

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

vol. 9, núm. 17 (2022), 233-251

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.10>

Recibido el 15 de diciembre de 2021

Aceptado el 16 de febrero de 2022



Formas de producción en el cine español. Los *remakes* participados por Telecinco Cinema

Film production in Spanish Cinema. The remakes of Telecinco Cinema

Jiménez Alcarria, Francisco

Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)

franciscojose.jimenez@alumnos-uc3m.es

Mejón, Ana

Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)

amejon@hum.uc3m.es

Forma de citar este artículo:

Jiménez Alcarria, F. y Mejón, A. (2022). Formas de producción en el cine español. Los *remakes* participados por Telecinco Cinema. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(17), 233-251.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.10>

Resumen:

La producción de *remakes* en el cine constituye una práctica de carácter transnacional especialmente presente en las cinematografías norteamericana y europeas. Del mismo modo, la adquisición de derechos para adaptar una película de un mercado doméstico a otro infiere un especial interés para los estudios tanto de representación multicultural

como de los flujos de producción internacionales. La presente investigación explora desde una perspectiva industrial las películas participadas por la productora Telecinco Cinema que han sido desarrolladas bajo la fórmula del *remake* en el último lustro (2017-2021). En concreto, las producciones estudiadas son *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia, 2017), *Lo dejo cuando quiera* (Carlos Therón, 2019), *Si yo fuera rico* (Álvaro Fernández Armero, 2019) y *Operación Camarón* (Carlos Therón, 2021). Los resultados hallados reflejan un mayor éxito de los *remakes* de Telecinco Cinema en las salas españolas que el de sus obras de origen, así como una preferencia por la adaptación de comedias procedentes, principalmente, de Italia.

Palabras clave: *remake*, Telecinco Cinema, producción cinematográfica.

Abstract:

The production of remakes is a transnational practice especially present in North American and European cinematographies. The acquisition of rights to adapt a film from one domestic market to another infers a special interest for studies of both multicultural representation and international production flows. This research explores from an industrial perspective the films participated by the Telecinco Cinema production company developed under the remake formula in the last five years (2017-2021). Specifically, the productions studied are *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia, 2017), *Lo dejo cuando quiera* (Carlos Therón, 2019), *Si yo fuera rico* (Álvaro Fernández Armero, 2019) and *Operación Camarón* (Carlos Therón, 2021). The results found reflect a greater success of the Telecinco Cinema remakes in Spanish theaters than that of their original works in their domestic markets, as well as a preference for the adaptation of comedies from mainly Italy.

Keywords: remake, Telecinco Cinema, film production.

1. INTRODUCCIÓN

Los *remakes* cinematográficos son prácticas comerciales y económicas de las que el cine norteamericano se ha servido desde sus inicios, presididas fundamentalmente por la

idea de “reaprovechamiento y reciclaje de materiales narrativos” (Cascajosa, 2005). En la actualidad, las películas basadas en otras producidas con anterioridad se erigen como un fenómeno en constante expansión, en tanto en cuanto están consideradas como productos industriales que proveen al sector de modelos replicables (Verevis, 2006). Por tanto, estas prácticas facilitan la conformación de producciones cuya flexibilidad y (ex)portabilidad las caracteriza por mantener una extensa vida comercial, asegurando en cierto modo su circulación masiva y reduciéndose notablemente el alto nivel de incertidumbre económica intrínseco a toda obra audiovisual con respecto a la reacción de los diferentes públicos (Matamoros, 2009). Además, si bien los *remakes* han permanecido presentes desde los inicios del medio cinematográfico, su actual inserción en diferentes conglomerados mediáticos de carácter transnacional y el auge de potentes franquicias transmediáticas distancian este fenómeno de sus precedentes históricos, provocando una singular dependencia de la industria con respecto a estos productos, especialmente en el contexto norteamericano (Herbert, 2018).

Alternativamente, autores como Fernández Labayen y Martín Morán (2017) se han encargado de explorar las lógicas de las dinámicas industriales regidas por los *remakes* cinematográficos producidos en España, poniendo el foco de atención en las estrategias de conformación, producción y comercialización de estos productos en el contexto nacional. Todo ello, a efectos de describir un modelo transnacional de circulación de este tipo de contenidos al margen del estadounidense, que tome en consideración los flujos industriales europeos. La presente investigación se adscribe a esta línea y pretende estudiar a un nivel descriptivo las estrategias de producción de *remakes* puestas en marcha por la empresa productora Telecinco Cinema, división cinematográfica del grupo de comunicación Mediaset España. La selección de esta entidad para el análisis responde a las propias singularidades industriales del sector cinematográfico español, en el cual los operadores de televisión se postulan como un elemento central, responsables de los mayores éxitos en taquilla (Riambau y Torreiro, 2008; Ciller y Palacio, 2016; Ibáñez, 2016).

Por tanto, este estudio prevé explorar y evaluar, desde el prisma industrial, las estrategias de producción de *remakes*, con el fin de detectar patrones que permitan dar cuenta de

las fórmulas adoptadas en el cine español de carácter más comercial. Esta no es una cuestión baladí, ya que las producciones agrupadas en el marco de las relaciones cine-televisión son las responsables de los mayores rendimientos económicos en el conjunto de la cinematografía española, tanto en la taquilla española como en los mercados foráneos, tal y como puede observarse en los recientes informes realizados por García Santamaría y López Villanueva (2019), y por Carrillo y Cascajosa para DAMA (2021).

Además, existe un factor más que justifica el interés por el objeto de estudio propuesto. Los *remakes* consisten, esencialmente, en operaciones económicas destinadas a minimizar los riesgos empresariales inherentes a la inversión en productos *sui generis*. Asimismo, la política de selección de proyectos cinematográficos de los operadores televisivos está subordinada a la búsqueda de la máxima rentabilidad económica, a través de películas de género diseñadas para ser estrenadas con éxito tanto en las salas de exhibición como en los propios canales de televisión, controlando estas entidades todos los eslabones de su cadena de comercialización (Rodríguez Ortega y Romero Santos, 2020). Estas lógicas comunes permiten hallar un terreno fértil de confluencia en el que resulta necesario detenerse para examinar de forma pormenorizada sus dinámicas particulares. Asimismo, se han seleccionado las producciones estrenadas en salas durante los últimos cinco años para ofrecer una muestra lo más amplia posible, al mismo tiempo que se pretende llevar a cabo una aproximación contemporánea a un fenómeno en constante transformación.

2. MARCO TEÓRICO

El fenómeno de los *remakes* cinematográficos ha sido analizado desde muy diversos prismas. Quaressima (2002) y Verevis (2006) hacían ya referencia a la elasticidad y complejidad del uso conceptual de este término. Este último estableció una taxonomía diversa que englobase todas las posibles aproximaciones. En su obra *Film remakes* (2006), clasificó esta operación en tres dimensiones: *remaking* como categoría industrial, textual y crítica (esta última destinada a la recepción institucional y de los diferentes públicos) (p. 7). A partir de esta perspectiva amplia, hoy es posible constatar que los estudios sobre *remakes* se han enarbolado alrededor de su multiplicidad de paradigmas. Autores como Cascajosa (2005) se han plegado a la comunicación

intercultural para referirse a las implicaciones de estas reformulaciones narrativas desde un punto de vista culturalista. Otros, como Park (2009) enfatizan en su definición como actividad eminentemente económica dirigida a la maximización de beneficios. Por otra parte, estas prácticas también permiten articular debates en torno a la nacionalidad de las obras cinematográficas (Berthier, 2007). En este caso, el análisis se centrará exclusivamente en los aspectos industriales y de producción.

Igual de pertinente resulta contextualizar e insertar el recorrido de los últimos *remakes* producidos por esta empresa productora en el marco específico de la industria cinematográfica española y sus particularidades. Esteve Rimbau y Casimiro Torreiro (2008), en su obra enciclopédica *Productores en el cine español*, remarcan cómo la historia del sector en España se encuentra profundamente entrelazada con las diferentes medidas proteccionistas establecidas por el Estado en el ámbito cinematográfico, convirtiendo al cine español en una industria con “unos matices diferenciales que no son otros que la adaptación del modelo norteamericano a las peculiaridades de una industria precisamente amenazada por los tentáculos expansionistas de este modelo de referencia” (p. 11). En todo caso, son varios los autores que han realizado aproximaciones historiográficas a la producción audiovisual y cinematográfica en España centrándose en su dimensión de industria económica (Cuevas, 1976; Jacoste, 1996; Cabezón y Gómez Urdá, 1999; Álvarez Monzoncillo, 2002; Calvo Herrera, 2003; Marzal Felici y Gómez Tarín, 2009; Ciller y Palacio, 2016, entre otros).

La transformación fundamental que, con el tiempo, reconfiguraría de forma determinante el paisaje audiovisual español fue una de las transposiciones de la Directiva Europea de “Televisión Sin Fronteras” (97/36/CE), en el año 1999. A través de esta modificación legislativa, se imponía a los operadores de televisión la obligación de financiación del 5% de sus ingresos totales en la producción cinematográfica nacional y europea. Este nuevo marco normativo impulsó en las diferentes cadenas una serie de iniciativas que pretendían concentrar este requerimiento en divisiones cinematográficas con entidad propia, a partir de las cuales gestionar la producción y posterior proceso de comercialización de las películas (Palacio y Rodríguez Ortega, 2020). Las principales empresas de este tipo que se han desarrollado y consolidado durante los primeros años

2000 son las surgidas bajo los dos principales conglomerados mediáticos españoles (ambos integrados en grupos de mayor envergadura a nivel internacional): Atresmedia Cine y Telecinco Cinema, de Atresmedia Televisión y Mediaset España, respectivamente. En el caso de Telecinco Cinema, películas como *Alatriste* (Agustín Díaz Yanes, 2006), *El Laberinto del Fauno* (Guillermo del Toro, 2006) o *El orfanato* (Juan Antonio Bayona, 2007) han constituido importantes estrenos de la primera década del siglo XXI, éxitos que siguen un determinado patrón de producción y han permanecido en las primeras posiciones en términos de taquilla nacional, pero que también han acumulado importantes cifras en su recaudación mundial. Este último punto es especialmente clarificador, ya que Telecinco Cinema es la división cinematográfica procedente de un operador televisivo que ha participado en el mayor número de películas españolas que se encuentran entre las propuestas más exitosas del cine español en las salas de exhibición extranjeras. Según Box Office Mojo, obras como *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro, 2006), *El orfanato* (Juan Antonio Bayona, 2008) o *Lo imposible* (Juan Antonio Bayona) ostentan potentes cifras de taquilla mundial, con recaudaciones de 83, 78, y 198 millones de dólares respectivamente. Un dato que la coloca en una posición importante dentro del *ranking* de las veinte películas españolas más vistas de la historia (García Santamaría y López Villanueva, 2019, p. 226).

En todo caso, Ciller y Palacio (2016) continúan refiriéndose a la producción audiovisual en España desde una perspectiva amplia, matizando la diversidad de propuestas que surgen de un entramado industrial determinado por la diferente naturaleza de los soportes económicos y empresariales: “desde productoras independientes de pequeña dimensión hasta productoras o divisiones de producción dependientes de operadores de televisión” (2016, p. 10). No obstante, los agentes productores conformados por divisiones de las principales televisiones privadas acusan una especial relevancia. Estas empresas con gran capitalización y solvencia financiera han actuado como factores transformadores decisivos del modelo económico de producción, provocando una absoluta dependencia de los productores independientes hacia ellas, y otorgando una posición preeminente a la figura del productor ejecutivo (Ciller y Palacio, 2016, p. 22). Rimbau y Torreiro ya conjugan su creciente relevancia durante las últimas décadas, como responsable último del control y las decisiones que tienen que ver con la

dimensión presupuestaria de los proyectos, delegando el día a día del rodaje sobre los directores y jefes de producción (2008, p. 13). Asimismo, queda puesto de manifiesto el modo en que esta figura privilegiada en el organigrama de producción deriva en parte del desembarco en el sector de grandes conglomerados con intereses prioritarios en el mercado televisivo y con una estructura de mandos que hace del productor ejecutivo más un empleado del grupo que un auténtico accionista (2008, p. 13).

Por su parte, José Vicente García Santamaría y Javier López Villanueva (2019) argumentan que las cadenas de televisión mantienen el primer puesto como productoras cinematográficas, “quedándose así con los derechos de esa ventana y, de forma creciente con los derechos de todas las ventanas, desplazando claramente de esta posición a los productores tradicionales” (p. 221). Los estudios económicos más actuales con relación a esta cuestión, tomando como referencia el realizado por Pérez Rufí y Castro Higuera (2020), se encargan de establecer un patrón de mercado en el que el éxito comercial de las películas es cada vez más dependiente de las empresas participantes en su producción, y por tanto el rendimiento comercial está supeditado a factores de carácter más estructural que coyuntural. Sus conclusiones tras el análisis del contexto de producción de las películas estrenadas durante el periodo 2016-2018 refuerzan la tesis de que las mayores recaudaciones en taquilla reproducen sistemáticamente las siguientes particularidades: están concentradas en un número mínimo de productoras, pertenecen a largometrajes en los que existe una intervención fundamental de las grandes cadenas de televisión pertenecientes a los principales grupos mediáticos españoles como instancias coproductoras, y están distribuidas por la estructura oligopólica de filiales pertenecientes a las *majors* norteamericanas (2020, pp. 179-180). Por otro lado, un hallazgo importante del estudio remarca que, pese a que los canales de televisión lideran el mercado, la entidad empresarial más beneficiada económicamente en el actual entramado, promovida desde el propio Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), es la Agrupación de Interés Económico (AIE). La constitución de una AIE supone importantes incentivos fiscales previstos por la normativa vigente para el proyecto, así como una cierta flexibilidad para asociarse con otras productoras de mayor envergadura (*Íbidem*).

Mediaset España y Atresmedia Televisión han optado por mantener una intervención anual estable, participando sus productoras en la financiación de diez a veinte rodajes (García Santamaría y López Villanueva, 2019, p. 224). Sus fortalezas sobre las productoras independientes estriban en su potente músculo financiero, una cultura empresarial enfocada en las fórmulas de internacionalizar sus productos de manera exitosa y una fuerte maquinaria de producción cruzada de películas (2019, p. 230). En el caso concreto de Telecinco Cinema, durante el periodo 2015-2018 se ha caracterizado por ostentar la participación mayoritaria en términos de financiación, llegando en algunos casos a cubrir hasta el 60% del proyecto, y manteniendo en gran medida la fórmula de coproducción con productores independientes, a partir del reparto de los porcentajes de participación en los proyectos (2019, p. 231). Pérez Rufí (2020) destaca, asimismo, la manera en que la revolución digital y el periodo de crisis económica global a partir del año 2008 han modificado los procesos de producción y sus estructuras, así como los hábitos de consumo de las audiencias (p. 33). Todos estos factores circunstanciales han dado como resultado “la concentración en la propiedad de los medios y el aumento de la dependencia de los grandes consorcios mediáticos internacionales, en cuyas estructuras terminan por integrarse de un modo u otro los principales medios de comunicación españoles” (p. 34).

En definitiva, la estructura del actual sistema audiovisual aplicada a la especificidad de la industria cinematográfica española confirma los postulados de los estudios anteriores, que se resumen en los siguientes ejes: una producción cinematográfica marcada por la concentración de las películas de mayor éxito en un bajo número de productoras y su dependencia a los principales grupos de comunicación, una distribución oligopólica donde siete filiales de los grandes estudios de Hollywood acumulan el 80% del total de la recaudación en taquilla, y una exhibición en la que las salas de cine han dejado de ser la única salida al mercado de las películas para convertirse en una opción entre muchas, popularizándose cada vez más la venta de los derechos de emisión a las plataformas VOD (Pérez Rufí y Castro Higuera, 2020; Pérez Rufí, 2020, pp. 38-39).

3. METODOLOGÍA

El objetivo general de la investigación consiste en llevar a cabo un análisis exploratorio y descriptivo de los procesos comerciales, económicos e industriales de conformación de *remakes* cinematográficos llevados a cabo por la empresa productora Telecinco Cinema. Por ello, la propuesta metodológica central escogida se trata del procedimiento cualitativo consistente en el estudio de caso. Para ello, en primer lugar, se ha realizado un recorrido por los datos cuantitativos de las obras originales, correspondientes al número de espectadores nacionales y comunitarios. De forma complementaria y específica, se pretende del mismo modo evaluar la eficacia de las estrategias adoptadas en términos de recepción dentro del circuito de las salas de exhibición españolas.

Se consideran válidas las producciones de los últimos cinco años, a efectos de ofrecer una perspectiva contemporánea de esta práctica comercial. El punto de partida, además, se sitúa en el año 2017, fecha en la que Telecinco Cinema participa en la producción de *Perfectos desconocidos*, de Álex de la Iglesia. Esta resultó ser la décima película española más taquillera de la historia (Lancelot Digital, 2021). Teniendo en cuenta esta periodización, se establece un *corpus* de cuatro películas, finalizando el recorrido en la recientemente estrenada *Operación Camarón* (Carlos Therón, 2021). En concreto, los indicadores que se han evaluado de estas producciones han sido: a. Obra original, b. Producción y distribución del *remake* y c. Taquilla del *remake*. Para contrastar los diferentes datos sobre la producción y resultados en salas, se han consultado distintas fuentes secundarias. Los indicadores cuantitativos sobre el número de espectadores en España y los equipos técnicos han sido extraídos de la base de datos de películas calificadas del ICAA. Con el objetivo de evitar distorsiones en las cifras, únicamente se utilizarán a nivel comparativo los datos correspondientes al número de espectadores en salas durante la fecha de estreno, disponibles en los diferentes anuarios de cine publicados por esta misma institución. Para confirmar los indicadores de producción se ha llevado a cabo, además, una revisión filmográfica pormenorizada de las películas que forman parte de la muestra. Por su parte, los espectadores de las obras originales se han obtenido a través de la consulta de la base de datos LUMIERE, perteneciente al Observatorio Europeo del Audiovisual.

4. RESULTADOS

Durante el periodo 2017-2021, Telecinco Cinema ha participado en la producción de 15 películas estrenadas en las salas de exhibición españolas. De ellas, únicamente cuatro consisten en *remakes* (un 20% del total): *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia, 2017), *Lo dejo cuando quiera* (Carlos Therón, 2019), *Si yo fuera rico* (Álvaro Fernández Armero, 2019) y *Operación Camarón* (Carlos Therón, 2021). Respectivamente, sus homólogas originales son *Song 'e Napule* (Antonio Manetti, 2014), *¡Ah! Si j'étais riche* (Gérard Bitton & Michel Munz, 2002), *Smetto quando voglio* (Sydney Sibilia, 2014) y *Perfetti sconosciuti* (Paolo Genovese, 2016). Por tanto, si bien esta división cinematográfica contempla entre sus estrategias de producción la participación en adaptaciones de este tipo, esta práctica no ha resultado en ningún caso generalizada durante los últimos cinco años.

4.1. PROCEDENCIA ORIGINAL

Se ha procedido, en una primera instancia, a detectar las obras originales a partir de las cuales se conforman los *remakes*, con el fin de trazar el patrón de selección llevado a cabo por la productora. Uno de los resultados más reseñables, en este sentido, es que las obras originales objeto de adaptación son películas europeas, principalmente de origen italiano (tres de ellas comparten esa nacionalidad). En esta primera panorámica ya resulta posible sostener la presencia de unas dinámicas industriales transnacionales de carácter europeo en las operaciones de esta entidad, paralelas al eje norteamericano. Además, todos los largometrajes se adscriben al género de la comedia. Se debe matizar, en este sentido, que el flujo de compraventa de derechos presente en Europa a través del cual nacen los *remakes* responde, en cierta medida, a la configuración del complejo entramado de los agentes de ventas analizado de manera pormenorizada por Fernández Labayen y Martín Morán (2017).

Tabla 1. Relación de películas originales y sus espectadores domésticos y comunitarios.

<i>Remake</i>	<i>Original</i>	<i>País de origen</i>	<i>Espectadores nacionales original</i>	<i>Espectadores Europa original</i>
<i>Operación Camarón</i> (2021)	<i>Song 'e Napule</i> (2014)	Italia	136.009	0
<i>Si yo fuera rico</i> (2019)	<i>Ah! si j'étais riche</i> (2002)	Francia	1.133.416	97.961
<i>Lo dejo cuando quiera</i> (2019)	<i>Smetto quando voglio</i> (2014)	Italia	671.370	25.433
<i>Perfectos desconocidos</i> (2017)	<i>Perfetti sconosciuti</i> (2016)	Italia	2.722.671	688.179

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la base de datos LUMIERE

A partir del número de espectadores obtenido para estas obras, resulta riguroso hacer referencia a que no se puede establecer un criterio de selección de proyectos basado eminentemente en el rendimiento económico de las producciones originales. Aunque *Ah! si j'étais riche* y *Perfetti sconosciuti* superaron el millón de espectadores domésticos, los otros dos filmes estudiados se sitúan considerablemente por debajo de esta cantidad. El éxito de *Smetto quando voglio* resulta mucho más matizado, y las cifras de la taquilla para *Song 'e Napule* son bastante discretas.

Lo mismo ocurre con la circulación transnacional de estas obras. Solamente una de ellas ha sido estrenada en España (además de en otros 6 países europeos), *Ah! si j'étais riche*. Concretamente, fue en el año 2004, de la mano de la distribuidora independiente Filmox. No obstante, sus cifras totales de espectadores europeos no superan los 100.000. *Smetto quando voglio* acumula unos valores ligeramente superiores a los 25.000, habiéndose proyectado en 7 mercados foráneos. *Perfetti sconosciuti*, por su parte, es la película del *corpus* con mayor recorrido, llegando a las salas de 22 países comunitarios con un rendimiento agregado de más de medio millón de espectadores. Por el contrario, según los datos disponibles, *Song 'e Napule* no ha contado con ningún tipo de distribución internacional.

En conclusión, las dispares cifras extraídas tampoco permiten trazar un baremo económico de adquisición de títulos para adaptación. Lo relevante y común para todos

los *remakes* producidos por Telecinco Cinema en los últimos cinco años, sin embargo, es que a la hora de llevar a cabo estas operaciones enfocan la adquisición de derechos pertenecientes a comedias originales del entorno europeo.

4.2. PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

Con respecto a las estrategias de producción y distribución de los *remakes* cinematográficos participados por Telecinco Cinema, se enfatizarán determinadas singularidades que distancian estas propuestas de las fórmulas generales empleadas por esta empresa productora.

Tabla 2. Relación de empresas productoras y porcentaje de participación.

<i>Película</i>	Fecha de estreno	Empresas productoras
<i>Operación Camarón</i>	2021	LA PEPA LA PELÍCULA AIE (89%) / LA PEPA, PC (1%) / T5 CINEMA (10%)
<i>Si yo fuera rico</i>	2019	SI YO FUERA, AIE (89,5%) / THINK STUDIO (0,25%) / PC CIUDADANO CISKUL (0,25%) / T5 CINEMA (10%)
<i>Lo dejo cuando quiera</i>	2019	MOD PICTURES (85%) / MOD PRODUCCIONES (5%) / T5 CINEMA (10%)
<i>Perfectos desconocidos</i>	2017	PERFECTOS DESCONOCIDOS, AIE (89%) / NADIE ES PERFECTO PC (0,5%) / POKEEPSIE FILMS (0,5%) / T5 CINEMA (10%)

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de películas calificadas del ICAA

En primer lugar, cabe destacar que el porcentaje de inversión de Telecinco Cinema se mantiene constante en todas las producciones, con un nivel de participación estable del 10%. Estos datos contrastan con la fórmula mayoritariamente empleada, pues tal y como se ha mencionado en el marco teórico, durante los últimos años se ha caracterizado por ostentar la participación mayoritaria de los proyectos en términos de financiación, con cuotas que en algunos casos llegaban al 60% (García Santamaría y López Villanueva, 2019, p. 231). Por otro lado, resulta igualmente remarcable en tres de las cuatro películas la figura de la Agrupación de Interés Económico (AIE), en la que el operador televisivo podría tener una participación de capital importante. En cualquier caso, la estrategia continuaría difiriendo de la implementada de manera más generalizada por esta entidad, cuyas cuotas de participación como empresa productora acostumbran a mantenerse en porcentaje más elevados.

En *Operación Camarón*, *Si yo fuera rico* y *Perfectos desconocidos*, esta entidad aglutina prácticamente 90% de la participación y titularidad de los proyectos. Se refrenda también, en este caso, la vigencia de los postulados de Pérez Rufí y Castro Higuera (2020), en tanto en cuanto las producciones cinematográficas tienen una importante dependencia con respecto a los operadores de televisión, pero la AIE es la entidad más beneficiada económicamente del actual entramado industrial y medidas de fomento a la cinematografía previstas por el ICAA. Es por ello por lo que se encuentra presente en todos los proyectos que forman parte del *corpus* de manera determinante, conjugándose en última instancia una fórmula mixta entre la participación minoritaria de Telecinco Cinema, la involucración de una productora independiente (MOD Producciones, Pepa Films, Nadie es perfecto, etc.) y la concentración de capital procedente de una AIE creada *ad hoc* entre los diferentes agentes implicados.

En todo caso, en los organigramas de producción si es posible observar una presencia importante de personalidades vinculadas a la filial de Mediaset. En todas ellas, los directivos de la entidad Álvaro Agustín y Ghislaín Barrois figuran como productores. La producción delegada de *Lo dejo cuando quiera* y *Si yo fuera rico* corresponde a Jorge Tuca y Mónica Iturriaga, empleados de esta productora. Esta última, además, también se encarga de la producción ejecutiva de *Operación Camarón*. Jorge Tuca, por su parte, permanece como delegado de producción en todas las películas del *corpus*. En síntesis, pese a el bajo porcentaje de implicación reseñado, los altos mandos de producción y los jefes de equipo están determinados por la nómina de productores de Telecinco Cinema.

Esta apreciación resulta fundamental, a su vez, para la correcta comprensión de sus estrategias, ya que una de las características del sistema de producción actual es la aparición y desarrollo paulatino de la figura del productor delegado cuando se trata de coproducciones con terceros países o, en especial, con las divisiones de producción procedentes los operadores televisivos (Riambau y Torreiro, 2008, p.13). Su función principal se materializa en la ejecución de las labores correspondientes a la coordinación y llegada a buen puerto de los pactos económicos y logísticos diseñados durante las diferentes negociaciones con el productor ejecutivo, en su mayoría acerca de cuestiones como el establecimiento de las diferentes partidas presupuestarias, la conceptualización

del plan de rodaje o la planificación de la ejecución de gasto (*íbidem*). Por lo tanto, si se ha constatado que el productor ejecutivo en el caso de la película más reciente procede de Telecinco, el dominio sobre el desarrollo y ejecución del proyecto en todas las fases del proceso de conformación de los *remakes* resulta ser bastante notable.

Tabla 3. Relación de empresas distribuidoras de los *remakes* estudiados.

<i>Película</i>	Fecha de estreno	Distribución
<i>Operación Camarón</i>	2021	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA / Ventas internacionales: FILMAX
<i>Si yo fuera rico</i>	2019	PARAMOUNT SPAIN / Ventas internacionales: FILMAX
<i>Lo dejo cuando quiera</i>	2019	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA / Ventas internacionales: FILMAX
<i>Perfectos desconocidos</i>	2017	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN / Ventas internacionales: FILM FACTORY ENTERTAINMENT

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de películas calificadas del ICAA

Las estrategias de distribución de estos *remakes* ponen de manifiesto dos cuestiones: una vez más, se revalida la hegemonía oligopólica de las distribuidoras pertenecientes a las *majors* norteamericanas enunciada por varios autores anteriormente (Camba Constenla, 2002; Pérez Rufí y Castro Higuera, 2020). Por otra parte, se debe hacer énfasis en la voluntad exportadora de estas adaptaciones, pues todas ellas cuentan con agentes de ventas internacionales, resaltando de nuevo la presencia de Filmax.

4.3. EXHIBICIÓN Y TAQUILLA ESPAÑOLA.

Tabla 4. Relación de espectadores durante las fechas de estreno en España.

<i>Película</i>	Fecha de estreno	Espectadores fecha de estreno en España
<i>Operación Camarón</i>	2021	513.153
<i>Si yo fuera rico</i>	2019	1.767.740
<i>Lo dejo cuando quiera</i>	2019	1.838.819
<i>Perfectos desconocidos</i>	2017	3.220.506

Fuente: Elaboración propia a partir de los anuarios de cine del ICAA

A la vista de las cifras correspondientes a la taquilla de los *remakes* cinematográficos de Telecinco Cinema durante su fecha de estreno en las salas españolas, se revelan rendimientos en todo momento superiores a los obtenidos por las obras originales en sus países de origen, por encima del medio millón de espectadores en todos los casos. No obstante, los datos extraídos muestran también una dispersión considerable, desde los 513.153 registrados para *Operación Camarón* hasta el que supone el mayor hito del periodo, *Perfectos desconocidos*, que supera los 3 millones de espectadores. Por su parte, *Si yo fuera rico* y *Lo dejo cuando quiera*, ambas películas estrenadas durante el año 2019, mantienen rendimientos en salas muy similares, sobrepasando en todo caso los 1,5 millones de asistentes. Cabe destacar que estos resultados permiten una perspectiva válida para medir la aceptación de las propuestas entre el público, pero en ningún caso única ni totalizadora, en la medida en que factores que exceden los objetivos de esta investigación como los diferentes contextos sociales inciden notablemente en las formas de consumo cultural cinematográfico.

De la misma forma, pese a la modificación en los patrones de consumo motivada por el advenimiento de las plataformas y la pandemia ocasionada por la COVID-19, estas cifras continúan vigentes para realizar una aproximación a la aceptación de estas propuestas por parte del público. Asimismo, existe una correlación (aunque no implique necesariamente causalidad) entre la película del *corpus* menos vista y su correspondiente obra original: se trata de *Operación Camarón* (513.153), adaptación de la comedia italiana *Song 'e Napule* (136.009).

5. CONCLUSIONES

Los principales resultados del trabajo realizado permiten extraer una serie de conclusiones con respecto a la exploración que se ha pretendido realizar sobre el proceso de conformación de los *remakes* cinematográficos participados por Telecinco Cinema. Por un lado, pese al componente de aleatoriedad en la selección de obras originales (pues no siempre estas se corresponden con grandes éxitos en sus países de origen), en todos los casos constituyen adaptaciones de películas europeas, lo cual permite rastrear e insistir en un flujo industrial transnacional a escala europea. Además, todas ellas comparten el género de comedia.

En otros términos, las operaciones comerciales de adaptación articuladas en el contexto español se impregnan de las lógicas del sector cinematográfico en el que se insertan, motivo por el cual los proyectos de *remakes* resultantes guardan una serie de características. Se ha podido validar, por tanto, una participación estable del 10% por parte de este operador de televisión (porcentaje considerablemente menor a los habituales en su fórmula de coproducción). Esta excepcionalidad ha contrastado con los organigramas de los altos mandos de producción, que por su composición dota a Telecinco Cinema de un alto grado de dominio decisorio en la mayor parte de aspectos comerciales y económicos del desarrollo del proyecto (especialmente paradigmáticas han resultado, respecto a esta cuestión, las figuras presentes en la producción delegada y ejecutiva).

Por último, a partir de los datos sobre el rendimiento en la taquilla española de estas propuestas y la comparación con sus respectivas obras originales, se ha podido observar que, pese a la dispersión de cifras, la totalidad los *remakes* cinematográficos participados por Telecinco Cinema han tenido un mejor funcionamiento en el mercado español que las producciones objeto de adaptación en sus países de procedencia. Asimismo, todos ellos se han mantenido por encima de los 500.000 espectadores, destacando el hito de *Perfectos desconocidos*, que superó los 3 millones. Una futura línea de investigación complementaria que excede los objetivos exploratorios y descriptivos del presente estudio consistiría en trazar el recorrido transnacional de los *remakes* españoles, así como las adaptaciones surgidas a partir de estas obras. De este modo, se podría diseñar un mapa completo acerca de la circulación y reciclaje de estos materiales por parte de los distintos mercados foráneos. La investigación realizada sí que permite concluir, no obstante, que las dinámicas industriales transnacionales de carácter europeo llevadas a cabo por Telecinco Cinema en el periodo 2017-2021 generan productos con una considerable aceptación entre los públicos, al mismo tiempo que cumplen su función comercial de maximizar los beneficios reduciendo los riesgos e incertidumbres empresariales.

6. AGRADECIMIENTOS

Esta publicación es parte del proyecto de I+D+i “Cine y televisión en España en la era del cambio digital y la globalización (1993-2008): identidades, consumo y formas de

producción” PID2019-106459GB-I00. Concesión/periodo: 2020-2023. Entidad Financiadora: Agencia Estatal de Investigación MCIN/AEI/10.13039/501100011033.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez Monzoncillo, J. M. (2002). La producción cinematográfica española de 2001. *Revista del cine español*, 31, 150-199.

Berthier, N. (2007). Cine y nacionalidad: el caso del remake. En B. Pohl y J. Türschmann (eds.), *Miradas globales* (pp. 337-346). Vervuert Verlagsgesellschaft.

Cabezón, L. A. y Gómez Urdá, F. (1999). *La producción cinematográfica*. Cátedra.

Calvo Herrera, C. (2003). *La empresa de cine en España*. Ediciones del Laberinto.

Camba Constenla, C. (2002). La reforma de la legislación cinematográfica: la Ley 15/2001, de 9 de julio, de Fomento y Promoción de la Cinematografía y el Sector Audiovisual. *Revista de administración pública*, 157, 367-392.

Cascajosa, C. (2005). El remake cinematográfico y la comunicación intercultural. *Razón y palabra*, 44.

Cascajosa, C. (2006). *El espejo deformado: versiones, secuelas y adaptaciones en Hollywood*. Sevilla: Secretariado de publicaciones, Universidad de Sevilla.

Ciller, C. y Palacio, M. (2016). *Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales*. Madrid: Síntesis.

Cuevas, A. (1976). *Economía cinematográfica: La producción y el comercio de películas*. Autoeditado.

DAMA (2021). *Diversidad cultural en la creación audiovisual en España*. Recuperado de <https://bit.ly/3yvLx4J>

Fernández Labayen, M. y Martín Morán, A. (2017). Remakes transnacionales: dinámicas industriales y estéticas. *Remakes transnacionales: dinámicas industriales y estéticas*, 14, 59-73. <https://doi.org/10.14201/fjc2017145973>

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

Jacoste, J. G. (1996). *El productor cinematográfico*. Madrid: Síntesis.

Herbert, D. (2018). *Film Remakes and Franchises*. New Jersey: Rutgers University Press.

Ibáñez, J. C. (2016). *Cine, televisión y cambio social en España*. Madrid: Síntesis.

Lancelot Digital (19 de octubre de 2021). Las 10 películas españolas más taquilleras de todos los tiempos. *Lancelot Digital*. Recuperado de <https://bit.ly/3GLLy7I>

Marzal Felici, J. y Gómez Tarín, F.J. (eds.). (2009). *El productor y la producción en la industria cinematográfica*. Madrid: Editorial Complutense.

Matamoros, D. (2009). *Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.

Palacio, M. y Rodríguez Ortega, V. (eds.). (2020). *Cine y cultura popular en los 90: España – Latinoamérica*. Bern: Peter Lang.

Pérez Rufí, J. P. (2020). Estructura del mercado audiovisual en España; apuntes para una introducción. En A. Suing y V. Kneipp (orgs.) *Olhares sobre a imagem em movimento*. (pp. 33-59). Aveiro: Ria Editorial.

Pérez Rufí, J. P. y Castro Higuera, 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://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3>

Quaresima, L. (2002). Loving texts two at a time: the film remake. *Cinemas: Revue d'Études Cinématographiques*, 12(3), 73-84.

Park, M. (2009). Hollywood's Remake Practices under the Copyright Regime: French Films and Japa-nese Horror Films. En S. A. Lukas y J. Marmysz (eds.), *Fear, Cultural*

Anxiety, and Transfor-mation: Horror, Science Fiction, and Fantasy Films Remade (pp. 107-128). Lanham, MD: Lexington.

Riambau, E. y Torreiro, C. (2008). *Productores en el cine español: Estado, dependencias y mercado*. Cátedra/Filmoteca Española.

Rodríguez Ortega V. y Romero Santos R. (2020). Spanish Horror Film: Genre, Television and a New Model of Production. En I. Lewis y L. Canning (eds.), *European Cinema in the Twenty-First Century* (317-333). Palgrave Macmillan.

Verevis, C. (2006). *Film remakes*. Edinburgh University Press.