



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Convergencia mediática: nuevos escenarios, nuevas perspectivas

Coord.
Daniel Moya López

Dykinson, S.L.



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

CONVERGENCIA MEDIÁTICA:
NUEVOS ESCENARIOS, NUEVAS PERSPECTIVAS

Coord.
DANIEL MOYA LÓPEZ

Dykinson, S.L.

2023

CONVERGENCIA MEDIÁTICA: NUEVOS ESCENARIOS, NUEVAS PERSPECTIVAS

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 106 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1122-824-4

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsable

CAPÍTULO 16. DEBILIDAD ESTRUCTURAL Y CRISIS DEL SECTOR DE LA PRODUCCIÓN DE CINE EN ANDALUCÍA DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 (2018-2021).....	303
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ-PÉREZ JOSÉ PATRICIO PÉREZ-RUFÍ	
CAPÍTULO 17. INTERSECCIONES ENTRE LAS FRANQUICIAS TRANSMEDIA Y LAS REALIDADES VIRTUAL Y AUMENTADA: ANÁLISIS DE <i>STAR WARS</i>	318
SERGIO JESÚS VILLÉN HIGUERAS ÁLVARO LINARES BARRONES MARÍA NIEVES CORRAL REY	
CAPÍTULO 18. NARRATIVAS INTERACTIVAS TRANSMEDIA EN APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES: UNA EXPERIENCIA EDUCATIVA	342
SILVIA HUSTED RAMOS GLORIA OLIVIA RODRÍGUEZ GARAY MARTHA PATRICIA ÁLVAREZ CHÁVEZ	
CAPÍTULO 19. IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS TRANSMEDIA EN EL SUBGÉNERO DEL <i>TRUE CRIME</i> : EL ÉXITO DEL UNIVERSO <i>CRIMS</i> (CARLES PORTA, 2019).....	365
ANNA TARRAGÓ MUSSONS	
CAPÍTULO 20. LA INDUSTRIA MUSICAL Y SU EVOLUCIÓN DESDE LOS INICIOS HASTA LAS PLATAFORMAS DIGITALES.....	379
LOURDES GALLARDO-HURTADO VÍCTOR ÁLVAREZ-RODRÍGUEZ	
CAPÍTULO 21. LA COMPRESIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA DESDE EL DIGITAL STORYTELLING.....	397
RÓMULO ANDRÉS GALLEGO TORRES	
CAPÍTULO 22. DIVULGACIÓN DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO A TRAVÉS DE LAS HERRAMIENTAS MULTIMEDIA EN EL MASS MEDIA	412
CARLOS ANDRÉS URREGO ZULUAGA ALEJANDRO JIMÉNEZ SALGADO	
CAPÍTULO 23. EL TRATAMIENTO DE LA ACTUALIDAD EN EL ACCESS PRIME TIME ESPAÑOL: RASGOS PERIODÍSTICOS DE EL HORMIGUERO Y EL INTERMEDIO SEGÚN SUS AUDIENCIAS.....	425
INMACULADA CONCEPCIÓN AGUILERA GARCÍA	
CAPÍTULO 24. AUDIOVISUAL HUMOR AND THE FREEDOM OF SPEECH DEBATE IN BRAZIL	443
NARA LYA CABRAL SCABIN	
CAPÍTULO 25. DISEÑO DE LA CULTURA DEL VIDEOJUEGO	459
ALMUDENA JIMÉNEZ PÉREZ	

DEBILIDAD ESTRUCTURAL Y CRISIS DEL SECTOR DE LA PRODUCCIÓN DE CINE EN ANDALUCÍA DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 (2018-2021)⁵

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ-PÉREZ
Universidad de Granada

JOSÉ PATRICIO PÉREZ-RUFÍ
Universidad de Málaga

1. INTRODUCCIÓN

En el año 2021, según recoge el Boletín Informativo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA, 2022), 42 productoras con sede social en Andalucía se implicaron en la producción de 40 largometrajes. Este número supone un hito en el número de productoras activas en Andalucía, siguiendo una tendencia de crecimiento que arrancó con el cambio de siglo y que estuvo por encima de las 30 empresas en 2015, 2018, 2020 y 2021. Cabe mencionar que el porcentaje de crecimiento es del 50% si se tomara como referencia el año 2017, en el que el número de productoras activas en cinematografía fue de 28.

La pandemia, en contra de lo que pudiera parecer, no ha detenido la producción por parte de empresas andaluzas, sino que se ha incrementado tanto en 2020 como en 2021 con respecto al año anterior. De esta forma, Andalucía conforma la tercera comunidad autónoma en número de productoras tras Madrid y Cataluña, polos históricos de las industrias culturales y de la industria cinematográfica en España. Esta tendencia de crecimiento hace aumentar la diferencia con respecto al número de

⁵ Este estudio se integra dentro del Proyecto I+D+i del programa operativo Feder “La industria cinematográfica andaluza en el hipersector audiovisual-TIC: retos y oportunidades (CINATIC)” (2021-2023), cuyos IPs principales son Francisco Javier Gómez-Pérez y Jordi Alberich-Pascual (Universidad de Granada).

productoras activas en el País Vasco y la Comunidad Autónoma Valenciana, con alrededor de la treintena de empresas y con unos valores mucho más estables en las dos últimas décadas.

TABLA 1. Número de productoras activas por comunidad autónoma entre 2011 y 2021.

Número de empresas por CC.AA.											
Comunidad autónoma	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	18	17	20	23	31	27	28	35	29	37	42
ARAGÓN	2	-	3	3	6	4	7	6	5	2	5
ASTURIAS	3	-	4	5	1	3	3	2	7	1	7
CANARIAS	10	12	9	19	17	19	18	22	18	15	16
CANTABRIA	-	-	-	0	1	0	2	1	0	0	0
CASTILLA-LA MANCHA	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2
CASTILLA Y LEÓN	5	-	3	4	5	2	5	4	7	3	6
CATALUÑA	74	63	76	73	97	78	70	89	88	78	90
CHUFA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EXTREMADURA	2	2	2	1	4	4	2	2	3	2	5
GALICIA	13	19	18	12	13	12	12	18	15	15	21
ISLAS BALEARES	4	2	1	0	9	5	4	4	4	7	6
MADRID	81	81	92	89	116	143	122	137	113	108	124
MELILLA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MURCIA	1	-	1	3	2	2	3	0	5	1	2
NAVARRA	2	6	3	2	3	3	9	8	12	11	12
PAÍS VASCO	21	25	17	22	17	28	23	32	35	28	31
LA RIOJA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
C. A. VALENCIANA	21	17	17	18	19	23	20	27	38	31	32
TOTALES	259	246	267	276	343	354	329	389	381	340	402

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2022).

A raíz de la pandemia de coronavirus y de las particulares condiciones que limitaron las actividades de ocio y de consumo de cine en salas, los resultados comerciales en salas se redujeron bruscamente (ICAA, 2022). La alternativa de distribución en plataformas VoD pareció así legitimarse, igualmente, más allá de las obligaciones legales.

El sector de la producción cinematográfica en España, sin embargo, al menos en cuanto a datos, parece ser indiferente a la crisis del consumo en salas durante los años de pandemia, o bien ha apostado decididamente por el cambio en las ventanas de amortización tradicionales abriéndose hacia la distribución y comercialización de los contenidos que produce en plataformas. Solo así se explica el crecimiento de productoras activas durante el año 2021, notándose, eso sí, una ligera reducción en el año 2020. Otra circunstancia que podría estar produciéndose, compatible con las anteriores, es que el sector de la producción ha crecido en España y en Andalucía dentro de una burbuja indiferente a la explotación comercial de los contenidos que produce y a la crisis del sector de la exhibición, originándose así “una inflación del sector de producción que no

se corresponde con las posibilidades de los otros dos sectores industriales, la distribución y la exhibición” (Monterde, 2019, p. 26).

Volviendo a Andalucía, el alto número de productoras andaluzas activas debería haber significado un notable nivel de industrialización del sector. Sin embargo, a tenor de los títulos producidos, de la distribución lograda y de los ingresos logrados en taquilla, se descubre una frágil estructura industrial que no hace sino reproducir a escala autonómica los mismos rasgos que caracterizan al conjunto de la producción cinematográfica española (Gómez-Pérez, Castro-Higueras y Pérez-Rufí, 2019). No tenemos, en todo caso, los datos de consumo de las plataformas VoD, herméticas como cajas negras de imposible acceso a información contrastada y verosímil, aparte de la información promocional y comercial interesada en destacar o “inventar” éxitos.

Más allá de las circunstancias particulares que han definido y condicionado al conjunto de la industria cinematográfica durante los años de pandemia de coronavirus, Andalucía se puede comparar “con el caso valenciano o gallego, con un tímido despertar del sector de la producción cinematográfica que poco a poco logra consolidarse (...) y el despertar de un cierto sentimiento nacionalista que animaba a las instituciones locales a reivindicar la cultura propia” (Gómez Pérez, 2013).

El sector de la producción cinematográfica en España ha sido caracterizado a partir de unos rasgos mantenidos en el tiempo y, por tanto, estructurales (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020). Señala el ICAA (2022, p. 15) lo siguiente: “un pequeño grupo de empresas mantiene una actividad significativa y continua de producción, de la que puede afirmarse su consolidación, con un alto nivel de ingresos y un equilibrio financiero conseguido por la diversificación de su producción”. “Esta estructura puede suponer una mayor riqueza desde el punto de vista cultural o artístico, al generar un cine básicamente de autor”, aunque “genera unos resultados parcos” (Pablo Martí y Muñoz Yebra, 2001, p. 127). Así, el número de productoras “con una dimensión suficiente para afrontar proyectos de cierta envergadura, y por ende competitivos internacionalmente, es extremadamente reducido” (Pablo Martí y Muñoz Yebra, 2001, p. 124), lo que otorga a la producción española un “mercado carácter artesanal”, a partir de proyectos personales. De esta forma, la

productora “está ligada a la figura de un productor (...), pero no cuenta con una estructura empresarial suficiente como para que se pueda hablar de empresa” (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006, p. 7).

Citando a Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2006) y a García Fernández, Reyes Moreno y Clemente Mediavilla (2014), Pérez-Rufi y Castro-Higueras (2020, p. 171), añaden los siguientes rasgos estructurales de un sector donde destaca “su escasa competitividad y fragilidad en términos de industrialización”: “fuerte debilidad financiera, gran atomización empresarial, limitaciones para acceso a las ventanas de amortización o el pequeño tamaño del mercado doméstico y del internacional (...), además de problemas de identidad y de percepción por el público nacional”.

Este trabajo defiende la hipótesis de que el modelo de producción andaluza mantiene las debilidades de la industria cinematográfica española. Se parte de la premisa de que la producción de cine andaluz reproduce las mismas dinámicas y conserva los déficits estructurales de la producción nacional, a pesar de que se trate incluso de una de las comunidades con mayor actividad en el sector.

2. OBJETIVOS

El principal objetivo de esta investigación es el análisis del sector de la producción de cine (largometrajes) en Andalucía, como parte del hipersector audiovisual-TIC, en el periodo comprendido entre 2018 y 2021, centrándonos principalmente en los resultados del último año dentro de un contexto contemporáneo al desarrollo de la pandemia de Covid-19. Se pretende así hacer un balance del sector de la producción andaluza en una situación de crisis para el conjunto de la industria cinematográfica y contextualizar con el resto de la industria nacional.

El segundo objetivo de esta investigación sería comprobar si la producción andaluza mantiene las dinámicas de producción nacionales o si ofrece unas particularidades industriales en otro sentido, atendiendo a la participación de socios procedentes de otros sectores como la televisión o la distribución, así como a la forma jurídica de las empresas y su relación con los resultados comerciales que logra.

Consideramos que la observación, la comparación y la contextualización de los datos de la producción de cine en Andalucía desde estos parámetros permitirá alcanzar conclusiones que faciliten el balance y la evaluación del estado del sector analizado.

3. METODOLOGÍA

Con objeto de lograr los objetivos marcados, esta investigación aplica un metodología descriptiva y crítica basada en los líneas de disciplinas como la Economía Política de la Comunicación, que Scolari y Fraticelli (2019) entienden como un “enfoque holístico” capaz de conformar una herramienta eficaz en el análisis de los medios en el actual contexto mediático digital. De forma particular, se ha aplicado una metodología de análisis de contenido a partir de la información ofrecida por el ICAA. Piñuel (2002, p. 2) define el análisis de contenido como el “conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos” que, a partir de técnicas de medida cuantitativas o cualitativas “tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”. Según Barredo (2015, p. 28), “la combinación entre ambas perspectivas –cuantitativa y cualitativa– convierte al análisis de contenido en una poderosa herramienta para codificar sistemáticamente las propiedades de una o varias unidades de análisis”.

Se aplica de igual modo una metodología basada en el estudio de caso de la producción cinematográfica andaluza a partir de la revisión bibliográfica de los boletines publicados por el ICAA, desde los cuales se toma una muestra y se aplica un análisis desde diversas categorías.

De forma más concreta, se han tomado como muestra de estudio la producción de largometrajes (de ficción y de no ficción) de las 42 productoras con sede social en Andalucía que concluyeron algún título, es decir, que estuvieron activas, durante el año 2021. Se ha considerado como fecha de referencia aquella que las bases de datos del ICAA se indica como año de producción y no el año de estreno. Este trabajo toma como datos para la valoración de los resultados los publicados por el ICAA el 10 de noviembre de 2022, incluyendo los listados de resultados

comerciales de 2022 hasta el 6 de noviembre. Atendiendo al lugar de procedencia de la productora, es posible identificar 40 títulos de largometrajes que contaron con la intervención de empresas andaluzas reconocidas como productoras de los mismos.

Dentro de cada una de las producciones se ha tomado nota del origen de la producción, de su posible naturaleza como coproducción internacional, de las cuotas de participación de las empresas andaluzas, de la forma jurídica de la empresa de producción (Agrupación de Interés Económico, Sociedad Limitada o Empresarios individuales y/o Emprendedores de Responsabilidad Limitada), del género cinematográfico de la producción, de la participación de canales de televisión, operadoras de televisión VoD o distribuidoras filiales de los estudios de Hollywood y, finalmente, de la recaudación en taquilla y número de espectadores de los títulos estrenados en salas de cine de forma previa a noviembre de 2022.

4. RESULTADOS

A partir del listado de las 40 producciones con origen o participadas por productoras con sede social en Andalucía, pueden, en primer lugar, identificarse 32 producciones con una participación mayoritaria o íntegra de empresas andaluzas. A estas hay que sumar otras ocho producciones con participaciones minoritarias de productoras andaluzas o integradas en Agrupaciones de Interés Económico sin sede en Andalucía, pero de las que desconocemos el porcentaje de integración de las empresas andaluzas. Estas ocho producciones con participación menor o desconocida de productoras andaluzas son *□ años* (Alcázar, 2021) y *Stoyan* (Ruiz Céspedes, 2021) -ambas con participación de la productora sevillana Gold Tower Producciones-, *Con quien viajas* (Cuervo, 2021), *El Test* (De la Orden, 2021), *La piel en llamas* (Martín-Porras, 2021) y *Solo una vez* (Ríos, 2021) -las cuatro con participación de la productora granadina Álamo Producciones Audiovisuales-, junto a *Gora Automatikoa* (Galán, Dharma y Vara, 2021), producción de animación con un 22% de participación del emprendedor jienense Esau Dharma Corredor, y *Contando ovejas* (Corral, 2021), con la productora cordobesa La Nube Películas.

Del conjunto de 40 obras de la muestra, ocho de ellas son financiadas como coproducciones internacionales en las que la financiación mayoritaria es española y andaluza. Estas coproducciones se hacen con países latinoamericanos en cinco casos (Argentina, México, Uruguay y Perú), con países europeos en dos casos (Bulgaria y Dinamarca) y una con Estados Unidos, el filme *Alegría* (Salama, 2021). Estas coproducciones se integran dentro de Convenios Multilaterales, si bien España firmó también acuerdos bilaterales dentro de los países mencionados con Argentina y México. El porcentaje de películas producidas en régimen de coproducción internacional es ligeramente inferior al de la media nacional: mientras que el 16% del total de la producción española en 2021 era producido con empresas de otros países, en Andalucía este porcentaje desciende al 12,5%. Puede destacarse el bajísimo porcentaje de coproducciones con países europeos, incluso si comparten programas de incentivación a la coproducción.

De la misma forma que a nivel nacional el sector de la producción de cine está fuertemente polarizado, concentrando la mayor parte de la actividad y de las empresas en Madrid y Cataluña, en Andalucía la producción también se encuentra polarizada geográficamente en dos puntos: Sevilla, con casi la mitad de las sedes de las productoras implicadas en los títulos analizados, y Málaga, en un porcentaje inferior. No obstante, se localizan algunas productoras con sede en Cádiz, Granada y Almería. En Jaén sólo se ubica el emprendedor citado y en Córdoba el emprendedor Juan Jesús Granja Bencilla y la productora La Nube (con participación minoritaria en *Contando ovejas*). No se identifica ninguna con actividad en 2021 en la provincia de Huelva.

Por cantidad y por repercusión de su actividad en 2021 merece ser destacada la productora, con sede en Cádiz, Esto También Pasará, empresa dirigida por Álvaro Ariza con tres títulos producidos en coproducción con México, Uruguay y Perú, con el filme *Lobo feroz* pendiente de estreno y un catálogo creciente de producciones para cine, televisión y otros medios.

Con participaciones minoritarias, la productora Álamo Producciones Audiovisual interviene en al menos cinco proyectos cinematográficos, algunos de ellos como parte de una Agrupación de Interés Económico.

Álamo Producciones es el nombre de la anterior Secuoya Cine y se constituyó como Sociedad Limitada en 2017, compartiendo marca con las franquicias de Secuoya de producción en Latinoamérica.

Aunque no es el objetivo de este trabajo aplicar un análisis narrativo de las producciones andaluzas del año 2021, sí puede apuntarse que el 52,5% de los títulos son largometrajes de ficción y que el 47,5% son obras de naturaleza documental. Este altísimo porcentaje da cuenta del buen momento en cuanto a cantidad de producciones dentro del género, coherente con los niveles a nivel nacional: el 51% de los largometrajes producidos en España en 2021 fueron documentales (ICAA, 2022). Puede añadirse que, de los 19 largometrajes documentales producidos por empresas andaluzas en 2021, 13 de ellos fueron producidos por empresas con sede social en la provincia de Sevilla, con lo que la polarización geográfica se incrementa aún más en el formato comentado.

Con respecto a la forma jurídica de las empresas, destaca un 45% de cintas producidas por sociedades limitadas, como figura común ampliamente extendida en la producción de cine en España. Le sigue un 40% de largometrajes producidos (16 películas) por empresas conformadas como A.I.E. Se trata de “Agrupaciones de Interés Económico”, es decir, “entidades con personalidad jurídica y carácter mercantil cuya finalidad consiste en facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios, y cuyo objeto debe limitarse exclusivamente a una actividad económica auxiliar de la que desarrollen los mencionados” (Pérez-Bustamante, 2009). Las A.I.E. “se encuentran reguladas por la Ley 12/1991, de 29 de abril, y por los artículos 48 a 52 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades” (Pérez-Rufi y Castro-Higueras, 2020, p. 175).

Los datos proporcionados por el ICAA permiten conocer la ubicación de la sede de las A.I.E. en Andalucía en la mayor parte de las 16 producciones, con las excepciones de los cuatro títulos participados por Álamo Producciones Audiovisuales o de *Contando ovejas* y *Stoyan*. Como veremos en el comentario de los resultados comerciales, sí puede vincularse directamente la consecución del éxito con la conformación de la empresa como A.I.E., dado el incremento tanto de la financiación como de la ambición comercial que suelen implicar.

La atención a la implicación de las cadenas de televisión, distribuidoras filiales de los estudios de Hollywood u operadoras VoD no es fácil de comprobar desde el momento en que su colaboración no se recoge en los créditos de producción en las bases de datos del ICAA. Hemos acudido en estos casos a la cartelería para identificar el logotipo al pie de la promoción. Eso significa que los datos obtenidos no son por completo concluyentes. Se observa que al menos 19 de las 40 producciones (es decir, el 47,5% de la muestra) cuenta con la participación de alguna de las empresas apuntadas. Canal Sur es la más recurrente, presente en al menos 16 producciones (el 40%). La televisión pública autonómica continúa ejerciendo de principal socio financiero de la producción cinematográfica andaluza y el eje principal del sector en Andalucía. Sin embargo, la producción de cine andaluz ya no tiene una absoluta dependencia de Canal Sur, como sí podría ocurrir a finales de los años 90 o en los primeros años del siglo.

Por su parte, RTVE participa en 6 de las producciones de la muestra (el 15% del total), siempre acompañada de Canal Sur. El Ente Público de Radio y Televisión nacional no se ha implicado, por lo tanto, en ninguna producción sin la presencia de Canal Sur. Junto a estos operadores, se localiza la presencia de Movistar en cinco producciones (convirtiéndose así en el principal socio del cine andaluz procedente del ámbito privado, aunque en una minoría de títulos) y de Amazon Prime Video, Filmin, Vodafone, Orange y Atresmedia en una sola producción respectivamente.

Siendo Telecinco Cinema y Atresmedia Cine las principales empresas de producción en España (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020), resulta cuanto menos llamativo su ausencia en la producción de cine en Andalucía. El caso del filme *El test*, que sí cuenta con la participación de Atresmedia Cine es particular, por cuanto la presencia de empresas andaluzas en menor y lo hace en un porcentaje de solo el 0,34%, a través de Álamo Producciones Audiovisuales (Grupo Secuoya). Warner España también participa de la producción y de la distribución del título. Por su parte, Paramount participa de la producción de *Sin ti no puedo*, con producción de la empresa gaditana Esto También Pasará, ya comentada, además de Amazon Prime Video y Vodafone.

El siguiente apartado de este comentario atiende a los resultados comerciales en salas de cine. Hemos de apuntar que, aunque este listado responde al catálogo del ICAA de películas producidas en Andalucía durante 2021, es posible que la ausencia de datos sobre recaudación y espectadores se deba a que su estreno en salas (a fecha de 10 de noviembre de 2022) aún esté pendiente.

Consta el estreno en salas de al menos 26 de las 40 películas, es decir, de un 65% del total de la muestra. Eso significaría que hasta un 35% de las películas producidas por empresas andaluzas no logró distribución y comercialización en salas de cine. Este altísimo porcentaje, sin embargo, es superior al de películas que no se estrenan comercialmente en España. Señala Monterde (2019, p. 28) que, de entre los títulos producidos en España entre 2015 y 2017, “un 23,2% no han llegado a las pantallas españolas, con predominio siempre de los documentales sobre las ficciones en cuanto a esa imposibilidad”.

A las razones estructurales que subyacen tras la ausencia de estrenos comerciales (inflación de la producción, dificultad de distribución, etc.) se suman argumentos coyunturales: hablamos del cine producido en un contexto de pandemia y de contundente reducción del consumo en salas de cine, con lo que no es de extrañar que aumente el número de producciones que no logran una salida comercial siguiendo el recorrido tradicional en cuanto a ventanas de amortización. No tenemos datos acerca de la distribución, demanda o consumo en plataformas VoD, pero la presencia de Movistar, Amazon Prime Video, Vodafone, Orange o Filmin entre los socios de las productoras invita a pensar en una distribución a través de aquellas plataformas.

Listamos a continuación por orden de recaudación aquellas producciones que sí lograron distribuirse y exhibirse en salas de cine, con un número de espectadores superior a 15.000. Aunque se trata de un bajísimo número de espectadores, la media de espectadores por filme español estrenado en España durante en el año 2021 fue de 15.385 espectadores. Solamente seis películas de producción andaluza supera esta cifra, sumando la siguiente en la lista, la séptima, 7.078 espectadores (el filme *Sin ti no puedo* de Chus Gutiérrez).

TABLA 2. Producciones cinematográficas andaluzas más comerciales en 2021.

	Título y dirección	Productoras	A.I.E.	Recaudac.	Espect.	Socios
1	El test Dani de la Orden	Álamo Audiovisual 11 Parte, A.I.E. (99%, Santa Cruz de Tenerife) - Álamo Producciones Audiovisuales, S.L. (0,34%, Granada) - Atresmedia Cine, S.L. (0,33%, San Sebastián De Los Reyes, Madrid) - Warner Bros Entertainment España S.L. (0,33%, Madrid)	Sí	520.828,05 €	86.774	Atresmedia, Movistar, Orange, Warner
2	Héroes de barrio Ángeles Reiné	Palacios Gador, A.I.E. (99%, Granada) - Spal Films, S.L. (0,34%, Alcalá De Guadaíra, Sevilla) - Álamo Producciones Audiovisuales. S.L. (0,33%, Granada) - Galdo Media, S.L. (0,33%, Granada)	Sí	469.703,13 €	86.075	Canal Sur
3	La hija Manuel Martín Cuenca	La Hija Producciones La Película, A.I.E. (99%, Almería) - La Loma Blanca Producciones Cinematográficas, S.L. (0,5%, El Ejido) - Mod Producciones, S.L. (0,5%, Madrid)	Sí	250.126,51 €	43.910	RTVE, Canal Sur, Movistar
4	El refugio Macarena Astorga	España / Spain 80% - Perú 20% El Refugio LP A.I.E. (79,56%, Cádiz) - Esto También Pasará, S.L. (0,184%, Cádiz) - Bowfinger International Pictures, S.L. (0,176%, Donostia/San Sebastián) - Sygnatia, S.L.U. (0,08%, Boadilla Del Monte, Madrid) - Producciones Tondero S.A.C. (20%, Perú)	Sí	181.740,17 €	29.938	Castelao Pictures, Filmox
5	Con quién viajas Martín Cuerno	Álamo Audiovisual Quinta Parte, A.I.E. (99%, Molina De Segura, Murcia) - A Contracorriente Films, S.L. (0,5%, Barcelona) - Álamo Producciones Audiovisuales. S.L. (0,3%, Granada) - Neon Producciones, S.L. (0,2%, Guadalupe, Murcia)	Sí	131.879,89 €	24.918	Movistar
6	La maniobra de la tortuga Juan Miguel del Castillo	España / Spain 90% - Argentina 10% Productoras/Prod. Companies: LA MANIOBRA DE LA TORTUGA, A.I.E. (89,1%, Mairena del Aljarafe, Sevilla) - ARALAN FILMS, S.L. (0,45%, Sevilla) - A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L. (0,45%, Barcelona) - ALEPH MEDIA (10%, Argentina - Financiera / Financial)	Sí	87.760,32€	15.499	RTVE, Canal Sur, Movistar

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ICAA (2022).

El conjunto de las 26 películas andaluzas producidas en 2021 y estrenadas antes del 10 de noviembre de 2022 suman un total de 322.785 espectadores. Este número supone el 4,5% del total de espectadores que tuvo el cine español en 2021 (que fue de 7.107.930). Incluso aunque fue un año terrible para la exhibición cinematográfica en España, aún lastrada por varias olas de la pandemia y por restricciones en las condiciones de consumo de ocio y de cine durante 2021, los datos de espectadores del cine andaluz son proporcionalmente más bajos. La conclusión más obvia es que el cine que se produce desde Andalucía no está llegando a los espectadores. Del 65% de cintas que logran distribución y estreno en salas de cine solo seis (el 15% de la muestra total) contabilizan un número de espectadores superior a 15.000, número ya de por sí bajo y poco competitivo. Solo *El test*, *Héroes de barrio* (que superan los 86.000 espectadores) e incluso *La hija* (con 43.910 espectadores) logran, pese a los limitados valores de su recepción, aparecer entre las 30 primeras posiciones del ranking de las películas españolas más taquilleras en 2021 y en 2022, según los datos publicados por el ICAA (2022).

La película que logra mayor recaudación, *El test* (con una participación minoritaria andaluza a través de Álamo/Secuoya), alcanza los 520.828,05 €. La horquilla hasta la sexta posición del ranking andaluz baja a los 87.760,32 €. En todos los casos la producción es deficitaria en términos de recuperación de la inversión a través de la taquilla en salas de cine, lo que invita a pensar en una mejor rentabilidad a través de su explotación en plataformas VoD o incluso en distribución videográfica y ventas de derechos de emisión a canales de televisión, algo que, como se ha apuntado, no puede contrastarse por el momento.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de la muestra de los títulos y de las empresas implicadas en la producción cinematográfica en Andalucía se concluye que la producción de cine en Andalucía acusa las mismas debilidades estructurales del sector a nivel nacional, debilidades que se suman a las difíciles condiciones que atraviesa la industria del cine nacional e internacional durante la crisis del coronavirus.

Paradójicamente, y a pesar de la contundente reducción del consumo de cine en salas, la producción de largometrajes en Andalucía se ha disparado durante 2020 y, especialmente, durante 2021. Como los datos reflejan, primero en 2020 y después en 2021, se han batido récords en número de productoras activas y en número de producciones.

Sin embargo, la debilidad estructural del sector se hace evidente cuando acudimos a los resultados de explotación en salas de cine o atendemos a la posible consolidación de las empresas implicadas en la producción. Salvando un par de casos, la mayor parte de las películas andaluzas creadas en 2021 son producidas por empresas de nueva creación o con un catálogo muy limitado. Apenas dos empresas son capaces de abordar más de dos o tres producciones en un año, en consonancia con la dinámica de la mayor parte del sector de la producción cinematográfica a nivel estatal.

A su vez, al igual que ocurre en el conjunto de España, la forma jurídica de las empresas que año tras año gana peso es la Agrupación de Interés Económico, gracias a las ventajas fiscales que implica. Dentro de los canales de televisión y de las operadoras de VoD socias de las producciones andaluzas destaca Canal Sur (RTVA), como viene siendo la norma desde hace 30 años, aunque conviene apuntar que la dependencia del canal de televisión pública autonómica se ha reducido con respecto a años anteriores. Las plataformas VoD parecen prácticamente ignorar hasta el momento a las productoras andaluzas, con algunas excepciones en filmes que contaron con la financiación de Movistar, Amazon Prime Video, Vodafone, Orange o Filmin. También cabe citar algunas implicaciones de Netflix en la producción andaluza, aunque no en 2021.

Resulta también llamativo que las principales productoras cinematográficas españolas, las que están ligadas a los grupos mediáticos Atresmedia y Mediaset España, también han dado la espalda a la producción andaluza en 2021, aunque no lo hicieron en títulos concretos producidos en 2020 o en 2022. Con todo, la participación conjunta de las productoras del duopolio del cine español con las productoras andaluzas es muy limitada, en términos generales, y solo se materializa cuando participan en la producción algunos de los nombres de éxito del cine español (en la dirección o en la interpretación), que prácticamente garantizan los

buenos resultados en taquilla. Otro tanto de lo mismo podría decirse respecto a la participación de las filiales de distribución de los estudios de Hollywood, con Warner y Paramount presentes en un par de títulos.

El balance del sector de la producción cinematográfica en Andalucía lleva a concluir que puede identificarse una alta actividad y un estado de “emergencia permanente”, con un importante número de empresas y profesionales detrás, que se implican en producciones que no llegan al gran público y pasan desapercibidas o que se ponen al servicio de producciones dirigidas por productoras de otra procedencia (también internacional) que aprovechan el talento de los profesionales andaluces del sector. Esta tendencia, no abordada en este trabajo y pendiente de un futuro desarrollo, nos lleva a identificar toda una industria andaluza dedicada, con éxito, al sector de los servicios para la creación audiovisual antes que al de la producción autóctona.

7. REFERENCIAS

- Álvarez Monzoncillo, J. M. y López Villanueva, J. (2006). La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales. Fundación Alternativas. <http://tiny.cc/4c3lcz>
- Barredo Ibáñez, D. (2015). El análisis de contenido: una introducción a la cuantificación de la realidad. *Revista San Gregorio, Especial 1*, 26-31. <http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v0i0.113>
- García Fernández, E. M., Reyes Moreno, M. y Clemente Mediavilla, J. (2014). Público y cine en España: Problemas de identidad y marca para un cine propio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 695-718. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47029
- Gómez-Pérez, F. J. (2013). Consolidación industrial del cine andaluz. Editorial Universidad de Sevilla.
- Gómez-Pérez, F. J., Castro-Higueras, A. y Pérez-Rufí, J. P. (2019). Producción cinematográfica en Andalucía: ecosistema audiovisual autonómico. En J. Sierra Sánchez y J. M. Lavín (Coords). *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información* (pp. 409-421). McGraw-Hill.
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2022). *Anuario de cine 2021*. Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Ministerio de Cultura y Deporte. <https://tinyurl.com/yhxpnh>

- Monterde, J. E. (2019). La producción cinematográfica. Elementos para la reflexión. En C. F. Heredero (Ed.). *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018* (pp. 23-114). Málaga: Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales.
- Pablo Martí, F. y Muñoz-Yebra, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 792, 124-138. <http://bit.ly/35VrZYH>
- Pérez-Bustamante Yábar, D. (2009). Fiscalidad de las Inversiones Cinematográficas en la nueva Ley del Cine. *Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento*, 25, 171-177. Disponible en <http://tiny.cc/ih3lcz>
- Pérez-Rufi, J.P. y Castro-Higueras, A. (2020). Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 11(1), 169-178. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3>
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42. <https://tinyurl.com/53e78882>
- Scolari, C.A. y Fraticelli, D. (2019). The case of the top Spanish YouTubers: Emerging media subjects and discourse practices in the new media ecology. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(3), 496-515. <https://www.doi.org/10.1177/1354856517721807>