

BE

Nº 53
Junio 2010



BOLETIN INFORMATIVO EGEDA

Dossier Especial
EL CINE ESPAÑOL EN 2009 p.39

Noticias
Internet se cuela
en los Goya

p.11

Informe
La imagen del
cine español
en la sociedad
española

p.14

Opinión
La financiación
de la industria
del cine

p.20

XV Edición
Premios José María Forqué

TRIUNFÓ CELDA 211





deluxe®

3 ARRISCAN 3K/6K

1 iQ

1 eQ

1 FLAME

3 SALAS LUSTRE

NUCODA DATACONFORM

DVS CLIPSTER

2 PROYECTORES DIGITAL BARCO DP90P 2K

1 PROYECTOR DIGITAL BARCO DP100

1 PROYECTOR 2K DCI

4 ARRILASER

2 MTI CORRECT

FX: SHAKE, AFTER EFFECTS, CINEMA 4D

GENERACIÓN DE MASTERS DCI

MÁS DE 140 TBYTES DE ALMACENAMIENTO...

¿QUÉ MÁS NECESITAS?

IMAGE
FILM

FOTOFILM
deluxe

IMAGE
FILM
DIGITAL

MADRID

C/Pilar de Zaragoza, 30 28028 - Madrid
Tel.: +34 91 725 36 07 Fax: +34 91 724 10 86

BARCELONA

C/Rafael Borradas, 9-13 Pol. Ind. Gran Via Sur
08908 L'Hospitalet de Llobregat - Barcelona
Tel.: +34 93 261 85 05 Fax: +34 93 335 90 14

TU CINE A UN CLICK



ASÍ DE FÁCIL

EN STREAMING
SIN DESCARGAS
NI ESPERAS



AUDIOVISUAL
S.G.R.

SOCIEDAD DE GARANTÍA RECÍPROCA
PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

TU
ALTERNATIVA
FINANCIERA

YOUR
FINANCIAL
CHOICE

SOCIEDAD DE GARANTÍA RECÍPROCA
PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

Luis Buñuel, 2. 2ª. Ciudad de la Imagen. Pozuelo de Alarcón. 28223 Madrid

Teléfono: 91 512 30 48 Fax: 91 711 24 00

correo@audiovisualsgr.com

www.audiovisualsgr.com

SUMARIO



- 6 **Editorial**

- 7 **Noticias**

- Informes**
- 14 **LA IMAGEN DEL CINE ESPAÑOL EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA**

- 16 **MEDIDAS URGENTES CONTRA LA PIRATERÍA**

- Opinión**
- 18 **¿PROPIEDAD? INTELECTUAL**
por Ramiro Gómez Bermúdez de Castro

- 20 **LA FINANCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL CINE**
por Miguel Angel Benzal.

- 22 **EL CAMBIO DE MODELO DE NEGOCIO EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES**
por Fernando Labrada

- 26 **YA NO BASTA CON FILMAR**
por Fernando Acuña e Ignacio del Fierro

- 30 **Publicaciones**

- 34 **Novedades filmotech.com**

- 39 **Dossier especial**
EL CINE ESPAÑOL EN 2009
por MRC

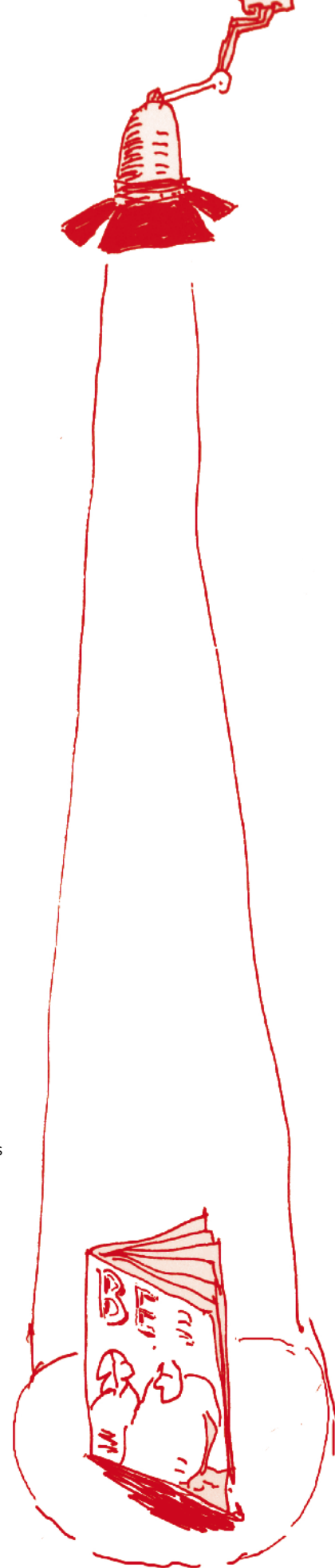
- 56 **Newsletter**

EL BOLETÍN INFORMATIVO DE EGEDA está *de nuevo* en sus manos. Como pueden apreciar a primera vista, *de nuevo* no es sólo una expresión referida al tiempo que ha transcurrido entre el último boletín y éste -más largo de lo previsto, por lo que nos disculpamos- a causa de lo que hemos tardado en poner en marcha *el nuevo* en lo que se refiere a su diseño, a su estructura y a su contenido, que continuará cambiando y ajustándose a lo que pretendemos en los próximos números.

Hemos querido dar una vuelta innovadora al *Boletín Informativo* en un intento de convertirlo, en cuanto a aspecto, estructura y contenido a una pequeña revista periódica que no sólo recoja los temas más cercanos a la actualidad y a las actividades de nuestra Entidad, sino que además se abra a todo lo que es relevante para el sector audiovisual y para la protección de la propiedad intelectual en su conjunto, con visión de futuro.

Así, iremos llenando de contenido las distintas secciones; abriendo la de *Opinión*, que incluirá artículos firmados y entrevistas; profundizando en la de *Noticias* mediante comentarios de las más relevantes; potenciando la de *Reportajes*, mediante la realización de éstos sobre acontecimientos de interés, e incorporando de vez en cuando un reportaje especial; introduciendo *En cine*, una sección sobre los estrenos en salas y otras novedades en las distintas ventanas de difusión de obras audiovisuales, y ampliando la información sobre *filmotech.com*. Aunque no en todos los números, regularmente tendremos una sección de *libros* y otras publicaciones sobre el sector, y testaremos la opinión de nuestros socios acerca de qué otras informaciones pueden resultarles útiles y sobre qué temas desearían encontrar tratados en nuestro *Boletín*.

Por supuesto, dedicaremos una atención muy especial a lo que constituye la razón de ser de EGEDA, la representación y defensa de los derechos de propiedad intelectual de nuestros socios y la puesta en marcha de aquellos servicios e instrumentos de apoyo que puedan hacer más fácil y rentable su trabajo. La mejor y más útil información a su servicio es nuestro objetivo; su oportunidad, claridad, amenidad y accesibilidad, nuestro desafío; y contaremos con la ayuda de cuantos se quieran sumar a nuestro esfuerzo para lograrlo.



Premios

CELDA 211 TRIUNFÓ EN LOS PREMIOS FORQUÉ



Luis Tosar tras recoger el premio al mejor actor por su interpretación en *Celda 211*

La cinta de Daniel Monzón se alza con el galardón de los productores, y los actores Luis Tosar y Lola Dueñas obtienen los premios de interpretación.

El actor Luis Tosar, la actriz Lola Dueñas y la película *Celda 211* se convirtieron en los grandes triunfadores de la gran noche de EGEDA. La gala se celebró el pasado 28 de enero en una ceremonia que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Madrid. Mar Flores y Alex O'Dogherty ejercieron de maestros de ceremonias.

Lo anunciaba la actriz Belén Rueda al filo de las diez de la noche: el Premio Cinematográfico José María Forqué al mejor largometraje de 2009 recaía sobre el filme *Celda 211*, que competía en esta categoría con *El baile de la victoria*, de Fernando Trueba; *El secreto de tus ojos*, de Juan José Campanella; *Ágora*, de Alejandro Amenábar, y *Yo también*, de Álvaro Pastor y Antonio Naharro.

Luis Tosar, Lola Dueñas y *Celda 211* fueron los grandes triunfadores de la noche de EGEDA

Producida por Vaca Films Studio, Morena Films, Telecinco Cinema y La Fabrique de Films-Testimonio Gráfico, el Forqué fue el primer premio que recibió esta excelente cinta de Daniel Monzón, candidata a 16 premios Goya y ganadora de ocho. Su director, Daniel Monzón, agradeció "la posibilidad" de poder realizar "un proyecto maravilloso".

El primer premio de la noche, el que EGEDA entrega a la mejor película documental o de animación, fue para la cinta *Planet 51*, cuyos responsables, Ignacio Pérez Dolset (productor) y Jorge Blanco (director), solicitaron a los presentes un esfuerzo "para hacer nuestras películas aquí, y no que nos traigan las películas del ex-

Los productores son personas emprendedoras y con una gran capacidad de trabajo que hacen posibles las películas

tranjero pero hechas por profesionales españoles”

El premio honorífico de la noche, la Medalla de Oro de EGEDA a la trayectoria de un productor, fue entregado por Enrique Cerezo, Presidente de EGEDA, al productor Julio Fernández, responsable de más de un centenar de largometrajes como *REC*, *Tapas*, *El maquinista*, *El lobo* o *La caja Kovak*. El veterano productor, emocionado, quiso reivindicar la figura de los productores, “personas em-

prendedoras y con una gran capacidad de trabajo que hacen posibles las películas”.

Los Premios José María Forqué inauguraban así, un año más, la temporada de galardones del cine español, y presentaban como novedad la inclusión de sendos galardones al mejor actor y a la mejor actriz del año.

Otorgados por un jurado compuesto por periodistas, productores y actores, y dotado por la Fundación AISGE con 3.000 euros en cada cate-

8



Arriba, la Ministra de Cultura, Ángeles González Sinde. Abajo, Lola Dueñas recibe su premio de manos de Javier Fesser





Enrique Cerezo: la piratería es un lastre que hipoteca el desarrollo de la industria cultural

De arriba a abajo: foto de familia de los galardonados; director y productor de *Planet 51* recogen su premio; la actriz Natalia Verbeke con el presidente de EGEDA, Enrique Cerezo



goría, el gallego Luis Tosar se alzó con la estatuilla a mejor actor por su rol de presidiario en *Celda 211*, papel por el que también se alzó, días después con el Goya en la categoría de mejor interpretación masculina protagonista. “Es el primer premio que recibo por un trabajo que me está reportando muchísimas alegrías, y quiero compartirlo con todos mis compañeros de este sector cojonudo y maravilloso”, proclamó el actor, que se impuso en las votaciones a sus compañeros Ricardo Darín (*El secreto de sus ojos*) y el joven Marc Soto (*Petit Indi*).

Lola Dueñas resultó elegida como mejor actriz gracias a su labor en *Yo*

también, película con la que también se alzó con el Goya en la categoría de mejor interpretación femenina protagonista. La actriz barcelonesa quiso compartir su premio con “las otras dos actrices nominadas”, Leticia Herrero (*Gordos*) y Nausicaa Bonín (*Tres días con la familia*).

El acto fue clausurado con unas palabras de Enrique Cerezo, que aprovechó su discurso para reclamar medidas contra la piratería, “un lastre que hipoteca el desarrollo de la industria cultural”, y de la ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde, que quiso dar las “gracias” por “un buen día para el cine español” ■

Iberoamérica

EGEDA EN EL MERCADO DE CINE IBEROAMERICANO DE GUADALAJARA

10

La entidad, que desarrolla su actividad en varios países de Iberoamérica, informó a los asistentes de sus servicios y actividades.



Oscar Berrendo (EGEDA)

EGEDA ha estado presente en la octava edición del Mercado de Cine Iberoamericano de Guadalajara, uno de los eventos cinematográficos más importantes del cine iberoamericano en el mundo. La entidad contó con un *stand* propio en el Mercado, en el que se ha ofrecido a todos los interesados información sobre sus actividades y servicios. El Mercado dedicó a éstos una sesión informativa específica en la que Oscar Berrendo y Carlos Antón informaron a los presentes sobre EGEDA, ARIBSAN (Agencia Iberoamericana del Registro ISAN), filmotech.com y el Programa TAREULA (Curso de Producción y Escritura de Guiones para profesionales y productores europeos y latinoamericanos).

Esta nueva edición del Mercado, celebrada en el marco del Festival Internacional de Cine de Guadalajara, y a la que España acudió con 123 títulos, reunió a un grupo de destacados productores y compradores de todo el mundo (586 delegados de Iberoamérica, Europa, Norteamérica y Asia) ■

Iberoamérica

FIESTA HISPANO-PERUANA EN LOS ÁNGELES

El equipo de la película *La Teta Asustada* ofreció una recepción en Los Ángeles para celebrar la nominación al Oscar

Con motivo de la nominación de la producción hispano-peruana *La teta asustada* al Óscar en la categoría de mejor película de habla no inglesa, las productoras Wanda Visión, Oberon Cinematográfica y Vela Films, en colaboración con EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), ofrecieron una recepción, el pasado 7 de marzo, para que sus invitados pudieran ver la ceremonia junto al equipo de la película y celebraran, junto a ellos, esta nominación.

A la recepción asistieron, además del equipo de la película, desplazado para la ocasión, representantes de las instituciones peruanas y españolas presentes en la ciudad. Así estuvieron presentes, entre otros, Claudia Llosa y Magaly Solier, directora y protagonista de la película; José María y Miguel

Morales, Angels Masclans y Antonio Chavarrías, co-productores de la cinta; el cónsul español en Los Ángeles, Inocencio Arias; el cónsul peruano, Julio Manuel Balbuena; el actor y productor Edward J. Olmos y el director del Festival de San Sebastián Mikel Olaciregui.

EGEDA quiere expresar su alegría y su más sincera felicitación a productores y equipo de la película *El secreto de sus ojos*, ganadora del Oscar a mejor película de habla no inglesa. Igualmente, quieren extender esta felicitación a las otras dos candidatas al Óscar con participación española: *La teta asustada* (Wanda Films, Oberon Cinematográfica y Vela Producciones) y el cortometraje *La dama y la muerte* (Green Moon España y Kandor Graphics).

EGEDA, entidad sin ánimo de lucro que representa y defiende los intereses de los productores audiovisuales (derivados de la explotación de ciertos derechos de propiedad intelectual), desarrolla como parte fundamental de su actividad una importante e intensa labor de promoción de la producción cinematográfica, asistencia y servicio a sus asociados y lucha contra la piratería audiovisual. Actualmente, además de en España y Estados Unidos, la entidad se encuentra activa y al servicio de los productores en varios países de América Latina ■



De izquierda a derecha: Miguel Morales, Claudia Llosa y José Mª Morales

Iniciativas

INTERNET SE CUELA EN LOS GOYA

EGEDA, filmotech.com y las academias de cine española y europea ponen en marcha una experiencia pionera en el mundo para que los académicos puedan ver las películas a concurso por Internet a través de la web filmotech.com

El año se ha acabado y la temporada cinematográfica ha llegado a su fin. Es tiempo de hacer balance: cifras, cuotas de pantalla, datos de recaudación..., pero también ha llegado la hora de los premios. La hora de hacer memoria y quinielas sobre las películas que acumularán más candidaturas o los intérpretes que, finalmente, se llevarán el gato al agua.

tal y el portal filmotech.com. Así los académicos de ambas instituciones podrán ver en la Red las películas que opten a los premios y votar a sus candidatos favoritos para cada categoría.

Mediante los sistemas VEOMAC (Visionado Especial de Obras para Miembros de la Academia de Cine) y VOD4EFA (Video On Demand For the European Film Academy), a los que se accede a través de las URL www.veomac.com y www.vod4efa.com respectivamente, todos los productores han podido ofrecer a los miembros de la Academia el visionado de sus películas con las garantías máximas de calidad y de seguridad. Una vez que el académico ha entrado en las páginas, accede al visionado en *streaming* de cada una de las películas allí colgadas a través de un código único y personal.

Hasta ahora, los procedimientos utilizados por los productores para difundir sus películas entre los votantes eran básicamente dos: las proyecciones especiales colectivas y el envío de copias individuales a cada uno de los



La Academia del Cine Europeo (EFA) fue la primera en celebrar sus galardones, el 12 de diciembre, en la ciudad alemana de Essen. Un par de meses más tarde, sería el turno de los Goya (que esta edición han retrasado su celebración al 14 de febrero). Pero, independientemente de su fecha de celebración, ambas academias llevaban ya varios meses preparando sus ceremonias e introduciendo además importantes avances en sus procedimientos de elección. Uno de los más importantes ha sido la incorporación de Internet al proceso de selección de candidaturas a través de EGEDA Digi-

académicos. Este nuevo servicio, que supone la circulación segura, rápida y de calidad de las películas candidatas, ofrece importantes ventajas sobre los sistemas tradicionales: por un lado, incrementa las medidas de seguridad al evitar la circulación descontrolada de copias, que pueden perderse y ser fácilmente duplicadas; por otro, favorece a los productores independientes, que no pueden abordar los enormes costes de duplicación y envío de copias que implica el hacerles llegar la película a los más de 1.100 académicos españoles y los 2.000 académicos europeos ■

Iniciativas

NACE IBERCOPIA AUDIOVISUAL

AISGE, DAMA y EGEDA crean una asociación para gestionar de forma conjunta la copia privada del sector audiovisual

Las entidades de gestión de derechos AISGE, DAMA y EGEDA han unido sus fuerzas en la lucha contra el fraude del derecho de compensación por copia privada y han formado IBERCOPIA AUDIOVISUAL, una asociación que gestionará este derecho para los asociados de cada una de las entidades, y que ha sido presentada el 8 de junio en la Asociación de la Prensa de Madrid.



La creación de esta asociación tiene como objetivo fundamental mejorar la eficacia y la coordinación de la gestión de los derechos de compensación por copia privada de los titulares del sector audiovisual, reforzando los principios de transparencia que ya hay establecidos de manera individual en cada entidad, y facilitando la gestión de las autoliquidaciones y correspondientes pagos a los que están sujetos los fabricantes e importadores de equipos y soportes sujetos al canon. IBERCOPIA AUDIOVISUAL permitirá, además, maximizar los esfuerzos económicos y de recursos humanos que estas entidades destinan a la lucha contra el fraude por copia privada, con el fin de erradicar aquellas conductas realizadas por algunos deudores que, eludiendo el pago de la compensación equitativa por copia privada, consiguen comercializar sus productos a menores precios, compitiendo deslealmente con aquellos que cumplen la Ley. ■

Piratería

NACE EL SERVICIO DE SEGUIMIENTO DE OBRAS AUDIOVISUALES EN INTERNET (SSAI)

12

EGEDA pone en marcha un servicio de seguimiento y rastreo de obras audiovisuales en Internet para detectar y retirar aquellas publicadas sin la autorización de sus propietarios

El pasado mes de mayo de 2009, EGEDA puso en marcha un nuevo servicio, totalmente gratuito, para sus socios: el seguimiento de obras y grabaciones audiovisuales, “colgadas” en Internet sin autorización de los titulares de derechos. Este servicio permite, siempre que el socio lo autorice, la detección y retirada de aquellas secuencias de obras audiovi-



suales que circulan por Internet sin la autorización de sus propietarios.

De momento, este servicio se está realizando sobre *YouTube*, el portal de videos más popular del mundo, propie-

dad de la compañía Google, con cuyos responsables se mantuvieron diversas reuniones para tratar el problema de la puesta a disposición no autorizada de las obras audiovisuales de nuestros socios.

Películas como *El laberinto del fauno*, *El secreto de sus ojos* y *La teta asustada*, y series como *Aida*, *Los hombres de Paco*, *Los Serrano* y *Aquí no hay quien viva* han sido retiradas de este canal gracias a este servicio que, desde su entrada en funcionamiento, ha procedido a la investigación y detección de más de 11.000 fragmentos o secuencias de obras audiovisuales ilegalmente publicados en la mencionada web. Estas secuencias habían sido visionadas un total de 49.160.551 veces.

Los socios que deseen acceder a este servicio, totalmente gratuito, pueden ponerse en contacto con el departamento de socios de la entidad, que les facilitará los impresos de autorización, a través del teléfono (915 121 610) o por correo electrónico a la dirección oscar.berrendo@egeda.com ■

Piratería

DESMANTELADOS “LABORATORIOS” DEL TOP MANTA EN MADRID Y BARCELONA

Tras las denuncias interpuestas por EGEDA, la policía ha desarticulado cinco centros ilegales de producción de CD y DVD piratas

En los últimos meses, y tras las denuncias presentadas por EGEDA, el Grupo de Delitos contra la Propiedad Intelectual e Industrial de la Brigada Provincial de Madrid han procedido a la realización de entradas y registros en dos laboratorios ilegales de reproducción de películas para su posterior distribución en el *Top Manta*.

El pasado 20 de enero, el Grupo de Delitos contra la Propiedad Intelectual e Industrial de la Brigada Provincial de Madrid intervino en una vivienda si-

tuada en el madrileño barrio de Usera, donde encontraron a dos personas de nacionalidad china a quienes un compatriota, que fue posteriormente detenido, mantenía encerrados para elaborar copias de música y obras audiovisuales en horario nocturno. El registro de la vivienda confirmó que se trataba de un local destinado a la grabación y estuchado de material audiovisual y musical pirateado, que posteriormente era distribuido a diferentes puntos de la Comunidad de Madrid y al resto del territorio nacional. Igualmente, el pasado 1 de febrero, funcionarios de este mismo grupo procedieron al registro e incautación de material de dos domicilios en Lavapiés.

Entre ambas operaciones se han decomisado más de 50.000 DVD y CD falsificados (entre los que estaban las últimas novedades en películas de cartelería) además de una amplia gama de películas pornográficas y ocho torres de grabación. Se calcula que todo ello hubiera tenido un valor económico en el mercado de más de 760.000 euros.

Estas dos actuaciones suponen, según fuentes policiales, el total desmantelamiento de la infraestructura productiva de los *Top Manta* en nuestra Comunidad.

Por su parte, en Barcelona, la Sección de Investigaciones Tecnológicas de la Brigada Provincial de Policía Judicial ha desarrollado, en lo que va de año, tras las pertinentes denuncias de EGEDA, tres importantes operaciones contra la piratería.

Por un lado, la “Operación Btres”, continuación de la “Operación Bosc”, desarrollada a finales del 2009, y a consecuencia de la cual los investigadores establecieron un dispositivo de vigilancia que ahora ha culminado con la desarticulación, en Montcada i Reixach (Barcelona), de un laboratorio ilegal de reproducción de películas y la detención de cinco personas de nacionalidad pakistaní.

La “Operación Sant Carles”, desarrollada en Santa Coloma de Gramenet, se ha saldado con la detención de tres personas de nacionalidad china. Se sospecha, además, tanto por el material incautado como por las personas detenidas, que esta última operación ha acabado con el centro de grabación principal.

El total de material decomisado en estas operaciones asciende a más de 21.000 DVD falsificados, ocho torres de grabación con 73 grabadoras y demás material necesario para realizar el pirateo a gran escala ■

Fesrtivales

EGEDA EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE CORTOMETRAJE DE CLERMONT FERRAND

EGEDA, un año más, participó en la presencia española en el mercado internacional de Clermont Ferrand.

Productores, directores, compradores, distribuidores, programadores... más de 2.400 acreditados de 84 países pasaron este año por el Mercado Internacional del Cortometraje de Clermont Ferrand, celebrado en esta ciudad francesa entre el 1 y el 5 de febrero. EGEDA estuvo presente, un año más, como entidad organizadora de *Shorts from Spain*, programa que aglutina y coordina la presencia española en este mercado, uno de los más importantes del mundo en lo que a cortometrajes se refiere.

Así, por noveno año consecutivo, y gracias al apoyo de ICEX, ICAA, EGEDA y FAPAE, el Festival ha contado con una programación representativa del cortometraje español y se ha puesto a disposición de los productores y directores españoles el asesoramiento necesario sobre el funcionamiento del festival y el mercado profesional, facilitándoles los contactos y reuniones con

los principales compradores, distribuidores y programadores internacionales presentes en la cita francesa.

También, como viene siendo habitual, se efectuaron tres proyecciones con una selección de cortometrajes elegidos de entre la producción de 2009. A estas proyecciones, destinadas fundamentalmente a compradores internacionales, asistieron más de 400 delegados de las principales empresas compradoras, distribuidoras y programadoras activamente interesadas en el cortometraje español ■



Vista del stand de España en el Mercado Internacional de Clermont Ferrand.

TU CINE A UN CLICK



filmotech.com

ASÍ DE FÁCIL

EN STREAMING
SIN DESCARGAS
NI ESPERAS

Proyecto financiado por:



Licencia TI-07190-2008-47

EL 61% DE LOS ESPAÑOLES CREE QUE EL CINE ESPAÑOL ES BUENO O MUY BUENO

Ni el cine, en general, ha dejado de gustar a los españoles (a pesar del descenso de asistencia a las salas), ni el cine español, en particular, es evaluado de forma negativa por el conjunto de los españoles. Son algunas de las conclusiones derivadas de un estudio que analiza la imagen y los hábitos de consumo del cine español en la sociedad española.

El 80% cree que el cine español debería tener más en cuenta los gustos del público, y que habría que mejorar la publicidad y promoción de las películas españolas

En el verano de 2009, durante las jornadas “La industria del cine: propuestas para el futuro”, EGEDA presentó un informe sobre la imagen del cine español en la sociedad española, elaborado por METROS-

COPIA y dirigido por José Juan Toharia. El estudio, desarrollado con el objetivo de medir las actitudes, opiniones y evaluaciones de los españoles en relación con la actual situación de la industria cinematográfica en nuestro país, arroja conclusiones positivas para nuestro cine que se alejan de la opinión generalizada (y difundida desde algunos medios de comunicación) de que los españoles perciben el cine español como un producto cutre y de mala calidad.

LOS ESPAÑOLES SIGUEN VIENDO CINE

El 73% de los encuestados ve regularmente películas en televisión (al menos una o dos veces por semana); el 41% las ve, con esa misma regularidad, en soporte DVD, video o Blu-Ray, y el 35% (porcentaje que sube hasta el 62% entre los menores de 25 años, y al 46% entre quienes cuentan con un nivel educativo más alto) dicen acudir a salas de cine al menos una vez al mes. Sólo un 2% de la población española declara, de forma rotunda, que no le gusta el cine.

En lo que respecta al cine español en particular, el 32% declara que ve cine español con mucha o bastante frecuencia, el 57% suele ver poco cine español y sólo el 10% no lo ve nunca.

LAS SALAS PIERDEN ADEPTOS FRENTE AL CINE EN CASA

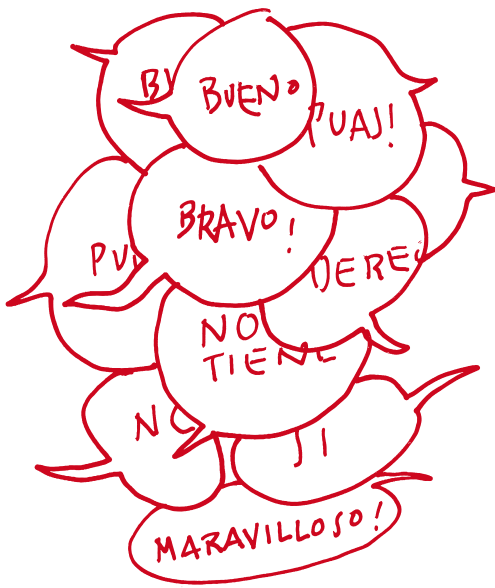
Si el interés por el cine se mantiene en niveles elevados, lo cierto es que la asistencia a salas parece, en cambio, tender a declinar: el 51% de los españoles reconoce que ahora va al cine con menos frecuencia que hace cinco años. Este porcentaje sube hasta el 63% entre los adultos jóvenes (25 a 34 años) y hasta el 56% entre quienes tienen un nivel educativo más alto. La principal causa de esta pauta es la cada vez más atractiva y variada competencia de la opción “cine en casa”.

Los españoles reconocen, de forma masiva, que el lugar más apropiado e idóneo para ver cine es, específicamente, la sala de cine: por ejemplo, el 83% afirma que “hay películas que sólo pueden verse bien en una sala de cine”, y sólo el 28% cree en cambio que “con los equipos que hay hoy en día se ve mejor el cine en casa que en las propias salas de cine”. Pero, al mismo tiempo, el 81% reconoce que le “resulta más cómodo ver películas en casa” y el 74% indica que ir al cine termina saliendo muy caro (además de la entrada, el desplazamiento, bebidas,

palomitas...). Es decir, las consideraciones pragmáticas y de conveniencia terminan predominando sobre las referidas a la calidad del visionado.

EL CINE ESPAÑOL GUSTA

Por otro lado, los datos de la encuesta no confirman en absoluto el extendido estereotipo de que la imagen del cine español en nuestra sociedad es predominantemente negativa. La realidad es que **el 61% de los españoles opina que nuestro cine, globalmente y en conjunto, es bueno o muy bueno**, y sólo el 20% lo califica como malo o muy malo. Y los motivos por los que el cine español gusta a una amplia mayoría resultan ser los mismos por los que no gusta a una minoría: los actores, los directores y los argumentos y guiones -evaluados, obviamente, en uno y otro caso de forma diametralmente opuesta. Lo que para la opinión mayoritaria constituye precisamente el punto fuerte de nuestro cine supone en cambio, para la opinión minoritaria, su punto débil.



El complejo y matizado entramado de opiniones y actitudes de los españoles respecto de nuestro cine puede quedar sintetizado en la secuencia siguiente de datos:

- Un **89%** piensa que la industria del cine español debería ser más competitiva.
- El **80%** cree que el cine español debería tener más en cuenta los gustos del público y que habría que mejorar la publicidad y la promoción de las películas españolas
- También son mayoría (80%) los que opinan que el cine español debería tener más presencia en las televisiones.

- Un **76%** cree que deberían proyectarse más películas españolas en las salas de cine y el **59%** afirma que deberían permanecer más tiempo en cartelera.

- El **72%** está de acuerdo con que la Administración debe combatir la piratería, y un **71%** piensa que la Administración pública debe contribuir a crear una industria cinematográfica potente.

- El **65%** cree que el cine español es bueno pero arrastra una mala imagen.

- El **62%** considera que las entradas para ver cine español deberían ser más baratas.

- Un **52%** opina que en el cine español hay un exceso de personajes marginales y un **44%** afirma que hay demasiado sexo en el cine español

- El **34%** piensa que el cine español es cutre y el **27%** afirma que el cine español es de izquierdas.

Como puede verse, el mayor grado de acuerdo se registra en la **demanda de mejoras en el aspecto industrial-comercial**, y no en el artístico, de nuestro cine: **mejorar la competitividad, la publicidad y la promoción; mayor presencia en las salas de cine; mayor apoyo, e incluso protección, institucional.**

Resulta también masiva la demanda (expresada por un 80% de los encuestados) de **mayor sintonía de nuestro cine con los gustos del público**, algo que, sin embargo, no equivale a una descalificación global del mismo.

En suma, al público español le gusta el cine español si es bueno, y no le gusta si es malo: pero no lo prejuzga, indefectiblemente y a priori, por el mero hecho de ser español.

APOYO SOCIAL A LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Capítulo aparte (por sorprendente) merece la opinión de los encuestados sobre la propiedad intelectual en España: casi un 80% considera que las películas merecen la misma protección que las patentes y marcas, y que los derechos de propiedad intelectual deben seguir estando garantizados y protegidos por las leyes y las administraciones, algo que sin duda choca con el escaso respeto, efectivo y real, que se demuestra en España por este tipo de derechos.

Un 72% afirma que **la cultura, y el cine dentro de ella, debería ser una cuestión de Estado** en España, como lo es en otros países, y que la Administración debe combatir la piratería (74%), hecho que vuelve a sorprender en un país que, año tras año, ocupa los primeros puestos en la lista negra de piratas cibernéticos que elabora el Departamento de Comercio de Estados Unidos ■

Un 76% cree que deberían proyectarse más películas españolas en las salas de cine y el 59% afirma que deberían permanecer más tiempo en cartelera



LA PIRATERÍA SE COBRA EN ESPAÑA 10.600 EMPLEOS AL AÑO

**En 2008,
la piratería ha
provocado
la pérdida en cine,
música y series
de televisión de
10.600 empleos
directos e
indirectos y
1.357 millones
de euros**

Un estudio europeo, avalado en nuestro país por FAPAE y los sindicatos CC.OO. y UGT, calcula que, de mantenerse esta tendencia, en cinco años la piratería digital habrá destruido 86.000 puestos de trabajo en nuestro país, y las pérdidas económicas del sector alcanzarán los 9,5 miles de millones de euros.

El estudio *Construyendo la economía digital: La importancia de la defensa del empleo en las industrias creativas de la Unión Europea* analiza el impacto socioeconómico (empleo y contribución económica al país) que la piratería ya ha supuesto, y que en el futuro supondrá, en las industrias culturales (cine, música, series de televisión y videojuegos) de los cinco mayores mer-

cados culturales de Europa: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y España, países que, en su conjunto, representan el 75% del PIB europeo.

Según este estudio, las industrias culturales analizadas generan en España 1,2 millones de puestos de trabajo y 62.000 millones de euros de valor añadido sobre el producto interior bruto. En 2008, la piratería ha provocado la pérdida en cine, música y series de televisión de 10.600 empleos directos e indirectos y 1.357 millones de euros.

Philippe Hardouin, director del estudio, prevé que, si las tendencias en piratería se mantienen, en el año 2015 se habrán perdido en España 86.000 puestos de trabajo y 9,5 miles de millones de euros.

El estudio, elaborado por *TERA Consultants* (consultora independiente con sede en París), está avalado en nuestro país por las principales organizaciones sindicales, UGT y CC.OO., y la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales (FAPAE), la patronal de la industria audiovisual, cuyos representantes han acudido a apoyar su presentación en España el 24 de marzo pasado. Todos han coincidido en afirmar que es necesario propiciar medidas legales para proteger la viabilidad de la industria audiovisual y el mantenimiento de los empleos que ésta genera.

Así, Carlos Ponce, Secretario del Sector de Comunicación Social, Cultura y Deporte de la Federación de Servicios de UGT, manifestó la necesidad urgente de hacer algo y, en este sentido, las acciones propuestas por UGT se encaminan en tres direcciones:

- Concienciar y educar a la ciudadanía en el respeto al derecho de propiedad intelectual.
- Potenciar un cambio en el modelo de negocio.
- Apoyar una evolución en la legislación que ayude a mantener y sostener a la industria audiovisual.

Por su parte, Juan Martínez, Secretario General de Medios de Comunicación de la Federación de Servicios a la Ciudadanía de CC.OO., se mostró partidario de reconducir el conflicto entre creadores y consumidores. Un conflicto, manifestó, “urrido por intereses específicos”.

Pedro Pérez, Presidente de FAPAE, coincidió con los sindicatos en la necesidad de cambiar el modelo de negocio. Pero este cambio no debe realizarse de forma precipitada: “El hecho de que nos estén robando no significa que ahora nosotros tengamos que regalar nuestro producto”, manifestó el presidente de FAPAE.

En general, todos los ponentes han coincidido en la necesidad de propiciar un debate social sobre el impacto de la piratería en las industrias culturales: Internet representa una enorme fuente de crecimiento potencial para el sector de la producción audiovisual, pero hay que encontrar soluciones para que este desarrollo se traduzca en oportunidades reales de empleo e ingresos para los creadores y agentes de la industria.

CREACIÓN DEL OBSERVATORIO DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL Y EL EMPLEO

En general, sindicatos y patronal han puesto de manifiesto la necesidad de empezar a llevar a cabo medidas conjuntas. La primera de ellas la ha anunciado Pedro Pérez: la creación del *Observatorio de la Industria Audiovisual y el Empleo* por los sindicatos (UGT y CC.OO.), FAPAE y EGEDA. Este observatorio, que adoptará la forma legal de una fundación, tendrá como objetivo contribuir al desarrollo y la competitividad del sector audiovisual, promoviendo un mayor conocimiento de su realidad y dotando a ésta de mayor transparencia. Para ello, entre otras acciones, se recopilará de forma sistemática la información sobre el sector y se elaborarán informes y análisis estadísticos nacionales e internacionales ■

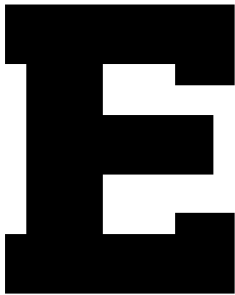
Philippe Hardouin prevé que, si las tendencias en piratería se mantienen, en el año 2015 se habrán perdido en España 86.000 puestos de trabajo y 9,5 miles de millones de euros



¿PROPIEDAD? INTELLECTUAL

Ramiro Gómez Bermúdez de Castro

18



El concepto anda sobrado de ríos de tinta, así como de sucesos sangrantes, en los medios de comunicación y también en la calle como, llamémosle así con licencia poética, “producto estrella” a diversos niveles. No sólo *popularmente*, ha sido usado demagógicamente ¿bajo el control de ciertos sectores contrarios a que se lesionen sus intereses, puramente económicos?, con bochornosas utilizaciones electorales por parte de la derecha, que prometió (y de vez en cuando lo sigue haciendo) la supresión de la compensación que permite el disfrute privativo de una propiedad privada. O la manifestación convocada por una organización anarquista, un sábado de noviembre, en la que el lema del encabezamiento, lejos de ser, como sería de suyo histórico, una petición para la abolición de la propiedad privada, simplemente se contentaba con “por la libertad de expresión”, “por la cultura libre”, “no a la SGAE”.



¿Qué es lo que ha sucedido entonces, desde 1984, cuando se introduce la compensación por copia privada en las legislaciones europeas, como para que sea ahora cuando se proteste, y sólo en España? ¿Será que, como dice Pérez-Reverte, *España es un país con muy mala leche*?¹ Y tampoco es que, precisamente, nos escandalicemos o alarmemos con estos ataques a una legítima y honrada propiedad que, no lo olvidemos, está limitada en su transmisión temporal como no lo está ninguna otra, y “disfruta” de controles y ataduras fiscales como no lo hacen ningunos otros ingresos mercantiles o laborales examinados en su totalidad; de modo que puede decirse que una entidad de gestión de derechos de propiedad intelectual o los autores, colectivamente, nunca podrían, afortunadamente, provocar un colapso económico como aquel con que parece que los profetas de las calamidades nos asustan para 2009 y sucesivos. Gozosa manera de establecer la justicia social internacional a los bancos y entidades de inversión se les salva de su ruina, a los autores e industrias culturales se les castiga quitándoles sus fuentes de ingresos y financiación. *Bancos para los de siempre, Cultura gratuita para todos*, sería un buen lema pancartero para una de esas manifestaciones de las

¹ “En Rusia me venció el invierno, pero quien me venció en España fueron aquellos campesinos bajitos y morenos que nos escupían a la cara mientras les fusilábamos. Aquellos hijoputas me llevaron al huerto a base de bien, se lo aseguro...” PÉREZ-REVERTE, Arturo: *La sombra del águila*; Alfaguara, Madrid, 1993, p. 109.

² ORLANDI, Enzo (ed.): *Los gigantes 2: Molière*; Prensa Española, Madrid, 1970, p. 32.

³ “Sólo el 6% de internautas paga por los contenidos”, noticia recogida de “agencias”. *Público*, Madrid, viernes 3 de octubre de 2008, p. 39.

que hablo. Si digo que el tema viene de lejos, tomaré un apoyo histórico, incluso de cuando no había cine pero existían artes escénicas, aun denostadas por los bienpensantes y poderosos: el teatro del Rey Sol, en la Francia del siglo XVII, donde al gran Molière todavía le había tocado errar por el país en menospreciada “banda de comediantes” prolongando un día y otro día su miserable existencia con bufonadas y espectáculos que él mismo consideraba de bajo nivel artístico pero de inmensa aceptación por parte del espectador, para cuando, lograda cierta estabilidad en su producción, y a pesar de su cuidadosa táctica, contempla sin protección cómo su obra era atacada, y no sólo precisamente por una crítica más despiadada y feroz que la actual; “...sabido es que uno de los mayores tormentos de Molière durante toda su vida fue ver impresas, sin saberlo él y a despecho suyo, sus múltiples comedias. No veía la conveniencia de plasmar en el papel un texto concebido como algo fluido, vivo, para recrearse en él un tanto todas las noches, en contacto con el público, y sufría siempre que esto ocurría por voluntad ajena. Así sucedió con *Las preciosas ridículas*, impresas clandestinamente según una copia robada en el teatro, y luego vendida a un editor poco escrupuloso. ¿Hay algo más extravagante —comentó Molière— que imprimir, cueste lo que cueste, las obras contra la voluntad de los autores legítimos...?”².



Yendo a terrenos más actuales, y del modo más rápido posible, por la brevedad de este papel, recuérdese la noticia aparecida hace bien poco en prensa nacional que indicaba que sólo el seis por ciento de

los usuarios españoles de la red paga por los contenidos audiovisuales, según una encuesta del Instituto Nacional de Estadística³. Dato al que se le podría agregar cuántos pagan por los *continentes* y a otras empresas suministradoras de *corriente* con el fin de hacernos una idea de que, salvo las conexiones a través de puntos de información cultural mantenidos por establecimientos públicos (bibliotecas, ministerios, instituciones de enseñanza, etc...), es decir, todas aquellas que son de carácter privado, pagan religiosamente al suministrador telefónico, como mínimo, al cien por cien. ¿Eso no es discutible? ¿Por qué entonces tan sólo se centra el desasosiego en los contenidos? Estas reflexiones, y el conjunto de objeciones que pudieran hacerse sobre ellas, constituyen la mejor de las demostraciones acerca de cómo la pérdida de ventas del cine español, en cualquiera de sus modalidades de explotación, está ocasionada, en estos últimos años, en principal medida por el descenso de espectadores que provoca el uso *libre* de los contenidos audiovisuales, a través de la Red y por la fraudulenta comercia-

4
GARCÍA RAYO, Antonio: "Los piratas del video ganaron en 1982 mas de 10.000 millones de pesetas" en *La Voz de Galicia*, La Coruña, martes 26 de julio de 1983, p. 13.

5
De los que 6.221.767.239 correspondían, con 36.188.642 espectadores, al cine español. Control de taquilla Datos 1982, Ministerio de Cultura, Madrid, 1983.

lización de lamentable recepción por parte del consumidor, que no ve con malos ojos pagar más barato –o aceptando la gratuidad- aunque sepa que es mercancía robada, retrayéndonos a aquellos tiempos en los que la baja delincuencia disfrutaba del robo de *radiocassetes* en automóviles como producto estrella, consecuencia del establecimiento de un saneado mercado *perista* en rastros y similares puntos de venta callejeros, sin control y sin otra ordenación que la de la economía oculta. Así nos podemos escandalizar de que España sea el país europeo que guarda más billetes de quinientos euros, pero no de que mantenga el más alto índice de defraudación audiovisual e insolidaridad de sus espectadores con una situación que desbarata no sólo los recursos de los productores privados, aquellos que han pagado a todos los miembros de la cadena de producción (guión, música, director, personal técnico, actores y empresas suministradoras o auxiliares), sino también los del Estado a través de los impuestos y cuotas de la Seguridad Social que se de-

defraudación, vuelvo a repetir, no sólo afectaba a los autores, a los propietarios legítimos de las películas (a los que se les exige estar al corriente de sus pagos fiscales y de la Seguridad Social para percibir cualquier tipo de ayuda pública), sino también al Ministerio de Hacienda, que no puede aplicar gravamen alguno sobre la economía sumergida. Compárese esta vieja noticia con otra moderna, que indica que "en Francia (y podemos extrapolarla a España), el mercado del DVD continúa su caída (vertiginosa)"⁶.

A

ñádase a la muestra otra noticia, de entre las muchas que podríamos estar comentando aquí y ahora para ilustrar el tema, acerca del hábito extendido en la captación por la red, de modo gratuito, de contenidos audiovisuales, en la que se afirma existe el mismo número de *descargadores* venales que de aquellos que adquieran sus productos en establecimientos reglados mediante pago⁷. Traducido a términos más comprensibles, es como si dijéramos que de los 15,8 millones de entradas de cine español vendidas en 2007 sólo la mitad hubieran sido abonadas por los espectadores.

C

ierro este breve pensamiento sobre los derechos de autor utilizando de nuevo al atribulado señor Poque-lin, que era de los de: "Me gusta la vida tranquila y, por desgracia, la que llevo se ve agitada por una infinidad de problemas triviales y desconcertantes al mismo tiempo. Si estuviérais preocupados, como yo, por agradar al Rey, y si tuviérais que mantener y dirigir a cuarenta o cincuenta personas caprichosas, sostener un teatro, escribir obras para mantener bien alta la fama, a fe mía que tendríais pocas ganas de reír. Si yo buscara la gloria, pase; pero, en cambio, debo siempre, y por encima de todo, hallar el modo de contentar a las multitudes si quiero lograr que viva mi Compañía, hasta el extremo de que, si hago algo mediocre, me expongo con seguridad al fracaso. Quiérase o no, en este oficio nuestro hemos de estar siempre dispuestos a ponernos en marcha a la primera orden; a divertir a los demás, cuando acaso la tristeza oprime nuestro corazón."⁸ ■

El presente texto es un extracto de la ponencia "Producción española: 1998-2008. Diez años no son casi nada", que fue presentada, en el X Foro Universitario de Investigación en Comunicación, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

"Bancos para los de siempre, Cultura gratuita para todos, sería un buen lema pancartero para una de esas manifestaciones de las que hablo"

6
VULSER, Nicole: "En France, le marché du DVD continue sa dégringolade. Piratage, prix bradés : le chiffre d'affaires de la vidéo a baissé de 10% en un an", en *Le Monde*, viernes 17 de octubre de 2008, p. 24.

7
MUÑOZ, Ramón: "Unidos frente al abordaje de los 'piratas culturales'", en *El País*, Madrid, martes 17 de junio de 2008.

8
Texto incluido en la *Vie de Molière* escrita por Jean-Léonor Le Gallois de Grimarest (1705), reproducido en ORLANDI, Enzo (ed.): *Los gigantes 2: Molière*; Prensa Española, Madrid, 1970, p. 5.

jan de recaudar. ¿No quedábamos en que Hacienda éramos todos? Enlazo esta reflexión con alguna información obtenida en los principios de la *era de la reproducibilidad*: cuando la introducción masiva de los sistemas domésticos de grabación audiovisual tras el mundial de fútbol de 1982. Traigo a colación la noticia que estimaba como ingresos de los piratas del video, en ese mismo año, más de diez mil millones de pesetas, que por supuesto no tuvieron que repartir sino con ellos mismos⁴. Para tomar concepto adecuado de lo que supuso esta cifra, sépase que, cerrado el ejercicio 1982, el Ministerio de Cultura dio como válida la cifra de recaudación del cine en España por valor de un poco más de veintisiete mil millones de pesetas (155.955.909 entradas vendidas)⁵, repartido como corresponde al viejo sistema clásico de la economía cinematográfica, entre producción, distribución y exhibición, deducidos autores e impuestos, aunque a veces como hermanos en herencia. Esto muestra que la piratería significaba algo más de un tercio de la actividad cinematográfica internacional en nuestro país. Esta

LA FINANCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL CINE

Miguel Angel Benzal

20

“
G

Genial, brillante, sólida, una película que te atrapa, lo mejor que he visto en mucho tiempo...” Son algunos de los calificativos y comentarios que he leído a propósito de *Celda 211*. La película de Daniel Monzón ha triunfado en taquilla y también en los Goya, consiguiendo ocho premios. Días antes ya se había llevado el premio José María Forqué al mejor film español de 2009, y Luis Tosar el Forqué al mejor actor por su interpretación de “Malamadre”.

Yo no voy a valorar ni el guión, ni la dirección, ni la interpretación en esta película. Para ello están los críticos, que ya lo han hecho, y el público, que le ha dado su apoyo convirtiéndola en un éxito de taquilla. Un éxito que sentimos como nuestro en Audiovisual SGR, porque *Celda 211* es uno de los proyectos que ayudamos a financiar en 2009.

En la noche de los Goya, el presidente de la Academia de Cine, Alex de la Iglesia, habló de la gente que no podía rodar, de los productores y directores que no encuentran medios de financiación y también, sobre todo, de las miles de familias que no salen en las revistas y que viven de esto, de la industria del cine, una industria que genera riqueza y miles de puestos de trabajo. Suscribo plenamente sus palabras y creo que en tiempos de crisis como el que vivimos, en un momento en el que las turbulencias generadas en los mercados financieros han dificultado el acceso al crédito de las empresas, sobre todo de las PYME, tiene más sentido, si cabe, el papel de una entidad especializada en la financiación de pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual y cultural en su conjunto. Nuestro trabajo consiste en avalar los proyectos de estas empre-

No se trata de conceder subvenciones a fondo perdido. Lo que hace la SGR es facilitar el acceso a la financiación mediante la concesión de avales

sas y negociar convenios con entidades de crédito para conseguir las mejores condiciones de financiación. Después de cuatro años de funcionamiento, podemos decir que Audiovisual SGR se ha convertido en una auténtica referencia financiera en el sector audiovisual y cultural.

No se trata de conceder subvenciones a fondo perdido. Lo que hace la SGR es facilitar el acceso a la financiación mediante la concesión de avales. Se trata de una financiación reembolsable, por lo que sólo se benefician aquellos proyectos con capacidad de generar riqueza y empleo que resulten viables a priori según los criterios técnicos, financieros y de riesgo de la sociedad.

Desde el inicio de su actividad, en marzo de 2006, más de 400 proyectos han recibido el asesoramiento financiero del equipo de la SGR. Se han aprobado 291 operaciones por importe superior a 62 millones de euros, lo que ha supuesto una inversión inducida de 200 millones de euros y una estimación de creación de más de 2.200 puestos de trabajo. En 2009 la sociedad ha tenido un crecimiento en su cifra de operaciones del 74% con respecto al año 2008, y nuestra intención es seguir creciendo.



Audiovisual SGR es un proyecto creado a iniciativa de EGEDA, con el pleno respaldo de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles, FAPAE, y que contó enseguida con el apoyo decidido del Ministerio de Cultura, a través del ICAA. Son además socios protectores de la sociedad las patronales de las industrias técnicas (AITE), los distribuidores independientes (ADICINE) y los exhibidores españoles (FECE). De igual manera, están representadas la Asociación de Distribuidores de Software de Entretenimiento (ADESE) y la Empresa Nacional de Innovación del Ministerio de Industria (ENISA).

En estos años, se ha llevado a cabo una intensa labor que se ha materializado en la formalización de convenios bancarios con numerosas entidades del país para la obtención de líneas de crédito en las mejores condiciones financieras en cuanto a plazos de reembolso y tipos de

interés, muy por debajo de los que las PYME pueden obtener por sí mismas. Además, se ha conseguido que un buen número de estas entidades utilicen por primera vez la línea ICO-ICAA Producción. Y con la firma de estos convenios se ha ampliado el número de entidades



bancarias que trabajaban con el sector cultural. Para mejorar y asegurar su funcionamiento, la sociedad formalizó un contrato de reafianzamiento con la compañía CERSA, que cubre un porcentaje del riesgo asumido por la SGR.

Se firmó también un convenio marco de colaboración con la Empresa Nacional de Innovación, S.A. (ENISA) para promover la innovación en el sector audiovisual y difundir entre los socios partícipes la utilización del préstamo participativo, así como para colaborar en la financiación de proyectos viables de elevada dimensión.

Otro convenio, formalizado con la Dirección General de Políticas e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura, enmarcado dentro del Plan de Fomento de la Industria Cultural, ha permitido sufragar el coste de los avales necesarios para la obtención de préstamos que faciliten la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales o actividades culturales.

El Ministerio de Cultura se ha propuesto así contribuir a paliar los efectos que, derivados de la crisis financiera mundial, afectan particularmente a las empresas del sector cultural, pro-



Desde el inicio de su actividad, en marzo de 2006, más de 400 proyectos han recibido el asesoramiento financiero del equipo de la SGR

moviendo condiciones de inversión y modernización que fomenten la productividad.

Es de reseñar que la capacidad avalista de la sociedad de garantía recíproca Audiovisual Aval se ve incrementada en 75 millones de euros para los próximos años gracias a la aportación a sus recursos propios de seis millones de euros realizada por el ICAA. Con esta nueva aportación, se calcula que se podrá generar una inversión inducida adicional de más de 270 millones de euros y la creación de cerca de 3.000 nuevos puestos de trabajo. Con esta medida, el ICAA persigue, en época de crisis económica, ampliar el número de empresas que pueden beneficiarse de los servicios de la sociedad de garantía.

Tanto la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual como la Comisión Europea y el Banco Europeo de Inversiones han mostrado un gran interés en AUDIOVISUAL, S.G.R. por la importancia que, como instrumento de promoción económica, comporta para las pequeñas y medianas empresas del sector.

Empezaba este artículo hablando de *Celda 211*, pero no es el único proyecto avalado por Audiovisual SGR que ha contado con el aplauso de crítica y público. Ahí están, entre otros, *Yo también*, con dos premios Goya, el José María Forqué a la mejor interpretación femenina para Lola Dueñas y dos conchas de plata en el pasado Festival de San Sebastian. *Pagafantas*, con dos candidaturas a los Goya, y *Spanish Movie* con otras dos. Y proyectos anteriores como *El linco perdido*, Goya a la mejor película de animación, o *Bucarest. La memoria perdida*, premio Goya al mejor documental. También hemos participado en la financiación de proyectos con una gran acogida a escala internacional como el caso de *Buried*, cinta que recibió una excelente crítica en el Festival de Sundance.

Estamos inmersos en una complicada situación económica y financiera, pero el cine español ha demostrado que no hay crisis de creatividad, que sigue habiendo buenas ideas, buenos guiones y directores, necesitados, eso sí, de herramientas para conseguir financiar esos proyectos. Audiovisual SGR se propone no sólo seguir haciéndolo, sino aumentar su actividad en este 2010 con el apoyo del Ministerio de Cultura y de toda la industria española de contenidos ■

EL CAMBIO DE MODELO DE NEGOCIO EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Fernando Labrada. Media Research & Consultancy (MRC)

22



La digitalización constituye uno de los cambios más importantes en los que actualmente se ve inmersa nuestra sociedad y, dentro de ella, especialmente el sector audiovisual. El paso del modelo analógico (caracterizado por la escasez del espacio radioeléctrico y las limitaciones técnicas de todo orden) al modelo digital (caracterizado por la abundancia de canales de distribución, la alta calidad y toda clase de posibilidades creativas) es el cambio más importante en el sector audiovisual desde la aparición de la televisión en la mitad de siglo XX.

Este cambio, que supera los límites audiovisuales para afectar a los hábitos sociales, y lo que ello comporta, constituye un reto extraordinario para el sector de la producción audiovisual. Estamos ante un fin de ciclo al que se llega con una industria televisiva que podemos calificar de potente y una industria cinematográfica que tenemos que calificar de muy frágil. A la hora de hacer frente al cambio de modelo que se avecina, aparece la incertidumbre para ambos sectores: incertidumbre para los instalados en poderosas maquinarias de generación de audiencias y beneficios económicos, que temen perder su posición privilegiada, y también incertidumbre en los que viven en la fragmentación empresarial, la descapitalización, el éxito esporádico y la protección del Estado, porque temen desaparecer.

En cualquier caso, estamos ante un cambio de modelo en el que se define un nuevo mapa de muchas cosas, pero especialmente se trata de un nuevo mapa de la explotación y, en consecuencia, de un nuevo modelo económico a tener en cuenta por las empresas productoras.

Cuando hablamos de tecnologías tenemos la tentación de fragmentarlas y hablar de ter-

minales, sistemas, aparatos, lo que nos impide tener una visión global del mapa en el que están incardinados. Se pueden observar múltiples medios de difusión que aparentemente pueden considerarse inconexos entre sí y que pueden hacer creer que estamos ante un mapa ingobernable: iPod, iPhone, Nokia, MP3, MP4, Blackberrys, PDA, Cable, PPV, VoD, DVB-T, DVB-H, TDT en sus diversas dimensiones, Web TV, TV IP, distribución vía Web, TV en movilidad, plataformas de descargas, DVD, videojuegos, distribución digital, exhibición digital, exhibición 3D..., en el que hay que contemplar múltiples temas colaterales como los relacionados con la regulación, la financiación, la amortización, la formación, la propiedad intelectual, la creación de marcas y la piratería, entre otros muchos.

Todo ello nos señala un escenario, como mínimo, complejo y que ante todo genera un estado de incertidumbre en los productores, pero también en distribuidores, agentes de ventas, exhibidores, canales de televisión, reguladores y legisladores, y un largo etcétera de instituciones y agentes que, de una u otra forma, intervienen en el sector audiovisual. En este artículo intentaremos analizar la situación, sólo parcialmente, en aquellos aspectos que, desde nuestro punto de vista, afectan a la producción de contenidos.

Los nuevos medios surgidos de la revolución tecnológica (y los problemas que de ellos se derivan) tienen dos características comunes asociadas a su existencia: la multiplicidad de canales de exhibición y su capacidad de interacción con el espectador. La multiplicidad de canales está relacionada con la abundancia de medios

de difusión – la escasez de canales pasó a mejor vida –, y la interactividad está en relación con la capacidad de selección y de interacción del espectador, pasando también a mejor vida el espectador pasivo. Por tanto, estamos ante un escenario en el que el cuándo, el dónde y el cómo se consume un producto audiovisual no está en manos de los programadores y / o distribuidores, sino en manos de los consumidores.

Estas características de los medios digitales nos conducen a la consideración de un amplio mapa digital para la exhibición y consumo de productos audiovisuales, compuesto de múltiples ventanas en el tiempo y en el espacio (figura 1). Dentro de este mapa, hay algo que sólo ha empezado a presentar sus credenciales y que apunta a un fuerte desarrollo en los próximos años: se trata de la potenciación del VoD (*Video on Demand*) en sus múltiples formas, que culmina con el sistema de discos duros con alta capacidad de grabación.

Este nuevo mapa, considerado desde el punto de vista de los productores, ofrece un primer cambio en el modelo de negocio. Las empresas productoras, especializadas hasta ahora en los modelos tradicionales de exhibición (productoras cinematográficas orientadas fundamentalmente a la explotación en salas y productoras de ficción o entretenimiento orientadas fundamentalmente a la explotación en la televisión abierta), se convierten en productoras de contenidos, lo que permite no sólo su explotación en las nuevas ventanas o espacios,

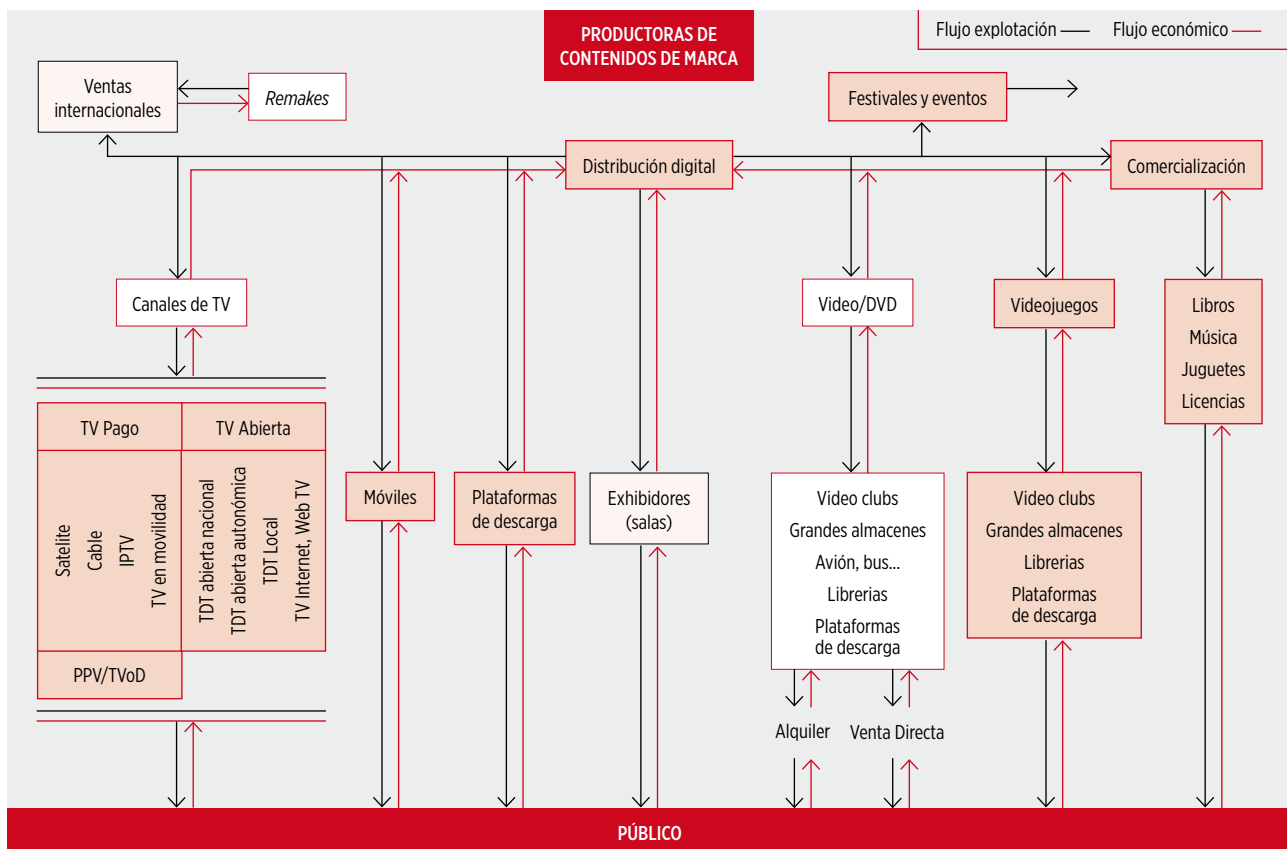
sino la del propio contenido en variadas formas en cuanto a duración y formatos derivados. En consecuencia, el concepto “contenido” pasa al primer plano de la consideración del productor, algo que le obliga a cambiar radicalmente sus planteamientos de inicio: ahora el “contenido” debe ser concebido, desarrollado, producido y distribuido para atraer la atención del espectador cuándo, dónde y cómo este desee, contemplando no sólo las múltiples ventanas (que también), sino las múltiples variables posibles que el contenido permita (figura 2). Este nuevo planteamiento, concebido desde el inicio del desarrollo de un proyecto, se conoce con el nombre de “Estrategia de 360offi” o “Visión 360offi”.

El tercer concepto que interviene en el nuevo modelo de explotación es el principio de la “economía de la larga cola”, teoría desarrollada por el periodista Chris Anderson, quien explica cómo Internet y el entorno digital han cambiado las leyes del mercado: ya no hace falta focalizar el negocio en unos pocos superventas. Ahora existen dos mercados: uno de éxitos masivos, y otro de nichos, más pequeños pero cuya suma, acumulada en el tiempo, igualaría los resultados del superventas. Por primera vez en nuestra sociedad de consumo, la venta de pequeñas cantidades es rentable, gracias fundamentalmente a Internet. Hoy cualquier creativo puede producir una obra (un libro, un disco o

Estamos ante un escenario en el que el cuándo, el dónde y el cómo se consume un producto audiovisual está en manos de los consumidores

23

Figura 1



Desde 2004, el 52,7% de las películas españolas estrenadas en salas no superaron las 20 copias, y el 40% de ellas no llegaron a alcanzar los 10.000 espectadores

un producto audiovisual). Pero no sólo puede producirlo, sino que ahora también puede distribuirlo, aunque el público al que se dirija sea un colectivo o nicho pequeño. La suma de todos estos nichos, unos más grandes que otros, iguala y supera en términos económicos al mercado de los éxitos al estilo tradicional.

En el marco de una industria audiovisual fragmentada y con grandes dosis de talento, la teoría de la larga cola es un tema primordial a tener en cuenta a la hora de plantear una mejor comercialización y distribución de determinados productos audiovisuales, con el fin de alcanzar las audiencias a los que van dirigidos. Es el caso del cine español, que en los últimos diez años no logra una cuota de mercado en salas adecuada a la categoría que se le supone. Desde 2004, el 52,7% de las películas españolas estrenadas en salas no superaron las 20 copias, y el 40% de ellas no llegaron a alcanzar los 10.000 espectadores. Esto sucede porque todos esos títulos han sido estrenados con una orientación exclusiva hacia la sala tradicional, espacio de exhibición que, por otra parte, también está experimentando una reducción en el número de pantallas, y se acomoda a los nuevos cambios tecnológicos y a los nuevos hábitos sociales. Así pues, nos encontramos con muchos títulos diseñados con mentalidad analógica para un mercado potencial que es digital. Y es aquí donde la teoría de la larga cola y su nueva economía adquieren gran importancia. Veamos algunos aspectos de esta teoría.

Consideremos la vida comercial de un determinado contenido. Hoy, el nuevo mapa digital ofrece múltiples ventanas más allá del tradicional estreno en salas o en un canal de televisión. La curva de explotación sufre un descenso según se desarrolla la exhibición en salas (cuando existe un mínimo grado de aceptación) y se prolonga a lo largo del eje de la x , tan para-

lela como dicha explotación sea efectiva en las diversas ventanas (figura 3).

Por otra parte, en la cultura y la industria del entretenimiento del siglo XXI aparecen nuevas audiencias que en el pasado no estaban identificadas. Considerada la audiencia como un todo, se puede observar un decrecimiento de interés por el relativamente reducido número de éxitos comerciales de productos y mercados convencionales, que se encuentran en lo alto de las curvas de la demanda, a la vez que se observa un incremento del interés hacia un número significativo de nichos en la larga cola de las curvas de explotación: los temas documentales, históricos, artísticos, infantiles y un largo etcétera centran el interés de audiencias especializadas y/o identificadas con ciertos contenidos.

En una era sin limitaciones físicas ni geográficas, los bienes y servicios especializados pueden ser económicamente tan atractivos como los artículos de consumo masivo o generalistas. Y esto es lo que la larga cola ofrece: muchos nichos para la cultura y los servicios, sin limitaciones económicas ni tecnológicas. Pero para que esta variada oferta haga surgir la demanda se necesita de determinados “filtros orientadores” (como *Google*) que orientan a la demanda hacia la larga cola, y de los llamados “agregadores” de la larga cola: compañías o servicios que reúnen una gran cantidad de bienes y los hacen accesibles en un único lugar.

Es el caso de los negocios *on line* de las librerías. Los propietarios de las pequeñas tiendas de libros usados informatizaron su inventario y la base de datos *Alibris* los reunió todos juntos en una librería *on line*. Rápidamente, *Amazon* y otros “agregadores” integraron las listas de libros usados con los libros nuevos. La medida atrajo a millones de consumidores,

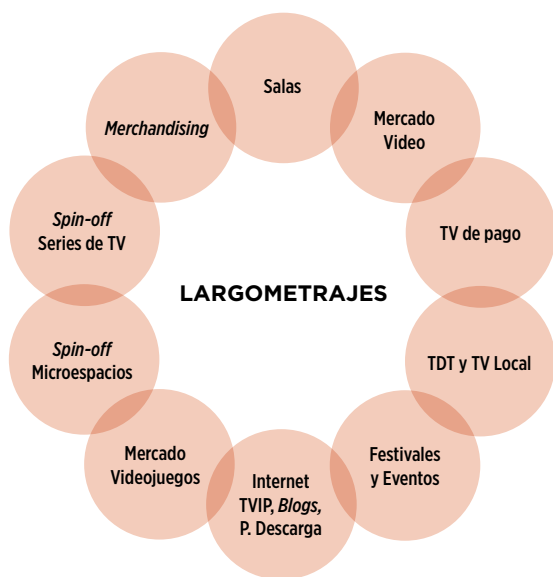


Figura 2



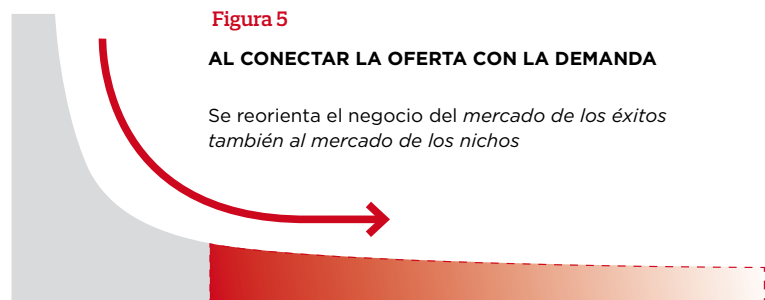
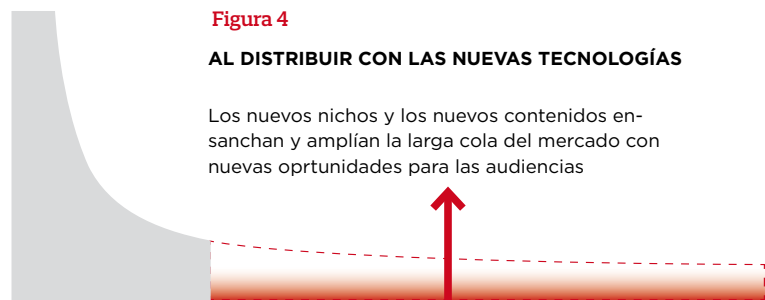
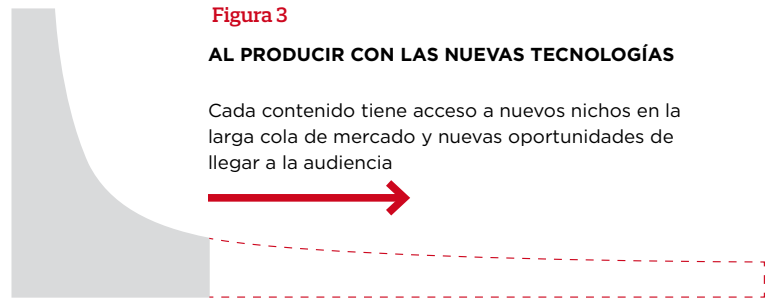
lo que produjo un aumento considerable de la venta de libros usados conectando una oferta y una demanda que de otro modo no se hubieran conectado. Hay otros muchos ejemplos de “agregadores” como *Google*, que juega ese papel en el campo de la publicidad; *Wikipedia* es un “agregador” del conocimiento; *iTunes* lo es en el campo de la música; cualquier *blog* que reúna la información sobre un determinado tema es también un “agregador”. En el campo cinematográfico, el portal de visionado de cine *on line* *filmotech.com* es un agregador clave que hace accesible a los usuarios una gran cantidad de títulos que de otra forma hubieran permanecido bien en el cementerio analógico de las estanterías de las productoras o, en el mejor de los casos, expuestos a una comercialización fragmentada o puntual. Por todo ello, si los filtros y los agregadores funcionan, la demanda se instala en el sistema y la curva de explotación de un determinado título o contenido puede permanecer paralela sin más descensos durante largo tiempo.

Además, si miramos el mercado de la larga cola en su totalidad, todos los nichos se suman creando un mercado por sí mismo que, como conjunto, puede competir con el mercado de los grandes éxitos, ayudando también a conectar la oferta con la demanda, con lo que el sistema se refuerza, crece y se desarrolla (figuras 4 y 5).

El cuarto y último concepto a tener en cuenta en el cambio de modelo económico tiene que ver con la marca. En el complejo mapa digital y en la no menos compleja estructura de la audiencia, la identificación de los contenidos se convierte en un elemento fundamental, y el reconocimiento de marca, bien de autores (como podría ser el caso de Almodóvar), bien de contenidos (la serie animada *Pocoyó*) o bien de compañías (*DreamWorks*), es un elemento esencial en el nuevo modelo de producción y explotación de contenidos.

La marca no sólo genera ingresos procedentes de la comercialización de diversos subproductos (en algunos casos superiores a los derivados de las ventas de derechos para distribución y exhibición); las estrategias de marca también permiten atraer audiencias hacia el producto deseado mediante la explotación de la música (mundo de los jóvenes), los libros (mundo de los adultos), los juguetes o similares (mundo infantil), los videojuegos (mundo juvenil) y otras variables como microespacios para los asiduos de la Red. Aquí también se repite el concepto de 360 grados: la estrategia de marca tiene que tener esta visión desde la fase de desarrollo del proyecto.

¿Constituyen los conceptos aquí expuestos una base de oportunidad para la producción europea y la española en el sector audiovisual?



Radicalmente sí. Pero se debe tener en cuenta que muchos de los fracasos de los contenidos en salas o en televisión se deben a la “mentalidad analógica” que ha dominado en su proceso de producción y a que están exclusivamente orientados a un mercado único de éxito, sólo alcanzable por muy pocos. Por tanto, con los medios financieros disponibles y con el talento existente y la intrínseca fragmentación cultural europea, un inteligente manejo del mercado de la larga cola no sólo debe conducir a su creación no sólo para poder sobrevivir, sino también para desarrollar una industria con la que muchos creadores, productores y jóvenes talentos tendrán la oportunidad de alcanzar audiencias específicas para sus contenidos.

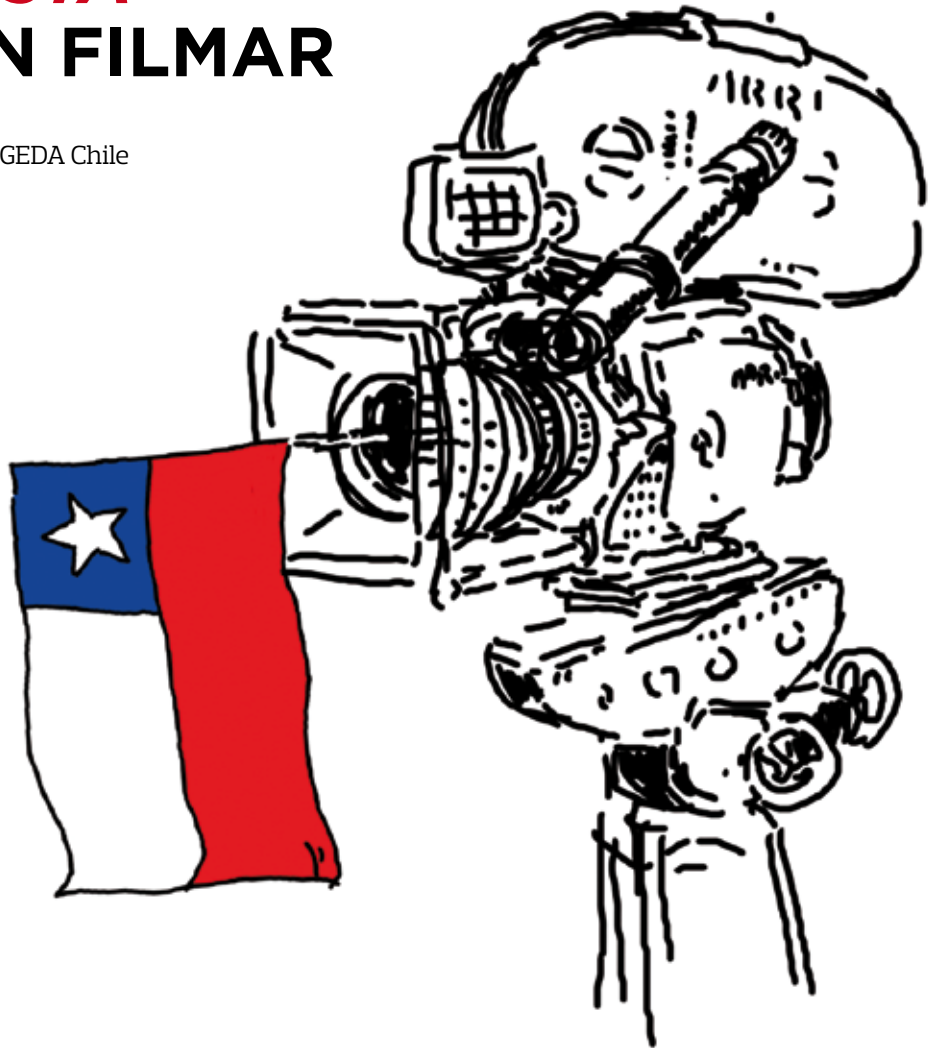
Si el sector audiovisual y sus actores quieren superar la incertidumbre propiciada por la revolución tecnológica, los productores de contenidos deberán aceptar este nuevo modelo. Aunque no es menos cierto que tendrán que verse apoyados por las decisiones de legisladores, responsables institucionales y representantes gremiales. No se puede legislar con mentalidad analógica para un nuevo mercado y, lamentablemente, hay razones para pensar que esa vieja mentalidad permanece en activo más de lo deseado ■

El portal de visionado de cine on line *filmotech.com* hace accesible a los usuarios una gran cantidad de títulos que de otra forma hubieran permanecido en el cementerio analógico de las estanterías de las productoras

YA NO BASTA SÓLO CON FILMAR

Fernando Acuña, Presidente EGEDA Chile
Ignacio Del Fierro

26



Los autores de este artículo analizan los datos de la industria cinematográfica chilena de la última década para concluir que, a pesar de haber crecido sustancialmente en número de producciones, son muy pocas las películas que alcanzan un número significativo de espectadores. El salto cuantitativo, concluye el autor, debe ir acompañado de un cambio cualitativo que promocióne y fomente la nueva cinematografía chilena.

D

Durante los últimos 18 años el cine chileno ha experimentado un crecimiento sin precedentes en su historia. Lo ha hecho aumentando progresivamente el número de películas estrenadas, incluyendo nuevos puntos de vista en las producciones, abordando temáticas antes prohibidas por los militares, contando con una mayor participación de directores jóvenes y acercando el séptimo arte a la gente.

Tras este afianzamiento, hoy se debe apostar por nuevos desafíos. Se debe trabajar para superar el estado actual de la industria cinematográfica nacional, tal como se hizo desde que se recuperó la democracia. En los últimos años de la dictadura militar, el promedio de estrenos chilenos al año era de 2,5 películas, mientras que en los 90 la cifra ascendió a 4. Desde 2000 hasta el momento, se supera el promedio de 11 producciones por año.

Pero en lo que va de década del siglo XXI observamos tendencias que hacen pensar que el sector cinematográfico chileno, si bien produce como nunca antes, no ha sabido consolidarse progresivamente en el tiempo, y depende de un solo éxito de taquilla para posicionarse entre el público, en desmedro del resto de las producciones.

RELACIÓN DE ESTRENOS Y NÚMERO DE ESPECTADORES POR AÑO

A partir del año 2000, hasta el 5 de diciembre de 2008, se estrenaron en Chile un total de 101 películas nacionales, que registraron 6.768.135 espectadores en las salas de cine. Esto quiere decir que, en los últimos ocho años, cada película ha conseguido una asistencia media de 67.011 espectadores.

Tabla 1

Cantidad de películas nacionales estrenadas en Chile, y público entre 2000 y 2008

Año	Películas	Público	Promedio
2000	13	189.314	14.563
2001	8	475.816	59.477
2002	8	442.779	55.347
2003	7	1.674.405	239.201
2004	13	1.192.130	91.702
2005	14	361.614	25.830
2006	9	730.118	81.124
2007 ¹	9	931.357	103.484
2008 ²	20	770.602	38.530
Totales	101	6.768.135	67.011

1

La cinta *Pulentos, la película* fue estrenada el 27-12-2007, pero se consideró como parte de los títulos exhibidos en 2008, dado los pocos días que alcanzó a estar en cartelera durante su año real de estreno.

2

Incluye hasta el 4 diciembre de 2008.

27

Los nueve años estudiados arrojan un promedio de 11 títulos anuales, con una asistencia media de 752.015 espectadores al año. Sin embargo, el panorama cinematográfico nacional no es del todo uniforme (ver tabla 1).

Según la tabla 1, los años de mayor éxito en taquilla para la industria cinematográfica chilena son 2003 y 2004, con cifras superiores al millón de personas en las salas, con 7 y 13 películas estrenadas respectivamente. Los años de menor asistencia fueron 2000 (13 estrenos) y 2005 (14 estrenos), con 189.314 y 361.614 espectadores respectivamente.

Esto deja claro que no existe una relación directamente proporcional entre la cantidad de películas estrenadas y el número de espectadores que asiste a las salas y paga por verlas. Dicho de otra forma, un aumento en la canti-

dad de estrenos no viene acompañado de un aumento en la cantidad de público.

Por ejemplo, durante el año 2008 (hasta el 5 de diciembre), fueron estrenadas 20 películas que registraron 770.602 asistencias, a falta aún de dos obras por estrenar (*Santos y Muñeca*). Sin embargo, en 2007, sólo nueve películas fueron capaces de congregar ante las pantallas a 931.357 personas.

De lo anterior se desprende que no existe una audiencia estable para las películas chilenas y, si bien el promedio de asistencia de todo el periodo analizado es de 752.015 individuos por año, esta cifra no ha sido regular, pues oscila entre las 189.314 personas de 2000 y las 1.674.405 de 2003.

TRAMOS DE ASISTENCIA A PELÍCULAS NACIONALES DURANTE EL PERIODO 2000-2008

Como ya se ha mencionado, el promedio de asistencia a las 101 películas estrenadas entre

Gráfico 1

Número de películas chilenas estrenadas entre 2000 y 2008

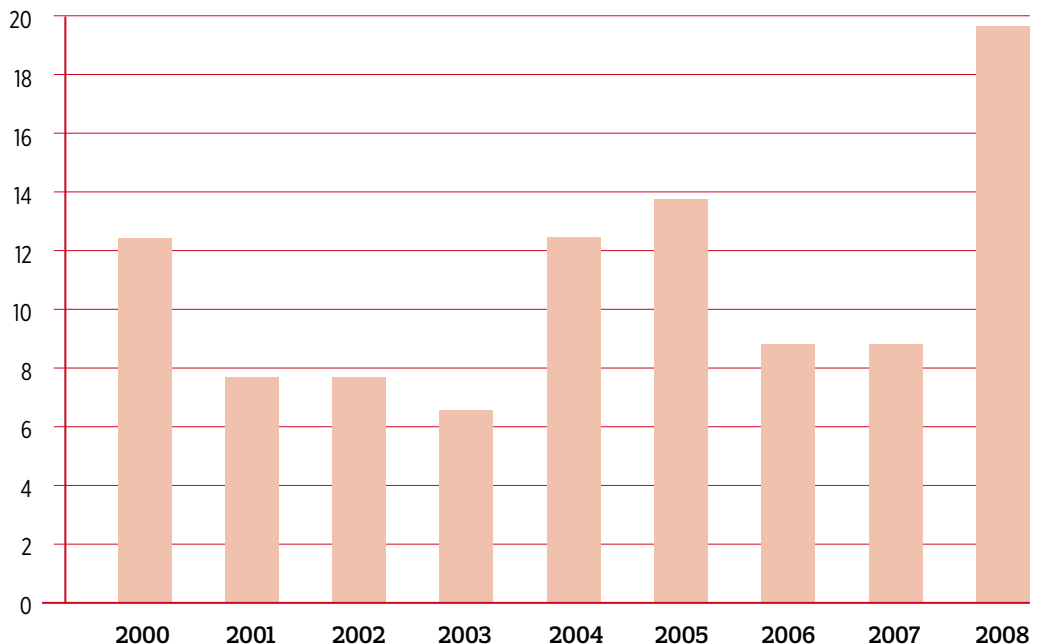




Tabla 2
Películas clasificadas según tramos de asistencia en el periodo 2000-2008

Tramos de taquilla	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	N° de Películas	% del total
Más de 1.000.001	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
750.001 - 1.000.000	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
500.001 - 750.000	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1
250.001 - 500.000	0	1	1	1	0	0	1	1	0	5	5
100.001 - 250.000	0	0	0	1	3	1	2	2	3	12	11,9
75.001 - 100.000	1	0	1	0	0	1	0	0	1	4	4
50.001 - 75.000	0	2	0	1	0	1	1	1	2	8	7,9
25.001 - 50.000	1	0	1	1	4	1	2	1	2	13	12,9
10.001 - 25.000	2	1	2	0	0	4	0	1	1	11	10,9
0 - 10.000	9	4	3	2	5	6	3	3	11	46	45,5
Totales	13	8	8	7	13	14	9	9	20	101	100

2000 y 2008 es de 67.011 personas por film, una cifra considerablemente baja para costear económicamente una producción cinematográfica local, que promedia los 500.000 dólares.

Sin embargo, para efectos de este análisis, se establecieron tramos de asistencia que permiten clasificar a las películas según la cantidad de gente que llevaron a las salas. La brecha es escalofriante. Por ejemplo, la mayor cantidad de público que una cinta chilena llevó al cine la ostenta *Sexo con amor* (2003), cercana al millón de personas, mientras que *La estación ausente*, de Gustavo Letelier, registró tan sólo 23 espectadores durante 2004.

Tras analizar las cifras indicadas en la tabla 2, se puede concluir que los tramos son, lamentablemente, desiguales. En primer lugar, ninguna cinta chilena ha logrado superar la barrera del millón de espectadores. Tan sólo una película ha sobrepasado las 750.000 personas (el ya comentado caso de *Sexo con amor*). Le sigue *Machuca* (2004), con sus 648.360 espectadores. Sin embargo, dichas cintas tan sólo representan el 2% del total de películas estrenadas en este periodo.

En la vereda opuesta las cifras son mucho más holgadas. Películas chilenas que no superan los 10.000 espectadores son el 45% de las 101 estrenadas entre 2000 y 2008. Esta alarmante cifra se complementa con las producciones que tampoco logran superar las 50.000 personas. En el tramo 25.001 - 50.000 figuran 13 filmes, mientras que en el de 10.001 a 25.000 lo hacen 11. Al sumar estas últimas tres categorías, obtenemos un preocupante 69,3% de todas las cintas mencionadas.

La situación empeora cuando se toman en cuenta las películas que se incluyen en los tramos de 50.001 a 100.000 espectadores. Al sumarlas con las anteriores, se obtiene que el 81,2% de los títulos no superan los 100.000 espectadores en las salas.

Año	Película	Número de espectadores	Total espectadores año	Porcentaje del total	Semanas en cartelera
2001	Taxi para 3	339.126	475.816	71,3	27
2002	Ogú y Mampato en Rapa Nui	283.788	442.779	64,1	76
2003	Sexo con amor	978.759	1.674.405	58,4	32
2004	Machuca	648.360	1.192.130	54,3	23

Esta desproporción es un síntoma de los desafíos que se avecinan en la industria cinematográfica nacional. El mercado no ha crecido sustancialmente en los últimos años, a excepción de filmes de alta convocatoria, como se señaló anteriormente, aunque el año 2000 fue el más bajo de lo que va de esta década, y se ha notado un aumento, aunque no ha sido constante ni progresivo.

TÍTULOS QUE SUPERAN EL 50% DE LOS ESPECTADORES DE UN AÑO EN EL PERIODO 2000-2008

Lo que explica las significativas alzas de audiencia de algunos años son películas que logran atraer a una gran cantidad de público, sobre todo en los primeros días, y que se mantienen por varias semanas en cartelera. Esto se ejemplifica en 2003 y 2004, donde se sobrepasa con creces el promedio de los últimos nueve años.

Estas películas son escasas y generalmente se consolidan no sólo en los cines, sino también en su posterior comercialización en las distintas ventanas que la industria cinematográfica ha logrado desarrollar (DVD, TV de pago y TV abierta, por mencionar algunas).

Tal como se aprecia en la tabla 3, la película *Taxi para tres* (2001), del director Orlando Lübert, se consolidó como la película más vista del año con 339.126 espectadores y 27 semanas en cartelera. Esta película aportó el 71,3% de las 475.816 personas que ese año fueron a las salas a ver cintas chilenas. En 2002, el largometraje animado *Ogú y Mampato en Rapa Nui*, de Alejandro Rojas, logró llevar 283.786 personas, aportando el 64,1% de espectadores de ese año.

Un caso emblemático es *Sexo con amor*, del director Boris Quercia. Esta película no sólo logró llevar 978.759 personas a las salas, representando el 58,4% de espectadores de ese año, sino que además se convirtió –hasta el momento– en la película chilena más vista en los cines locales de la historia nacional, con 32 semanas en cartelera.

Ese mismo año se estrenó *Sub terra*, de Marcelo Ferrari, que contó con 460.640 perso-

nas en las butacas. Si sumamos los espectadores de ambas películas, se obtienen 1.439.399 individuos, que representan el 85% de todos los espectadores de películas nacionales en Chile durante 2003. Es decir, dos de las siete películas estrenadas llevaron a más de los 4/5 del público de ese año.

Caso similar es el del largometraje *Machuca* (2004), de Andrés Wood. La película, que narra la historia de dos niños de clases sociales opuestas en el contexto del golpe militar de 1973, logró cortar 648.360 boletos, lo que representa el 54,3% del total espectadores de ese año. Además, sumó 23 semanas en cartelera.

CONCLUSIÓN

Se concluye que de los nueve años en observación, en cuatro de ellos una película por sí sola logra superar el 50% de las asistencias generales de ese mismo periodo de tiempo. En estos casos, se constata un considerable protagonismo por parte de dichos largometrajes en la industria cinematográfica local, lo que opaca a las demás cintas.

Son cuatro películas de un total de 101 que logran consolidarse no sólo en las cifras, sino también en la memoria colectiva, como una marca que trasciende su exhibición en cartelera. Entonces, ¿qué ocurre con las 97 restantes? Si bien es rescatable que estas producciones se posicionen de esta forma dentro del público nacional, el desafío es no depender de ellas, y hacer el resto de cintas mucho más atractivas para la audiencia.

Las cifras expuestas nos hablan de una industria audiovisual chilena que aún tiene muchos asuntos pendientes a nivel local.

¡Ya no basta con filmar!

Es hora de conocer a los espectadores. De ponerse en el lugar de la audiencia y desarrollar planes de *marketing* que busquen posicionar la nueva marca que se está gestando.

La historia reciente ha demostrado que hemos avanzado como nunca antes, pero es hora de plantear nuevos desafíos, el más importante: abrazar a nuestro público ■

Tabla 3
Películas que superan el 50% de asistencia de un año durante el periodo 2000-2008

Panorama Audiovisual 2008-2009

El informe examina de forma exhaustiva las tendencias del mercado audiovisual aportando análisis cualitativos y cuantitativos sobre televisión, cine y VoD.

Un año más, la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) sacó a la calle una nueva edición de su informe *Panorama Audiovisual* que, desde el año 2001, ofrece a sus lectores un exhaustivo repaso a los datos del sector audiovisual en nuestro país. Realiza así la publicación un cuidado análisis, cualitativo y cuantitativo, de las emisiones de géneros audiovisuales en las principales cadenas de televisión que operan en España, un atento estudio del cine en español y de información contrastada sobre el sector audiovisual en otros países del mundo. Una publicación de referencia para profesionales y estudiosos del sector, quienes podrán encontrar en ella un pormenorizado análisis de las emisiones y audiencia de las obras cinematográficas y telefilms, series de ficción, programas de animación y documentales.

El estudio se estructura en 10 grandes capítulos ("Las audiencias en televisión", "El mercado cinematográfico en televisión nacional y autonómica", "Mercado de series de ficción en televisión", "Mercado de animación en televisión nacional", "Emisión de documentales en televisión", "Mercado de la televisión internacional", "Tendencias del cine en español en el mercado", "El VoD en Europa: España, Francia y Reino Unido", "La revisión de la Directiva de Televisión sin Fronteras", "Conclusiones finales") y un dossier especial sobre los hábitos de consumo cinematográficos de los españoles y la percepción que éstos tienen sobre el cine español.

Los datos incluidos en el *Panorama Audiovisual* se recopilan, elaboran y analizan sobre la base del procedimiento establecido por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA, que tiene como objetivo principal la identificación de las obras audiovisuales di-



Editor: EGEDA
Formato: 170 x 240mm
Encuadernación: rústica
Nº de páginas: 920
PVP: 34 €

fundidas en las cadenas españolas de ámbito estatal y autonómico, cadenas de plataformas digitales y cadenas extranjeras (seleccionadas previamente por la emisión de obras españolas y latinoamericanas).

Destacamos, por capítulos, algunos de los datos más interesantes que se desprenden del informe de este año.

LOS ESPAÑOLES, CADA VEZ MÁS TIEMPO FRENTE AL TELEVISOR

Los españoles pasamos cada vez más tiempo frente al televisor (217 minutos en 2006, 223 en 2007, y 227 en 2008). Según datos de 2008, el día en que más televisión se consume es el domingo (251 minutos) y aquel en que menos, el viernes (216 minutos). Los mayores de 65 años son el colectivo que más tiempo pasó frente a la tele en 2008: sus 317 minutos consumidos frente al televisor superan con creces la media.

De los 10 programas más vistos en 2007, los siete primeros del *ranking* fueron retransmisiones deportivas, siendo el primero de ellos la prórroga del partido de la UEFA Español-Sevilla, emitido por Antena 3 el 16 de mayo. De los 10 programas más vistos en 2008, seis de ellos fueron retransmisiones deportivas, siendo el primero de ellos la final Alemania-España de la Eurocopa de fútbol, emitida por Cuatro el 29 de junio.

En lo que respecta al cine emitido en este medio, en el año 2008, la película más vista en la televisión fue *El coche fantástico*, emitida el 11 de mayo por TVEI. La siguen, por este orden, *Pretty woman*, *Indiana Jones y el templo maldito*, *Indiana Jones y la última cruzada*, y *Charlie y la fábrica de chocolate*.

En lo que respecta a la distribución porcentual del tiempo de emisión de obras audiovisuales por géneros, en el año 2008 fue de un 36,3% para las series de ficción, un 31% para los largometrajes, un 17,2% para la animación y un 15% para los documentales.

MÁS LARGOMETRAJES EN TELEVISIÓN

El número de emisión de largometrajes en televisión ha aumentado considerablemente en los últimos tres años: en 2006, el número de largometrajes emitidos en televisión fue de 9.717; en 2007, se emitieron 12.782, y en 2008, 14.542. El cine estadounidense sigue siendo el cine más consumido en las televisiones europeas, donde las producciones nacionales se quedan a gran distancia, con la única excepción del caso francés, único país de la Unión Europea que consume tanto cine propio (44,6%) como estadounidense (44,7%).

En España, en el año 2008, sólo el 9,2% del cine emitido fue de producción española, frente al 69% de nacionalidad estadounidense (en 2006, el 12,7% del conjunto de la oferta de largometrajes emitidos era de nacionalidad española y en 2007 el porcentaje descendió al 11,7%).

En lo que respecta a las cadenas que concentran el mayor número de emisión de largo-

metrajes, en 2007, La 2 ocupó el primer puesto del *ranking* nacional, con un total de 662 largometrajes emitidos. En 2008, en cambio, fue TVEI, con 517 largometrajes, la que obtuvo la primera posición.

SERIES DE FICCIÓN:

DOMINIO DE LA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

Mientras que en 2007, respecto a las 20 emisiones más vistas, 13 de ellas fueron producciones de Estados Unidos, en 2008 el dominio de la producción española fue total: las veinte emisiones del *ranking* correspondieron a series de nuestro país, y todas ellas se programaron en Telecinco. La primera posición la ocupa un capítulo de *Yo soy Bea*, emitido el 8 de junio. El resto pertenecen a la comedia de situación *Aída*.

Durante el trienio 2006-2009 se observa también un incremento en el número de series de ficción emitidas por las diferentes cadenas: en 2006 fueron 26.986; en 2007 fueron 36.094, y en 2008, 39.496. Estas cifras suponen un incremento del 34% en 2007 en relación con 2006, y del 9% en 2008 respecto a 2007.

SERIES DE FICCIÓN Y EVENTOS DEPORTIVOS, LO MÁS SEGUIDO POR LA AUDIENCIA MUNDIAL

En el *ranking* mundial de consumo televisivo, las cinco primeras plazas corresponden a Kuwait, Serbia, Armenia, Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí. Estados Unidos ocupa el octavo lugar y España el vigésimo quinto.

La ficción lidera las preferencias también a escala mundial, acumulando el 45% del total de emisiones en 2008, año en el que, con la Eurocopa de fútbol y los Juegos Olímpicos de Pekín, también alcanza su mayor expresión la alta popularidad de los eventos deportivos. La Eurocopa fue el acontecimiento deportivo más seguido en 25 territorios dicho año. Los Juegos Olímpicos fueron lo más visto en 14 países.

CINE ESPAÑOL EN 2008: LOS ESPECTADORES PREFIEREN LA COMEDIA

Las cintas más taquilleras de 2008 fueron, por este orden, *Los crímenes de Oxford* (8.204.223 euros y 17 semanas en cartel), *Mortadelo y Filemón: Misión salvar la tierra* (7.709.795 euros y 11 semanas en cartel), *Vicky Cristina Barcelona* (7.664.163 euros y 19 semanas), *Che, el argentino* (6.814.082 euros y nueve semanas en cartel) y *Asterix en los juegos olímpicos* (5.908.569 euros y 19 semanas en cartel).

En lo que respecta al reparto por géneros, fueron el drama (32,55%), el documental (23,25%) y la comedia (21,70%) los géneros que más títulos concentraron en 2008, siendo, sin embargo, la comedia (con un 42,92% del total de la recaudación) la que ocupa el primer lugar en lo que respecta a preferencias de los espectadores, seguida del drama (27,60% de la recaudación) y del *thriller* que, sin embargo, representa apenas el 10% de los títulos estrenados ■



Derecho del cine: administración cultural y mercado



Editor: lustel, con la colaboración de EGEDA
Formato: 142 x 214mm
Encuadernación: rústica
Nº de páginas: 318
PVP: 32€

El libro analiza, desde el punto de vista de la organización administrativa, los problemas que encuentran las instituciones públicas españolas a la hora de diseñar políticas cinematográficas en nuestro país, y ofrece algunas claves para el tratamiento jurídico del sector

El cine es uno de los elementos esenciales de las políticas culturales de los estados y también, más recientemente, de las políticas de contenidos culturales de la Unión Europea. Su tratamiento jurídico, sin embargo, presenta problemas debido a la naturaleza plural de la cinematografía, dado que, junto al componente cultural, se unen otros intereses, como los económicos, pero incluso otros como los relacionados con la ordenación del territorio y el urbanismo o el medio ambiente.

Esta situación genera conflictos entre diversos intereses públicos y privados, conflictos que, además, se encuentran acentuados por un contexto de inseguridad derivado del proceso de transformación al que se encuentra sometido hoy el sector audiovisual en su conjunto: las nuevas técnicas cinematográficas, los nuevos modelos de acceso a las películas, e incluso las dinámicas de globalización de los mercados y servicios, proporcionan un nuevo contexto jurídico al medio, que ha de recibir respuestas políticas y jurídicas adecuadas.

En este libro se estudian las causas subyacentes al desconcierto que asola a las instituciones públicas en el diseño de políticas cinematográficas. Su objetivo es ofrecer algunas claves para el tratamiento jurídico del sector, centrandolo en un elemento concreto cual es la organización de las administraciones públicas en la gestión de la política cinematográfica. También se muestra cómo la zozobra de los poderes públicos es compartida con otros estados y con algunas organizaciones internacionales, y se presentan las tendencias comunes que arroja el análisis comparado. Con ello, se observa que, probablemente, lo correcto sea aludir a las políticas cinematográficas, en plural, que persiguen objetivos heterogéneos debido a la naturaleza compleja de la cinematografía, objetivos que

requieren instrumentos jurídicos específicos en cada caso.

El libro presenta un indudable interés práctico para todas las administraciones públicas que emprendan políticas cinematográficas, así como para todos los colectivos dentro del sector, que disponen así de un instrumento de información esencial en sus relaciones con los poderes públicos ■

La percepción del cine español por el público



Editores: EGEDA y Fundación AISGE
Formato: 150 x 210mm
Encuadernación: rústica
Nº de páginas: 280
PVP: 20€

La percepción del cine español por el público constituye un riguroso estudio sobre los hábitos de consumo, de cine en general, y de cine español en particular, así como sobre la percepción y las actitudes de los ciudadanos hacia el cine español,

El libro *La percepción del cine español por el público*, recientemente publicado por EGEDA y la Fundación AISGE, recoge los resultados de un amplio estudio realizado por aquella entidad y que fue presentado, en sus primeras y más relevantes conclusiones, en un Simposio sobre la Industria Cinematográfica, celebrado en junio de 2009 y organizado junto a la Fundación Ortega y Gasset.*

En el libro se recogen y analizan los principales resultados de las investigaciones cuantitativa (3.202 entrevistas cerradas) y cualitativa (ocho reuniones de grupo y diez entrevistas en profundidad a expertos) llevadas a cabo entre consumidores españoles de diferentes edades y zonas geográficas.

La percepción del cine español por el público constituye un riguroso estudio sobre los hábitos de consumo de cine en general, y de cine español en particular, así como sobre la percepción y las actitudes de los ciudadanos hacia el cine español, sobre su posición frente a otras opciones (cine norteamericano principalmente) y las razones de ésta, profundizando en las motivaciones de la aceptación o rechazo de las producciones españolas y en los criterios de elección de los espectadores ■

*Véase, en este mismo boletín, p. 14 informe "La imagen del cine español en la sociedad española".

Incentivos fiscales para la producción y coproducción audiovisual en Iberoamérica, Canadá y Estados Unidos



Editores: LATC y EGEDA
Formato: 170 x 240mm
Encuadernación: rústica
Nº de páginas: 298
PVP: 22€

EGEDA y el LATC (Latin American Training Center) presentan una publicación dirigida a consolidar información actualizada sobre incentivos fiscales, legislación y tratados sobre coproducción en algunos países iberoamericanos, además de España, Portugal, EE.UU. y Canadá.

LOS incentivos fiscales y subvenciones para producciones de televisión y cine están reconocidos en las reglas de comercio internacional (GAAT) de la Organización Mundial de Comercio (WTO), y son un importante instrumento para la promoción de la producción audiovisual nacional en muchos países del mundo. Los incentivos nacionales y los tratados de coproducción internacionales son dos herramientas vitales para alcanzar muchos de los objetivos de las políticas nacionales dirigidas a la creación de industrias audiovisuales sostenibles y a la promoción de la formación y de la cultura audiovisual.

Ambos hacen posible la producción de la mayoría de las obras dirigidas a audiencias internacionales, y constituyen piezas importantes y en auge del diseño de las políticas gubernamentales regulatorias del audiovisual.

Por ello, el LATC y EGEDA han invitado a una selección de expertos legales y técnicos de cada uno de los países implicados (Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, España, México, Puerto Rico, Portugal, Estados Unidos y Venezuela) a redactar un capítulo sobre sus respectivos países. Actualmente, no existe una publicación similar que centralice esta información.

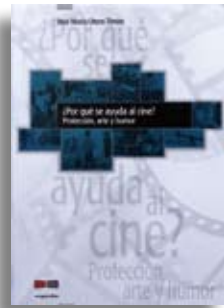
Cada capítulo aporta una descripción de los incentivos fiscales y mecanismos de financiación disponibles para la producción y coproducción de contenidos audiovisuales, los requisitos de las obras audiovisuales para ser beneficiarias de los incentivos (no limitados a películas) y la normativa pertinente aplicable a inversores extranjeros para optar a los beneficios fiscales.

Al final de cada capítulo, un conjunto de apéndices contienen las listas de la legislación pertinente, de los tratados de coproducción, la referencia de las páginas *web* que contienen in-

formación y legislación útil, una breve descripción de la agencia gubernamental regulatoria de la industria audiovisual y una breve biografía e información de contacto del autor de cada capítulo.

El libro está diseñado para servir como recurso a productores, diseñadores de la política audiovisual, inversores, abogados, agencias estatales del audiovisual, estudiantes y profesionales de la industria en general, para promover el objetivo común de expandir las industrias audiovisuales nacionales y difundir la naturaleza colaborativa de la producción cinematográfica en el entorno audiovisual globalizado ■

¿Por qué se ayuda al cine? Protección, arte y humor



Editor: EGEDA
Formato: 170 x240mm
Encuadernación: rústica
Nº de páginas: 248
PVP: 22€

EGEDA publica un completo “manual” en el que José María Otero repasa exhaustivamente las ayudas públicas al cine en nuestro país a lo largo de la historia

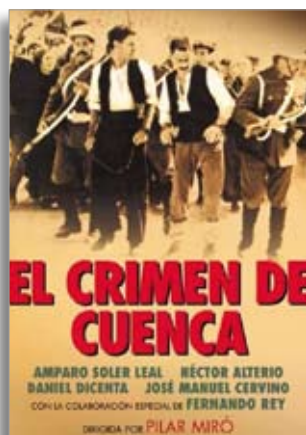
Las ayudas estatales al cine han desempeñado siempre un papel destacado en Europa. En Francia, a finales de la década de los cincuenta y principios de los sesenta, eran ya varias las voces que desde el mundo del derecho defendían la necesidad de las políticas de ayudas a la financiación de películas, dados los múltiples riesgos que entrañan la producción y explotación de éstas. Partiendo de esa perspectiva y defendiendo el triple carácter artístico, cultural e industrial del cine, el autor (quien fuera durante varios años Director General del Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) desarrolla una historia de las ayudas al cine en España desde sus inicios hasta la actualidad, subrayando la transformación de la legislación cinematográfica y audiovisual en España y las políticas de ayudas de la Unión Europea, en pleno proceso de transformación gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías ■

NOVEDADES

FILMOTECH.COM

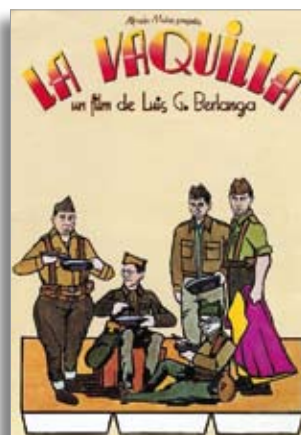
CLÁSICOS ESPAÑOLES, CINE ACTUAL Y PERLAS DE NUESTRO CINE SE INCORPORAN AL CATÁLOGO DE FILMOTECH.COM

34



El crimen de Cuenca

Dirección: Pilar Miró.
Intérpretes: Amparo Soler Leal, Héctor Alterio, Fernando Rey, Daniel Dicenta, José Manuel Cervino, Mary Carrillo, Assumpta Serna, Nicolás Dueñas



La vaquilla

Dirección: Luis García Berlanga.
Intérpretes: Alfredo Landa, Guillermo Montesinos, José Sacristán, Juanjo Puigcorbó, Santiago Ramos, Eduardo Calvo, Agustín González, Violeta Cela, María Luisa Ponte.

En 1913, dos vecinos de Osa de La Vega (Cuenca) son detenidos como autores de la muerte de José María Grimaldos López, un pastor del pueblo que ha desaparecido sin dejar ni rastro. Los hombres, que acaban confesando el crimen después de ser sometidos a torturas por parte de la Guardia Civil, serán juzgados y condenados a la pena capital.

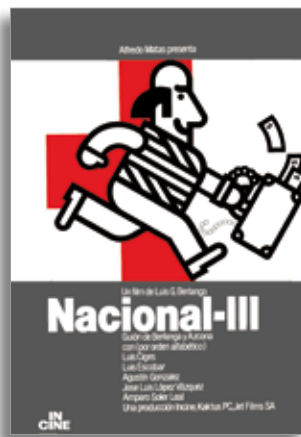
La película, dirigida por Pilar Miró fue objeto de una gran polémica al ser secuestrada por el gobierno de UCD y ser su directora sometida a un proceso militar ■

Estamos en un frente de trincheras durante la Guerra Civil Española. Aquí ya no se dispara un solo tiro y los soldados dormitan, o escriben, o juegan. Pero la tranquilidad se interrumpe cuando el altavoz de la zona nacional anuncia que, con motivo de la Virgen de Agosto, van a celebrar en el pueblo cercano varios festejos, entre los que destacan una gran comilona, seguida de baile y un festival taurino. Cinco combatientes de esta zona republicana deciden raptar a la vaquilla. Con esta acción conseguirían un triple objetivo: comida, desbaratar la fiesta del enemigo y levantar la moral de sus tropas ■



Patrimonio Nacional

Dirección: Luis García Berlanga.
Reparto: Luis Escobar, José Luis López Vázquez, Amparo Soler Leal, Mary Santpere, Alfredo Mayo, Jose Luis Vilallonga, José Ruiz Lifante.



Nacional III

Dirección: Luis García Berlanga.
Intérpretes: Luis Escobar, Luis Ciges, Agustín González, José Luis López Vázquez, Amparo Soler Leal, Chus Lampreave, José Luis de Vilallonga, María Luisa Ponte, Fernando Merino, Concha Rabal

Tras la muerte de Franco, el marqués de Leguineche decide poner fin a su exilio y regresa a su palacio de Madrid con el firme propósito de acercarse a la monarquía. Por supuesto, todos sus intentos fracasarán dando lugar a situaciones completamente absurdas y rocambolescas ■

El marqués de Leguineche ha vendido su palacio y vive en un piso, con su ama de llaves y amante, con su hijo y con un cura. El hijo se ha separado de su mujer pero cuando se entera de que es heredera de una gran fortuna, se reconcilia con ella. Su siguiente preocupación consistirá en cómo evadir todo ese capital a Francia ■



Slumdog millionaire

Dirección: Danny Boyle.

Intérpretes: Dev Patel, Anil Kapoor, Irrfan Khan, Madhur Mittal, Freida Pinto.

Jamal Malik, un joven huérfano que vive en una barriada pobre de Bombay, decide presentarse a la versión india del concurso: “¿Quién quiere ser millonario?”. Ante la sorpresa de todos, Jamal responde correctamente a todas y cada una de las preguntas. ¿Cómo es posible que un chico como él sea capaz de conocer todas las respuestas? Cuando Jamal está a punto de responder a la última pregunta, la que le hará ganar 20 millones de rupias, la policía lo detiene y se lo lleva para interrogarle. Jamal deberá explicar por qué conocía las respuestas, teniendo que recurrir para ello a relatar diferentes momentos de su vida, que además ayudarán a desvelar la verdadera razón de su participación en el concurso ■

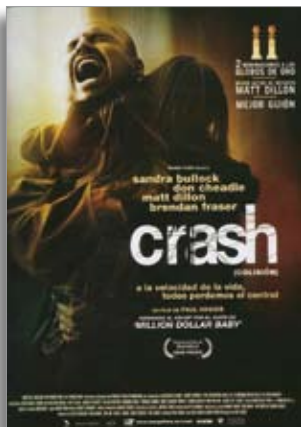


Traffic

Dirección: Steven Soderbergh.

Intérpretes: Benicio del Toro, Michael Douglas, Don Cheadle, Catherine Zeta Jones, Dennis Quaid, Steven Bauer.

Thriller de acción sobre el mundo de las drogas, visto desde tres ópticas diferentes: la del responsable americano de la política antidroga, quien acaba de descubrir que su hija de 16 años es drogadicta; la de un policía antidroga mexicano que trata de esquivar la corrupción a su alrededor; y la de la esposa de un narcotraficante encarcelado, que tratará de sacar adelante a sus dos hijos y liberar a su marido por encima de todo ■

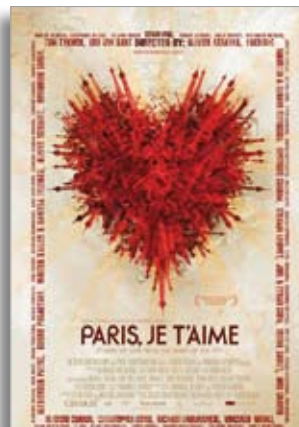


Crash

Dirección: Paul Haggis.

Intérpretes: Don Cheadle, Sandra Bullock, Matt Dillon, Brendan Fraser, Thandie Newton, Jennifer Esposito.

El descubrimiento del cuerpo de un hombre brutalmente asesinado en una cuneta hará que las vidas de varias personas se entrecrucen en Los Ángeles. Un policía veterano y racista; su compañero novato e idealista; un ama de casa, esposa del fiscal del distrito; un tendero iraní, una pareja de color adinerada... Son algunos de los personajes entre los que surgirán tensiones tanto raciales como religiosas y de clase que ilustran el caos de las vidas de los habitantes de Los Ángeles ■



Paris Je t'aime

Dirección: Ethan Coen, Joel Coen, Gerard Depardieu, Wes Craven, Gus Van Sant, Vincenzo Natali, Tom Tykwer, Gurinder Chadha, Alfonso Cuarón, Christopher Doyle...

Intérpretes: Miranda Richardson, Bob Hoskins, Nick Nolte, Ben Gazzara, Gerard Depardieu, Wes Craven, Gena Rowlands, Leonor Watling, Willem Dafoe, Elijah Wood...

En París, el amor está en todas partes. En las barras de sus bares y cafeterías, debajo de la torre Eiffel, incluso por debajo de las calles, en el metro. *Paris, je t'aime* es un París visto a través de los ojos de algunos de los más aclamados directores. Cada uno de ellos nos cuenta una historia que se desarrolla en uno de los diferentes distritos de París. El resultado es un abanico de historias sobre la alegría, la separación, los encuentros inesperados y extraños y, sobre todo, sobre el amor. Veremos esta ciudad de una forma que nunca hemos imaginado y entenderemos por qué París es la ciudad más romántica del mundo ■

MADRID



A NATURAL SET

PAÍSONS / PATROCINOS



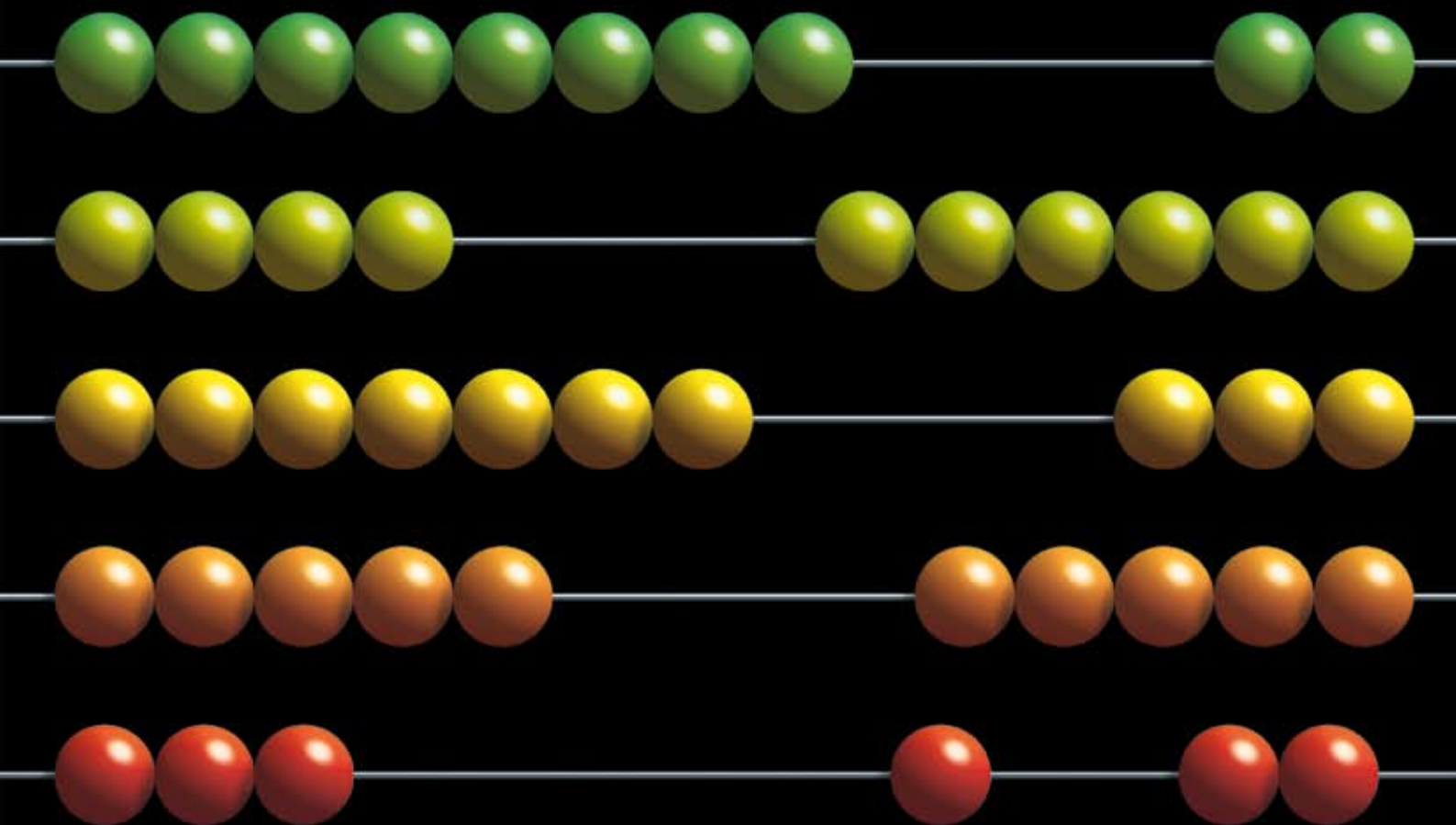
SPONSORS / PATROCINADORES



LUIS BUÑUEL, 2 - 2º
EDIFICIO EGEDA (CIUDAD DE LA IMAGEN)
28223 POZUELO DE ALARCÓN, MADRID (SPAIN)

Tel.: +34 91 518 65 22
Fax: +34 91 518 65 64

www.madridfilmcommission.com



Una sociedad de servicios



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales

Luis Buñuel, 2 - 3º. Edificio Egeda
Ciudad de la Imagen. Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: 91 512 16 10
Fax: 91 512 16 19
www.egeda.es



Oficinas asistenciales en: Barcelona, Las Palmas de Gran Canaria, San Sebastián,
Santiago de Compostela, Sevilla y Valencia.

Oficinas en Iberoamérica: Egeda Chile, Egeda Colombia, Egeda Cuba, Egeda Ecuador,
Egeda México, Egeda Perú y Egeda Uruguay.

Oficina en Estados Unidos: Egeda US Inc.



2007 - 2013

Medidas de apoyo a la industria audiovisual europea

FORMACION (inicial y continua)

Nuevas Tecnologías.
Gestión.
Escritura de guiones.

DESARROLLO

Proyectos individuales y listas de proyectos.
(Animación, ficción y drama)
Obras Interactivas.

DISTRIBUCION

Cine-Esquema automático.
Cine-Esquema selectivo.
Salas de cine.
Difusión televisiva.
Video bajo demanda.
Agentes de ventas.
Países Terceros.

PROMOCIÓN

Acceso a mercados.
Festivales.

PROYECTOS PILOTO

NUEVAS ACCIONES

Acceso a la Financiación.
Distribución "on line"

Oficina de información:

FUNDACIÓN CULTURAL "MEDIA DESK ESPAÑA"

Ciudad de la Imagen
Luis Buñuel, 2-2ªA
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 34 915 12 01 78
Fax: 34 915 12 02 29
E.mail: info@mediadeskspain.eu
<http://www.mediadeskspain.eu>

Programa "MEDIA"

755 M. Euros.

Acción Preliminar MEDIA Internacional

2008-2M. Euros
2009-5M. Euros

"MEDIA MUNDUS" 2011-2013

Cooperación con Terceros Países

MEDIA
Desk España

FUNDACIÓN CULTURAL



Dossier Especial

**EL
CINE
ESPAÑOL
EN
2009**

Informe elaborado por



RESUMEN GENERAL

40

1

En el año 2009 se estrenaron **138 títulos con participación española**, nueve más que en el año anterior. Respecto de los títulos extranjeros, son dos los años consecutivos en los que el número de estrenos ha disminuido, situándose en 276 largometrajes, veintiséis menos que en 2008.

2

De los 138 títulos con participación española estrenados en 2009, **84 fueron producciones 100% españolas**. El resto, 54 largometrajes, coproducciones, destacando por encima del resto Francia (13) y Argentina (11).

3

En total, se pusieron en circulación **8.440 copias de títulos con participación española**, quinientas menos que en el año anterior, **situándose la media en 61,15 copias por título**.

4

Los títulos españoles **recaudaron 105,3 millones de euros**, veinticinco millones más que el año anterior. Asimismo, se ha producido un **incremento del número de espectadores**, alcanzando la cifra de **18,2 millones**, cuatro millones más que el año anterior.

5

Los diez primeros títulos por recaudación representaron el **75% del total de la recaudación** de las películas con participación española.

6

La cuota de mercado del cine español se sitúa en el **16,57%**, tres puntos por encima de la obtenida el año anterior.

7

En el **primer semestre** del año, se estrenaron **63 títulos españoles**, que recaudaron 30,8 millones de euros. En el **segundo semestre**, 75 fueron los títulos españoles que se estrenaron, con una recaudación total de 74,5 millones de euros.

8

Veintidós largometrajes superaron las nueve semanas en salas, obteniendo todos ellos una recaudación de 74,1 millones de euros. El resto, 116 títulos, no superaron las nueve semanas, obteniendo una recaudación total de 31,2 millones de euros.

9

El drama (39,8 millones de euros), la comedia (27,3 millones) y el *thriller* (17,5 millones) fueron, por este orden, los géneros más rentables.

10

La compañía española **Alta Films** fue la que **distribuyó** un mayor número de títulos españoles (19). **Las majors**, con 14 títulos españoles distribuidos, recaudaron el 60% del total.

1. PRODUCCIÓN

1.1. TÍTULOS ESTRENADOS

En términos cuantitativos, el año 2009 ha registrado un número similar de estrenos de títulos con participación española que hace dos años, cuando se registró la cota más alta de los últimos cinco años. Así, en 2009 se estrenaron en salas comerciales 138 largometrajes, nueve más que el año anterior.

Esta tendencia estable de estrenos españoles no coincide con los estrenos extranjeros, que un año más descienden, y ya son dos años consecutivos. La cifra total se situó en 276 largometrajes, 26 menos que el año anterior.

En el gráfico 1.1, se puede observar la evolución en los últimos cinco años de los títulos estrenados en salas comerciales en España con participación extranjera y española.

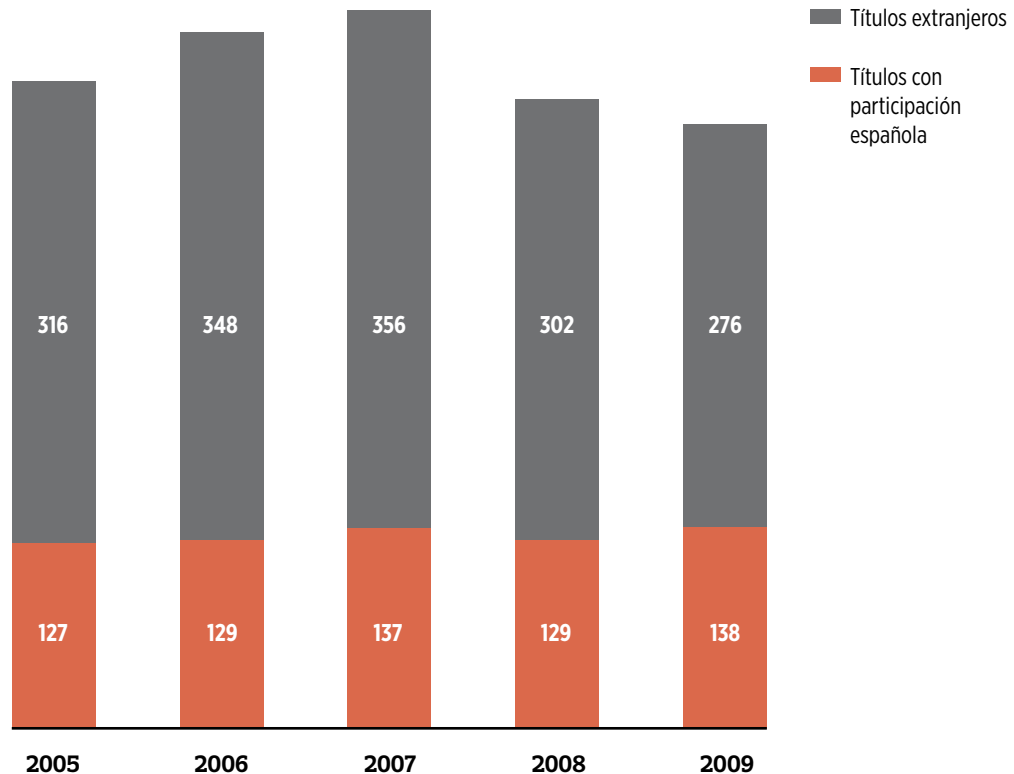
Es importante destacar que, a pesar del incremento de títulos estrenados con participa-

ción española al que hacíamos referencia anteriormente, el número de producciones 100% españolas ha descendido en cuatro títulos, pasando de los 88 registrados en el año 2008 a los 84 de este año. Por consiguiente, se ha producido un importante incremento de las coproducciones, que han pasado de los 41 títulos en 2008 a los 54 en 2009. El análisis de las coproducciones se expondrá más adelante.

El número de compañías de producción que participaron en la producción de los 138 títulos estrenados no ha sufrido grandes cambios. Así, un total de 187 empresas participaron, en mayor o menor grado, en la producción de los largometrajes estrenados en 2009, de las que 34 produjeron y estrenaron en salas comerciales más de un título.

A continuación, se muestra la tabla 1.1, con las compañías de producción que estrenaron más de un título y los resultados obtenidos.

Gráfico 1.1.
Número de títulos con participación española y títulos extranjeros



Compañía	Títulos	Copias	Espectadores	Recaudación
TV3	14	283	185.555	1.050.731 €
Tornasol Films	10	1.116	2.115.998	12.226.132 €
Castafiore Films	6	770	1.043.703	6.005.286 €
ETB	6	478	333.355	1.900.818 €
Telecinco Cinema	5	1.539	6.898.081	40.012.944 €
Antena 3 Films	4	1.216	3.911.461	22.686.475 €
Morena Films	4	489	1.978.234	11.440.304 €
Eddie Saeta	4	12	6.519	76.384 €
Castelao Productions	3	538	975.428	5.645.658 €
Ovideo TV	3	250	120.806	692.443 €
La Zanfoña Producciones	3	126	65.820	379.390 €
Wanda Films	3	36	45.765	261.046 €
Alquimia Cinema	3	72	23.839	139.356 €
Media Films	3	206	142.765	838.280 €
Avalon Productions	2	51	31.571	172.524 €
Tesela PC	2	302	373.094	2.161.576 €
Els Quatre Gats Audiovisuals	2	35	15.334	90.662 €
Alta Films	2	99	74.429	431.736 €
Luna films	2	29	53.068	347.721 €
Filmanova	2	181	308.715	1.790.304 €
Mesfilms	2	341	144.933	795.075 €
Estrategia Audiovisual	2	3	26.862	132.400 €
TVE	2	s/d	148	740 €
Producciones Kaplan	2	1	5.978	37.923 €
Just Films	2	55	31.817	190.163 €
Nanouk Films	2	18	1.466	8.768 €
Zip Films	2	118	87.285	525.620 €
Perro Verde Films	2	51	64.995	412.577 €
Oberon Cinematográfica	2	13	33.522	189.227 €
Verne Films	2	1	4.618	26.693 €
Telespan 2000	2	246	227.707	1.325.767 €
MediaPro	2	176	353.967	2.054.031 €
Factotum Barcelona	2	33	23.592	134.973 €
Escándalo Films	2	44	60.646	364.369 €

Tabla 1.1.
Compañías de producción que han estrenado más de un título en salas comerciales en el año 2009

1.2. PERIODO DE ESTRENO

La tendencia observada en los últimos años es que en el segundo semestre se suelen estrenar más títulos que en el primero. Sin embargo, y a pesar de que en este año esta tendencia también se cumple, se ha reducido la diferencia entre ambos periodos.

Así, en el primer semestre del año 2009 se estrenaron 63 títulos (45,65%) frente a los 75 títulos del segundo (54,35%).

Sin embargo, lo más significativo que se ha producido en el año 2009 en este sentido es la gran diferencia de recaudación de los títulos estrenados en uno y otro semestre. Si en el año 2008 la diferencia a favor del segundo semestre era de apenas el 15%, en el año 2009 esta diferencia aumenta al 45%, cifra muy inferior, sin embargo, a la registrada en 2007 (63%). Así las cosas, en el primer semestre del año 2009 los títulos estrenados recaudaron 30,8 millones de euros, frente a 74,5 millones de euros en el segundo. Hay que recordar que cuatro de los cinco títulos que componen el top 5 de recaudación se estrenaron en el segundo semestre (*Fuga de cerebros*, en el primer semestre, y *Ágora*, *Planet 51*, *Celda 211* y *Spanish Movie*, en el segundo)

Atendiendo a las estaciones del año en las que los 138 títulos fueron estrenados en 2009, el otoño, con 49, sigue siendo el periodo en el que más títulos se estrenaron. Le sigue de cerca la primavera (41) y, ya a más distancia, el verano (26) y el invierno (22).

En términos de recaudación, rompiendo la tendencia del año anterior, se mantiene el mismo orden: en primer lugar el otoño, con 65,6 millones de euros, seguido a gran distancia de la primavera, con 20,8 millones (a pesar de que, como hemos visto en el párrafo anterior, apenas se estrenaron 8 títulos menos). Con 9,5 y 9,3 millones de euros se posicionan el verano y el invierno, respectivamente.

El gráfico 1.2 muestra los títulos estrenados en cada estación del año en relación con la cantidad recaudada.

La tabla 1.2 muestra el número de títulos por semanas, y en ella se puede observar que, al igual que en el año pasado, sólo en tres semanas (semanas 10, 23 y 33) no se produjeron estrenos de títulos con participación española. En nueve semanas (14, 17, 24, 26, 42, 45, 49, 50 y 51) el número de títulos españoles estrenados superó al de extranjeros.

Por meses del año, abril y octubre fueron los meses en los que más estrenos se registraron, con 22 y 20 títulos, respectivamente. Por el contrario, marzo (6), agosto (6) y septiembre (5) fueron los meses en los que menos títulos se estrenaron (gráfico 1.3).

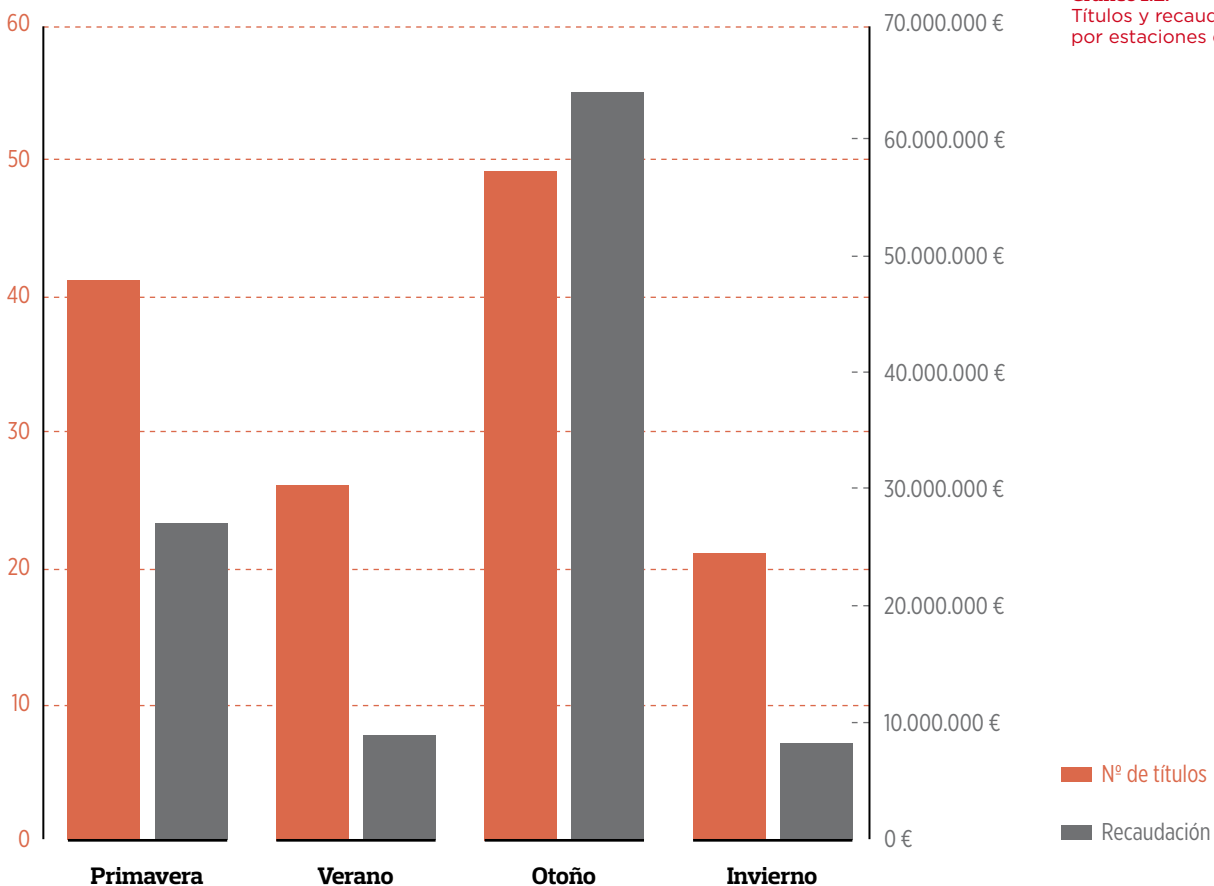


Gráfico 1.2.
Títulos y recaudación
por estaciones del año

Semana	Esp.	Ext.	Total	Semana	Esp.	Ext.	Total	Semana	Esp.	Ext.	Total
1	1	6	7	19	3	7	10	37	1	6	7
2	1	6	7	20	3	5	8	38	2	3	5
3	1	5	6	21	1	7	8	39	1	8	9
4	2	4	6	22	1	7	8	40	4	5	9
5	3	5	8	23	0	7	7	41	2	6	8
6	2	3	5	24	6	5	11	42	5	4	9
7	2	6	8	25	2	8	10	43	4	5	9
8	2	5	7	26	4	3	7	44	5	7	12
9	1	8	9	27	3	5	8	45	5	4	9
10	0	5	5	28	2	5	7	46	3	5	8
11	2	7	9	29	2	3	5	47	2	4	6
12	1	4	5	30	3	5	8	48	5	3	8
13	3	8	11	31	2	8	10	49	7	4	11
14	5	4	9	32	2	3	5	50	4	3	7
15	1	5	6	33	0	5	5	51	4	3	7
16	5	7	12	34	1	5	6	52	2	7	9
17	8	5	13	35	3	7	10				
18	3	6	9	36	1	5	6				

Tabla 1.2.
Estrenos españoles
e internacionales por
semana

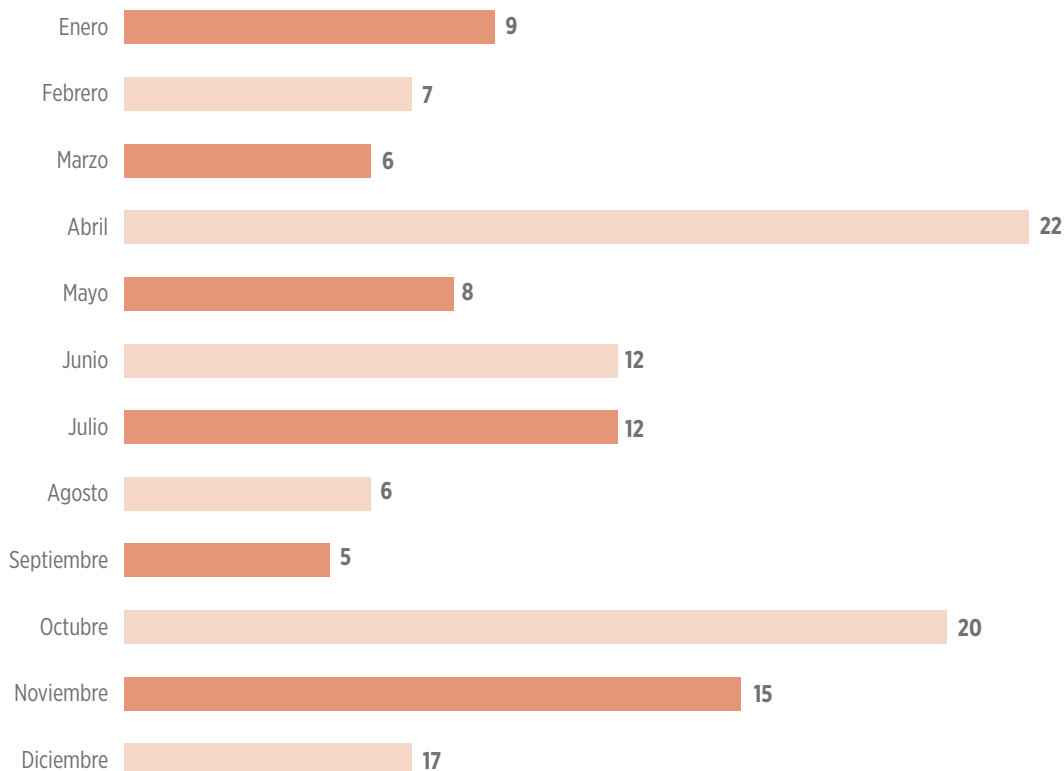


Gráfico 1.3.
Títulos estrenados por
meses del año

1.3. RECORRIDO EN SALAS

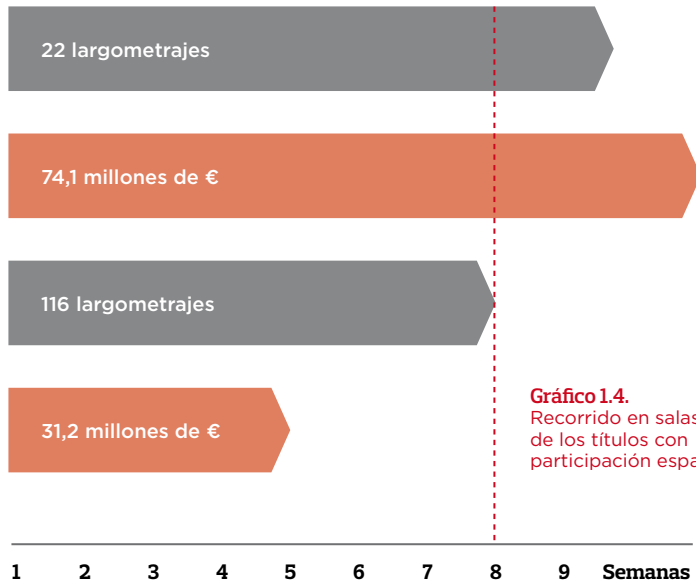


Gráfico 1.4.
Recorrido en salas de los títulos con participación española

Un total de 22 largometrajes superaron las nueve semanas en las salas de exhibición, destacando *El secreto de sus ojos* (19) y *Ágora* (17). El resto, esto es 116 títulos, no las superaron (gráfico 1.4).

Atendiendo a la recaudación, los 22 largometrajes que superaron las 9 semanas recaudaron en conjunto el 70,35% del total, siendo *Ágora* el largometraje que mayor recaudación obtuvo, con 20,2 millones de euros, aunque el 89% de esta cifra fue recaudada en las nueve primeras semanas.

A continuación (gráfico 1.5), se puede observar la recaudación semana a semana de los largometrajes objeto de análisis.

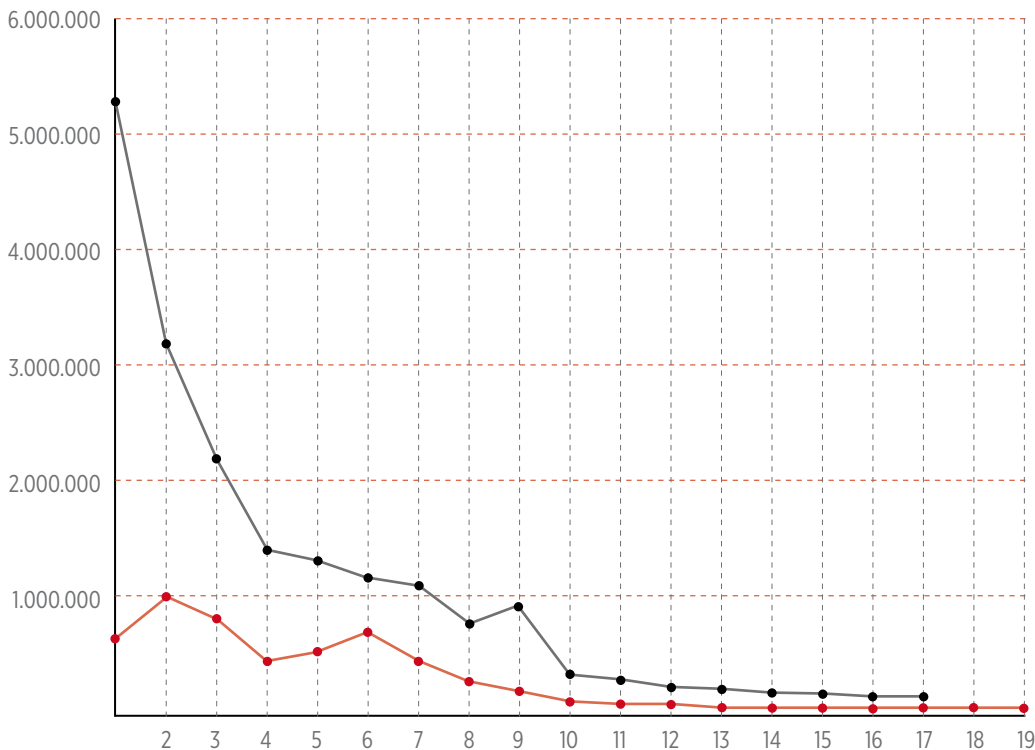


Gráfico 1.5.
Recaudación semana a semana de *El secreto de sus ojos* y *Ágora*

■ *Ágora*
■ *El secreto de sus ojos*

1.4. COPIAS

Un año más, la media de copias por título ha descendido, situándose en 61,15. Esto significa que se han puesto en circulación 8.440 copias, quinientas menos que el año anterior.

En cuanto al número de copias lanzadas, el largometraje de animación *Planet 51* fue el

que más copias registró, con 507, obteniendo un rendimiento medio por copia de 23.289 euros.

Sin embargo, no fue precisamente éste el largometraje que tuvo el mejor rendimiento por copia, de hecho fueron: *Celda 211*, que con 220 copias obtuvo un rendimiento medio de 47.131 euros, y *Ágora*, que, con 479, obtuvo 42.199 euros.

Al igual que sucediera el año anterior, más del 50% de los títulos fueron estrenados en 2009 con menos de 20 copias.

1.5. RECAUDACIÓN Y ESPECTADORES

Al ya referenciado aumento del número de títulos estrenados en salas hay que añadir el experimentado por la recaudación y los espectadores, que respecto al año anterior han aumentado más de 25 millones de euros y 4 millones de espectadores, respectiva-

mente. Así las cosas, los 138 títulos estrenados en salas en 2009 recaudaron 105,3 millones de euros y fueron vistos por 18,2 millones de espectadores (gráfico 1.6).

Estos datos suponen una ruptura de la tendencia de los últimos años, en los que la recaudación y los espectadores han ido descendiendo paulatinamente.

Como ya apuntábamos en el epígrafe 1.3, el último largometraje de Alejandro Amenábar, *Ágora*, ha obtenido en el año 2009 la mayor recaudación, con 20,2 millones de euros, siendo

46

Gráfico 1.6.
Espectadores y recaudación en los años 2008 y 2009

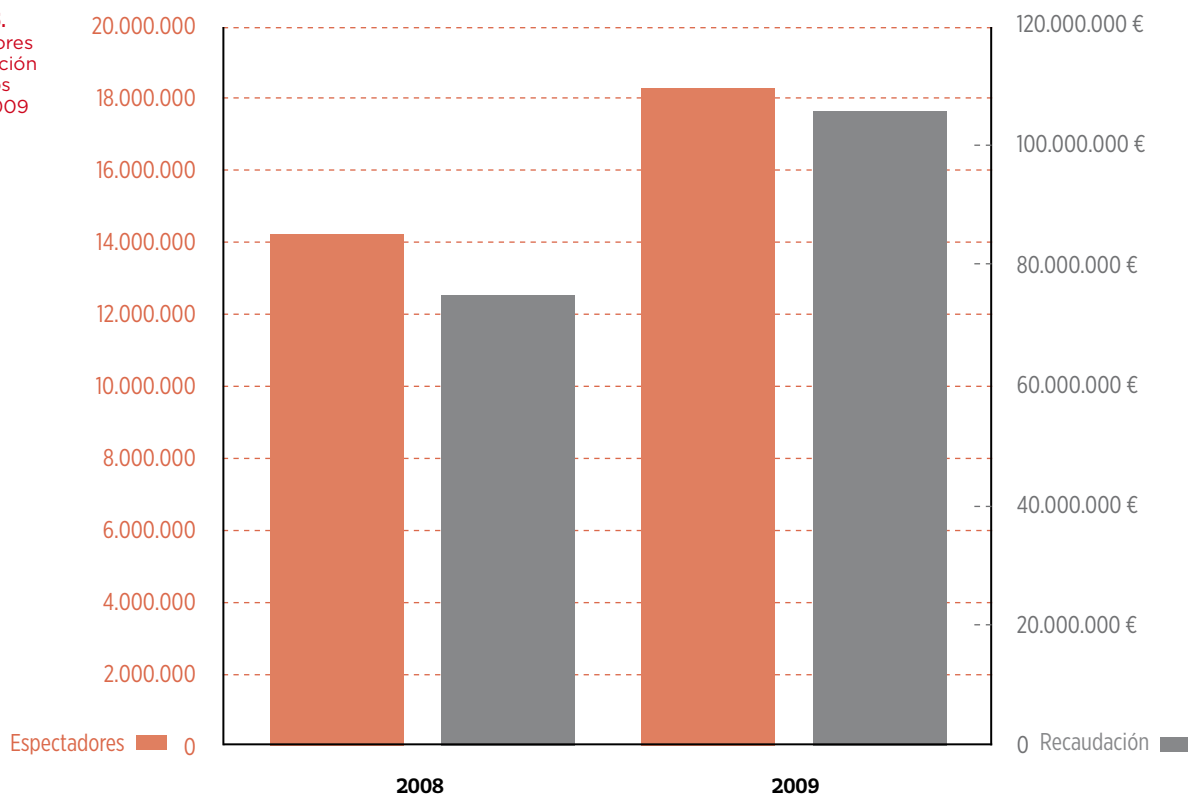


Tabla 1.3.
Top 10 de títulos españoles en 2009

Título	Género	Copias	Espectadores	Recaudación	Semanas
Ágora	Drama	479	3.485.053	20.213.306 €	17
Planet 51	Animación	507	2.035.758	11.807.396 €	10
Celda 211	Thriller	220	1.787.725	10.368.805 €	13
SpanishMovie	Comedia	388	1.392.334	8.075.538 €	7
Fuga de cerebros	Comedia	254	1.200.172	6.960.998 €	15
El secreto de sus ojos	Thriller	209	928.998	5.388.190 €	19
[REC] 2	Terror	356	895.701	5.195.063 €	6
Mentiras y gordas	Drama	200	740.312	4.293.811 €	12
Los abrazos rotos	Drama	247	697.548	4.045.780 €	10
Al final del camino	Comedia	229	459.627	2.665.834 €	14
Total		3.089	13.623.228	79.014.721 €	--

vista, además, por 3,4 millones de espectadores. A continuación se sitúa *Planet 51*, con casi la mitad de lo recaudado por la anterior (11,8 millones.) y con 2 millones de espectadores.

La tabla 1.3 muestra los diez largometrajes que mejores resultados han obtenido tanto en términos de recaudación como de espectadores.

La respuesta al gran año en términos de espectadores y recaudación al que hacíamos referencia anteriormente la encontramos en la tabla 1.3. Los diez títulos anteriores acumularon conjuntamente 13,6 millones de espectadores, el 74,72% del total. Esta cifra duplica la obtenida por los diez mejores títulos del año anterior (6,4 millones de espectadores).

Ágora se une al selecto grupo de largometrajes que han alcanzado la cifra de los tres millones y medio de espectadores (gráfico 1.7).

Volviendo al análisis de recaudación, el número de títulos que superaron la barrera del millón de euros de recaudación ha descendido. Si en el año anterior fueron 18 largometrajes, en 2009 tan sólo 16 superaron esa cifra (11,5%).

A continuación, se muestra el número de títulos por tramos de recaudación:

- Cuatro títulos han superado los ocho millones de euros.
- Cinco títulos han recaudado entre 4 y 8 millones de euros.
- Siete títulos han recaudado entre 1 y 3 millones de euros.

■ El resto, 122 títulos, no han superado el millón de euros y, de ellos, 117 no llegaron a los quinientos mil euros recaudados.

Como continuación a los datos anteriores, los 30 primeros títulos recaudaron 95.497.778 €, esto es, el 91,52% del total (tabla 1.4). Esto significa que el resto de títulos, el 78,27%, recaudaron tan sólo el 8,48%.

Si comparamos estos datos con los del año anterior, podemos observar cómo el peso de esos 30 títulos en la recaudación total ha aumentado respecto a 2008, cuando el porcentaje fue del 86,44% (68.444.585 €).

Los últimos datos ofrecidos demuestran, por un lado, que a pesar de que este año se han estrenado más largometrajes y que los resultados globales obtenidos mejoran con creces los de los últimos años, la oferta supera con mucho a la demanda, ya que la incidencia de la mayoría de los títulos estrenados es residual, en tanto que sólo dieciséis han superado la cifra de los 200.000 espectadores, y que, de estos, sólo nueve superaron el medio millón de entradas vendidas.

Finalmente, si comparamos los datos obtenidos por el cine español con el resto del cine estrenado en 2009 en España, comprobamos que la **cuota de mercado** de nuestro cine es del 16,57%, tres puntos por encima de la cuota registrada el año anterior (13,3%).

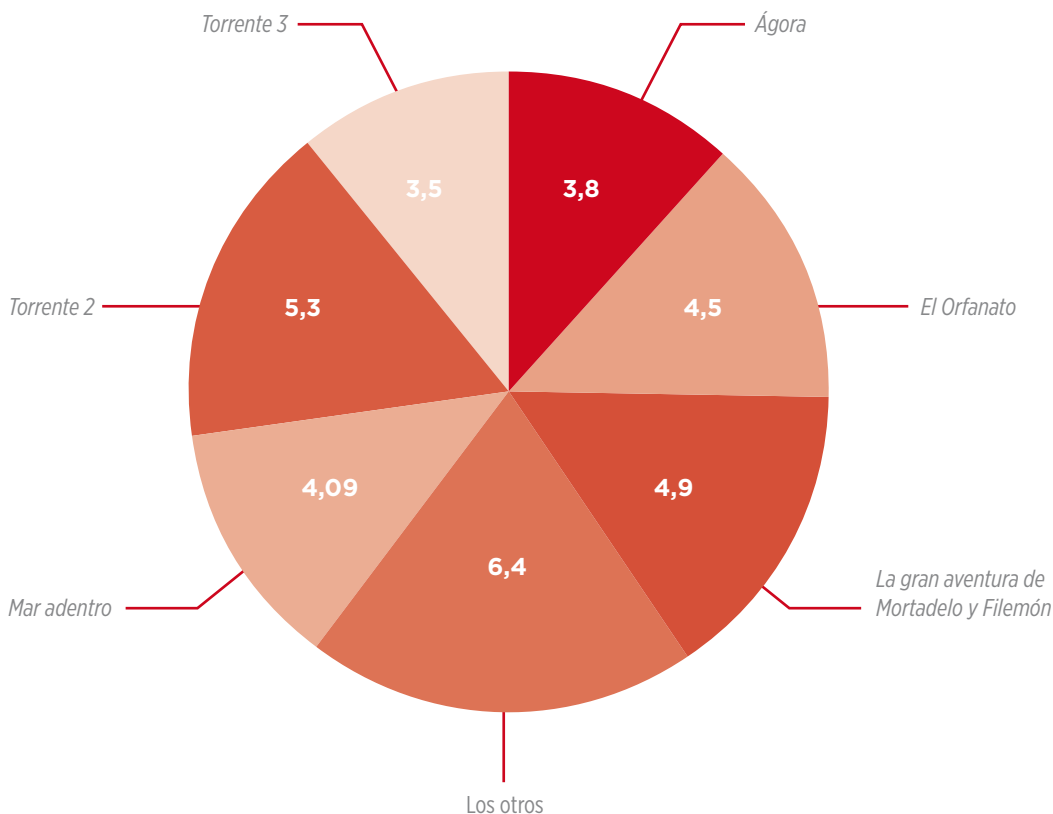


Gráfico 1.7. Títulos que han superado los 3,5 millones de espectadores en los últimos nueve años.

RK	Estreno	Título	Países				Género	Distribuidora	Copias	Espectadores	Recaudación	Sem. Cartel
1	09/10/09	Agora	Esp				Drama	Hispano Foxfilm	479	3.485.053	20.213.306 €	17
2	27/11/09	Planet 51	Esp UK				Animación	DeAplaneta	507	2.035.758	11.807.396 €	10
3	06/11/09	Celda 211	Esp Fr				Thriller	Paramount Pictures	220	1.787.725	10.368.805 €	13
4	04/12/09	SpanishMovie	Esp				Comedia	Hispano Foxfilm	388	1.392.334	8.075.538 €	7
5	24/04/09	Fuga de cerebros	Esp				Comedia	Hispano Foxfilm	254	1.200.172	6.960.998 €	15
6	25/09/09	El secreto de sus ojos	Esp Arg				Thriller	Alta Films	209	928.998	5.388.190 €	19
7	02/10/09	[REC] 2	Esp				Terror	Filmmax	356	895.701	5.195.063 €	6
8	27/03/09	Mentiras y gordas	Esp				Drama	Sony Pictures	200	740.312	4.293.811 €	12
9	18/03/09	Los abrazos rotos	Esp				Drama	Warner Bros.	247	697.548	4.045.780 €	10
10	08/04/09	Al final del camino	Esp				Comedia	Warner Bros.	229	459.627	2.665.834 €	14
11	10/06/09	Kika Superbruja y el libro de hechizos	Esp Aust It Al				Comedia	Walt Disney	270	369.140	2.141.012 €	7
12	28/08/09	Mapa de los sonidos de Tokio	Esp				Drama	Alta Films	170	345.511	2.003.964 €	11
13	10/09/09	Gordos	Esp				Comedia	Alta Films	176	307.834	1.785.439 €	9
14	27/11/09	El baile de la victoria	Esp				Drama	Vértice Films	200	224.884	1.304.327 €	5
158	07/08/09	Mi vida en ruinas	Esp USA				Comedia	Vértice Films	207	126.235	732.165 €	5
16	03/07/09	Pagafantas	Esp				Comedia	Vértice Films	226	215.905	1.252.247 €	12
17	09/01/09	Quarantine	Esp USA				Drama	Filmmax	248	170.346	988.006 €	10
18	27/02/09	Che. Guerrilla	Esp Fr USA				Biográfico	Hispano Foxfilm	258	138.682	804.357 €	6
19	04/09/09	Agallas	Esp				Thriller	Sony Pictures	164	120.173	697.001 €	8
20	06/02/09	Dieta Mediterránea	Esp				Comedia	Alta Films	206	107.603	624.099 €	10
21	24/07/09	Imago Mortis	Esp It Irl				Terror	Aurum	194	71.660	415.627 €	4
22	26/06/09	Tetro	Esp Arg It				Drama	Alta Films	86	79.890	463.361 €	8
23	27/11/09	Buscando a Eric	Esp UK It Fr Bel				Comedia	Alta Films	98	74.236	430.568 €	6
24	10/06/09	Siete minutos	Esp				Comedia	Alta Films	205	73.468	426.114 €	s/d
25	24/04/09	Esperpentos	Esp				Comedia	Gona	2	61.679	413.422 €	3
26	13/03/09	Los muertos van deprisa	Esp				Comedia	BVI	48	63.438	403.547 €	5
27	27/03/09	Retorno a Hansala	Esp				Drama	Wanda	39	66.998	403.160 €	3
28	23/01/09	La mujer del anarquista	Esp Fr Al				Drama	Alta Films	109	68.107	402.089 €	6
29	16/01/09	El truco del manco	Esp				Drama	Alta Films	108	69.972	400.432 €	10
30	30/01/09	El juego del ahorcado	Esp Irl				Drama	Sony Pictures	119	69.090	392.120 €	11
Total								6.222	16.448.079	95.497.778 €		

Tabla 1.4.
Top 30 por recaudación en 2009

2. DISTRIBUCIÓN

En el año 2009, el número de compañías que distribuyeron en salas de exhibición largometrajes con participación española fue muy similar al registrado en el año anterior. Así, los 138 títulos estrenados en 2009 fueron distribuidos por un total de 61 compañías (una más que en 2008). De éstas, seis eran *majors* americanas, y un total de 39 distribuyeron más de un título. Al igual que el año anterior, la distribuidora española Alta Films fue la compañía que más títulos españoles distribuyó.

Es importante resaltar que este año el número de compañías que distribuyeron un solo título ha aumentado de forma llamativa. Si el año pasado fueron 19 empresas, que representaban el 31,66%, en 2009, como hemos apun-

tado en el párrafo anterior, ese porcentaje se duplica, hasta el 63,93%.

La tabla 2.1 muestra las compañías de distribución que distribuyeron más de un título español en 2009.

La compañía que mayor número de títulos españoles distribuyó fue Alta Films (19 largometrajes), que, con 1.854 copias en circulación, obtuvieron una recaudación de más de trece millones de euros y más de dos millones de espectadores. Aunque sólo ha distribuido un título (*Planet 51*), DeAplaneta es la segunda compañía española que mejores resultados obtuvo: 507 copias, casi doce millones de euros de recaudación y más de dos millones de espectadores.

49

Tabla 2.1.
Compañías que mayor número de títulos españoles distribuyeron

Compañías	Nº Películas	Copias	Espectadores	Recaudación
Alta Films	19	1.854	2.382.981	13.774.819 €
Barton Films	9	298	167.753	572.859 €
Filmmax	8	989	1.223.537	7.087.434 €
Sagrera	6	31	8.243	48.309 €
Wanda Visión	6	97	157.724	932.009 €
Baditri	5	131	94.269	538.271 €
Premium Cine	5	59	58.646	304.079 €
Hispano Foxfilm	4	1.379	6.216.241	36.054.199 €
Sony Pictures Releasing	4	518	962.887	5.576.142 €
Vértice Cine	4	653	666.029	3.888.667 €
Zip Visión	4	42	35.303	217.180 €
Aquelarre	3	21	66.674	415.738 €
On Pictures	3	72	23.839	139.356 €
Sorolla Films	3	41	26.572	145.520 €
Avalon	2	51	31.571	172.524 €
Concept Producciones	2	138	38.887	180.006 €
Festival Films	2	32	37.014	223.319 €
Golem Distribución	2	126	76.343	442.787 €
Notro Films	2	37	38.174	236.369 €
Paramount Pictures	2	250	1.823.802	10.559.948 €

Compañías	Nº Películas	Copias	Recaudación
Hispano Foxfilm	4	1.379	36.054.199 €
Alta Films	19	1.854	13.774.819 €
DeAplaneta	1	507	11.807.396 €
Paramount Pictures	2	250	10.559.948 €
Filmmax	8	989	7.087.434 €
Total	34	4.979	79.283.796 €

Tabla 2.2.
Compañías que mayor recaudación obtuvieron distribuyendo títulos españoles

Compañías	Título	Copias	Recaudación	Rend. x copia
Hispano Foxfilm	<i>Ágora</i>	479	20.213.306 €	42.198 €
Paramount Pictures	<i>Celda 211</i>	220	10.368.805 €	47.131 €
Hispano Foxfilm	<i>Spanish movie</i>	388	8.075.538 €	20.813 €
Hispano Foxfilm	<i>Fuga de cerebros</i>	254	6.960.998 €	27.405 €
Sony Pictures Releasing	<i>Mentiras y gordas</i>	200	4.293.811 €	21.469 €
Total		1.541	49.912.458 €	--

Tabla 2.3.
Cinco títulos de mayor éxito en 2009 distribuidos por compañías americanas

Compañías	Título	Copias	Recaudación	Rend. x copia
DeAplaneta	<i>Planet 51</i>	507	11.807.396 €	23.288 €
Alta Films	<i>El secreto de sus ojos</i>	209	5.388.190 €	25.780 €
Filmmax	<i>[REC 2]</i>	356	5.195.063 €	14.592 €
Alta Films	<i>Mapa de los sonidos de Tokio</i>	170	2.003.964 €	11.788 €
Alta Films	<i>Gordos</i>	176	1.785.439 €	10.144 €
Total		1.418	26.180.052 €	--

Tabla 2.4.
Cinco títulos de mayor éxito en 2009 distribuidos por compañías españoles

Resulta llamativo el hecho de que en 2009 las *majors* americanas han distribuido menos títulos que los años anteriores (14), aunque, como viene siendo habitual, apuestan por los largometrajes de mayor éxito, lo que explica que esos 14 títulos hayan recaudado casi el 60% de todos los títulos estrenados en 2009.

En este sentido, Hispano Foxfilm y Sony Pictures Releasing fueron las compañías que más títulos distribuyeron (4), aunque con resultados muy diferentes. Mientras la primera, con 1.379 copias, obtuvo una recaudación de más de treinta y seis millones de euros, la segunda alcanzó cinco millones y medio de euros con 518 copias. Le siguen Paramount y Warner Bros. Pictures, con dos largometrajes cada una, y Walt Disney Motion Pictures Spain y Buena Vista Int. Spain con uno.

Como ya hemos dicho, *Ágora*, fue el título español que más éxito obtuvo, con una recaudación de 20,2 millones de euros. Fue distribuido por Hispano Foxfilm y se pusieron en circulación 479 copias, obteniendo un rendimiento medio de 42.199 €.

En la tabla 2.3 se muestran los cinco títulos de mayor éxito en 2009 distribuidos por compañías americanas.

Además de por ser la compañía que más títulos distribuyó durante el año 2009, Alta Films destaca por ser la que mejores resultados ha obtenido, colocando en el top 5 de recaudación de distribuidoras españolas tres largometrajes. Le siguen DeAplaneta y Filmmax.

En la tabla 2.4 se muestran los cinco títulos de mayor éxito en 2009 distribuidos por compañías españolas.

3. OTRAS CARACTERÍSTICAS DEL CINE ESPAÑOL

Gráfico 3.1.
Número de títulos por género y su recaudación

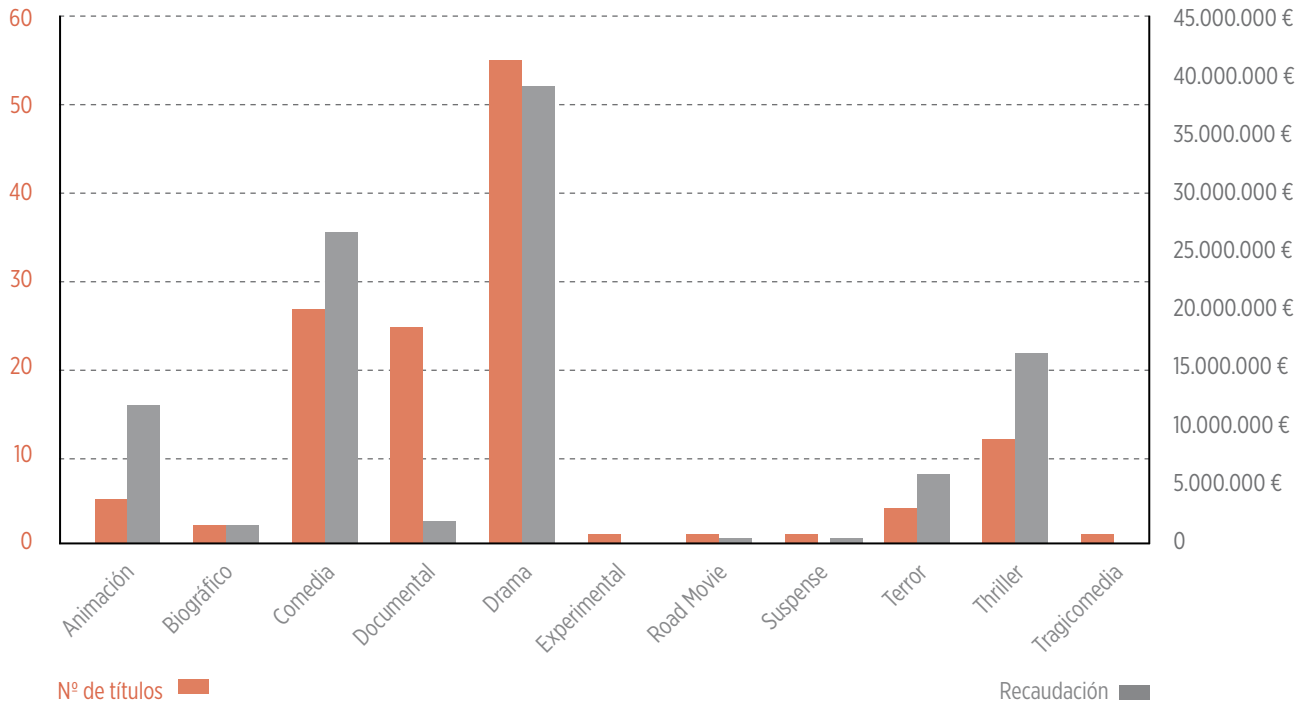


Tabla 3.1.
El año 2009 por géneros

Géneros	Nº de títulos	Nº de copias	Media de copias	Espectadores	Recaudación	Rendimiento medio por copia
Animación	6	800	133	2.231.399	12.488.025 €	15.610 €
Biográfico	1	258	258	138.682	804.357 €	3.118 €
Comedia	28	2.511	90	4.708.523	27.332.052 €	10.885 €
Documental	26	112	4	164.679	947.098 €	8.456 €
Drama	56	3.165	57	6.870.502	39.886.756 €	12.602 €
Experimental	1	2	2	450	2.696 €	1.348 €
Road Movie	1	26	26	35.101	212.222 €	8.162 €
Suspense	1	1	1	2.382	13.816 €	13.816 €
Terror	5	808	162	1.057.745	6.132.448 €	7.590 €
Thriller	12	756	63	3.022.447	17.537.913 €	23.198 €
Tragicomedia	1	1	1	142	853 €	853 €
Total	138	8440	61	18.232.052	105.358.236 €	--

3.1. GÉNEROS

Un año más, el drama, la comedia y el documental, por este orden, son los géneros que más títulos concentran, representando el 40,57%, el 20,28% y el 18,84% respectivamente del total de títulos estrenados en 2009. Sin embargo, se aprecia un descenso de la comedia y el documental en beneficio del drama, que aumenta respecto al año anterior.

Como ya sucediera en 2008, los géneros más rentables no se corresponden con los que más títulos estrenan. Así, el *thriller*, a pesar de representar el 8,69% de los títulos estrenados, se sitúa en tercer lugar, detrás del drama y la comedia, con más de tres millones de espectadores. En este sentido, y al contrario de lo que sucedió en el año anterior, en 2009 el drama atrajo mayor número de espectadores (casi siete millones) que la comedia (más de cuatro millones y medio).

Los títulos que mayor recaudación obtuvieron, clasificados por géneros, fueron los que recoge la tabla 3.2.

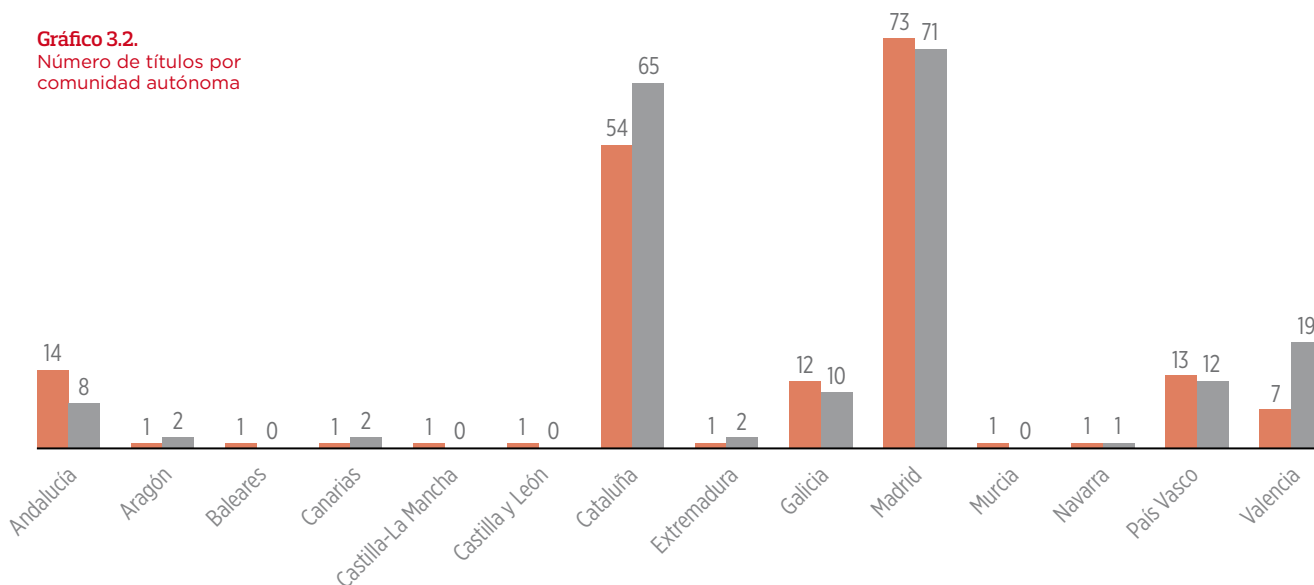
Título	Distribuidora	Género	Copias	Espectadores	Recaudación
Ágora	Hispano Foxfilm	Drama	479	3.485.053	20.213.306 €
Planet 51	DeAplaneta	Animación	507	2.035.758	11.807.396 €
Celda 211	Paramount Pictures	<i>Thriller</i>	220	1.787.725	10.368.805 €
Total			1.206	7.308.536	42.389.507 €

Tabla 3.2.
Los títulos, por género, con mayor recaudación

Finalmente, y atendiendo al número de copias, el drama es el género que más copias puso en circulación, con un total de 3.165, desbancando a la comedia, que se había alzado con el primer puesto en los últimos años. El mejor

rendimiento por copia lo obtuvieron el *thriller* con 23.198 euros, y la animación, con 15.610 euros. Le siguen el drama y la comedia, con 12.602 euros y 10.885 euros respectivamente.

Gráfico 3.2.
Número de títulos por comunidad autónoma



3.2. COMUNIDADES AUTÓNOMAS

El gráfico 3.2 muestra el número de títulos en los que ha intervenido al menos una compañía de producción según la comunidad autónoma.

Como se puede observar, las cifras se mantienen estables, sin que se registren cambios

significativos. Es necesario resaltar el descenso producido en Andalucía, que venía de un importante incremento en 2008, y el aumento de Valencia, de casi el 170%, pasando de 7 títulos estrenados en 2008 a 19 en 2009, los mejores resultados de los últimos ocho años.

El título con participación de al menos una compañía de la Comunidad Valenciana que mayor éxito obtuvo fue *Mentiras y Gordas*, que fue vista por más de setecientos cuarenta mil espectadores. Se trata de una coproducción entre Tornasol Films y Castafiore Films.

3.3. LA COPRODUCCIÓN INTERNACIONAL

Como ya apuntamos al inicio de este informe, los largometrajes coproducidos entre compañías españolas y extranjeras han aumentado respecto al año 2008. Así, de los 138 títulos estrenados, 54 fueron coproducciones internacionales, y el resto (84) producciones 100% españolas.

De las 54 coproducciones internacionales de 2009, Francia participa en 19, siendo el país que más coproduce con España, seguido por Argentina con 17 e Italia con 8.

Finalmente, España participó en la coproducción de 22 títulos íntegramente con compañías europeas, 17 con compañías iberoamericanas y 12 con compañías de varios continentes. La tabla 3.3 presenta con más detalle la distribución de coproducciones internacionales de 2009.

Tabla 3.3.
Resumen de coproducciones internacionales

54 Coproducciones Internacionales en 2009

22 Coproducciones 100% con uno o más países europeos: 13 con Francia, 7 con Italia, 4 con Reino Unido, 4 con Alemania, 4 con Irlanda, 2 con Portugal, 2 con Bélgica, 2 con Austria, 1 con Noruega	17 Coproducciones 100% con uno o más países iberoamericanos: 11 con Argentina, 3 con Uruguay, 2 con México, 1 con Cuba, 1 con Colombia 1 con Perú	2 Coproducciones 100% con EE.UU. 1 Coproducción 100% con Canadá.	12 Coproducciones multipartitas: 8 con Europa e Iberoamérica, 2 con Iberoamérica y EE.UU., 1 con Europa y EE.UU., 1 con Europa y Palestina
--	--	---	---

53

3.4. LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN DEL CINE ESPAÑOL

A. ICAA

En el año 2009, el ICAA ha concedido ayudas a la amortización a un total de 98 largometrajes estrenados en salas, por un importe de 48 millones de euros. De aquéllos, 76 accedieron

tanto a la ayuda general como a la complementaria, y el resto (22) sólo a la ayuda general.

En cuanto a la otra vía importante de financiación a la producción puesta en marcha por el ICAA se encuentra la ayuda a la producción sobre proyecto. De los 485 presentados, se ha concedido ayudas a un total de 66, por un importe de 15 millones de euros.

A continuación, se muestra el número de proyectos presentados y aprobados por comunidades autónomas (tabla 3.4 y gráfico 3.3).

Tabla 3.4.
Proyectos presentados y aprobados por el ICAA, desglosado por comunidades autónomas

1 Porcentaje respecto del total de proyectos presentados.

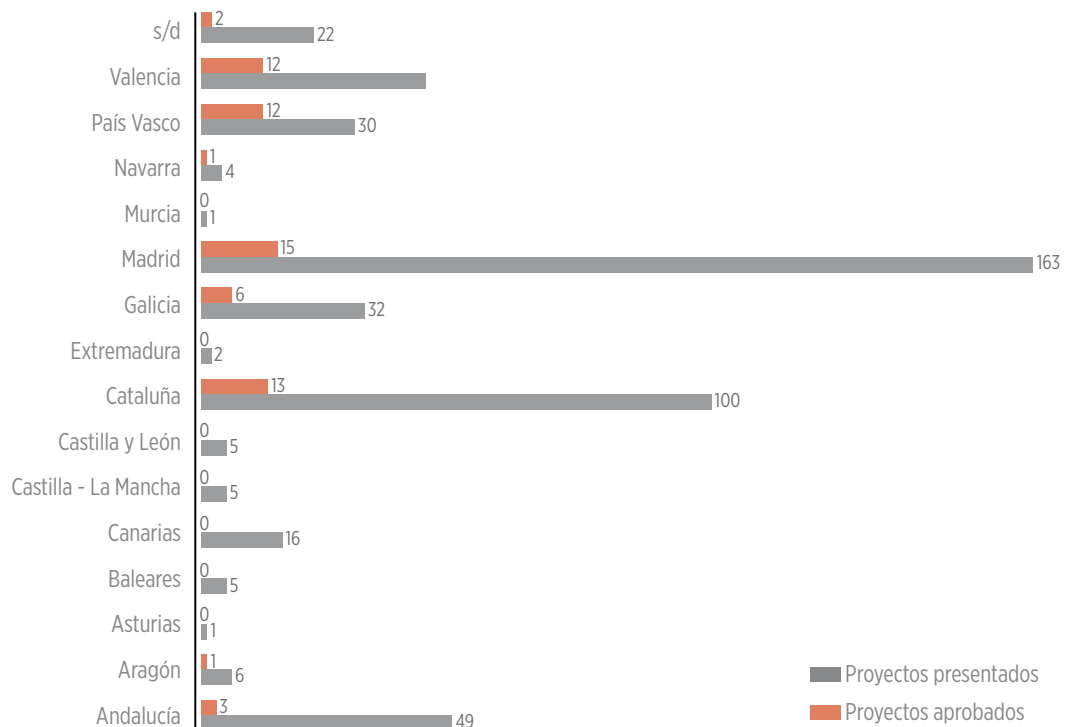
2 Porcentaje respecto de los proyectos presentados de esa comunidad autónoma.

3 Porcentaje respecto de los proyectos aprobados a esa comunidad autónoma.

CC.AA.	P. Presentados	% ¹	P. Aprobados	% ²	% ³
Andalucía	49	10,10	3	6,12	4,55
Aragón	6	1,24	1	16,67	1,52
Asturias	1	0,21	0	0	0
Islas Baleares	5	1,03	0	0	0
Islas Canarias	16	3,30	0	0	0
Castilla-La Mancha	5	1,03	0	0	0
Castilla y León	5	1,03	0	0	0
Cataluña	100	20,62	13	13	19,70
Extremadura	2	0,41	0	0	0
Galicia	32	6,60	6	18,75	9,09
Madrid	163	33,61	15	9,20	22,73
Murcia	1	0,21	0	0	0
Navarra	4	0,82	1	25	1,52
País Vasco	30	6,19	12	40	18,18
Valencia	44	9,07	13	29,55	19,70
s/d:	22	4,54	2	9,09	3,03
Total	485	--	66	--	--

Los datos aquí ofrecidos corresponden a las ayudas concedidas por el ICAA en la convocatoria del 2009 y que, lógicamente, no se corresponden con los títulos estrenados en dicho año.

Gráfico 3.3.
Proyectos presentados
y aprobados por
comunidades
autónomas



B. COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Los sistemas de apoyo al sector audiovisual creados por las comunidades autónomas son, en muchas ocasiones, complemento esencial de las ayudas del ICAA.

En la tabla 3.5 se pueden observar las ayudas que las comunidades autónomas más activas han concedido en el año 2009, tanto al desarrollo de proyectos como a la producción.

C. EURIMAGE E IBERMEDIA

De los 138 largometrajes estrenados en 2009, tan solo tres contaron con el apoyo de Eurimage (*Mejor que nunca*, *Singularidades de una chica rubia* y *Triage*).

Por el contrario, en el año 2009 catorce largometrajes contaron con la participación del fondo Ibermedia. Entre ellos, se encuentran *La teta asustada* y *Paisito*.

D. TELEVISIONES

La participación de los operadores de televisión resulta importante, y podríamos decir que casi imprescindible, para la financiación de los lar-

gometrajes. En la tabla 3.6 se recoge el número de títulos apoyados por éstos, bien mediante la fórmula de la adquisición de los derechos de antena o bien mediante la fórmula de las coproducciones.

Un año más, TVE es la cadena que un mayor número de largometrajes apoyó (48), incrementando los datos del año anterior. A continuación se sitúa Canal +, que, con 19 largometrajes apoyados, también aumenta respecto al año anterior, pero se mantiene muy por debajo de los niveles que alcanzó en los años 2005 y 2006. El resto de cadenas nacionales que financiaron largometrajes españoles fueron Antena 3 y Telecinco, ambas con 5 títulos.

En cuanto a las cadenas autonómicas, los datos registrados en el año 2009 mejoran los obtenidos en el año anterior. Así, un total de 61 títulos fueron apoyados por las televisiones autonómicas, de los que el 90% estuvieron participados por una sola de ellas. Destaca por encima del resto TV3, con 38 títulos apoyados.

En total, 95 largometrajes fueron apoyados por televisiones, estatales y autonómicas ■

Tabla 3.5.
Proyectos aprobados
por comunidades autó-
nomas y cuantía total
concedida

CC.AA.	Desarrollo	Cuantía	Producción	Cuantía
Andalucía	33	876.000 €	40	2.775.000 €
Valencia	8	120.000 €	12	4.962.198 €
Galicia	22	250.000 €	31	1.199.999 €
País Vasco	10	200.000 €	13	1.602.000 €
Cataluña	s/d	s/d	s/d	s/d
Total	73	1.446.000 €	96	10.539.197 €

	RTVE	Antena 3	Tele 5	Canal +	Cuatro	Forta
2005	52	7	5	48	0	45
2006	56	12	5	42	0	59
2007	70	5	10	29	1	82
2008	38	8	7	13	0	49
2009	48	5	5	19	0	61
Total	264	37	32	151	1	296

Tabla 3.6.
Número de largometrajes estrenados financiados por cadenas de Televisión

Informe elaborado por MRC

Dirección

Fernando Labrada

Coordinación y elaboración

Carlos Rosado Sibón

Datos

Isabel Navarro y Álvaro González

HISPANO-PERUVIAN EVENING IN LOS ANGELES (p.10)

Cast and crew from the film *la teta asustada* (the milk of sorrow) held a reception to celebrate its oscar nomination

On the occasion of the nomination of the Hispano-Peruvian production *The Milk of Sorrow* for the Best Foreign Language Film category, producers Wanda Visión, Oberon Cinematográfica and Vela Films, with the collaboration of EGEDA, (the Spanish Audiovisual Producers' Rights Management Association) held a reception on March 7, 2010 at which invited guests watched the ceremony with the cast and crew and celebrated the nomination with them.

In addition to the cast, flown out for the occasion, representatives from Peruvian and Spanish institutions present in the city attended. Among others present were Claudia Llosa and Magaly Solier, director and heroine of the film; José María and Miguel Morales, Angels Masclans and Antonio Chavarrías, co-producers of the movie; the Spanish Consul in Los Angeles, Inocencio Arias; Peruvian Consul Julio Manuel Balbuena; the actor and producer Edward J. Olmos, and the director of the San Sebastian Festival, Mikel Olaciregui.

EGEDA would like to express their delight and offer their most sincere congratulations to the producers, cast and crew of the film *El secreto de sus ojos* (*The Secret in Their Eyes*), winner of the Oscar for Best Foreign Language Film. We would also like to congratulate the other two Oscar candidates with a Spanish connection: *La teta asustada* (*The Milk of Sorrow*) (Wanda Films, Oberon Cinematográfica and Vela Producciones) and the short film *La dama y la muerte* (*The Lady and the Reaper*) (Green Moon España and Kador Graphics).

EGEDA, a non-profit organisation which represents and defends the interests of audiovisual producers (those arising from the exploitation of certain intellectual property rights) as their core activity, also performs a considerable amount of work promoting film production, providing assistance and services for its members and fighting audiovisual piracy. Currently, as well as in Spain and the United States, the organisation is active in the service of producers in several Latin American countries.

GOYAS VIA THE INTERNET (p.11)

EGEDA, filmotech.com and the European, Spanish, and Catalan Film Academies have set up a pioneering experiment allowing Academy members to see the competing films on the Internet via the website filmotech.com.

No one could now deny that new technologies are advancing with gigantic strides. Neither could anyone doubt that

the film world is doing its best to keep up with the challenges this technological revolution presents. In the wake of various initiatives towards legal film viewing on the Web, it is the Academies' turn to embrace new technology; already last year, they decided to incorporate the Internet into the process of selecting candidates for their respective awards. So, through EGEDA Digital and the filmotech.com portal, the members of the Spanish, European and Catalan Film Academies were able to watch some of the films competing for the EFAs, Goyas, and Gaudís on the Web, and also vote for their favourite candidates in each category.

A simple, secure way to view the films

Using the following systems: VEOMAC (*Visionado Especial de Obras para Miembros de la Academia de Cine* [Special Viewing of Works for Members of the Film Academy]), VOD4EFA (Video On Demand For the European Film Academy) and VEOGAUDI (*Visionat Special D'obres Premmis Gaudi de L'academia de cinema catalá*), which can be accessed through the URL www.veomac.com and www.vod4efa.com and www.veogaudi.cat, respectively, the producers of nominated films were able to offer the members of the different Academies a viewing of their films with maximum quality and security guarantees. Each Academy member received a personal code allowing him or her to access the web pages and watch the posted films by streaming.

Up to now, there were basically two procedures used by producers to distribute their films to the voters: special group screenings and by sending individual copies to each Academy member. This new service, which ensures the secure, rapid and high-quality circulation of the nominated films, offers significant advantages over the traditional systems; firstly, it increases security measures by avoiding the uncontrolled circulation of copies, which could get lost and easily be copied; and secondly, it is to the advantage of independent producers who cannot afford the considerable costs of duplicating and mailing of copies to the 1,100 plus Spanish Academy members and the 2,000 European ones.

The first year these three platforms were up and running proved highly successful. For example, on VEOMAC, 87 competing feature-length films and documentaries were posted, among which were titles like *Cell 211*, *The Secret in Their Eyes*, *Broken Embraces* and *The Milk of Sorrow*. Also posted were the initial 30 short films which were competing for each of the categories for this genre and the 10 Latin American films vying for the best Hispano-American film award.

The 2010 Editions

If your film has already been released in 2010 and you would like further information about how to post it on one

of these platforms, please contact us at tel. (34) 91-512-16-10 or through the email address correo@egeda.com.

EGEDA LAUNCHES INTERNET TRACKING SERVICE FOR AUDIOVISUAL WORKS (SSAI) (p.12)
EGEDA introduces a service for tracking audiovisual works on Internet to detect and withdraw those shown without their owners' permission

In May 2009, EGEDA introduced a new service, completely free of charge for members: the tracking of audiovisual works and recordings posted on the Internet without the authorisation of the corresponding rights-holders. This service, providing it has been authorised by the member concerned, will detect and withdraw excerpts and sequences from audiovisual works circulating on the Internet without the authorisation of the rights-holders.

Currently, this service is concentrating on *YouTube*, the most popular video portal in the world, owned by Google. Company representatives held various meetings with EGEDA to discuss the problem of making our members' audiovisual works available without authorisation.

Films like *Pan's Labyrinth*, *The Secret in Their Eyes* or *The Milk of Sorrow*, and series like *Aida*, *Los Hombres de Paco*, *Los Serrano* or *Aquí no hay quien viva* have been withdrawn from *YouTube* thanks to this service which, since its implementation, has proceeded to investigate and detect over 11,000 fragments or excerpts of audiovisual works illegally posted on this website. Complaints were lodged about 2,276 of these, which were subsequently withdrawn by those in charge of the *YouTube* site. These excerpts had been viewed a total of 49,160,551 times. The difference between the number of works detected and the number of works withdrawn is owed to the fact that, in order to file a complaint, EGEDA has to obtain the express authorisation of the producer and rights-holder of the work in question.

Any members who would like to activate this free service can contact EGEDA's Members Department, which will provide them with the authorisation forms required, by calling 915121610 or by email at this address: oscar.berrendo@egeda.com

EGEDA AT THE CLERMONT-FERRAND INTERNATIONAL SHORT FILM MARKET (p.13)

Producers, directors, buyers, distributors, schedulers... over 2,400 accredited professionals from 84 different countries attended the Clermont-Ferrand International Short Film Festival, held in this French city February 1-5. EGEDA was there once again this year as the organiser of *Shorts from*

Spain, a programme which brings together and coordinates the Spanish contingent present at this market, one of the most important worldwide as far as short films are concerned.

Thus, for the ninth consecutive year, and thanks to the support of ICEX, ICAA, EGEDA and FAPAE, the Festival had a representative sample of Spanish short films and the Spanish producers and directors received all the information they needed about how the festival and the professional market work. Also, they were provided with contacts and meetings were set up with the main international buyers, distributors and schedulers present at this not-to-be-missed French event.

What's more, as is becoming customary, three screenings were held, showing a selection of short films chosen from among all those produced in 2009. These sessions, mainly organised for international buyers, were attended by over 400 representatives from the main purchasing, distributing and scheduling companies with an active interest in Spanish shorts.

PIRACY IN SPAIN COSTS 10,600 JOBS PER YEAR & RESULTS IN LOSSES OF 1.7 BILLION EUROS IN RETAIL SALES (p.16)

Trade unions and creative industry organizations agree on the need to take urgent legal measures in order to reverse the trend.

A European study, supported by Spain through FAPAE, the Spanish Federation of Audiovisual Producers, and the trade unions CC.OO and UGT, calculates that in five years, digital piracy will have wiped out 86,000 jobs in Spain, with financial losses to the sector reaching 9.5 million Euros.

The study, "*Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*", analyses the socio-economic impact (employment and economic contributions to countries) piracy has already affected, and what its future impact on creative industries (cinema, music, TV series, and videogames) will be in the five largest cultural markets in Europe - the United Kingdom, France, Germany, Italy, and Spain - countries which together comprise 75% of European GNP.

According to this study, in Spain, the analysed cultural industries create 1.2 million jobs and 62 billion Euros of added value to Spain's GNP. In 2008, piracy resulted in losses to the industries of film, music, and television series of 10,600 jobs, directly and indirectly, and 1.357 million Euros. Philippe Hardouin, director of the study, predicts that if the current trends in piracy continue, by 2015, Spain will have lost 86,000 jobs and 9.5 million Euros in losses to the creative industries sector.

The study, prepared by TERA Consultants (an independent consultancy firm headquartered in Paris), has been funded in Spain by leading Spanish trade unions the UGT and the CC.OO, and the Spanish Federation of Audiovisual Producers (FAPAE), an “umbrella organisation” for the audiovisual industry, whose representatives attended to support the study’s presentation in Spain. All have agreed that it is necessary to take legal actions to protect the viability of the audiovisual industry and save the jobs that it generates.

In this regard, Carlos Ponce, UGT Services Federation Secretary for the Social, Cultural, and Sport Communications declared the urgent need to take action and, in so doing, proposed steps by the UGT oriented in three directions:

- 1) raise awareness and educate the citizenry with regard to respecting intellectual property rights
- 2) foster changes in the business model
- 3) encourage development of legislation which helps to defend and support the audiovisual industry.

For his part, Juan Martínez, CC.OO. Services Federations Secretary General of the Communications Media encouraged addressing the conflict between creators and consumers. It is a conflict, he stated, that is “warped by specific interests.”

Pedro Pérez, President of FAPAE, agreed with the trade unions on the need to change the business model. But, he noted that this change shouldn’t be done with imprudence. “The fact that we are being robbed does not mean that we now have to give away our product,” stated Pérez.

In general, all participants agreed on the need to stimulate social debate on the impact of piracy on cultural industries. The Internet represents an enormous source of growth potential for audiovisual production, but solutions must be found for this development to translate into real job and investment opportunities for creators and industry stakeholders.

Creation of Observatory on the Audiovisual Industry and Employment

In general, the trade unions and the creative industries’ support organisations have concurred on the demonstrated need to begin to take joint steps. The first of these, announced Pedro Pérez, is the creation of an Audiovisual Industry and Employment observatory by the trade unions (the UGT and the CC.OO.), FAPAE and EGEDA. This group will have the legal status of a foundation and will be aimed at contributing to the development and competitiveness of the audiovisual sector, promoting greater awareness

of the realities it faces, and providing it with improved transparency. Among other activities, the observatory will systematically collect information on the sector and prepare national-and-international-scale reports and statistical analyses.

NEW ARRIVALS TO FILMOTECH.COM (p.34)

Spanish classics, current cinema, and other cinema jewels added to the filmotech.com catalogue.

El crimen de Cuenca [The Cuenca Crime]

Director: Pilar Miró.

Cast: Amparo Soler Leal, Héctor Alterio, Fernando Rey, Daniel Dicenta, José Manuel Cervino, Mary Carrillo, Assumpta Serna, Nicolás Dueñas

In 1913 two men from the town of Osa de la Vega near Cuenca, Spain, are accused of the murder of José María Grimaldos López, a shepherd from the town who has disappeared without a trace. The men end up confessing to the crime after being tortured by the Civil Guard, and are tried and sentenced to death.

The film, directed by Pilar Miró, caused great controversy when it was banned by the Government of the UCD political party and with the director being tried by a military tribunal.

La vaquilla

Director: Luis García Berlanga.

Cast: Alfredo Landa, Guillermo Montesinos, José Sacristán, Juanjo Puigcorbé, Santiago Ramos, Eduardo Calvo, Agustín González, Violeta Cela, María Luisa Ponte.

This film takes us to the trenches on the frontlines of the Spanish Civil War. Here, at this point, not a single shot is being fired and the soldiers doze, write, or play games. But, their calm is interrupted when a loudspeaker from the “nationalist” side announces that, for the holiday of the Virgin of August, various celebrations will take place in a nearby town, among which will be a grand feast, followed by a dance and a bullfight. Five combatants from this Republican area decide to abduct the bull to be used in the bullfight. In doing so, they will get the food they so rarely had on the front, ruin the “enemy’s” festival, and raise the morale of their comrades.

Patrimonio Nacional [National Heritage]

Director: Luis García Berlanga.

Cast: Luis Escobar, José Luis López Vázquez, Amparo Soler Leal, Mary Santpere, Alfredo Mayo, Jose Luis Villalonga, José Ruiz Lifante.

With the end of the Franco regime, the Marquis de Leguineche decides to end his self-imposed exile and returns to his palace in Madrid, with the committed purpose of getting close to the monarchy. Naturally, all of his efforts fail,

giving rise to a series of completely absurdly over-elaborate and ridiculous situations.

Nacional III [National III]

Director: Luis García Berlanga.

Cast: Luis Escobar, Luis Ciges, Agustín González, José Luis López Vázquez, Amparo Soler Leal, Chus Lampreave, José Luis de Vilallonga, María Luisa Ponte, Fernando Merino, Concha Rabal

The Marquis de Leguineche has sold his palace and lives in a flat, with his housekeeper and lover, his son, and a priest. The son is separated from his wife, but when he finds out that he is going to inherit a fortune, he makes up with her. His next concern will be to smuggle this money to France.

Slumdog Millionaire

Director: Danny Boyle.

Cast: Dev Patel, Anil Kapoor, Irrfan Khan, Madhur Mittal, Freida Pinto.

Jamal Malik, an orphaned youth living in a poor slum of Bombay, decides to appear on the Indian version of the TV quiz show "Who Wants to Be a Millionaire?" To the surprise of everyone, Jamal responds correctly to each and every one of the questions. How is it possible that a boy like him is able to know the answers to all the questions? When Jamal is just about to answer the final question, the one that will win him 20 million rupees, the police arrest him and take him away to be interrogated. Jamal will have to explain how he knows the answers, recalling various moments in his life in doing so, which also helps uncover the true reason for his participation in the game show.

Traffic

Director: Steven Soderbergh.

Cast: Benicio del Toro, Michael Douglas, Don Cheadle, Catherine Zeta Jones, Dennis Quaid, Steven Bauer.

Hard-hitting action thriller about the multi-million dollar world of drugs, seen from three different points of view: the official appointed to lead the US war against drugs, who finds out his 16-year-old daughter is an addict; a Mexican anti-drugs squad officer trying to resist the corruption surrounding him; and the survival instinct of the wife of an imprisoned dealer trying to carry on, bring up her two children and free her husband above all.

Paris Je t'aime

Director(s): Ethan Coen, Joel Coen, Gerard Depardieu, Wes Craven, Gus Van Sant, Vincenzo Natali, Tom Tykwer, Gurinder Chadha, Alfonso Cuarón, Christopher Doyle, Isabel Coixet, Emmanuel Benbihy, Alexander Payne, Walter Salles, Olivier Assayas, Frederic Auburtin, Sylvain Chomet, Richard Lagravenese, Bruno Podalydes, Oliver Schmitz, Nobuhiro Suwa, Daniela Thomas

Cast: Miranda Richardson, Bob Hoskins, Nick Nolte, Ben Gazzara, Gerard Depardieu, Wes Craven, Gena Rowlands, Leonor Watling, Willem Dafoe, Elijah Wood, Sergio Castellito, Fanny Ardant...

In Paris, love is everywhere - at the counters in her bars and cafeterias, under the Eiffel Tower, even below her streets, on the Metro. "Paris, je t'aime" ("Paris, I Love You") is a Paris as seen by some of the most acclaimed directors, each of them telling a story in a different district of Paris. The result is a range of stories on joy, separation, strange and unexpected encounters, and above all, love. We see the city in a way we've never seen it before and come to understand why Paris is the most romantic city in the world.

Crash

Director: Paul Haggis.

Cast: Don Cheadle, Sandra Bullock, Matt Dillon, Brendan Fraser, Thandie Newton, Jennifer Esposito.

The lives of various people in Los Angeles become intertwined with the discovery of a brutally murdered man in a ditch. A veteran racist police officer, his new-on-the-job, idealistic partner, the housewife of the district attorney, an Iranian shopkeeper, a wealthy African-American couple - these are some of the people who get caught up in racial, religious and class tensions portraying the chaos of living in L.A.



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales

60

Entidad autorizada por el Ministerio de Cultura para la representación, protección y defensa de los intereses de los productores audiovisuales, y de sus derechos de propiedad intelectual. (Orden de 29-10-1990 - B.O.E., 2 de Noviembre de 1990)

Oficinas centrales

MADRID

Luís Buñuel, 2 - 3º. Edificio Egeda
Ciudad de la Imagen
Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid
Teléfono: 915 121 610
Fax: 915 121 619

www.egeda.com
correo@egeda.com

Oficinas en Iberoamérica

**ECUADOR, CHILE, COLOMBIA,
PERÚ y URUGUAY**

Oficina en Estados Unidos

EGEDA US INC.

Delegaciones

BARCELONA

Consell de Cent, 419, 4º 1ª
08009 Barcelona
Teléfono: 932 310 414
Fax: 932 313 336

SEVILLA

Luís Montoto, 107, portal A 4ºH
Edificio Cristal
41007 Sevilla
Teléfono: 954 577 817
Fax: 954 570 329

SAN SEBASTIÁN

Ramón María Lili, 7, 1ºB
20002 San Sebastián
Teléfono: 943 326 819
Fax: 943 275 415

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Franchy y Roca, 5, Oficina 503
35007 Las Palmas de Gran Canaria
Teléfono: 928 223 573
Fax: 928 267 130

SANTIAGO DE COMPOSTELA

Mónaco, 7, bajo A
15707 Santiago de Compostela
(La Coruña)
Teléfono: 981 562 344
Fax: 981 562 366

VALENCIA

Jorge Juan, 3, 1º - 2º
46002 Valencia
Teléfono: 963 280 199
Fax: 963 941 212

EGEDA es la entidad que representa los derechos de propiedad intelectual, en gestión colectiva, de los productores y titulares de obras y grabaciones audiovisuales, a quienes agrupa en su totalidad.

Las colaboraciones de este boletín reflejan exclusivamente las opiniones de sus autores, y en modo alguno son suscritas o rechazadas por EGEDA.

Diseño y maquetación: Estudio Pérez-Enciso



Identificamos
tus Obras

aribsan

Agencia Iberoamericana
del Registro ISAN

Luis Buñuel, 2. 3.º
Edificio EGEDA
Ciudad de la Imagen
Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: (34) 2 512 16 10
Fax: (34) 91 512 16 19

correo@aribsan.org
www.aribsan.org





El mundo a su alcance.

Elija un destino y le llevamos. Porque somos una de las compañías aéreas con más vuelos y destinos a más países. Porque gracias a la alianza **oneworld** cada día somos más grandes. Y porque nos esforzamos por ofrecerle la atención y el servicio que se merece. Con Iberia el mundo es suyo.

IBERIA 

iberia.com



700 destinos en más de 130 países: **oneworld**

deluxe®

CELEBRA SU
PRIMER ANIVERSARIO
HACIENDO COPIAS
DE **CINE DIGITAL.**



deluxe®

FOTOFILM
deluxe

MADRID

C/Pilar de Zaragoza, 30 28028 - Madrid
Tel.: +34 91 725 36 07 Fax: +34 91 724 10 86

BARCELONA

C/Rafael Barradas, 9-13 Pol. Ind. Gran Via Sur
08908 L'Hospitalet de Llobregat - Barcelona
Tel.: +34 93 261 85 05 Fax: +34 93 335 90 14



Ambilight Cinema 21:9. El primer televisor del mundo con proporciones reales de cine. Premio EISA 2009 – 2010 a la innovación en cine en casa.

Según el jurado de los premios EISA, "Philips ha sido la primera empresa en poder recrear la sensación propia de la gran pantalla en un televisor." Ambilight Cinema 21:9 elimina las barras negras y se convierte en "el primer aparato que consigue transmitir, casi con total fidelidad, la experiencia buscada por el director para la pantalla de cine." Este premio, ganado conjuntamente con

nuestro reproductor Blu-ray Disc, es nada menos que el 17º galardón EISA para televisores que

Philips recibe desde 1992 www.philips.es/cinema



PHILIPS
sense and simplicity