7,4	4,4	4,4
Madrid (Comunidad de)	6,7	6,7	4,6	7,6	5,1	5,0
Murcia (Región de)	7,2	7,0	4,7	7,6	5,1	5,1
Navarra (Comunidad Foral de)	6,1	5,6	2,4	6,5	3,4	2,8
País Vasco	6,9	6,7	4,8	7,1	5,2	5,2
Rioja (La)	7,0	5,9	4,1	7,2	4,0	3,7
Ceuta y Melilla	7,0	6,7	5,5	6,9	5,6	5,7
TAMAÑO DE MUNICIPIO						
Capitales de provincia	6,9	6,8	4,6	7,4	4,9	4,8
De más de 50.000 habitantes	6,8	6,7	4,6	7,3	5,1	4,9
De menos de 50.001 habitantes	6,8	6,6	4,3	7,3	4,6	4,8

Fuente: Ministerio de Cultura

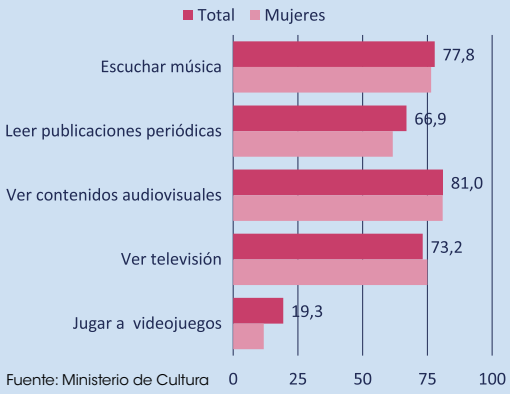
DISTANCIAS GENERACIONALES Y GEOGRÁFICAS

La recuperación, sin embargo, es desigual. Como vemos en tabla 6, son sobre todo los jóvenes de 15 a 24 años quienes van más al cine (77,8%), pero luego ese porcentaje se reduce paulatinamente: los mayores de 55 solo han acudido un 38,6% y los mayores de 75 bajan hasta el 14,1%. En cuanto al nivel de estudios, entre quienes tienen grado universitario la asistencia es más del doble (66,5%) que entre quienes solo han concluido la primera etapa de secundaria o inferior (31,2%). El público es diverso, aunque destaca entre personas solteras que viven con sus padres (70,9%) y parejas con hijos menores (55,7%). Geográficamente (tabla 7), la asistencia también es desigual. Cataluña (56,3%), Comunitat Valenciana (53,6%) y Madrid (53,1%) lideran. En el otro extremo, Extremadura (36,4%) y Asturias (38,2%). La brecha urbano-rural sigue siendo manifiesta: en capitales de provincia el 54,1% va al cine, mientras que en poblaciones con más de 50.000 habitantes el porcentaje baja diez puntos hasta el 43,5%. Entre quienes no asisten o lo hacen con poca frecuencia (tabla 8), las principales barreras son la falta de tiempo (27,9%), seguida del precio (25,5%), la falta de interés (13,4%), la preferencia por ver películas en TV/vídeo/internet ❯



Tabla 5.

PERSONAS QUE SUELEN REALIZAR ACTIVIDADES CULTURALES EN EL ÚLTIMO MES
(EN PORCENTAJE)



Fuente: Ministerio de Cultura

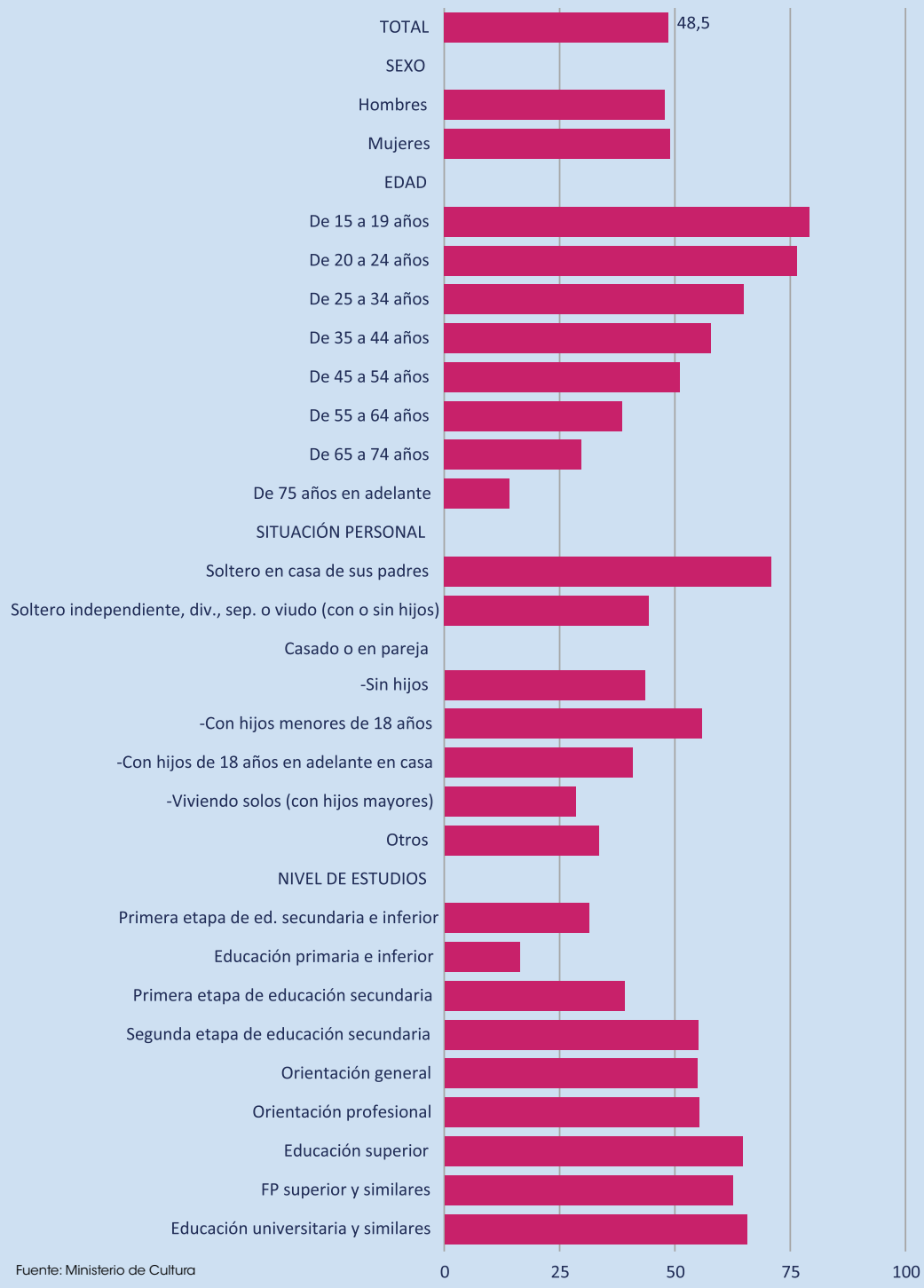
(11,6%) y la escasez de oferta en determinadas zonas (8,2%). Aunque el cine se ha recuperado, todavía enfrenta obstáculos estructurales y hábitos cambiantes de consumo audiovisual.

¿POR QUÉ VAMOS AL CINE?

Los gurús del marketing siguen preguntándose: ¿qué hace que alguien abandone el sofá y pague una entrada? Según la encuesta (tabla 9), el tema de la película decide para un 36,4%; los actores, para un 19%; la opinión de familiares y amigos, 9,9%; y la de los hijos, 8,7%. Otros factores (publicidad, guion, dirección, críticas profesionales) pesan menos; solo un 3,3 % se guía por opiniones en redes y los premios apenas inciden. Por género (tabla 10), acción (16,8%) y comedia (16,4%) lideran; después drama (12,3%), ciencia ficción (11,9 %), infantil (9,4%), aventuras (6,2%), terror (6,1 %) y animación (5,4%). La elección de formato es clara (tabla 11): el 63,3 % prefiere dobladas, el 19,4% versión original, y un 17,3% no tiene preferencia. Respecto al día de preferencia (tabla 11), hay diferencias generacionales: entre los 15-34 años, un 30% compró con descuento; entre los mayores de 55, 34%; y entre 35-54, 23,45%. En total, 38,5 % de los cinemagoers prefiere ir entre semana, frente al 61,5 % restante. De nuevo, jóvenes (15-34) (41,2% de media) y

Tabla 6.

PERSONAS SEGÚN LA ASISTENCIA AL CINE EN EL ÚLTIMO AÑO SEGÚN CARACTERÍSTICAS
(EN PORCENTAJE)



Fuente: Ministerio de Cultura

Tabla 7.

PERSONAS SEGÚN LA ASISTENCIA AL CINE
(EN PORCENTAJE DEL TOTAL DE CADA COLECTIVO)

	TOTAL	Total han ido en el último año	En los últimos tres meses	Entre tres meses y un año	Hace más de un año	Nunca o casi nunca
COMUNIDAD AUTÓNOMA						
Andalucía	**100**	44,7	26,1	18,6	36,0	19,3
Aragón	**100**	51,0	31,5	19,5	38,0	10,9
Asturias (Principado de)	**100**	38,2	23,3	15,0	47,9	13,9
Balears (Illes)	**100**	48,3	27,9	20,5	35,7	16,0
Canarias	**100**	41,4	24,9	16,5	37,8	20,8
Cantabria	**100**	41,7	21,0	20,7	33,7	24,6
Castilla y León	**100**	47,2	28,4	18,8	35,1	17,7
Castilla-La Mancha	**100**	39,0	22,1	17,0	38,9	22,0
Cataluña	**100**	56,3	30,0	26,3	31,4	12,3
Comunitat Valenciana	**100**	53,6	30,5	23,1	30,8	15,6
Extremadura	**100**	36,4	22,9	13,4	46,8	16,8
Galicia	**100**	40,2	21,8	18,4	37,0	22,7
Madrid (Comunidad de)	**100**	53,1	34,6	18,5	30,8	16,1
Murcia (Región de)	**100**	44,7	28,5	16,3	28,6	26,7
Navarra (Comunidad Foral de)	**100**	52,1	31,1	21,0	32,6	15,3
País Vasco	**100**	49,6	29,0	20,5	38,1	12,4
Rioja (La)	**100**	41,4	18,6	22,9	42,1	16,5
Ceuta y Melilla	**100**	45,9	26,3	19,5	30,6	23,5
TAMAÑO DE MUNICIPIO						
Capitales de provincia	**100**	54,1	33,7	20,4	32,4	13,5
De más de 50.000 habitantes	**100**	50,9	28,7	22,1	32,0	17,1
De menos de 50.001 habitantes	**100**	43,5	24,4	19,1	37,1	19,4

Fuente: Ministerio de Cultura

mayores de 55 (47,1%) optan por entre semana, cuando los precios son más reducidos gracias al día del espectador. En este sentido, destaca el impacto muy positivo del Bono Cultural Joven, que ha llevado a miles de adolescentes al cine por primera vez sin acompañamiento familiar. Entre los más veteranos, los resultados del Martes Sénior también han sido espectaculares para recuperar a ese público. Finalmente, un 36,8% adquirió sus entradas por internet, señal del afianzamiento del canal digital, y prácticamente todos —95,4%— acudieron a recintos destinados exclusivamente a proyecciones cinematográficas. Persiste el formato tradicional. Por último, apenas un 5,9% asistió a películas dentro de festivales, cifra pequeña pero significativa, que demuestra la vitalidad de los eventos especializados y el interés por producciones más diversas. Son los mayores de 65 (8,5%) quienes más acuden.



PERFIL DEL ESPECTADOR HABITUAL

Para las salas, es crucial conocer a su cliente habitual. El cine tiene algo de adictivo: quienes han ido al menos una vez en el último trimestre registran una media muy superior a la general, con 2,5 veces al mes. Aquí, la edad no es determinante: entre los "fanáticos", los de más de 55 son quienes más van, con 2,9 visitas. Los ❯

Tabla 8.

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

	TOTAL	Es caro	Es difícil conseguir entradas	Hay poca oferta en mi zona	Hay poca información	Prefiere verlo en televisión, vídeo, Internet	Le resulta difícil 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: Ministerio de Cultura



Tabla 9.

PERSONAS QUE HAN ASISTIDO AL CINE SEGÚN SEXO POR LOS MOTIVOS PARA ELEGIR LA PELÍCULA DE CINE LA ÚLTIMA VEZ QUE ASISTIERON

(DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL TOTAL QUE ASISTIERON EN UN AÑO)

	TOTAL	Hombres	Mujeres
TOTAL	**100**	**100**	**100**
Los actores	19,0	20,1	18,0
La dirección	4,9	5,3	4,5
El guion	6,1	6,8	5,5
El tema	36,4	36,2	36,6
La publicidad	7,4	7,3	7,6
La opinión de sus hijos	8,7	8,2	9,3
La opinión de otros familiares o amigos	9,9	9,5	10,4
Las opiniones en redes sociales	3,3	2,9	3,7
Las críticas profesionales	3,3	3,0	3,6
Los premios recibidos	0,8	0,8	0,8

Fuente: Ministerio de Cultura



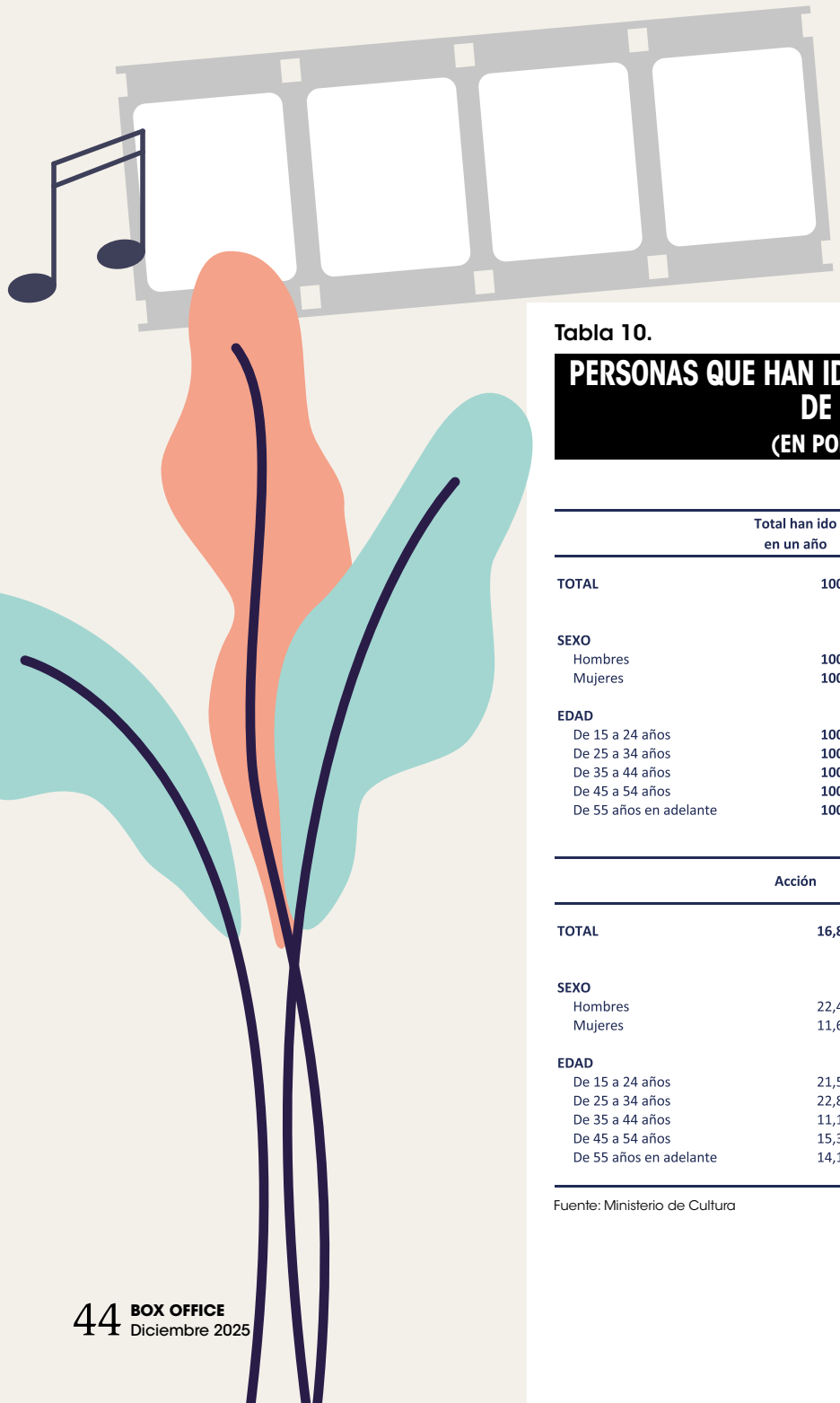


Tabla 10.

PERSONAS QUE HAN IDO AL CINE EN UN AÑO SEGÚN EL TIPO DE PELÍCULA DE LA ÚLTIMA VEZ QUE ASISTIERON

(EN PORCENTAJE DEL TOTAL DE CADA COLECTIVO)

	Total han ido en un año	Dibujos animados	Animación	Infantil	Ciencia ficción	Comedia	Drama
TOTAL	**100**	**3,5**	**5,4**	**9,4**	**11,9**	**16,4**	**12,3**
SEXO							
Hombres	**100**	2,4	4,7	8,1	15,1	13,5	9,3
Mujeres	**100**	4,6	6,0	10,6	9,0	19,1	15,1
EDAD							
De 15 a 24 años	**100**	3,1	6,5	4,5	12,2	13,3	7,8
De 25 a 34 años	**100**	3,6	7,3	6,3	16,8	9,8	8,8
De 35 a 44 años	**100**	6,3	7,0	21,9	13,3	15,2	8,4
De 45 a 54 años	**100**	3,7	4,6	12,4	11,0	18,3	10,6
De 55 años en adelante	**100**	1,4	2,4	3,4	7,8	23,2	23,4

	Acción	Aventuras	Suspense	Terror	Clásico	Musical	Otros
TOTAL	**16,8**	**6,2**	**5,2**	**6,1**	**0,8**	**1,2**	**4,8**
SEXO							
Hombres	22,4	7,3	4,9	6,3	0,7	0,8	4,5
Mujeres	11,6	5,2	5,5	5,8	0,9	1,6	5,0
EDAD							
De 15 a 24 años	21,5	5,5	6,0	13,1	0,6	1,6	4,2
De 25 a 34 años	22,8	5,2	5,0	8,6	0,6	1,4	3,8
De 35 a 44 años	11,1	6,0	3,3	3,6	0,2	1,3	2,4
De 45 a 54 años	15,3	8,6	5,5	4,3	0,5	1,0	4,1
De 55 años en adelante	14,1	5,7	6,0	1,6	1,8	0,9	8,3

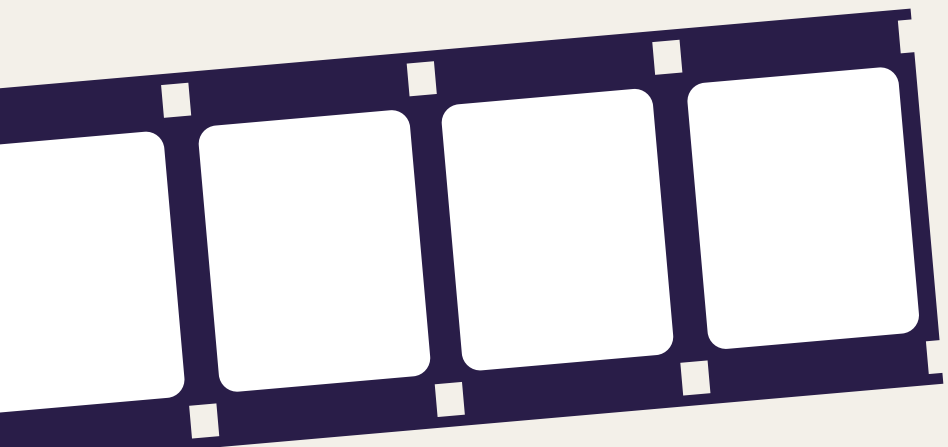
Fuente: Ministerio de Cultura

Tabla 11.

PERSONAS SEGÚN LA PREFERENCIA PARA VER LAS PELÍCULAS EN EL CINE
(EN PORCENTAJE DEL TOTAL DE CADA COLECTIVO)

	TOTAL	En versión original sin subtítulos	Dobladas	En versión original con subtítulos	Indiferente
TOTAL (Miles)	**42.193**	**3.261**	**26.704**	**4.948**	**7.280**
%	**100**	**7,7**	**63,3**	**11,7**	**17,3**
SEXO					
Hombres	**100**	7,4	62,9	11,2	18,4
Mujeres	**100**	8,0	63,6	12,2	16,2
EDAD					
De 15 a 19 años	**100**	11,9	55,0	16,3	16,9
De 20 a 24 años	**100**	11,0	51,3	19,6	18,1
De 25 a 34 años	**100**	9,3	52,1	17,6	21,1
De 35 a 44 años	**100**	10,3	58,7	14,3	16,7
De 45 a 54 años	**100**	6,2	65,2	11,5	17,1
De 55 a 64 años	**100**	6,5	68,8	9,4	15,3
De 65 a 74 años	**100**	6,5	71,0	6,6	16,0
De 75 años en adelante	**100**	3,9	74,3	4,0	17,9
SITUACIÓN PERSONAL					
Soltero en casa de sus padres	**100**	9,4	56,0	16,1	18,4
Soltero independiente, divorciado separado o viudo (con o sin hijos)	**100**	7,8	61,5	12,6	18,1
Casado o en pareja					
-Sin hijos	**100**	5,6	64,0	14,0	16,5
-Con hijos menores de 18 años	**100**	8,9	62,7	11,6	16,8
-Con hijos de 18 años en adelante en casa	**100**	7,3	70,9	7,0	14,8
-Viviendo solos (con hijos mayores)	**100**	5,5	72,1	6,2	16,3
Otros	**100**	9,2	60,2	9,3	21,2
NIVEL DE ESTUDIOS					
Primera etapa de educación secundaria e inferior	**100**	8,5	69,7	5,1	16,7
Educación primaria e inferior	**100**	7,1	69,1	3,7	20,1
Primera etapa de educación secundaria	**100**	9,1	70,0	5,8	15,0
Segunda etapa de educación secundaria	**100**	8,3	63,5	11,5	16,7
Orientación general	**100**	7,8	62,0	13,8	16,5
Orientación profesional	**100**	9,0	65,9	8,0	17,1
Educación superior	**100**	6,5	55,5	19,7	18,3
FP superior y similares	**100**	5,9	63,5	12,8	17,7
Educación universitaria y similares	**100**	6,8	51,8	23,0	18,5
SITUACIÓN LABORAL					
Trabajando	**100**	8,0	61,1	13,8	17,1
En paro	**100**	9,5	61,9	10,8	17,9
Jubilación, retiro o percibiendo pensión	**100**	5,0	72,7	5,5	16,9
Estudiante	**100**	11,2	52,7	18,3	17,8
Trabajo doméstico no remunerado	**100**	7,8	71,3	5,7	15,2
Otros	**100**	7,2	57,4	14,0	21,4
COMUNIDAD AUTÓNOMA					
Andalucía	**100**	9,0	69,6	7,2	14,2
Aragón	**100**	10,6	56,4	10,0	23,0
Asturias (Principado de)	**100**	7,5	67,8	11,6	13,2
Balears (Illes)	**100**	6,2	69,2	12,3	12,4
Canarias	**100**	8,6	63,1	14,8	13,5
Cantabria	**100**	3,9	60,3	7,7	28,0
Castilla y León	**100**	7,7	69,8	5,6	16,9
Castilla-La Mancha	**100**	12,4	57,2	7,0	23,4
Cataluña	**100**	7,7	53,7	18,6	20,0
Comunitat Valenciana	**100**	6,4	70,1	11,5	12,1
Extremadura	**100**	11,3	61,5	5,8	21,4
Galicia	**100**	6,3	61,2	13,2	19,3
Madrid (Comunidad de)	**100**	5,7	58,9	15,0	20,4
Murcia (Región de)	**100**	5,9	76,7	6,6	10,9
Navarra (Comunidad Foral de)	**100**	7,5	72,9	7,1	12,5
País Vasco	**100**	8,9	59,8	11,1	20,2
Rioja (La)	**100**	4,5	71,7	8,8	14,9
Ceuta y Melilla	**100**	14,8	61,3	7,2	16,7
TAMAÑO DE MUNICIPIO					
Capitales de provincia	**100**	7,5	60,9	15,3	16,2
De más de 50.000 habitantes	**100**	7,1	63,9	13,1	15,9
De menos de 50.001 habitantes	**100**	8,2	64,7	8,6	18,6

Fuente: Ministerio de Cultura





resultados muestran, además, que el público de cine forma parte de un público culturalmente activo: quienes acudieron en el último año presentan una tasa del 38% de asistencia anual al teatro, un 61,7% visita museos y exposiciones y lee libros en un 61,7%, cifras superiores a la media. Incluso entre quienes juegan a videojuegos, la asistencia al cine supera en casi 20 puntos la media general. Ir al cine no es un hábito aislado, sino parte de un patrón amplio de consumo cultural. Finalmente, el 74,1% de la población tiene suscripciones a plataformas digitales, de las cuales el 64,5% se dedica al visionado de largometrajes y series.

HACIA LA RECUPERACIÓN

El cine en España, según esta encuesta, muestra señales claras de recuperación, pero, en comparación con otras artes, sigue siendo el sector cultural que más lentamente alcanza las cifras prepandémicas. Entre las barreras persistentes: falta de tiempo, precio y competencia del consumo digital. En compensación, la diversidad de géneros, la experiencia colectiva y la complementariedad con otras formas culturales mantienen a las salas como un espacio relevante y apreciado. El séptimo arte conserva su posición como sector emblemático de la cultura española, con una recuperación sólida, pero gradual, en un panorama que, en términos generales, alcanza los mejores niveles de consumo de las últimas décadas. En definitiva, el cine ha vuelto a llenar salas, pero todavía no al ritmo de antes del coronavirus. BO

© shutterstock

AYUDAS A LA DISTRIBUCIÓN: 47 MIL EUROS DE MEDIA A 85 LANZAMIENTOS





Zoe Saldaña en *Emilia Pérez* (Wanda), receptora de 142.500 euros

EL ICAA HA ANUNCIADO SUS AYUDAS ANUALES PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LARGOMETRAJES REPARTIENDO 4 MILLONES DE EUROS PARA FOMENTAR EL CINE NACIONAL, EUROPEO E IBEROAMERICANO

por **Lino Pulido**

El Ministerio de Cultura ha publicado la resolución de concesión de ayudas a la distribución cinematográfica 2025, una línea esencial del ICAA destinada a fortalecer la presencia del cine español tanto en salas como en plataformas internacionales. Se han concedido 4.000.000 € repartidos en 85 lanzamientos cinematográficos, el importe medio ronda los 47.000 € por proyecto, aunque las cantidades varían según la escala de estreno y el plan de lanzamiento, con cuantías que oscilan entre los 3.000 y los 142.500 €. Entre las películas que más ayudas han recibido en la convocatoria de distribución 2025 del ICAA destacan *La virgen roja*, de Elástica Films, y



La virgen roja (Elastica) ha recibido la mayor subvención posible, 142.500 euros

PELÍCULAS CON MAYOR SUBVENCIÓN

PELÍCULA	DISTRIBUIDORA	IMPORTE (€)
La virgen roja	Elástica Films	142.500
Emilia Pérez	Wanda Vision	142.500
La familia Benetón	Beta Fiction Spain	135.000
El conde de Montecristo	Beta Fiction Spain	127.500
Matusalén	Flins y Pinículas	127.500
Patrick	Flins y Pinículas	127.500
Emmanuelle	Beta Fiction Spain	127.500
El arca de Noé	Beta Fiction Spain	127.500
Escape	Beta Fiction Spain	93.700
Puntos suspensivos	Vértice Cine	92.700

Fuente: ICAA

La familia Benetón (Beta Fiction) ha tenido una subvencion de 135 mil euros





Emilia Pérez, de Wanda Vision, ambas con el importe máximo permitido de 142.500 euros. Les siguen títulos con subvenciones muy elevadas como *La familia Benetón* (135.000 €) o *El conde de Montecristo*, *Matusalén*, *Patrick*, *Emmanuelle* y *El arca de Noé*, todas ellas con 127.500 euros. En el tramo inmediatamente inferior figuran *Escape* (93.700 €, Beta Fiction Spain) y *Puntos suspensivos* (92.700 €, Vértice Cine).

Las distribuidoras más beneficiadas por las ayudas a la distribución 2025 del ICAA son Beta Fiction Spain, que encabeza la lista con más de 610.000 euros repartidos entre títulos como *La familia Benetón* (135 mil euros), *El conde de* ❯

DISTRIBUIDORAS CON MÁS SUBVENCIÓN

DISTRIBUIDORA	TÍTULOS SUBVENCIONADOS	TOTAL ESTIMADO (€)
Beta Fiction Spain, S.L.	5	611.200
A Contracorriente Films, S.L.	8	457.800
Elástica Films, S.L.	4	308.800
Castelao Pictures, S.L.	7	289.600
Avalon Distribución Audiovisual, S.L.	5	254.800
Flins y Pinículas, S.L.	2	255.000
DEA Planeta, S.L.	4	210.400
Caramel Films, S.L.U.	5	197.300
BTeam Pictures, S.L.	8	230.200
La Aventura Cine, S.L.	2	55.600

Fuente: ICAA

CONCESIÓN DE AYUDAS A LA DISTRIBUCIÓN 2025

DISTRIBUIDORA	TÍTULO	PUNTOS	AYUDA PROPUESTA €
ELASTICA FILMS. S.L.	VOLVEREIS	90,90	9.400,00
ELASTICA FILMS. S.L.	LA VIRGEN ROJA	89,50	142.500,00
WANDA VISION, S.A.	EMILIA PEREZ	87,25	142.500,00
BTEAM PICTURES, S.L.	SEGUNDO PREMIO	86,20	22.200,00
LA AVENTURA CINE, S.L.	PUAN	86,00	37.900,00
ELASTICA FILMS. S.L.	LA QUIMERA	81,60	73.300,00
ELASTICA FILMS. S.L.	LA ZONA DE INTERES	79,75	83.700,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	¿ES EL ENEMIGO?	79,40	47.800,00
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	LA JOIA: BAD GYAL	78,45	36.600,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	RADICAL	77,85	62.500,00
SELECTAVISION, S.L.U.	CUANDO ACECHA LA MALDAD	77,85	26.900,00
BTEAM PICTURES, S.L.	PRISCILLA	77,10	71.700,00
DEA PLANETA, S.L.	DISCO, IBIZA, LOCOMIA	76,75	50.700,00
BETA FICTION SPAIN, S.L.	ESCAPE	76,70	93.700,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	TOPURIA MATADOR	75,65	111.100,00
BTEAM PICTURES, S.L.	SIEMPRE NOS QUEDARÁ MAÑANA	74,90	54.100,00
DIVISA RED, S.A.	LA TIERRA PROMETIDA (THE BASTARD)	74,50	57.300,00
BOSCO FILMS, S.L.	HISPANOAMERICA, CANTO DE VIDA Y ESPERANZA	74,10	19.900,00
BETA FICTION SPAIN, S.L.	LA FAMILIA BENETON	73,90	135.000,00
L'ATALANTE CINEMA, S.L.	SAMSARA	73,90	7.600,00
DEA PLANETA, S.L.	¿QUIEN ES QUIEN?	73,80	15.900,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	A FUEGO LENTO	73,70	98.700,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	SALA DE PROFESORES	72,35	55.000,00
BTEAM PICTURES, S.L.	LA MEMORIA INFINITA	72,10	21.400,00
KARMA FILMS, S.L.	CALLADITA	72,00	18.500,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	TRATAMOS DEMASIADO BIEN A LAS MUJERES	71,50	25.600,00
CARAMEL FILMS, S.L.U.	YO CAPITAN	71,10	51.200,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	EL AMOR DE ANDREA	71,00	19.000,00
VERTICE CINE, S.L.	PUNTOS SUSPENSIVOS	71,00	92.700,00
L'ATALANTE CINEMA, S.L.	SOBRE TODO DE NOCHE	70,20	18.200,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	MEMORY	69,90	41.900,00
BETA FICTION SPAIN, S.L.	EL CONDE DE MONTECRISTO	69,70	127.500,00
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	LA COCINA	69,05	59.600,00
WANDA VISION, S.A.	HASTA EL FIN DEL MUNDO	69,00	54.900,00
FLINS Y PINICULAS, S.L.	MATUSALEN	68,50	127.500,00
BTEAM PICTURES, S.L.	REINAS	68,30	11.500,00
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	CROSSING	67,55	49.800,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	HEROES DE CENTRAL PARK	66,40	107.200,00
L'ATALANTE CINEMA, S.L.	EUREKA	65,70	12.300,00
CARAMEL FILMS, S.L.U.	THE BEAST (LA BESTIA)	65,40	53.000,00
SURTSEY FILMS, S.L.	SLOW	65,40	18.600,00
STENDHAL FILM COMPANY, S.L.	PARADISE IS BURNING	65,35	14.100,00
SIDERAL CINEMA, S.L.	MARIPOSAS NEGRAS	65,15	26.200,00
BETA FICTION SPAIN, S.L.	EL ARCA DE NOE	65,10	127.500,00
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	TOTEM	65,05	31.300,00
L'ATALANTE CINEMA, S.L.	PREFIRO CONDENARME	64,90	6.200,00
DEA PLANETA, S.L.	LOS TRES MOSQUETEROS: MILADY	64,30	99.400,00
VITRINE FILMS, S.L.	RETRATOS FANTASMA	64,10	2.800,00
ALFA PICTURES, S.L.U.	DALIA Y EL LIBRO ROJO	63,60	36.000,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	MAMACRUZ	63,20	11.000,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	EL MAYORDOMO INGLES	62,90	31.200,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	LOS BUENOS PROFESORES	62,50	43.900,00
BTEAM PICTURES, S.L.	FUERA DE TEMPORADA	62,20	28.000,00
FLINS Y PINICULAS, S.L.	PATRICK	62,00	127.500,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	LA EXTORSION	61,60	21.400,00
BETA FICTION SPAIN, S.L.	EMMANUELLE	61,40	127.500,00
LAZONA PICTURES, S.L.	CUANDO CAE EL OTOÑO	61,40	58.900,00
CARAMEL FILMS, S.L.U.	LAS CUATRO HIJAS	60,30	25.500,00
KARMA FILMS, S.L.	CLUB ZERO	60,30	19.600,00
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	EL TEOREMA DE MARGUERITE	59,95	37.000,00
DEA PLANETA, S.L.	LA PROMESA DE IRENE	59,90	44.400,00
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	EL CLUB DE LOS MILAGROS	59,80	39.900,00
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	DESCANSA EN PAZ	59,75	88.700,00
LA AVENTURA CINE, S.L.	MATRONAS	59,70	17.700,00
L'ATALANTE CINEMA, S.L.	MUSICA	59,70	4.900,00
KARMA FILMS, S.L.	MARIA MONTESSORI	59,50	31.000,00
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	ROCK BOTTOM	58,75	20.100,00
CASTELAO PICTURES, S.L.	ALUMBRAMIENTO	58,70	14.200,00
SURTSEY FILMS, S.L.	REGRESO A CORCEGA	58,30	17.800,00
CARAMEL FILMS, S.L.U.	EL BAÑO DEL DIABLO	58,00	32.500,00
SURTSEY FILMS, S.L.	SIDONIE EN JAPON	58,00	22.500,00
SELECTAVISION, S.L.U.	LA ULTIMA SESION DE FREUD	58,00	3.500,00
CARAMEL FILMS, S.L.U.	LOS INDESEABLES	57,90	34.600,00
FLAMINGO FILMS, S.L.	HERE	57,60	5.900,00
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	VIAJE HACIA EL DESIERTO	57,55	31.000,00
SUMMER FILMS, S.L.	SOLOS EN LA NOCHE	57,50	15.300,00
ALFA PICTURES, S.L.U.	FARO	57,40	82.800,00
BTEAM PICTURES, S.L.	EL ECO	57,30	3.100,00
TRIPICTURES, S.L.	OOH LA LA!	56,70	112.500,00
MIRROR AUDIOVISUAL, S.L.	HLM PUSSY	56,70	17.300,00
SURTSEY FILMS, S.L.	ANIMALIA	56,60	5.900,00
VERCINE 2007, S.L.	EL CONSENTIMIENTO	56,60	44.300,00
BTEAM PICTURES, S.L.	QUE LA FIESTA CONTINUE	56,50	18.300,00
VERCINE 2007, S.L.	GREEN BORDER	56,40	36.600,00
SELECTAVISION, S.L.U.	HORROR PARK	56,30	13.800,00

Fuente: ICAA



Montecristo (127 mil) o *Emmanuelle* (127 mil euros). A Contracorriente Films, con unos 458.000 euros y ocho películas apoyadas, entre ellas *Radical* (62 mil euros) o la animación de *Héroes de Central Park* (107 mil), y Elástica Films, con 308.800 euros gracias a La virgen roja —la más subvencionada del año con 145 mil euros—, *La quimera* (73 mil euros) y *La zona de interés* (84 mil euros). También destacan Castelao Pictures y Avalon, con más de 250.000 euros cada una. En conjunto, la resolución evidencia la fuerte presencia de las distribuidoras medianas especializadas en cine de autor y europeo dentro del esquema de ayudas públicas, consolidando su papel como eje del tejido de la exhibición independiente española.

UN FUERTE IMPULSO AL CINE EUROPEO

Entre los títulos que han sido agraciados con cantidades superiores a los 100 mil euros, además de los mencionados, encontramos lanzamientos de gran ❯

El arca de Noé (Beta Fiction) ha recibido 127 mil euros





Matusalén (Flins & Pinículas) ha obtenido 127.500 euros de subvención



El conde de Montecristo ha recibido una subvención de 127 mil euros para Beta Fiction

SOLICITUDES DE AYUDAS DESESTIMADAS POR NO HABER OBTENIDO LA VALORACIÓN MÍNIMA DE 50 PUNTOS EXIGIDA EN LA CONVOCATORIA O AUN HABIÉNDOLOS OBTENIDO NO CONSIGUEN AYUDA POR AGOTAMIENTO DEL CRÉDITO PRESUPUESTARIO DISPONIBLE

DISTRIBUIDORA	TÍTULO	PUNTOS
ALFA PICTURES, S.L.U.	UN LUGAR COMUN	56.30
CASTELAO PICTURES, S.L.	BUSCANDO A COQUE	56,10
URRESTI PRODUCCIONES, S.L.	TERAPIA DE PAREJAS	56,10
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	EL ULTIMO VERANO	55,95
SIDERAL CINEMA, S.L.	AS NEVES	55,75
CARAMEL FILMS, S.L.U.	TE NEGRO	55,70
FLINS Y PINICULAS, S.L.	ELLI Y EL EQUIPO DE MONSTRUOS	55,40
FESTIVAL FILMS, S.L.	VICTIMA IMPERFECTA	55,10
SURTSEY FILMS, S.L.	EL AMIGO DE TODOS	55,00
GOYA PRODUCCIONES, S.A.	GUADALUPE: MADRE DE LA HUMANIDAD	55,00
LES FILMS DE LA RESISTANCE, S.L.U.	SATURNO	54,90
SIDERAL CINEMA, S.L.	ALEMANIA	54,65
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	VERMIN. LA PLAGA	54,25
SURTSEY FILMS, S.L.	AMA GLORIA	53,80
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	EL MINISTRO DE PROPAGANDA	53,70
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	LAS COSAS SENCILLAS	52,60
VERTIGO FILMS, S.L.	THE APPRENTICE (LA HISTORIA DE TRUMP)	52,60
BEGIN AGAIN FILMS, S.L.	LA REINA DEL CONVENTO	52,50
BTEAM PICTURES, S.L.	EL SUCESOR	52,20
SELECTAVISION, S.L.U.	LA TRENZA	52,20
SURTSEY FILMS, S.L.	LA PATRIA PERDIDA	51,60
ALFA PICTURES, S.L.U.	LLOBAS	50,80
VERTIGO FILMS, S.L.	EL RAPTO	50,80
CHUKUMI STUDIO, S.L.	UN VOLCAN HABITADO	50,70
KARMA FILMS, S.L.	NIEGALO SIEMPRE	50,40
ZABRISKIE FILMS, S.L.	LAS JAURIAS	50,40
VERCINE 2007, S.L.	SOLO PARA MI	50,10
BEGIN AGAIN FILMS, S.L.	UN SOL RADIANT	49,60
VERCINE 2007, S.L.	PANDILLA AL RESCATE	49,55
KARMA FILMS, S.L.	ROSALIE	49,50
VERCINE 2007, S.L.	LOS COLORES DEL INCENDIO	49,50
MARAVILLAS DISTRIBUCIONES CINEMATOGRAFICAS, S.L.	KOATI	49,30
MEDIA SOLUTIONS PARTNERS, S.L.	CAPITAN AVISPA	49,30
VERCINE 2007, S.L.	EL DESHIELO	49,20
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	TIEMPO COMPARTIDO	49,05
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	UN AÑO DIFICIL	48,90
COMUNIDAD FILMIN, S.L.	EL CASO GOLDMAN	48,85
LA AVENTURA CINE, S.L.	VINCENT DEBE MORIR	48,80
SURTSEY FILMS, S.L.	LA BESTIA EN LA JUNGLA	48,80
COMUNIDAD FILMIN, S.L.	EL CIELO ROJO	47,95
SIDERAL CINEMA, S.L.	MARCELLO MIO	47,75
KARMA FILMS, S.L.	ESPERANDO LA NOCHE	47,50
VERTIGO FILMS, S.L.	TREASURE	47,50
CARAMEL FILMS, S.L.U.	RODEO	47,50
SIDERAL CINEMA, S.L.	HIPNOSIS	47,35
REVERSO FILMS, S.L.	LUZ DEL 86	47,30
LAZONA PICTURES, S.L.	NUESTRO ULTIMO BAILE	46,70
ALFA PICTURES, S.L.U.	EL BUEN ITALIANO	46,70
SILDAVIA CINEMA, S.L.	NUESTRO MOMENTO PERFECTO	46,60
VERSION DIGITAL, S.L.	RIOJA, LA TIERRA DE LOS MIL VINOS	46,50
FESTIVAL FILMS, S.L.	AMAL	46,30
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	LA CHICA QUE SANABA	46,25
TRIPICTURES, S.L.	EMMA Y EL JAGUAR NEGRO	46,00
VERCINE 2007, S.L.	LA MUJER DEL PRESIDENTE	45,65
KARMA FILMS, S.L.	UN SILENCIO	45,40
MARAVILLAS DISTRIBUCIONES CINEMATOGRAFICAS, S.L.	EL MUSICAL DE LOS 80S 90S LA PELICULA	45,40
VERTIGO FILMS, S.L.	THE PALACE	44,40
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	LAS HIJAS DEL CALIFATO	43,95
LAZONA PICTURES, S.L.	IRIS	43,20
KARMA FILMS, S.L.	WOMAN OF…	42,60
VERCINE 2007, S.L.	MI CAMINO INTERIOR	42,30
SILDAVIA CINEMA, S.L.	LA FIANZA	42,20
FLINS Y PINICULAS, S.L.	ZAK Y WOWO, LA LEYENDA DE LOS LENDARYS	40,20
FESTIVAL FILMS, S.L.	BORGO	39,40
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	EL BARCO DEL AMOR	38,85
SIDERAL CINEMA, S.L.	EN LA ALCOBA DEL SULTAN	38,75
VERCINE 2007, S.L.	BONNARD, EL PINTOR Y SU MUSA	38,70
LAZONA PICTURES, S.L.	SILVER HAZE	38,70
VERTIGO FILMS, S.L.	MAYDAY CLUB	38,60
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	LASSIE (UNA NUEVA AVENTURA)	38,60
VERCINE 2007, S.L.	EL CONCURSO DE PIANO	38,40
YOUPLANET PICTURES, S.L.	MILLI VANILLI: GIRL YOU KNOW IS TRUE	37,80
BEGIN AGAIN FILMS, S.L.	UN PASEO POR EL BORNE	37,60
BEGIN AGAIN FILMS, S.L.	EL ASPIRANTE	37,00
VERCINE 2007, S.L.	TODA UNA VIDA	35,70
INOPIA FILMS, S.L.	JUGANDO CON FUEGO	34,10
INOPIA FILMS, S.L.	LA SECTA	33,60
SIDERAL CINEMA, S.L.	HATE SONGS	33,55
VERCINE 2007, S.L.	QUERIDA DESCONOCIDA	31,20
SELECTAVISION, S.L.U.	AQUELLOS MARAVILLOSOS DIAS	29,60
REVERSO FILMS, S.L.	KLARA Y EL MISTERIO DE LAS SEMILLAS MAGICAS	29,40
INOPIA FILMS, S.L.	EL ORO VERDE	28,00

Fuente: ICAA



Emmanuelle ha obtenido una subvención de 127 mil euros para Beta Fiction

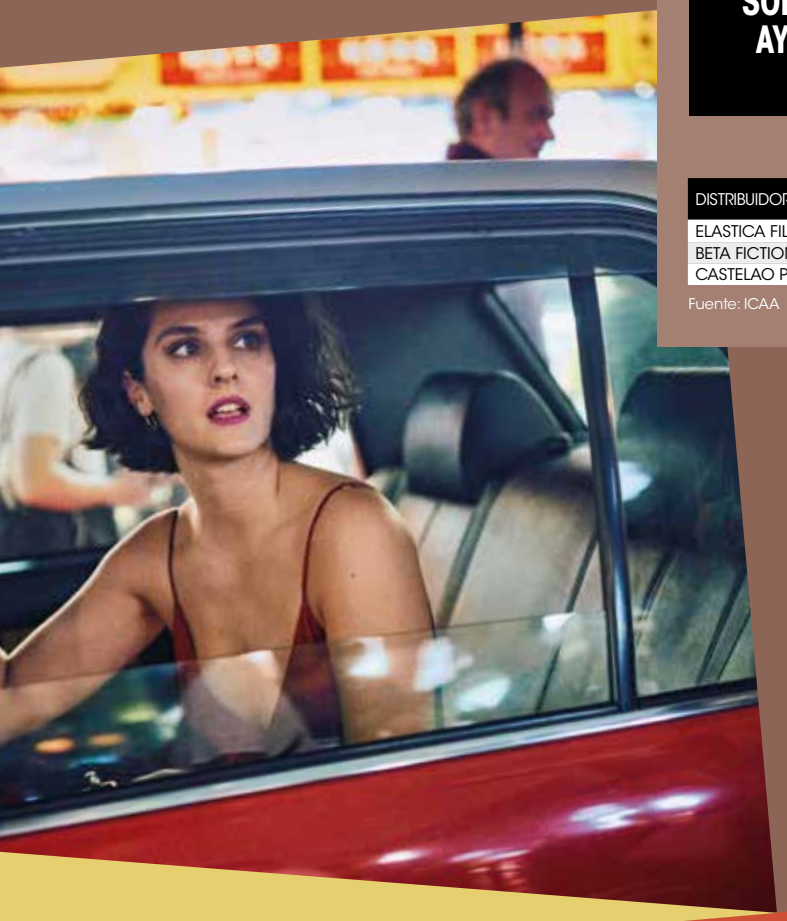
impacto como *Emilia Pérez* (Wanda, 142 mil euros); la película de animación brasileña El arca de Noé (Beta Fiction, 127 mil euros) o la comedia francesa *Ooh la la!* (TriPictures, 112 mil euros). A sumar, *Toupuria Matador* (Castelao Pictures, 111 mil euros), sobre el boxeador georgiano afincado en España campeón del mundo. y completa el club de los más de cien mil euros *Matusalén* (Flins & Pinículas, con 127 mil). Estas subvenciones, concedidas en régimen de concurrencia competitiva, buscan apoyar los gastos de publicidad, promoción y copias de películas, especialmente las impulsadas por distribuidoras independientes. En total, el programa consolida la estrategia del Gobierno de reforzar la circulación y visibilidad de la producción nacional, con especial atención a los títulos de autor y a la diversidad cultural.

La convocatoria, regulada por la Orden CLT/207/2025, se enmarca en la Ley del Cine y en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, y financia hasta el 50 % de los costes subvencionables. Las

SOLICITUDES EXCLUIDAS DEL PROCEDIMIENTO DE CONCESIÓN DE AYUDAS A LA DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS DE LARGOMETRAJES COMUNITARIOS E IBEROAMERICANOS PARA EL AÑO 2025

DISTRIBUIDORA	TÍTULO	PUNTOS
ELASTICA FILMS, S.L.	LA SUSTANCIA	Nacionalidad no comunitaria ni iberoamericana
BETA FICTION SPAIN, S.L.	LA INFILTRADA	Desistimiento expreso
CASTELAO PICTURES, S.L.	SUPERKLAUS	Desistimiento expreso

Fuente: ICAA



Mario Casas en *Escape*, 94 mil euros para Beta Fiction



ayudas abarcan tanto la distribución nacional como internacional, premiando la calidad artística, la viabilidad del plan de lanzamiento y la contribución al tejido industrial. Con esta edición, el ICAA busca consolidar la recuperación del sector tras la pandemia y mantener el impulso de los últimos años, en los que la producción y la asistencia a salas han mostrado una clara tendencia al alza.

DIVERSIDAD CULTURAL

Estas ayudas a la distribución se consolidan como una herramienta clave. Con una asistencia a salas que en 2024 consolidó su recuperación y una oferta creciente de producciones europeas en plataformas, el respaldo público resulta decisivo para sostener la competitividad de las distribuidoras independientes frente a los grandes estudios internacionales. El esquema de apoyo del ICAA no solo refuerza la diversidad cultural, también contribuye a garantizar que títulos de autor, documentales o coproducciones iberoamericanas encuentren su espacio en la cartelera.

El reparto de esta línea confirma, además, una tendencia de fondo: el fortalecimiento del ecosistema independiente frente a la concentración del mercado. Las distribuidoras beneficiarias no solo sostienen el acceso del público a un cine diverso, sino que actúan como motor de internacionalización para la producción española, asegurando que obras premiadas en festivales o de bajo presupuesto lleguen al público. En ese sentido, las ayudas a la distribución se revelan no solo como un mecanismo económico, sino como una política cultural estratégica para garantizar pluralidad en la oferta cinematográfica. Además, sigue vigente la obligación para las salas de cine de programas como mínimo un 25% de las películas de cine español, europeo e iberoamericano. BO

© Netflix (1), Beta Fiction (5), Elastica Films (1), Films y Phinculase (1)

LA COMUNIDAD DE MADRID BUSCA REEQUILIBRAR SU MAPA DE EXHIBICIÓN

EL GOBIERNO AUTONÓMICO PONDRÁ EN MARCHA UN PLAN PARA QUE LOS TEATROS MUNICIPALES PROYECTEN ESTRENOS COMERCIALES, CON EL OBJETIVO DE LLEVAR EL CINE A LOS 179 MUNICIPIOS DE LA REGIÓN

por **Lino Pulido**



Con 15 millones de entradas vendidas en 2024 y una taquilla total de 111,8 millones de euros, la Comunidad de Madrid fue, un año más, el principal mercado cinematográfico de España, representando el 23% de la recaudación nacional. Según la última *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales*, los madrileños son también los espectadores más fieles: uno de cada tres asegura haber ido al cine en los últimos tres meses (34,1%).



Isabel Díaz Ayuso
Presidenta

A pesar de ese liderazgo, el mapa de exhibición muestra una concentración extrema. La región dispone de 544 pantallas, el tercer parque más amplio del país tras Andalucía (647) y Catalunya (576), pero con una densidad mucho mayor: la Comunidad de Madrid es líder en número de pantallas por habitante. Sin embargo, esa cifra esconde un desequilibrio territorial que se ha agravado con el paso del tiempo.

De los 179 municipios madrileños, solo 28 cuentan con una sala activa. En la práctica, el grueso del negocio se concentra en la capital, con 3,4 millones de habitantes, mientras que los 3,6 millones restantes que viven fuera de la M-30 deben desplazarse para disfrutar de una película en pantalla grande.

El fenómeno no es exclusivo de Madrid, sino parte de una tendencia nacional. Según el Censo de Cines de la AIMC, el 69,4% de las salas españolas se ubican en poblaciones de más de 50.000 habitantes, lo que deja fuera del circuito a una gran parte del territorio. En estas grandes ciudades, el 94,7% de la población tiene acceso directo a una sala; en cambio, en los municipios más pequeños, solo el 28,5% dispone de cine local. El caso de Móstoles (208.000 habitantes) —cuyos vecinos deben desplazarse hasta Alcorcón o Fuenlabrada— es especialmente ilustrativo: el déficit no se limita a pueblos rurales, sino que alcanza incluso a grandes núcleos urbanos del área metropolitana.

Ante este panorama, el Gobierno autonómico ha decidido actuar. La presidenta Isabel Díaz Ayuso anunció a finales de septiembre un plan para «acercar la cultura a todos los municipios», incluido dentro de la estrategia Pueblos con vida, que busca reactivar la actividad económica, cultural y social en el entorno rural madrileño. La iniciativa prevé convertir los teatros municipales en salas de proyección cinematográfica, ofreciendo programaciones regulares, precios reducidos y descuentos para jóvenes y jubilados. ❯



El consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco, explicó que este nuevo servicio se integrará en la Red de Teatros de la Comunidad de Madrid, con el objetivo de cumplir el mandato constitucional de promover el acceso universal a la cultura. «El propósito —subrayó— es que ningún vecino pueda decir que nunca se ha proyectado una película en su municipio».

UNA RED ALTERNATIVA PARA EL FUTURO DE LA EXHIBICIÓN

El proyecto se apoya en la infraestructura existente: decenas de teatros municipales distribuidos por toda la región, muchos de ellos de gestión pública y con buena dotación técnica. La idea es proyectar películas en los periodos sin programación escénica, instalando pantallas en el escenario y adaptando la oferta a la demanda local.

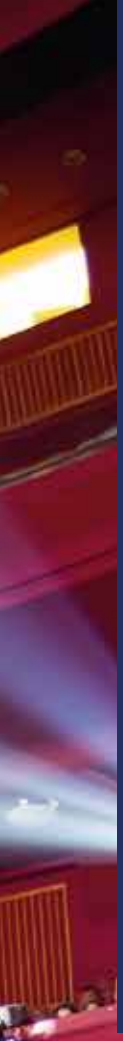
En los municipios con mayor población o afluencia, se ofrecerá una programación más continuada, con estrenos recientes y títulos familiares. En los pueblos más pequeños, se apostará por sesiones de cine de verano, ciclos temáticos o películas españolas con potencial educativo y cultural.

La medida no solo busca garantizar el acceso cultural, sino también reforzar el mercado de exhibición. Fuentes del sector apuntan que una red pública complementaria puede ampliar audiencias y generar nuevas ventanas para películas de presupuesto medio o cine independiente, que suelen tener dificultades para mantenerse en cartel más allá de las grandes capitales. En este sentido, el programa de la Comunidad de Madrid podría convertirse en un banco de pruebas para la diversificación territorial de la exhibición, en un momento en el que el sector intenta equilibrar el crecimiento de los multicines con fórmulas más descentralizadas y sostenibles. «Las majors seguirán dominando la taquilla, pero hay espacio para modelos mixtos que combinen gestión pública y privada», señala un analista consultado por *Box Office*.

La iniciativa no parte de cero. Desde hace 21 años, la Comunidad organiza el Circuito de Cine de Verano, uno de los programas de proyecciones al aire libre con mayor tradición de España. En 2024 participaron 31 municipios de menos de 15.000 habitantes, con más de 50 títulos programados —el 40% de ellos españoles—, desde clásicos del cine hasta éxitos de animación y películas internacionales recientes. Todas las sesiones son gratuitas, y antes de la pandemia llegaron a congregar a más de 56.000 espectadores.



Mariano de Paco
Consejero de Cultura, Turismo y Deporte



UN RETO LOGÍSTICO Y DE SOSTENIBILIDAD

El proyecto plantea, no obstante, algunos retos logísticos y económicos. La adaptación de los teatros requerirá inversiones en equipos de proyección digital, sistemas de sonido y gestión de derechos, además de la coordinación con distribuidoras para la selección de títulos. El modelo se inspira en experiencias similares de otras comunidades, como los programas de cine itinerante de Castilla y León o Galicia, donde los ayuntamientos se coordinan con la administración autonómica y las distribuidoras para organizar ciclos de proyección. En el caso madrileño, el objetivo es crear una red integrada, con programación centralizada y distribución coordinada de copias, lo que permitiría optimizar costes y ampliar la oferta.

Para los exhibidores privados, la iniciativa puede percibirse como complementaria, no competitiva. El público potencial en municipios sin cines no se solapa con el de los grandes complejos urbanos. De hecho, el plan podría actuar como puente entre generaciones, recuperando el hábito de ver cine en comunidad y fomentando la asistencia presencial.

DESCENTRALIZAR EL CINE MADRILEÑO

En términos de industria, el reto es ensanchar el mapa de la exhibición. Madrid concentra el talento, las productoras y las principales sedes de distribución, pero su consumo cinematográfico sigue anclado en los grandes complejos del centro y el norte de la capital. La falta de oferta en el sur y el este metropolitano genera un desequilibrio estructural, tanto cultural como económico.

El nuevo plan de la Comunidad apunta precisamente en esa dirección: descentralizar el acceso al cine y reconectar con el público de los municipios. Si el modelo prospera, podría abrir un precedente replicable en otras regiones, demostrando que la exhibición pública puede ser también una herramienta de cohesión territorial.

El éxito dependerá, en última instancia, de la capacidad para mantener una programación constante, de la coordinación con las distribuidoras y de la implicación de los ayuntamientos. Pero la oportunidad está ahí: en una comunidad que lidera la taquilla nacional, expandir el cine más allá de la M-30 no solo es un gesto cultural, sino también una estrategia de crecimiento para el sector. BO

© Getty Images (2), Shutterstock (3)



CINE EN ARABIA SAUDÍ: DEL VETO AL FERVOR CINÉFILO

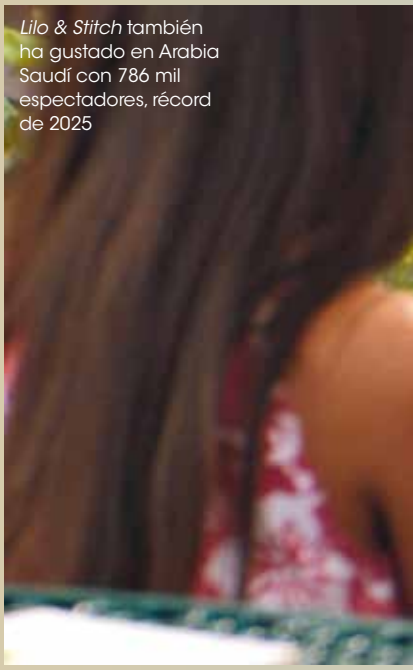
EXISTE UN PAÍS EN EL MUNDO EN EL QUE EL CINE ES LO MÁS MODERNO. DESDE QUE EN 2018 SE LEVANTARA LA PROHIBICIÓN A LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, EL MERCADO SAUDÍ HA CRECIDO HASTA LAS 600 PANTALLAS, SIENDO EL MERCADO MÁS GRANDE DE ORIENTE MEDIO. EL OBJETIVO ES LLEGAR A 2.000 EN 2030 Y LA PRODUCCIÓN DE 100 PELÍCULAS LOCALES. CON 210 MILLONES DE EUROS DE TAQUILLA EL AÑO PASADO Y 17,5 MILLONES DE TICKETS, EL CINE EGIPCIO Y LOCAL COMPITE CARA A CARA CON HOLLYWOOD

por **Juan Sardà Frouchtmann**

Arabia Saudí es un país grande, con 35 millones de habitantes y una extensión cuatro veces la de España y, además, rico. Con un PIB per cápita de 32.000 euros, prácticamente idéntico al nuestro aunque distribuido de manera más desigual, ha sido durante décadas un lugar un tanto aislado y misterioso. Mientras en Europa ir al cine se considera una actividad cultural tradicional, en el único país del mundo que tiene el nombre de su dinastía reinante —Saudí significa "de los Saúd", la familia real— sus habitantes acuden a las salas con devoción y atraídos por una excitante novedad.

Y es que en Arabia Saudí los cines estuvieron cerrados durante más de 30 años, desde que en 1983 el gobierno, bajo presión de los fundamentalistas, decidió clausurarlos hasta 2018, cuando el príncipe Mohammed bin Salman, en su política de apertura, decidió reabrirlos. Ese 2018 solo se vendieron 630.000 entradas y el año pasado ya fueron 17,5 millones. Y este 2025, según datos de su activa y dinámica Film Commission, será aún mejor, ya que durante la primera mitad del año se alcanzaron los nueve millones de tickets, ligeramente por encima del anterior. La mejor noticia para el cine saudí: el cine local representó un 23 % de la taquilla ¡con solo cuatro estrenos!

Fue un 18 de abril de 2018, con la proyección de *Black Panther* ante un público distinguido con personalidades del país, el pistoletazo de salida a la historia de la pasión de los saudíes por el cine. Con un coste medio por ticket de 12 euros, casi el



Lilo & Stitch también ha gustado en Arabia Saudí con 786 mil espectadores, récord de 2025



TOP 10 PELÍCULAS ARABIA SAUDÍ 2024

	TÍTULO	PAÍS DE ORIGEN	ESPECTADORES	REC. MILLONES €
1	Bad Boys: Ride or Die	EE. UU.	1.723.548	21,76
2	Welad Rizk 3	Egipto	902.282	9,73
3	Gawaza Toxic	Egipto	635.720	7,39
4	Del revés 2	EE. UU.	702.016	7,21
5	Night Courier	Arabia Saudí	620.543	7,09
6	Deadpool & Wolverine	EE. UU.	499.136	6,52
7	Shabab El Bomb	Arabia Saudí	632.658	6,57
8	The Beekeeper	EE. UU.	396.083	5,73
9	El Lahazat El Lazeeza	Egipto	459.461	5,61
10	Ex Meraty	Egipto	444.718	5,06

Fuente: Saudi Arabia Film Commission (cifras aproximadas)



Al-Zarfa, una comedia con robos, gran éxito del cine local en 2025 con 690 mil espectadores

doble que en España, los cines de Arabia Saudí destacan por su lujo y su exuberancia. Durante el último congreso de CineEurope, en Barcelona, en la *Executives Roundtable*, Adonn Quinn, consejero delegado de *Muvi Cinemas*, la cadena exhibidora más grande del país, señaló: "Vendemos una experiencia *premium*. Operar un cine es costoso, intensivo en inversión y estrés; no podemos simplemente recortar precios". El ejecutivo subrayó que los cines saudíes aspiran a consolidarse como una experiencia de lujo y alto valor, no como una opción de ocio barata. Actualmente, hay 64 cines que suman 630 pantallas. Mucho más rentables que los españoles (y quizá de cualquier parte del mundo), haciendo un cálculo simple, en 2024 le correspondió a cada pantalla española una recaudación de 134 mil euros del total de 480 millones de taquilla; en Arabia Saudí, cada pantalla ingresó 333 mil.

Arabia Saudí es, de hecho, el único mercado del mundo donde las cifras pospandemia superan holgadamente a las de antes de la crisis sanitaria, aunque —advierte— el camino no ha sido sencillo. "Llevamos siete años operando en el país. No tenemos datos históricos que nos permitan comparar; los primeros dos años todo estaba lleno, con un 90 % de ocupación. Luego llegó la pandemia y el mercado cambió por completo." Para incentivar la repetición, Muvi lanzó un programa que ofrece un 25 % de descuento en la siguiente compra si el cliente regresa en el plazo de un mes. "No bajamos el precio general, solo premiamos a quien vuelve", explica Quinn. La iniciativa ha logrado un aumento del 20 % en la frecuencia de uso con apenas un impacto del 4 % en el precio medio, demostrando que el incentivo funciona mejor que las rebajas generalizadas.



MÁS QUE PREMIUM

Con los últimos avances tecnológicos, butacas amplias de cuero, una decoración ultramoderna y servicios avanzados, los cines saudíes son todos *premium*, algunos más que eso, dejando claro el significado de "lujo asiático". Por ejemplo, los *Vox* ❯



F1. La película ha sido la película con mayores ingresos de 2025, 9,6 millones de euros

Cinemas Via, en la capital, Riad, tienen siete salas con temáticas únicas como *Secret Garden*, *Orient Express* o *Interstellar*. Cada sala combina decoración inmersiva, butacas reclinables de alta gama y, en algunos casos, baños privados, ofreciendo una experiencia cercana a la de una suite. Su capacidad máxima es de diez personas. El menú incluye platos internacionales, opciones *gourmet* y cafés especiales servidos directamente en sala. No es barato: 47 euros, un precio que no alcanza ningún cine de España.

En un país como Arabia Saudí, con buenas relaciones con Estados Unidos, la cinematografía de Hollywood mandó en 2024 con un 58,5 % de cuota, pero se abre paso con mucha fuerza el cine egipcio y el propio. Con algunas diferencias, la taquilla saudí no es muy distinta a la española: triunfan las películas de acción —les gustan especialmente los mamporros y las persecuciones en coche de alta gama— tanto estadounidenses como árabes, y también la comedia familiar local, que aborda temáticas "modernas" como la liberación de la mujer o los cambios en las costumbres. Eso sí, en un país donde rige una férrea censura, los temas LGTB, la crítica política, las escenas sexuales o las referencias religiosas están estrictamente prohibidos.

En 2024, cuatro de las diez películas más taquilleras fueron americanas, destacando en primera posición *Bad Boys: Ride or Die*, con 21,7 millones de euros, más del doble que la segunda, la egipcia *Welad Rizk 3* (nueve millones), una popular franquicia sobre cuatro hermanos pobres que se convierten en ladrones en un entorno de lujo y persecuciones. La tercera, también egipcia, *Gawaza Toxic*, es una comedia familiar ambientada en unas vacaciones que revela cierta apertura social: trata sobre unos padres indignados porque su hijo va a casarse con una mujer "moderna" que canta y lleva pantalones cortos. «¿A qué se dedica?», pregunta el padre. «Es terapeuta», responde él.«¿Pero no era musulmana?», replica sorprendido.

Las dos películas saudíes del *Top 10* fueron *Night Courier*, un thriller con crítica social sobre la precariedad de la juventud presentado en el Festival de Berlín, y *Shabab al-Bomb*, adaptación cinematográfica de una popular serie costumbrista sobre las desventuras de unos jóvenes de Riad en clave cómica.

La taquilla de 2025 (hasta el 2 de noviembre) demuestra que el cine egipcio y saudí poco a poco va ganando posiciones mientras el norteamericano resiste pero pierde su primacía. La película con más espectadores del año ha sido, como en casi todo el mundo, *Lilo y Stitch* (790.000 espectadores), y la más taquillera *F1. The Movie* (9,6 millones de euros), diferencia que se explica por la amplia oferta de salas IMAX o *ultrapremium*, con entrada más cara, que ha favorecido un espectáculo de acción. Pero hay cuatro películas locales en el top 10, un logro importante teniendo en cuenta que son las únicas cuatro que se han producido en el país, lo que demuestra la vitalidad de esta pujante cinematografía y también su ambición. Triunfa la comedia amable *Is'af*, sobre un



Bad Boys: Ride or Die, enorme éxito en 2024 con casi 22 millones de euros de taquilla

TOP 10 PELÍCULAS ARABIA SAUDÍ 2025 (YTD)

	TÍTULO	PAÍS DE ORIGEN	ESPECTADORES	REC. MILLONES €
1	Lilo & Stitch	EE. UU.	786.900	8,7
2	Al-Zarqa	Arabia Saudí	689.400	7,4
3	F1: The Movie	EE. UU.	642.300	9,6
4	Hobal	Arabia Saudí	583.200	6,1
5	Al-Hana Elli Ana Fih	Egipto	560.800	7,4
6	Shabab Al-Bomb 2	Arabia Saudí	588.400	6,7
7	Restart	Egipto	409.100	5,2
8	Dangerous Animals	EE. UU.	412.000	4,8
9	Demon Slayer: Infinity Castle	Japón	387.800	5
10	Is'af	Arabia Saudí	374.500	4,5

Fuente: Saudi Arabia Film Commission (cifras aproximadas). Hasta 1 de noviembre

MERCADO CINEMATORGÁFICO ESPAÑA VS ARABIA SAUDÍ

	POBLACIÓN	REC. TOTAL 2024 €	REC. TOTAL 1 SEM. 2025	NÚMERO DE CINES	NÚMERO DE PANTALLAS	CUOTA CINE LOCAL 1 SEM 2025	PREMIO MEDIO TICKET
Arabia Saudí	36 947 024	210M€	100,8M€	64	630	23,50%	6,90 €
España	49.315.949	479,9M€	205M€	760	3.562	15,30%	11,90 €

Fuente: Saudi Arabia Film Commission/Comscore/FECE



La egipcia *Welad Rizk 3*, 900 mil espectadores en 2024

grupo de paramédicos, prosigue su éxito el fenómeno *Shabab al-Bomb 2* (590.000 espectadores), y destacan *Al-Zarfa*, sobre un robo perpetrado por tres amigos en tono cómico, y *Hobal*, un drama histórico sobre la unificación del país bajo la dinastía de los Saúd y el triunfo del islam como religión oficial del Estado.

Como nota curiosa, los gustos saudíes respecto al cine americano están también marcados por la censura: no triunfan franquicias populares en Occidente como *Jurassic World* (180.000 espectadores la última parte) o la mayoría de películas de superhéroes (*Superman* se quedó en 170.000), mientras que títulos menores de acción "no sexualizada" como *Dangerous Animals* (412.000 espectadores en Arabia Saudí) o *Nobody 2* (175.000) funcionan mucho mejor.

ATRAER RODAJES INTERNACIONALES

El objetivo declarado del reino es producir 100 películas nacionales al año para 2030 y con cuatro producciones locales entre las diez más vistas en 2025 queda clara la apuesta fuerte del país por apoyar su cinematografía. Incluso con películas críticas como *Night Courier*, que aspiran a ser proyectadas en festivales internacionales y exportadas a otros países, la política de apoyo al sector es muy agresiva.



Gawaza Toxic, una comedia familiar sobre el papel de la mujer

En 2023 se lanzó el *Film Sector Financing Program* de la *Cultural Development Fund (CDF)*, con una dotación de 234 millones de dólares para apoyar la industria del cine en Arabia Saudí, y en 2024 se anunció el *Saudi Film Fund*, con un capital de 100 millones de dólares destinado a producción local, internacional e infraestructura. El programa *Film Saudi* ofrece subvenciones no reembolsables de hasta el 40 % del gasto elegible para producciones locales, regionales o internacionales que se rueden en Arabia Saudí. El país también ha invertido en equipamientos con *NEOM*, un complejo audiovisual futurista de 100 hectáreas con estudios, *backlots* y servicios técnicos avanzados; la *AlUla Film Commission*, que gestiona rodajes en paisajes desérticos patrimonio de la UNESCO y coordina incentivos y campañas internacionales; y nuevos platós urbanos en Riad y Yeda para publicidad, televisión y cine comercial. Se han creado *Muvi Studios* y *MBC Studios* como motores de producción nacional, y se ha invertido en formación con programas de becas y talleres con *Netflix*, *Sundance Institute*, *Film AlUla* y *Cannes Marché du Film*, además de la *Saudi Film School*, que ya ha formado a más de 1.000 técnicos y productores locales.

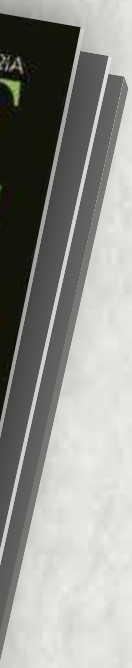
De todo este esfuerzo inversor no solo se ha beneficiado el cine saudí: desde la apertura del país al cine en 2018, el reino ha atraído superproducciones como *Desert Warrior* (Anthony Mackie), *Kandahar* (Gerard Butler) o *Cello*, dirigida por Darren Lynn Bousman y producida por *MBC Studios*, además de varios títulos de Netflix y Bollywood. Los paisajes de *AlUla*, los estudios de *NEOM Media Village* y el respaldo de la *Saudi Film Commission* han consolidado al país como un escenario emergente donde el cine sirve tanto a la diplomacia cultural como a la diversificación económica impulsada por la ambiciosa *Visión 2030* del polémico príncipe heredero Mohammed bin Salman.El cine también puede ser una redención. BO

© Sony (1), Disney (1), Warner (1), Ceema Films FZCO (1), Front Row Filmed Entertainment (1)

BOX OFFI
ANCHE



CE PARLA ITALIANO



PODEMOS LLEVAR TU NEGOCIO TAMBIÉN A ITALIA

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

Contacto

BOXOFFICE

DUESSE MEDIA NETWORK
WE ARE PUBLISHERS

El actor y director italiano Roberto Benigni celebra la victoria en los Óscar de Hilary Swank, galardonada como mejor actriz por *Boys Don't Cry*



© Getty Images

Para estar al día

suscríbase aquí

a nuestra newsletter



WWW.BOX-OFFICE.ES

★★★★★ "UNA JOYA DE UNA BELLEZA ABRUMADORA" ELDIARIO.ES

"CARLA SIMÓN TIENE UN DON" SCREEN DAILY "EMOCIONANTE" EL PAÍS

★★★★ "EMOTIVA Y CONMOVEDORA HASTA LA EUFORIA" EL MUNDO

"MÁGICA" CINE CON Ñ ★★★★ THE GUARDIAN "UNA PRECIOSIDAD" SENSACINE

★★★★★ "UNA DE LAS AUTORAS MÁS IMPORTANTES DE NUESTRO CINE" CADENA SER ★★★★ "UN PRODIGIO DE CINE" EL MUNDO

★★★★ "LA MEJOR PELÍCU[illegible]A SIMÓN HASTA LA FECHA" FOTOGRAMAS

★★★★ ★★★★★ "HERMOSA

★★ "FASCINANTE" ELDIARIO.ES

"IMPRESIONANTE" NEXT BEST PICTURE

★★★★ CINEMANÍA

"BELLÍSIMA" CAIMÁN CDC

★★★★★ BEST MOVIE

FESTIVAL DE CANNES
2025 OFFICIAL SELECTION
COMPETITION

ROMERÍA

UNA PELÍCULA DE CARLA SIMÓN

PARA VUESTRA CONSIDERACIÓN

PREMIOS GOYA · Acadèmia del Cinema Català · PREMIS GAUDÍ