

**Dr. José-Patricio PÉREZ-RUFÍ**

Universidad de Málaga. España. patricioperez@uma.es

**Dr. Antonio CASTRO-HIGUERAS**

Universidad de Málaga. España. acastro@uma.es

## **Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes**

### **Film production in Spain: success conditioned by the participant companies**

**Fechas** | Recepción: 12/09/2019 - Revisión: 20/10/2019 - En edición: 29/10/2019 - Publicación final: 01/01/2020

#### **Resumen**

El objetivo principal de esta investigación es analizar las estructuras empresariales que rodean al cine de producción española de éxito en los años 2016, 2017 y 2018. La hipótesis de partida es que el éxito comercial de una película española dentro del mercado nacional viene condicionado por la estructura de producción y distribución. Aplicamos una metodología cuantitativa en la que tomamos como muestra las diez películas españolas más comerciales de cada año, buscando la relación con las empresas productoras y con las distribuidoras. Los resultados del análisis ponen de manifiesto la importancia de un pequeño grupo de productoras, así como la necesaria intervención de las cadenas de televisión (integradas en los principales grupos mediáticos nacionales), además de la distribución por parte del reducido oligopolio de distribuidoras (filiales nacionales de los grandes estudios de Hollywood) que concentra la mayor recaudación en taquilla. Destacamos que la figura empresarial y jurídica que reporta mayores beneficios es la AIE, Agrupación de Interés Económico. La fórmula del cine español de éxito es el resultado de las políticas aplicadas en la industria cinematográfica.

#### **Palabras clave**

Cine español; grupos multimedia; industria cinematográfica; mercado audiovisual; producción cinematográfica; televisión

#### **Abstract**

*This paper sets out to analyse the corporate structures in the context of successful Spanish cinema production in 2016, 2017 and 2018. The initial hypothesis is that the commercial success of a Spanish film within the domestic market is conditioned by the structure of production and distribution. A quantitative methodology was employed. The survey sample comprised the ten most commercially successful Spanish films of the above years, with the aim to determine their relation with the production and the distribution companies. The results reveal, on the one hand, the importance of a small group of producers, as well as the requisite intervention of television channels (integrated into the main national media groups). On the other hand, the study highlights the existence of a small oligopoly of distributors (national subsidiaries of the major Hollywood studios) gaining the largest revenues in the box-office takings. It is worth underlining that the most profitable corporate and legal figure is the EIG, Economic Interest Grouping. Hence, the key to the Spanish cinema's success is the result of policies framed within the context of the film industry.*

#### **Keywords**

*Spanish cinema; media group; film industry; audio-visual market; film production; television*

## 1. Introducción

La industria de la producción de cine español sigue lastrando una serie de debilidades estructurales históricas. El incremento del número de productoras activas y de títulos filmados desde mediados de la primera década del siglo puede explicarse a partir de la confluencia de factores relacionados con las políticas públicas de protección de la obra cultural española (Herederoy y Reyes, 2017), pero también desde el abaratamiento de los costes de producción permitido por la digitalización de la materia prima de la creación audiovisual. Sin embargo, el sector se encuentra extremadamente polarizado desde el momento en que el contraste es abismal entre las productoras consolidadas y las más pequeñas. Así, la "clase media" de la producción cinematográfica española parece perderse al posicionarse del lado de los proyectos más ambiciosos y con mayores presupuestos o del lado de los más modestos.

El objetivo principal de esta investigación es analizar las estructuras empresariales que rodean al cine de producción española de éxito en los años 2016, 2017 y 2018, atendiendo a la participación de empresas dedicadas a la producción cinematográfica y a la distribución en salas comerciales. Dicho análisis tendrá por objeto evaluar la importancia de la estructura empresarial en los resultados de explotación comercial en las salas.

El Boletín informativo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Cinematográficas (ICAA) de 2018 (2019: 15) reconoce que el sector de la producción necesita fortalecer su estructura empresarial "para que pueda acreditarse no sólo su capacidad productiva, sino también su solvencia financiera y sus posibilidades para hacer frente a situaciones adversas". De esta forma, un grupo minoritario de empresas mantiene "una actividad significativa y continua de producción, de la que puede afirmarse su consolidación, con un alto nivel de ingresos y un equilibrio financiero conseguido por la diversificación de su producción". Simultáneamente, convive con el resto del sector, con una actividad escasa. En 2018, de las 389 empresas productoras que han producido largometrajes sólo 4 participaron en la producción de 5 o más películas, esto es, apenas un 1% de las productoras con actividad. Los datos son más reveladores si consideramos que 340 productoras (lo que conforma el 87% del total) participaron en un único largometraje. De esta forma, la tendencia "es la de una producción discontinua y poco diversificada, lo que dificulta la realización de economías de escala para optimizar recursos y resultados" (ICAA, 2019: 15).

El número de productoras no ha dejado de crecer en España, siguiendo así una tendencia al alza (como recoge la tabla 1) que, salvando los leves retrocesos de los años 2012 y 2017, no ha detenido la conjunción de elementos que ha dificultado la producción de cine nacional, esto es: la crisis económica, los cambios en los hábitos de ocio de la audiencia, la entrada en el mercado español de las plataformas de televisión OTT internacionales, la reducción de las ayudas públicas a la creación cultural o la inestable situación política del país. Sin embargo, la actividad de la mayoría de las productoras es muy limitada, con un escaso margen de supervivencia en el tiempo, bajos presupuestos (Medina y Fernández, 2014) y muy modesta repercusión en el mercado de la comercialización cinematográfica.

**Tabla 1: Evolución del número de productoras de largometrajes en España**

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nº productoras	183	213	217	234	249	259	246	267	276	343	354	329	389
Nº largometr.	150	172	173	186	200	199	182	231	216	255	254	241	266

Fuente: ICAA (2019). Elaboración propia.

La evolución del número de productoras nacionales que ha participado en una sola película ha crecido desde un 82,49% en 2008 hasta un 87,40% en 2018. Paralelamente, el número de productoras que ha participado en un año en más de cuatro películas ha bajado del 1,84% de 2008 al 1,03% de 2018 (ICAA, 2019: 54). Las ligeras variaciones en los porcentajes no hacen sino acentuar la creciente escisión del sector. Estos datos no muestran variaciones significativas pero vienen a reforzar la idea de que la polarización del sector de la producción no es un hecho coyuntural: la crisis es la que siempre se ha movido el cine español posee rasgos que "son estructurales y no meramente coyunturales" (Ansola González, 2003: 5).

Pablo Martí y Muñoz Yebra (2001: 124) afirman que el número de productoras "con una dimensión suficiente para afrontar proyectos de cierta envergadura, y por ende competitivos internacionalmente, es extremadamente reducido". Ello define la producción de cine en España de un "mercado carácter artesanal", a partir de la creación de empresas para proyectos personales. Desde otra perspectiva, sostienen que "esta estructura puede suponer una mayor riqueza desde el punto de vista cultural o artístico, al generar un cine básicamente de autor", aunque desde el punto de vista económico "genera unos resultados parcos". En términos generales, añaden Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2006: 7), la empresa productora "está ligada a la figura de un productor (...), pero no cuenta con una estructura empresarial suficiente como para que se pueda hablar de empresa".

La producción cinematográfica española ha sido caracterizada a partir de una serie de rasgos que destacan su escasa competitividad y fragilidad en términos de industrialización, de un modo estructural antes que coyuntural: fuerte debilidad financiera, gran atomización empresarial, limitaciones para acceso a las ventanas de amortización o el pequeño tamaño del mercado doméstico y del internacional (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006), además de problemas de identidad y de percepción por el público nacional (García Fernández, Reyes Moreno y Clemente Mediavilla, 2014).

El número de largometrajes también se ha disparado en la última década, alcanzando la cifra récord de 266 títulos producidos en el año 2018. Sin embargo, "una mayor producción de películas no implica necesariamente la consecución de una recaudación elevada", afirma García Santamaría (2018: 111). Monterde (2019: 26) afirma que "deberíamos hablar de una inflación del sector de producción que no se corresponde con las posibilidades de los otros dos sectores industriales, la distribución y la exhibición". Según Prieto (2015: 25), la debilidad estructural de la industria cinematográfica española conduce a "la necesidad de internacionalizar la industria cinematográfica y audiovisual española como principio fundamental de supervivencia y desarrollo de la misma".

Tras analizar las relaciones entre cine y televisión, García Santamaría (2019: 252) concluye que es evidente que en el último quinquenio se ha producido "una mayor concentración en la producción, propiciada igualmente por la crisis económica, entre las grandes empresas del sector". Las televisiones, como "casi la única estructura sólida de la industria cinematográfica española", se levantan así como un muro "frente a la 'atomización' de la producción" (García Santamaría, 2019: 252).

El dominio del sector por las televisiones resulta de la obligación regulada por ley de inversión en financiación de producción cinematográfica. En un primer momento, las televisiones, a través de UTECA, se opusieron a ello y lo llevaron a los tribunales, de donde resultó una sentencia del Tribunal Supremo en 2009 que falló contra esta obligación. Sin embargo, tras la cuestión de inconstitucionalidad planteada por el Tribunal Supremo, el Tribunal Constitucional terminó por avalar la obligación de financiación de la producción de cine. El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas avalaría igualmente en marzo de 2009 la obligación de los operadores de televisión.

Frente a este, en principio, "obstáculo" o "injerencia" en el desarrollo de su actividad o de la gestión de sus inversiones, las televisiones terminaron por entender la producción de cine como un sector hacia el que diversificar su actividad y abrir nuevos mercados, al punto de llegar a liderar dicho sector. Según Ximo Pérez (2015: 160), "las cadenas han hecho una interpretación interesada de las leyes del Gobierno. Las han utilizado en su beneficio para marginar al cine independiente, fabricando así películas de éxito".

Podemos añadir que la industria cinematográfica española tiene una dependencia de los fondos públicos y falta de capital propio por parte de las productoras, lo que impide una planificación a corto y medio plazo y suscita una improvisación constante (García Fernández, 2015: 601). Los referentes de modelos industriales con los que compararse siguen siendo los europeos, en especial el inglés, el francés y el italiano (Pérez Rufí, 2012: 26), cuestión que emplazamos para ser estudiada en una futura investigación. La dependencia y la debilidad actual de las bases estructurales del cine español no aconsejarían el cambio a un modelo de financiación de un modelo exclusivamente privado.

Planteamos esta investigación desde la atención a las empresas implicadas en la producción y en la distribución del cine español de mayor recaudación en las salas de cine, a fin de identificar una relación de causalidad entre industria y resultados de explotación comercial en la primera ventana de amortización de la industria cinematográfica tradicional.

## **2. Metodología y fuentes**

Con el fin de lograr los objetivos propuestos, principalmente analizar las estructuras empresariales que rodean al cine de producción española de éxito, aplicamos una metodología cualitativa apoyada en datos económicos acerca de la producción y la comercialización de los filmes. Aplicamos igualmente una metodología basada en el estudio de caso español, a partir de la revisión bibliográfica de los estudios e informes dedicados a la producción cinematográfica en España.

Desde la voluntad de análisis basado en datos cuantitativos, tomamos una muestra a partir de los datos de recaudación de cine español en los años 2016, 2017 y 2018 dentro del mercado nacional publicados por el ICAA, con objeto de medir la concentración del éxito y la relación de cada producción cinematográfica con las empresas productoras y con las distribuidoras. La muestra de análisis está conformada por el listado de los títulos españoles más taquilleros de los años 2016, 2017 y 2018. Hemos decidido limitar el estudio de las estructuras empresariales del sector a los tres años más recientes de los que disponemos datos en el momento de elaboración de esta investigación.

Dentro de cada uno de estos tres años tomaremos como muestra las diez películas más taquilleras de nacionalidad española exhibidas en salas de cine. Aun siendo una muestra escasa, alrededor de un 3-4% del total de filmes españoles exhibidos, consideramos que resulta representativa, por cuanto este grupo de películas concentra alrededor del 71% del total de la recaudación española en salas comerciales, con valores de concentración muy similares entre los tres años, como podemos concluir a partir de la suma de recaudaciones o espectadores recogida en la tabla 2.

**Tabla 2: Concentración de la recaudación y espectadores de las diez películas españolas más taquilleras entre 2016 y 2018.**

<b>Diez películas españolas más taquilleras</b>	<b>Recaudación</b>	<b>% total</b>	<b>Espectad.</b>	<b>% total</b>
<b>2016</b>	77.527.366€	70,61%	12.841.375	70,15%
<b>2017</b>	75.517.484€	72,8%	12.579.257	72,72%
<b>2018</b>	73.207.073€	70,52%	12.463.064	70,72%
<b>Media 2016-2018</b>	75.417.307€	71,31%	12.627.898	71,19%

Fuente: ICAA (2017-2019). Elaboración propia.

Consideramos, por tanto, que el éxito comercial del cine español se limita a muy pocas producciones anuales en realidad, razón por la que justificamos que una muestra tan limitada de títulos es representativa. A partir de esta muestra, tomamos nota de las empresas y tipo de empresas productoras implicadas en cada uno de los títulos, la posible participación de canales de televisión en actividades de producción o financiación, así como las empresas distribuidoras de dichas películas. Aunque el sector objeto de nuestra atención no es el de la distribución, su implicación en la producción es directa desde el momento en que participa en la financiación del filme o influye en los resultados de la explotación comercial en salas de cine.

La hipótesis que mantenemos es que el éxito comercial de una película española dentro del mercado nacional viene condicionado por la estructura de producción y distribución, al punto de que la industria española cinematográfica actúa de facto como un oligopolio en el que existen altas barreras de entrada y, consecuentemente, margina las producciones creadas fuera de dichas estructuras. El análisis de las estructuras empresariales que rodean la industria cinematográfica española confirmaría, como pretendemos demostrar, la alta concentración de la producción y del éxito en pocas empresas, en estrecha relación con las cadenas de televisión comerciales y con el oligopolio estadounidense de la distribución cinematográfica en salas comerciales. Estos resultados son previsible, si bien queremos medir hasta qué punto las estructuras empresariales serían la clave de los resultados de explotación en las salas de cine y podrían determinar el éxito comercial de un filme.

La razón de limitación a tres años de estudio para la muestra obedece a la necesidad de actualizar los estudios de la industria con los datos más recientes disponibles. Creemos, y lo planteamos como hipótesis secundaria, que los resultados serán bastante similares en la muestra de cada uno de los años, lo que llevaría a la idea de que la dinámica de la industria y de la explotación comercial no es coyuntural y dependiente de la oferta y demanda de cada año, sino más bien estructural.

Desde la perspectiva de los referentes bibliográficos consultados, imprescindibles para hacer un estudio de caso, este trabajo parte de tres tipos de fuentes: en primer lugar, hemos atendido a las obras que analizan el estado de la industria cinematográfica en España, entre los que destacan los textos de García Santamaría (2018, 2019), García Fernández, Reyes Moreno y Clemente Mediavilla (2014), García Fernández (2015), Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2016), Monterde (2019), Matamoros (2009), Pardo y Sánchez-Tabernero (2012), Ansola González (2003) o Pablo Martí y Muñoz Yebra (2001), entre otros; igualmente, en segundo lugar, hemos revisado los informes y los datos ofrecidos de forma precisa por el ICAA junto a Comscore, como fuente directa de la actividad en el sector y de los resultados comerciales; en tercer lugar, desde el momento en que ligamos los resultados del sector de la producción a las políticas aplicadas sobre éste, consultamos los textos en materia legislativa directamente relacionados con la implicación de los operadores de televisión en la producción cinematográfica.

### 3. Resultados

Recogemos a través de las tablas 3, 4 y 5 la relación de los diez largometrajes de nacionalidad española con mayor recaudación en las salas de cine en España durante los años 2016, 2017 y 2018, con independencia al año de su estreno y de producción, atendiendo exclusivamente a la información aportada por el ICAA en los listados de recaudación y espectadores efectuados junto a Comscore (ICAA/Comscore, 2017, 2018, 2019). Representamos así de una forma gráfica la muestra objeto de nuestro análisis a fin de comentarla posteriormente.

**Tabla 3: Películas españolas con mayor recaudación en 2016, productoras y distribuidoras.**

2016	Recaudación	Espectad.	Productoras	Partic. TV	Distrib.
<i>Un monstruo viene a verme</i>	26.470.143 €	4.616.870	A Monster Calls AIE, Telecinco Cinema SAU, Apaches Entertainment SL, Películas La Trini SLU	Telecinco	Universal
<i>Palmeras en la nieve</i>	12.244.777 €	1.899.845	Palmeras En La Nieve AIE, Nostromo Pictures SL	Atresmedia	Warner
<i>Villaviciosa de al lado</i>	8.138.723 €	1.252.449	Villaviciosa Producciones AIE, Aparte Films SL, Atresmedia Cine	Atresmedia	Warner
<i>Cien años de perdón</i>	6.676.116 €	1.073.974	Invasor Produccion AIE, Vaca Films Studio SL, Morena Films SL, Telefónica Studios SLU, K&S (Capital Intelectual SA), Marenostrum Productions	Telecinco	Fox
<i>Cuerpo de élite</i>	6.539.462 €	1.102.339	Cuerpo De Elite AIE, Atresmedia Cine SL, Mod Producciones SL, Kowalski Films SL, Producciones Cinematográficas Ciudadano Ciskul SL, Lolimax Films SL	Atresmedia	Fox
<i>Kiki, el amor se hace</i>	6.195.929 €	1.062.007	Vértigo Films SL	Telecinco	Vértigo
<i>Ocho apellidos catalanes</i>	4.053.033 €	628.382	Weather Films AIE, Lazona Films SL	Telecinco	Universal
<i>El hombre de las mil caras</i>	2.597.062 €	410.284	Atresmedia Cine SL, El Espía de las Mil Caras AIE, DTS Distribuidora de Televisión Digital SA, Zeta Audiovisual SA, Atípica Films SL, Sacromonte Films, SL	Atresmedia	Warner
<i>Zipi y Zape y la isla del capitán</i>	2.462.329 €	455.897	Zeta Cinema SL, Atresmedia Cine SL, Kowalski Films SL, Mod Producciones SL	Atresmedia	Disney
<i>Julietta</i>	2.149.792 €	339.328	El Deseo D.A. SL	RTVE	Warner

Fuente: ICAA/Comscore (2017). Elaboración propia.

Las diez películas de producción española que mayores recaudaciones y espectadores tuvieron en 2016 (tabla 3) concentran un 70% de la recaudación total anual (109.782.568 €); el 30% restante de la taquilla fue repartido entre otros 233 filmes (es decir, el 95% de los exhibidos). La concentración y consecuente polarización del sector es evidente: pocos títulos triunfan verdaderamente en la taquilla española.

Telecinco Cinema y Atresmedia Cine participaron en nueve de las diez películas, concentrando así la mayor parte de la recaudación de la taquilla española. La película en décima posición (*Julietta*, Pedro Almodóvar, 2016) cuenta con la participación de RTVE.

**Tabla 4: Películas españolas con mayor recaudación en 2017, productoras y distribuidoras.**

2017	Recaudación	Espectad.	Productoras	Partic. TV	Distrib.
<i>Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas</i>	17.917.439 €	3.227.410	Telecinco Cinema SAU, Tadeo Jones y El Secreto de Midas AIE, Telefónica Studios SLU, 4 Cats Pictures SL, Lightbox Animation Studios SL, Ikiru Films, SL	Telecinco	Paramount
<i>Perfectos desconocidos</i>	14.373.417 €	2.256.917	Perfectos Desconocidos AIE, Telecinco Cinema SAU, Nadie Es Perfecto Producciones	Telecinco	Universal

			Cinematográficas SL, Pokeepsie Films SLU		
<i>Es por tu bien</i>	9.536.256 €	1.552.197	Telecinco Cinema SAU	Telecinco	Disney
<i>El secreto de Marrowbone</i>	7.332.325 €	1.182.440	Ruidos En El Ático AIE, Telecinco Cinema AU, Marrowbone SL	Telecinco	Universal
<i>Señor, dame paciencia</i>	6.636.689 €	1.087.268	Suroeste Films SL, Atresmedia Cine SL, De Lorenzo Producciones e Inversiones SL	Atresmedia	Warner
<i>Toc toc</i>	6.050.635 €	1.047.243	Atresmedia Cine SL Wind Films AIE, Lazona Producciones SL, Lazona Films SL	Atresmedia	Warner
<i>Contratiempo</i>	3.661.397 €	555.476	La Habitación Cerrada AIE, Atresmedia Cine SL, Colose Producciones SL, Think Studio SLU	Atresmedia	Warner
<i>El guardián invisible</i>	3.603.891 €	583.603	El Guardián Invisible AIE, Atresmedia Cine SL, Nostromo Pictures, SL	Atresmedia	DeAPlaneta
<i>Verónica</i>	3.525.648 €	611.401	Expediente La Película AIE, Apache Films SL	RTVE	Sony
<i>El bar</i>	2.879.787 €	475.302	El Bar Producciones AIE, Nadie Es Perfecto Producciones Cinematográficas SL, Pokeepsie Films SLU	Atresmedia	Sony

Fuente: ICAA/Comscore (2018). Elaboración propia.

En 2017 la recaudación de las diez películas más exitosas (el 4% del total de cintas españolas exhibidas, recogidas en la tabla 4) concentró el 72,8% del total, 103.721.266 €. El 27,2% de la recaudación restante se repartió entre otros 247 largometrajes (es decir, el 96% del total de filmes españoles exhibidos).

Telecinco Cinema y Atresmedia vuelven a estar presentes en nueve de estas diez películas, concentrando la mayor cuota de mercado. RTVE sitúa uno de los títulos en los que se participa en el ranking: *Verónica* (Paco Plaza, 2017), con unos estimables 3 millones y medio de recaudación y algo más de 600.000 espectadores.

**Tabla 5: Películas españolas con mayor recaudación en 2018, productoras y distribuidoras.**

2018	Recaudación	Espectad.	Productoras	Partic. TV	Distrib.
<i>Campeones</i>	19.092.222 €	3.288.420	Sociedad Mercantil Corporación de Radio Televisión Española SAU, Morena Films SL, Rey De Babia AIE, Telefónica Studios SLU, Películas Pendelton SA	RTVE	Universal
<i>Supertópez</i>	10.615.541 €	1.798.799	Telecinco Cinema SAU, Zeta Cinema SL, La Gran Superproducción AIE	Telecinco	Disney
<i>Perfectos desconocidos</i>	8.007.212 €	1.295.596	Perfectos Desconocidos AIE, Telecinco Cinema SAU, Nadie Es Perfecto Producciones Cinematográficas SL, Pokeepsie Films SLU	Telecinco	Universal
<i>El mejor verano de mi vida</i>	7.935.774 €	1.381.003	Atresmedia Cine SL Álamo Audiovisual AIE, Álamo Producciones Audiovisuales SL	Atresmedia	A Contra- corriente

<i>La tribu</i>	6.146.641 €	1.009.802	Atresmedia Cine SL, Mod Pictures SL, Mod Producciones SL	Atresmedia	Fox
<i>El cuaderno de Sara</i>	5.197.167 €	844.513	El Cuaderno De Sara AIE, Telecinco Cinema SAU, Ikiru Films SL	Telecinco	Disney
<i>Yucatán</i>	5.141.044 €	916.333	Ikiru Films SL, La Terraza Films SL, Yucatán La Película AIE, Telecinco Cinema SAU	Telecinco	Fox
<i>Sin rodeos</i>	4.495.600 €	720.212	Atresmedia Cine SL, Sin Filtro La Película AIE, Bowfinger International Pictures SL, Tornasol SL	Atresmedia	A Contra-corriente
<i>Los futbolísimos</i>	3.437.934 €	638.060	Los Futbolísimos AIE., Atresmedia Cine SL, Chester Media Producciones SL, Wandermoon SLU	Atresmedia	Paramount
<i>Todos lo saben</i>	3.137.938 €	570.326	Morena Films SL, Untitled Films AIE	C+, France 3, RAI, Movistar +	Universal

Fuente: ICAA/Comscore (2019). Elaboración propia.

En el año 2018 se mantienen las dinámicas de los años previos. El 3,2% de las películas exhibidas en salas (tabla 5) concentra el 70% de la recaudación y deja el 30% para las 296 cintas restantes (el 96,7%). La conclusión general, por tanto, es que sólo el 3-4% de las películas de producción española estrenadas en salas de cine concentran alrededor del 70% de toda la recaudación en taquilla anual.

En el año 2018 se rompe ligeramente la dinámica de los años anteriores al liderar la taquilla española una película participada por RTVE, en lugar de por Telecinco Cinema, con *Campeones* (Javier Fesser, 2018). Sin embargo, Telecinco Cinema y Atresmedia Cine colocan ocho de sus producciones en el listado de las más comerciales.

A la vista de los datos expuestos, llegamos a los siguientes resultados:

1) La incentivación de la producción a través de AIEs (Agrupaciones de Interés Económico) y su éxito comercial.

El aspecto que llama de manera más poderosa nuestra atención es la frecuencia con que aparecen productoras con las siglas AIE, con 24 de los 30 títulos de la muestra: el 80% de las películas más taquilleras de cada año están producidas por empresas constituidas como AIEs.

Las AIEs son Agrupaciones de Interés Económico, esto es, "entidades con personalidad jurídica y carácter mercantil cuya finalidad consiste en facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios, y cuyo objeto debe limitarse exclusivamente a una actividad económica auxiliar de la que desarrollen los mencionados" (Pérez-Bustamante, 2009). Estas Agrupaciones de Interés Económico se encuentran reguladas por la Ley 12/1991, de 29 de abril, y por los artículos 48 a 52 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

En 2016 las AIEs producían siete de las diez películas incluidas en la muestra. En 2017 este valor subía a ocho y en 2018 a nueve, con lo que no podemos sino certificar la vigencia de esta figura empresarial y su recurso casi obligado en el caso de que la cinta aspire a lograr buenos resultados comerciales. No hemos considerado en este trabajo la presencia de AIEs entre las productoras de las 776 películas españolas exhibidas entre 2016 y 2018 que quedaron fuera de la muestra. Un rápido repaso por los listados de películas españolas estrenadas en estos años según recoge el Boletín cinematográfico del ICAA (2017, 2018, 2019) permite ver que su aparición entre éstas es tan frecuente como las Sociedades Limitadas.

La Agrupación de Interés Económico resulta así el modelo de producción y financiación que obtiene mejores resultados en la explotación comercial de sus proyectos cinematográficos de largo metraje. Es el resultado de la apuesta que desde la Ley del Cine se hace a este tipo de figura, con la orden al ICAA de fomentarlas junto a las Entidades de Capital de Riesgo (ECR). De manera explícita, la Ley 55/2007 de 28 de diciembre, del Cine, en su artículo 21.2, señala que el ICAA fomentará "la constitución de

agrupaciones de interés económico de acuerdo con lo previsto en la Ley 12/1991, de 28 de diciembre, de agrupaciones de interés económico" para así lograr "un mejor aprovechamiento de los incentivos fiscales previstos en la normativa tributaria, en particular los regulados en los artículos 34.1 y 38.2 del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades" (BOE, 2007).

Como ventajas de este tipo de sociedad se encuentran su flexibilidad y su fiscalidad, además de permitir la entrada de varios inversores. La AIE da "cabida a la inversión privada a través de empresas o personas físicas interesadas en obtener unos beneficios fiscales y compartir una aportación para la producción de largometrajes" (Pérez, 2015: 159).

En definitiva, al abogar por la formación de AIEs y ECRs "el legislador quiere favorecer la creación de nuevas vías de financiación para la industria cinematográfica, fomentando la entrada de capital inversor ajeno a este negocio" (Viana y Pérez-Bustamante, 2010).

## 2) La necesaria presencia de los operadores de televisión como inversores.

Como ya hemos apuntado al presentar los resultados, los operadores de televisión comerciales se encuentran entre las productoras más activas y más taquilleras del año. Telecinco Cinema participa en la producción del 40% de los títulos de la muestra; Atresmedia Cine está presente en un 46,6% de las películas citadas; RTVE está presente solamente en tres casos (por tanto, un 10% de la muestra) y, como caso particular, tenemos la coproducción *Todos los saben* (Asghar Farhadi, 2018), coproducción entre España (con un 50%), Francia (40%) e Italia (10%) a través de una AIE con la participación de El Deseo, Morena Films, Memento Films, Lucy Red y los operadores de televisión Canal +, France 3, RAI y Movistar +.

A estos operadores hay que sumar las intervenciones de DTS Distribuidora de Televisión Digital/Telefónica/Movistar +, presentes en al menos 4 títulos (un 13,3%) y Zeta Cinema (heredera de On Pictures y propiedad del Grupo Zeta antes de su compra por parte de Prensa Ibérica). No tenemos aquí referentes –o bien han sido ocultados tras las marcas con AIEs-, pero otros organismos públicos de televisión autonómicos también han participado de la producción cinematográfica; entre estas televisiones públicas autonómicas productoras de cine aparecen citadas en los documentos del ICAA TV3 (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals), Canal Sur Televisión, Euskal Telebista Televisión Vasca, Telemadrid, Televisió de Les Illes Balears, Televisión Autónoma de Aragón, Televisión Autónoma de Valencia, Televisión de Castilla La Mancha, Televisión de Galicia, Televisión del Principado de Asturias o Televisión Pública de Canarias.

Las recaudaciones de Atresmedia Cine y Telecinco Cinema, propiedad de los grupos Atresmedia (Planeta) y Mediaset España respectivamente, en lo que se ha denominado el duopolio de la televisión digital terrestre, suman un 63% de la recaudación total de cine español en 2016, un 73% en 2017 y un 61% en 2018. Estas cifras en sólo dos empresas productoras (ligadas a la televisión) suponen un nivel muy elevado de concentración de la recaudación en salas.

Concluimos, por tanto, que el taquillazo español necesita de la participación casi obligatoria de una cadena de televisión, ya sea a través de una AIE o bien directamente como productora. Todas las películas incluidas en la muestra de las películas más taquilleras anuales estaban participadas de algún modo por algún canal de televisión.

Ansola González (2003: 8) afirma que uno de los factores que cambió el panorama cinematográfico español fue la participación de los canales televisivos, tanto públicos como privados, en la financiación del cine español (además, añadimos, de la modificación del marco legislativo de las ayudas a la producción –modificado con posterioridad en la Ley 55/2007, del Cine, y la posterior Orden CUD/426/2019, de 11 de abril, por la que se modifica la Orden ECD/2784/2015, de 18 de diciembre que cambiaban el modelo de ayudas públicas a la cinematografía).

La colaboración entre el sector de la producción y las televisiones está regulada desde mayo de 1999 por la Ley 22/1999, de 7 de junio, que establecía que los operadores de televisión reservaran al menos el 51% de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras audiovisuales europeas, para lo que deberán dedicar el 5% de sus ingresos totales del año anterior a la financiación de largometrajes cinematográficos y telefilmes europeos (Ansola González, 2003: 8; Boletín Oficial del Estado, 1999: 21.768).

El Real Decreto 1652/2004, de 9 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula la inversión obligatoria para la financiación anticipada de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión, europeos y españoles, desarrolla las disposiciones contenidas en la Ley 25/1994, de 12 de julio (que transpone la Directiva 89/552/CEE), cuyo artículo 5.1, tras ser modificado por la disposición adicional segunda de la Ley 15/2001, vino a establecer una obligación mínima de inversión del 5% de los



ingresos anuales de aquellas cadenas de televisión que hubiesen emitido, en el transcurso de dicho año, largometrajes de producción cuya antigüedad no supere los 7 años (Legal Today, 2019).

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual desarrolla este punto en su artículo 5.3:

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal o autonómica deberán contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el 5 por 100 de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación, correspondientes a los canales en los que emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de cobertura estatal o autonómica esta obligación será del 6 por 100 (Boletín Oficial del Estado, 2010: 16).

García Santamaría (2018: 113) señala a estas medidas como las responsables de la profesionalización "a marchas forzadas" de la producción por parte de las televisiones: "El duopolio televisivo (Atresmedia y Mediaset España), junto con Movistar, ha desplazado a TVE y los canales autonómicos, y se han convertido de esta forma en los grandes productores del cine español".

Anualmente, la CNMC (Comisión Nacional del Mercado de la Competencia) audita el cumplimiento de la obligación de financiar películas y series europeas por parte de las televisiones. En el informe hecho público en 2019, sobre el ejercicio de 2017, concluía que catorce operadores superaron la obligación de dedicar el 5% de sus ingresos a la producción de obras audiovisuales (Multicanal, Mediaset, Telefónica, CRTVE, Atresmedia, Orange, Walt Disney, NBC Universal, Ten Media, Veo TV, 13TV, Net TV, Cosmopolitan y Viacom), como también hicieron en el ejercicio anterior (2016). Solamente History Channel, Rakuten y Flooxplay no alcanzaron el umbral mínimo en algunas de sus obligaciones. Podemos, por lo tanto, concluir que la aplicación de la ley en la práctica se cumple, con lo que supone un factor influyente y determinante dentro del actual sector de la producción cinematográfica en España.

3) La integración de las *majors* estadounidenses a través de sus filiales nacionales en la distribución como parte indispensable para el *blockbuster* doméstico.

Matamoros y Herbera (2009: 121) sostienen que, aunque ocasionalmente hay algún cambio, el sector de la distribución en España no es "tan cambiante como el de la producción", por lo que "es más fácil seguirle la pista a las distribuidoras". Apuntemos, como concluyen Pardo y Sánchez Tabernero (2012), que el sector de la distribución en España sufre un alto grado de concentración, conformando un oligopolio consolidado ligado a los grandes estudios de Hollywood. El oligopolio de las filiales de los estudios de Hollywood y *joint-ventures* lideran no sólo la distribución internacional, sino también la nacional. Frente a décadas anteriores, en las que las empresas estadounidenses eran poco menos que consideradas "invasoras" que frenaban el desarrollo nacional, ahora son necesarias aliadas no sólo en la distribución del producto nacional, sino también en la propia producción y en la financiación del filme.

Como agentes activos en la producción, pero sobre todo en la distribución, el oligopolio de la distribución ligado a los grandes estudios ha aprovechado también los intereses comunes y la búsqueda del beneficio económico al lado de las productoras y los canales de televisión españoles. La demanda de contenidos en español ha permitido a dichas distribuidoras abrir mercado hacia la distribución de una producción nacional que no tiene por qué entrar en conflicto con la distribución de la producción extranjera.

Hablamos no sólo de las *majors* históricas y sus empresas dedicadas a la distribución y producción en el mercado español, sino también de nuevos agentes de la televisión conectada como Netflix, entre los productores de *Palmeras en la nieve*. Los nuevos agentes del audiovisual internacional se integran así en el sistema.

En la muestra analizada de los diez filmes españoles que más recaudaron en 2016, 2017 y 2018, las distribuidoras filiales de las internacionales sumaron 26 títulos, un 86,6% de la muestra. Las cuatro con mayor presencia fueron Universal y Warner, con siete títulos cada una de ellas (un 23,3% de la muestra cada una), seguidas de Fox y Disney, con cuatro títulos cada una (suponiendo un 13,3% de la muestra cada una). Las cuatro distribuidoras más presentes en el ranking de los títulos españoles más taquilleros en la muestra de tres años concentran un 73,2% del total de filmes. Seguidas se encontrarían Sony (dos películas) y Paramount (dos películas, una de ellas la más taquillera de 2017, *Tadeo Jones 2*).

Con una proporción muy inferior, distribuyen el 13,3% de los filmes de éxito A Contracorriente, Vértigo Films y DeAPlaneta. Fuera de la muestra analizada, cabría mencionar la "clase media" de la distribución del cine en España, con empresas como Filmax, eOne, Barton Films, Castelao Pictures, Betta Pictures, Festival Films, Nostromo Pictures, Syldavia Cinema, Alfa Pictures, Wanda, Splendor, Piram, Avalon, Orfeo o Via Láctea, que no distribuyeron ninguno de los diez filmes españoles más comerciales de los tres años analizados.

Podemos pues concluir que, si bien la distribución por una de las grandes empresas del sector no garantiza el éxito de la película, aquellas cintas que consiguen una mayor recaudación sí han sido distribuidas por aquellas distribuidoras, ligadas a los grandes estudios de Hollywood.

#### 4. Discusión

Siguiendo la misma estructura en tres puntos del desarrollo de los resultados del análisis, apuntaremos en primer lugar que la apuesta por la AIE como modelo empresarial para la producción cinematográfica es la consecuencia de la aplicación de políticas en materia cinematográfica, en el sentido de que las ventajas fiscales se convierten en un argumento financiero imbatible que incentiva la creación de AIEs. El ICAA no sólo logra el fomento de este tipo de figura, sino que además son estas agrupaciones las que obtienen mejores resultados comerciales.

Con respecto a nuestro objetivo principal, el análisis de las principales empresas tras la producción de los títulos más comerciales, la AIE dificulta el reconocimiento de las productoras y empresas que se encuentran tras un nombre comercial creado para la producción de un solo proyecto. La productora pierde, al menos aparentemente, el protagonismo al que se asocia la notoriedad comercial del producto cinematográfico, entendido ahora como marca. El prestigio de la marca de éxito y la presencia en los títulos de crédito del filme se logra, no obstante, a través de la participación de la productora como empresa participante en la producción con pequeños porcentajes, razón por la que encontramos apenas décimas en los porcentajes de participación de algunas productoras. Es también el caso de las televisiones en el caso de que formen parte tanto de la AIE como del resto de productoras participantes.

Podemos citar como ejemplo paradigmático el caso de *Palmeras en la nieve* (Fernando González Molina, 2016), con la AIE del título del filme (99% de la producción), junto a un 1% de Nostromo Pictures. Las demás empresas implicadas en la producción quedan ocultas tras la marca con el nombre de la empresa AIE. En este caso, *Palmeras en la nieve* AIE está participada por Warner Bros (un 30%), Atresmedia (un 20%), Netflix (un 10%), inversiones de empresas canarias (un 20%) y los programas de subvenciones públicos (un 10%); los incentivos fiscales del 38-40% en Canarias explican la filmación en Canarias y la participación de empresas en ocasiones ajenas a la cinematografía como parte de la AIE.

Podemos así concluir que en la producción de *Palmeras en la nieve* se realiza una gestión de los recursos financieros capaz de servirse al máximo de todas las ventajas fiscales que la Ley permite, además de aprovechar la participación de operadores de televisión nacionales (Atresmedia) e internacionales (Netflix) y de contar con una de las grandes filiales de los estudios de Hollywood (Warner) no sólo en la distribución, sino también en la producción. Esta confluencia de empresas y de estrategias comerciales y fiscales puede llegar a explicar los buenos resultados comerciales de la cinta en las salas de cine, más allá de sus valores intrínsecos y de su logrado aspecto de *blockbuster*. *Palmeras en la nieve* resulta así un caso paradigmático de confluencia de condicionantes en la producción y la financiación introducidos desde diversas políticas cinematográficas.

En cuanto al segundo aspecto comentado, la imprescindible participación de las televisiones para lograr un éxito en taquilla, puede también concluirse que resulta de la obligación regulada por ley de inversión en financiación de producción cinematográfica. Llegados a este punto, y conocidos los efectos sobre el mercado de las políticas en materia de producción cinematográfica, no podemos dejar de preguntarnos qué podría ocurrir en el caso de que obligaciones similares fueran legisladas para ser aplicadas en las plataformas de televisión OTT. Europa ya ha anunciado la necesidad de protección y promoción de la cultura propia reservando un porcentaje del catálogo de las OTT.

Una legislación similar a la de otros operadores de televisión obligaría a estas plataformas a producir cine. Esta posibilidad plantea muchas cuestiones: ¿ampliarían las OTT su actividad hacia el modelo convencional de producción y comercialización del cine, como ha hecho en contadas ocasiones? No podemos ignorar los casos de *Okja* (Bong Joon-ho, 2017), *The Meyerowitz Stories* (Noah Baumbach, 2017) y *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018), cintas producidas por Netflix estrenadas en salas de exhibición con antelación a su distribución online. El "mercado de los premios" y el "mercado de los festivales" interesan a la OTT a causa del prestigio que otorgan.

Netflix ya participa de la producción de cine español, como hizo en *Palmeras en la nieve* al integrarse en la AIE que la producía, o en la más reciente *Dolor y gloria* (Pedro Almodóvar, 2019). La cuestión es si, por obligaciones legislativas, tuviera que aumentar la inversión en producción de cine, ¿estarían los exhibidores dispuestos a programar películas con la marca Netflix, dada la feroz competencia entre dos sectores que pueden llegar a ser sustitutivos?, ¿adquiriría Netflix sus propias salas de cine para así reproducir el histórico modelo de concentración vertical del Hollywood clásico?, ¿optaría Netflix por soluciones intermedias? *Dolor y gloria* se estrenó en salas comerciales en España el 13 de marzo de 2019. Su estreno en Netflix tendría lugar el 12 de julio, apenas tres meses después.

García Santamaría (2019: 253) se pregunta por las posibles futuras obligaciones destinadas a contribuir a la producción europea por parte de las plataformas OTT: "es de esperar una dura competencia con las grandes plataformas televisivas españolas, al margen de los acuerdos puntuales que puedan llegar entre ella".

Llegado el caso, Netflix podría incluso llegar a liderar el sector de la producción cinematográfica en España, como llegaron a hacer las televisiones comerciales españolas a causa de sus obligaciones impuestas por ley. ¿Crearía ello una dependencia de la producción española hacia una empresa estadounidense?, ¿se impondría una vez más la globalización cultural en el mercado doméstico?, ¿acaso no son ya las filiales nacionales dedicadas a la distribución de cine quienes están financiando el cine español junto a operadores de televisión que se integran en grandes grupos multimedia europeos?, ¿cambiarían las estructuras empresariales alrededor de la producción española, en definitiva?

Las preguntas son muchas y las respuestas no están claras, pero en todo caso podemos afirmar con seguridad que el devenir de la industria cinematográfica española y europea dependerá de las medidas políticas adoptadas a nivel europeo.

Comentamos, en tercer y último lugar, la decisiva influencia del sector de la distribución cinematográfica en los resultados comerciales del filme. De entrada, la producción cinematográfica que no logra una adecuada distribución verá mermada la potencialidad comercial de su explotación en salas cinematográficas. La distribución por parte de las filiales de las *majors* puede garantizar una buena difusión, un alto número de copias, el dominio de la negociación con los exhibidores y la aplicación de estrategias de marketing y de promoción al mismo nivel de las películas de Hollywood.

Como ya hemos apuntado, la integración de las filiales de Hollywood en el sector de la producción cinematográfica nacional importa los modelos de producción y explotación propios de las producciones más comerciales, logrando resultados acordes con las expectativas que se depositan sobre aquellas. Hollywood es el nuevo aliado necesario para el cine de éxito español.

## 5. Conclusiones

Hemos primado en esta investigación una visión de la producción cinematográfica desde una perspectiva económica, pero no debemos olvidar que el cine además de industria también es cultura y es un medio de expresión artística que no tiene por qué contemplar un objetivo meramente comercial, como el que hemos priorizado en el estudio de la muestra del cine español más taquillero exhibido en España entre 2016 y 2018. Observamos, en primer lugar, una enorme coherencia de los resultados obtenidos en cada uno de los tres años analizados, con cotas de concentración similares en los diez títulos más comerciales de cada año, implicación de un reducido número de empresas productoras y distribuidoras y cierta uniformidad en la presencia de títulos participados por los operadores de televisión. Ello nos lleva a concluir, como apuntábamos en la hipótesis secundaria, que los resultados de la industria responden a factores estructurales antes que coyunturales.

Destacamos una vez más la polarización de la producción cinematográfica española, en la que conviven como parte del mismo mercado superproducciones cada vez más parecidas a las de procedencia estadounidense con títulos modestos creados por pequeñas empresas de una manera casi artesanal y con más ingenio e ilusión que recursos económicos. Ha crecido, como hemos visto, la cantidad de productoras y el número de títulos, pero ha aumentado la distancia en cuanto a los resultados comerciales de las películas grandes y las películas pequeñas, una polarización paralela a la del tamaño de las empresas que las producen.

Los resultados del análisis ponen de manifiesto la importancia para el éxito de una película de producción española de su relación con un pequeño grupo de productoras, así como la necesaria intervención de las cadenas de televisión (integradas en los principales grupos mediáticos nacionales), además de la distribución por parte del reducido oligopolio de distribuidoras que concentra la mayor recaudación en taquilla. Las estructuras del tradicional oligopolio de la industria cinematográfica estadounidense se han

adaptado al sistema cinematográfico español, integrando empresas nacionales, para concentrar el éxito en la recaudación en pocas empresas. La participación en la distribución de alguna de las grandes empresas del sector, apoyada por un gran número de copias y una promoción paralela, garantiza una gran visibilidad para sus productos, que puede verse recompensado con el éxito de taquilla.

La figura empresarial y jurídica que reporta mayores beneficios es la AIE, Agrupación de Interés Económico, entidad que la Ley de Cine 55/2007 ya citaba expresamente como modelo para ser fomentado por parte del ICAA, con el objeto de aprovechar los incentivos fiscales previstos en la normativa tributaria. Apuntemos que el número de AIEs presentes como productoras del cine español es muy amplio y que no garantiza el éxito, en todo caso. La decidida apuesta por esta figura empresarial nace, por tanto, de las políticas sobre el cine en España en su relación con la protección de la creación cultural autóctona, a raíz de las ventajas fiscales que implica.

Además, el éxito es consecuencia de la presencia de la televisión como agente implicado en la producción. Los canales de televisión, obligados por ley a destinar parte de sus beneficios económicos a la producción de cine, han visto, pese a la resistencia inicial, una oportunidad no sólo de abrir mercado, sino de liderarlo. El alto consumo de televisión en abierto en España los convierte en escaparates masivos desde los que promocionar los contenidos que produce para cine y crear consecuentemente una altísima demanda.

En definitiva, podemos concluir que la situación del sector de la producción cinematográfica en España es el resultado directo de las medidas políticas adoptadas no sólo a nivel nacional, sino también a nivel europeo. De esta forma, la protección y la promoción de la obra española y europea ha incentivado la producción y la industrialización de la misma, pero lo ha hecho sólo en un reducido número de empresas con capacidad financiera y alianzas suficientes para abordar la creación de películas capaces de atraer la atención del público y de lograr buenos resultados en su explotación comercial.

A partir de esta conclusión, podemos apuntar hacia dos posibles líneas de investigación que emplazamos para trabajos posteriores: por una parte, habríamos de contrastar si esta confluencia de factores que condicionan la comercialidad del filme nacional se repite en otros países europeos, con políticas similares, para así poder concluir si la situación del mercado español es común al resto o particular; por otra parte, aun contando con trabajos como los de Castro de Paz (2013), sigue pendiente de ser abordada la conexión entre industria y forma fílmica (es decir, la relación entre los condicionantes extradiscursivos como los propiamente discursivos, relacionados con procesos de significación fílmicos como géneros, guion, realización, etc.). El análisis estructural de la industria cinematográfica española permite, como creemos haber logrado en esta investigación, hacer manifiesta la relación entre los diferentes agentes implicados en aquella industria, así como aventurar posibles desarrollos futuros de los sectores estudiados y remediar posibles situaciones negativas que estén por llegar.

## 6. Referencias bibliográficas

- [1] Álvarez Monzoncillo, J. M. y López Villanueva, J. (2006). *La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales*. Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en <http://tiny.cc/4c3lcz>
- [2] Ansolá González, T. (2003). La producción de cine en España durante la década de los noventa: una aproximación. *Área Abierta*, 6, 1-14. Disponible en <https://tinyurl.com/yxfjdx8>
- [3] Boletín Oficial del Estado (1999). Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Disponible en <https://tinyurl.com/y6p62twy>
- [4] Boletín Oficial del Estado (2007). Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Disponible en <https://tinyurl.com/y6jtkxqy>
- [5] Boletín Oficial del Estado (2010). Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Disponible en <https://tinyurl.com/y3bg6guy>
- [6] Castro de Paz, J. L. (2013). Formal Trends in Spanish Cinema (1990-2011). *Eu-topías: revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos*, 8, 17-28. Disponible en <http://bit.ly/2BfVrHI>
- [7] CNMC [Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia] (2019). Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2017, de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas

cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y series de animación. Disponible en <https://tinyurl.com/yytbab34>

[8] García Fernández, E. M.; Reyes Moreno, M. y Clemente Mediavilla, J. (2014). Público y cine en España: Problemas de identidad y marca para un cine propio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 695-718. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n2.47029](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47029)

[9] García Fernández, E. M. (Ed.) (2015). *Marca e identidad del cine español: proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*. Madrid: Fragua.

[10] García Santamaría, J. V. (2018). El cine español en la era digital: transformaciones profundas, actuaciones escasas. En E. Bustamante (Coord.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2018. España y el espacio cultural iberoamericano* (pp. 109-120). Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en <https://tinyurl.com/y3kgcpru>

[11] García Santamaría, J. V. (2019). Relaciones cine-televisión. Las televisiones en la producción de cine español. En C. F. Heredero (Ed.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018* (pp. 219-256). Málaga: Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales.

[12] Heredero Díaz, O. y Reyes Sánchez, F. (2017). Presente y futuro de las subvenciones a la industria cinematográfica española. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 14, 341-363. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2017.v0i14.3604>

[13] ICAA [Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales] (2017). Boletín informativo 2016. Disponible en <http://bit.ly/2MA4dKk>

[14] ICAA [Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales] (2018). Boletín informativo 2017. Disponible en <http://bit.ly/2o8ZqWU>

[15] ICAA [Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales] (2019). Boletín informativo 2018. Disponible en <http://bit.ly/32LHS1S>

[16] ICAA/Comscore (2017). Recaudación y espectadores Cine Español año 2016. Disponible en <http://bit.ly/2oR38VD>

[17] ICAA/Comscore (2018). Recaudación y espectadores Cine Español año 2017. Disponible en <http://bit.ly/2pzO6U1>

[18] ICAA/Comscore (2019). Recaudación y espectadores Cine Español año 2018. Disponible en <http://bit.ly/2J9s8y6>

[19] Legal Today (17/03/2009). Europa avala la obligación impuesta a las televisiones de financiar el cine. Disponible en <https://tinyurl.com/yy7dcfab>

[20] Matamoros, D. y Herbera, J. (2009). Distribución cinematográfica. En D. Matamoros (Coord.), *Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios* (pp. 99-124). Barcelona: Universidad de Barcelona.

[21] Medina de la Viña, E. y Fernández García, J. (2014). Nuevo cine español: cine, cine, cine, más cine, por favor. *Fonseca, Journal of Communication*, 9, 85-117. Disponible en <https://tinyurl.com/yyg4zvvx>

[22] Monterde, J. E. (2019). La producción cinematográfica. Elementos para la reflexión. En C. F. Heredero (Ed.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018* (pp. 23-114). Málaga: Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales

[23] Pablo Martí, F. y Muñoz-Yebra, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 792, 2001, 124-138. Disponible en <http://bit.ly/35VrZYH>

[24] Pardo, A. y Sánchez-Tabernero, A. (2012). Concentración de la distribución cinematográfica en España. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 47, 37-56. <https://doi.org/10.7238/a.v0i47.1894>

[25] Pérez-Bustamante Yábar, D. (2009). Fiscalidad de las Inversiones Cinematográficas en la nueva Ley del Cine. *Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento*, 25, 171-177. Disponible en <http://tiny.cc/iH3lcz>

[26] Pérez, X. (2015). La convergencia del cine con la televisión: esquemas de producción, financiación por las cadenas privadas, trasvases profesionales. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 10, 157-162. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.10.10>

[27] Pérez Rufi, J. P. (2012). La tormenta perfecta del cine español: situación de la industria cinematográfica en España. *Razón y Palabra*, 81. Disponible en <https://tinyurl.com/yyddrcle>

[28] Prieto Sacristán, J. (2015). El impacto internacional de la industria cinematográfica y audiovisual española. *Boletín Económico de ICE*, 3064, 25-33. <https://doi.org/10.32796/bice.2015.3064.5475>

[29] Viana, V. y Pérez-Bustamante Yábar, D. (2010). *Cine y fiscalidad en España. Guía práctica sobre los incentivos fiscales aplicables a las inversiones cinematográficas*. Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.



Revista MEDITERRÁNEA de Comunicación  
*MEDITERRANEAN Journal of Communication*