



Intercultural school
Talents pour le monde

ÉPREUVES D'ADMISSION

SESSION 2021

CIT

ESPAGNOL

Traduction vers la langue maternelle

Traduisez vers votre langue maternelle le texte (entre crochets) :

Aucun document n'est autorisé.

Cines vs Netflix: ¿por qué las películas aún no renuncian a las salas?



¿Por qué grandes películas como la última entrega de James Bond, el esperado *Black Widow* con Scarlett Johansson o la anunciada pugna entre *Godzilla contra King Kong* están aplazando sus estrenos en las salas cuando podrían, desde hace meses, haber sido vistas tranquilamente vía streaming por los espectadores confinados en sus casas?

Porque el cine depende en gran parte todavía de la taquilla y de las palomitas en los establecimientos tradicionales. Netflix anunció la semana pasada haber llegado a los 200 millones de abonados y un beneficio récord de 2.272 millones.

Pero un reciente estudio de la consultora Deloitte titulado *The future of movies* subraya que, en pleno auge de las plataformas, las grandes producciones aún dejan sus esperanzas financieras en las salas de toda la vida, que son la fuente del 46% del total de sus ingresos. “El desplazamiento hacia el streaming incluso una vez finalizada la pandemia no será tan sencillo”, advierten.

[En la actualidad, el mecanismo para que una película haga dinero es bastante complicado. En términos generales, el 75% del dinero que recauda una película se obtiene en las primeras tres semanas de su estreno. Durante tres meses las salas gozan de una exclusiva, antes de pasar a la venta del vídeo doméstico. En una tercera fase, transcurridos unos nueve meses desde el inicio, el contenido se traslada a canales y plataformas de pago digitales.]

Al cabo de poco más de dos años, se le añade la eventual retransmisión en la televisión tradicional en abierto. El coste de estas licencias está influido por el éxito cosechado en las salas, que contribuirá a dar un valor de mercado a la redistribución del título cinematográfico en las otras plataformas.

Producciones nacionales más pequeñas que se atrevieron a estrenarse en las salas aprovecharon el vacío de los blockbusteros y ocuparon el espacio dejado por las grandes *majors*. Sin embargo, la pandemia ha trastocado el esquema habitual. El caso más llamativo es el de *Mulan*, la última entrega de la factoría Disney, que decidió saltarse la sala para estrenarse sólo digitalmente.

A la espera de los balances finales la pregunta es si, una vez terminada la pandemia –como en parte puede ocurrir en la industria musical– la industria cinematográfica cambiará de piel. En lugar de un modelo de ingresos “por ventana de estreno” en la sala se pasaría a un modelo de ingreso al estilo *fast food*, por usuario de plataformas, sin estar vinculados a calendarios. “Creo que un posible modelo puede ser el estreno simultáneo en la sala y en la plataforma, como hacen en HBO Max”, opina Xavier Figueras, ejecutivo de ventas de la distribuidora Vértigo.

“El boom del streaming durante la pandemia ha permitido en parte a las productoras minimizar los daños del cierre de las salas, reducir gastos de promoción, copia y distribución y además ganar un público nuevo. Pero ni mucho menos se puede decir que vaya a sustituir el impacto de las salas”, señala Figueras. Además, el daño pandémico está hecho. Hay títulos que puede que nunca se vean en la gran pantalla. “Hay películas que no pueden quedarse en el cajón mucho tiempo, pierden frescura y ya no se estrenarán”, señala Figueras].