

# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“La industria cinematográfica en la era digital:  
SEMINCI y su impacto en Valladolid.”**

**JORGE NARGANES CARLÓN**

**FACULTAD DE COMERCIO  
VALLADOLID, SEPTIEMBRE DE 2023**

# **UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

## **GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2022/2023

### **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“La industria cinematográfica en la era digital: SEMINCI y su impacto en Valladolid.”**

**Trabajo presentado por: Jorge Narganes Carlón**

**Tutor: Dirk Paul Hofmann**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, 26 de septiembre de 2023

## 1 Índice

### 1.1 Índice de contenidos

1	Índice.....	3
1.1	Índice de contenidos.....	3
1.2	Índice de gráficos .....	3
1.3	Índice de ilustraciones .....	3
1.4	Índice de tablas .....	4
2	Resumen .....	5
3	Introducción y justificación de la investigación .....	5
4	Metodología.....	6
5	Desarrollo .....	7
5.1	Historia del cine .....	7
5.2	Los “enemigos” del cine: de la televisión a las plataformas de streaming .....	11
5.3	El cine en Valladolid: SEMINCI.....	13
a.	Historia de SEMINCI.....	13
b.	SEMINCI en cifras y vínculo con la ciudad .....	14
c.	La importancia de SEMINCI en la hostelería .....	26
d.	Futuro de la industria y SEMINCI.....	33
e.	Las redes sociales como una nueva forma de comunicar.....	36
f.	La Huelga del Sindicato de Guionistas de Estados Unidos, un nuevo problema para la industria cinematográfica .....	41
g.	Valladolid, ciudad de cine: Los Goya .....	43
6	Conclusiones .....	44
7	Bibliografía.....	46
8	Anexo .....	48

### 1.2 Índice de gráficos

Gráfico 1:	Número de películas proyectadas en las últimas 5 ediciones de SEMINCI.....	16
Gráfico 2:	Número de espectadores de SEMINCI en los últimos 5 años.....	19
Gráfico 3:	Número de viajeros que visitan la provincia de Valladolid durante el mes de octubre .....	27
Gráfico 4:	Número de pernoctaciones de los turistas durante el mes de octubre en la ciudad de Valladolid .....	28
Gráfico 5:	Número de viajeros que visitaron la ciudad de Valladolid durante el mes de octubre en los últimos 5 años.....	29
Gráfico 6:	Ocupación hotelera en la ciudad de Valladolid durante el mes de octubre .....	30
Gráfico 7:	Números totales y segregados de seguidores en las redes sociales de SEMINCI en los últimos 5 años.....	37

Gráfico 8: Número de viajeros mensuales que visitaron la ciudad de Valladolid en los últimos 5 años ..... 49

### 1.3 Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Escena de la película El Mago de Oz..... 9

Ilustración 2: El director canadiense Philippe Lasage levanta la Espiga de Oro tras ganar en la categoría de mejor largometraje de SEMINCI en el año 2018..... 22

### 1.4 Índice de tablas

Tabla 1: Resultados económicos en medios convencionales de SEMINCI en los últimos 5 años ..... 24

Tabla 2: Costes, ingresos y coste sobre el ingreso del guionizado de los programas televisivos en Estados Unidos y..... 42

## 2 Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado se centra en el estudio de la industria del cine en la ciudad de Valladolid, poniendo el foco en el festival de cine celebrado en la ciudad durante el mes de octubre SEMINCI.

En este estudio se analiza el crecimiento de la industria del cine y de SEMINCI en los últimos años, llevando a un análisis de la situación actual del festival en los últimos años. En este análisis se abordan materias como el crecimiento del festival en cuanto a películas, proyectos y espectadores, su impacto en la ciudad en otras industrias como la del turismo y el vínculo entre el festival y la ciudad. El objetivo de este análisis es el de demostrar la importancia que tiene SEMINCI dentro de la industria y dentro de la economía de la ciudad.

Además, se presentan diferentes problemas a los que SEMINCI y la industria del cine hacen frente en la actualidad como la digitalización, centrándose el estudio en las plataformas de streaming y el auge de las redes sociales, el relevo generacional y la desconexión del cine con un público más joven y la huelga de guionistas en Estados Unidos. También se aborda la celebración de los Premios Goya en la ciudad vallisoletana en su próxima edición en 2024.

## 3 Introducción y justificación de la investigación

El cine es percibido por muchos como una forma más de entretenimiento, pero la realidad es que el cine es mucho más que eso, es un arte dotado de fuerza cultural y social que influye y ha influido a lo largo de los años en nuestra sociedad de diversas maneras.

Es además un importante medio de comunicación con capacidad para abarcar al conjunto de la población mundial, dejando de lado barreras como la cultura, el idioma o el origen. El cine es universal, y esto le otorga un poder único para influir en diferentes personas sin importar qué perciban, piensen o sienten.

La importancia del cine en la sociedad actual puede verse reflejada en diferentes aspectos clave relativos a la creatividad, fomentando la misma, la crítica y el cambio social, narrando problemas sociales y concienciando al espectador, el desarrollo económico, teniendo un impacto directo e indirecto en la economía de un país o ciudad, el entretenimiento y el reflejo de la cultura, la historia y la sociedad, como método para narrar estos hechos a diferentes generaciones.

Para ello, el presente trabajo consta de la siguiente estructuración: en primer lugar, introducen fundamentos teóricos acerca del cine y la industria cinematográfica, presentando conceptos como los festivales de cine, las plataformas de *streaming* y las

salas de cine. A continuación, se presenta la evolución, a lo largo de los años, de los conceptos anteriormente mencionados y su situación en la actualidad, así como a su influencia en la sociedad actual, acotando esta influencia a la ciudad de Valladolid y poniendo el foco en el festival local de cine de autor “SEMINCI”.

Con este análisis se busca explicar la influencia y el poder que tiene el cine sobre la sociedad española, y de manera mucho más profunda en la sociedad vallisoletana, y exponer los problemas y cambios a los que hace frente en la actualidad la industria cinematográfica. En el estudio se analizan diferentes variables que se ven modificadas por la industria del cine y la existencia de “SEMINCI” a nivel nacional y, según lo indicado antes en Valladolid. Esas variables afectan a diferentes campos como el turismo y la educación en la provincia castellanoleonesa y tienen un impacto en la ciudad más allá del propio festival y su entorno.

Además, la industria del cine, en general, y los festivales de cine se enfrentan a una serie de retos en los últimos años, los cuales tienen severa importancia en la identidad de estos y, por ende, en SEMINCI.

La importancia de un evento como SEMINCI no sólo se observa dentro de la propia industria cinematográfica, sino que la propia existencia del festival supone un aumento del valor que ofrece una ciudad como Valladolid. Sin ser tan atractivo para el público general como puedan serlo otros eventos celebrados en Valladolid a lo largo del año como la Semana Santa, SEMINCI ofrece diferentes actividades y otros proyectos, no sólo durante la duración del festival sino a lo largo del año, que merecen ser puestos en valor ayudan a la ciudad a seguir creciendo.

Finalmente, se explican las conclusiones del estudio realizado y se exponen cuál podría ser la situación en los próximos años, cómo va a funcionar SEMINCI con el nuevo director, el auge de la tecnología, el crecimiento del festival y los retos a los que se enfrenta.

#### **4 Metodología**

Para la realización de este estudio, se ha realizado un análisis cuantitativo de diferentes variables. Entre las variables analizadas se encuentra el número de espectadores que acuden al festival año tras año, segregado por diferentes aspectos como la edad o el origen, acudiendo también espectadores otros países, el número de películas proyectadas y de categorías premiadas en el festival y el número de turistas que acuden a la ciudad vallisoletana, y también a su provincia, en el mes de octubre y otros datos relacionados como el número de pernoctaciones, la estancia media y el porcentaje de ocupación. También se analizan otras variables como el alcance en medios, tanto digitales

como tradicionales, y el retorno que supone o puede suponer el mismo. Todo ello se utiliza para explicar el impacto que tiene el festival dentro de la economía vallisoletana.

También se utiliza para este estudio la realización de varias entrevistas con personas relacionadas con la industria del cine, como en este caso es el director de SEMINCI José Luis Cienfuegos, quien aporta información sobre la realidad de SEMINCI y el vínculo que tiene con la ciudad y como seguir teniendo esa esencia que hace al festival único, los proyectos de futuro, los diferentes problemas a los que se enfrentan tanto SEMINCI como la industria del cine como pueden ser la digitalización y el relevo generacional y el reconocimiento al festival por su labor durante todas estas décadas con la celebración de los Premios Goya en Valladolid en el próximo año. También se presentan datos de otras entrevistas realizadas a personas que trabajan en la hostelería, siendo una de ellas una entrevista con uno de los hoteles de la ciudad, el Hotel Nexus – La Antigua, en la cual se presentan diferentes datos de ocupación durante la semana en la que se celebra SEMINCI, así como una opinión y un análisis sobre el impacto del festival en su día a día como hotel, en la ciudad y la oportunidad de los Goya. Además, también se cuenta con una breve opinión sobre el sector gastronómico de la ciudad, en este caso con el personal de un gastrobar localizado en el centro de la ciudad, que opina sobre la importancia de SEMINCI en el turismo gastronómico de la ciudad.

Para la presentación de otros puntos, se realiza un análisis cualitativo sobre los diferentes problemas a los que hacen frente la industria y SEMINCI, explicando cómo están actuando y cómo lo deberían hacer.

## **5 Desarrollo**

### **5.1 Historia del cine**

El cine es actualmente una de las manifestaciones más importantes e influyentes en el mundo del arte y de la cultura, afectando directamente a otros aspectos como el aspecto social y el económico.

¿Por qué el cine es hoy en día lo que es? ¿Cómo ha llegado hasta este punto? La respuesta a estas preguntas se encuentra en una historia de más de diez décadas en las que el cine se ha ido desarrollado y perfeccionado, pero también adaptado a los diferentes problemas y tiempos que han surgido, de los cuales hablaremos después.

Esta historia tiene su comienzo a finales de los mil ochocientos, en la década de los 90, cuando la compañía de Thomas Edison, Edison Company, desarrolló el kinetoscopio, invento que era capaz de transmitir imágenes en movimiento. Esta máquina comenzó a utilizarse en pequeñas salas acondicionadas y supuso un fracaso para Thomas Edison

pues quiso frenar la entrada del cine apostando por instrumentos individuales lo cual no funcionó bien ya que el cinematógrafo acabó entrando en Estados Unidos y rompió con el monopolio del kinetoscopio.

Un par de años después, en 1895, más concretamente el 28 de diciembre, los hermanos Lumière proyectaron la primera película de la historia “La Sortie de l'Usine Lumière à Lyon” (Salida de los obreros de la fábrica Lumière en castellano) en el Salón Indio del Gran Café de París, utilizando un cinematógrafo, una máquina compuesta por una cámara y un proyector. Tras ello, comenzó una guerra entre diferentes países (Alemania, Inglaterra, Francia y los Estados Unidos) clamando la patente de estas máquinas para proyectar cine.

Otro de los pioneros en la producción del cine fue George Méliès, un parisino que es acuñado como uno de los pioneros y el primer director en producir cine fantástico. George acudió a los hermanos Lumière para comprarles el cinematógrafo, a lo que estos se negaron. Fue entonces cuando George viajó a Inglaterra, donde compró una cámara, adquiriendo la película para la misma a la empresa estadounidense Kodak. Su primera película se proyectó en 1896, *El escamoteo de una dama*. Tras ello, el director parisino montó un estudio cinematográfico cerca de París, en el que se rodaron casi 500 películas.

Al principio, las películas tenían una duración muy breve, de apenas unos minutos. Éstas se rodaban en salas de baile, de ferias y otros lugares en los que se pudiese montar el equipo de estas máquinas.

Además de su breve duración, las primeras películas también se caracterizan por estar producidas en blanco y negro y ser mudas, aunque generalmente se les acompañaba con música.

Con el paso del tiempo, la tecnología fue avanzando y más fueron los países que decidieron comenzar a introducirse en la industria del cine, estableciéndose así diferentes industrias del cine nacional. En Europa, Rusia y Escandinavia eran las industrias dominantes y Estados Unidos aún no había penetrado tanto en el continente.

El cine evolucionó de meras escenas cotidianas a producciones más extensas basadas en el *storytelling* y en la narración historias.

Fue entonces cuando la industria comenzó a crecer de manera más exponencial, ya que empezaron a comercializarse las películas y la industria del cine comenzó a impactar también en el ámbito económico, invirtiendo las ganancias de las entradas para ver las películas en una mejor producción, distribución y proyección, dando lugar a los que hoy en día siguen existiendo estudios cinematográficos.



Como cualquier otro producto nuevo, sus primeras décadas se caracterizan por un grandísimo crecimiento, gracias a su desarrollo y a los avances tecnológicos, y a su consolidación como industria.

Uno de los cambios más notorios en el cine fue la llegada de las primeras películas de color, a principios del pasado siglo. Una de las primeras películas, o mejor dicho documentales, que se conoce con el uso de Kinemacolor, la primera tecnología de imágenes a color fue *The Delhi Durbar*, la cual fue estrenada en el año 1912. De Kinemacolor se pasa a Technicolor, una tecnología más desarrollada y con un mayor coste que comenzó a utilizarse de manera más regular en la década de los treinta, en películas como las aclamadas *El Mago de Oz* y *Lo que el viento se llevó*, ambas estrenadas en 1939. En esta época cuando aparecieron estudios como Paramount Pictures, fundado en 1912.

*Ilustración 1: Escena de la película El Mago de Oz*



(American Society of Cinematographers, 2018)

Además de la incorporación del color a las películas, otra de las mejoras que sufrió el cine con el paso de los años y que supuso un mayor éxito y un crecimiento en la industria fue la incorporación del sonido, no sólo a través de música, sino también de diálogos, sonido ambiente, etc. La primera película en la que se añadió sonido fue *The Jazz Singer*, un musical que fue estrenado en 1927, grabando las diferentes canciones y los diálogos de los protagonistas. Este cambio supuso el fin de la era del llamado cine mudo y un avance hacia un cine más vivo y pulido al que se uniría, más tarde, el color. Durante estos años, nacieron estudios conocidos mundialmente en la actualidad como Warner Bros Studios, fundado en 1923 por los hermanos Harry, Albert, Sam y Jack Warner, y MGM, o Metro-Goldwyn-Mayer Studios, fundado en el mismo año y otros también como Columbia, 20th Century Studios y Universal.

Con todos estos avances y el consiguiente crecimiento de la industria, el cine fue alcanzando épocas mejores y es en las décadas de los treinta y los cuarenta cuando alcanza la denominada Época Dorada de Hollywood, gracias a la acogida de la industria

americana en dicho lugar. Poco a poco el cine se fue convirtiendo en la principal forma de entretenimiento de la gente, que acudía a las salas de cine incluso varias veces por semana. Con la construcción de las diferentes salas de cine, cafés y otros auditorios, la capacidad de gente que podía estar visualizando una película en un mismo lugar creció y con ello el número de espectadores totales.

La Época Dorada de Hollywood comenzó con el uso del color en la película *The Jazz Singer*, y se extiende aproximadamente hasta unos años después del final de La Segunda Guerra Mundial, en el año 1948.

Durante esta época aparecen películas catalogadas como históricas y que casi todo el mundo ha visto y conoce en la actualidad con actores de renombre como Audrey Hepburn, Ingrid Bergman, Marilyn Monroe, James Dean, Paul Newman, Cary Grant y James Stewart entre muchos otros. Uno de los actores más destacados de este tiempo fue Humphrey Bogart, actor conocido por su versatilidad teniendo papeles en películas como *Casablanca*, *The Maltese Falcon* y *We're No Angels*.

A pesar del periodo de guerras y de entreguerras, la afluencia a las salas de cine fue creciendo exponencialmente y cabe destacar un año de Reino Unido en 1946, año en el que en dicho país se estableció el récord de personas que acudieron a las salas de cine, con un total de más de 1.6 billones de espectadores, aproximadamente 30 millones de espectadores semanalmente. El desarrollo de la industria, la tecnología y el cambio de hábitos a medida que se desarrollaba la sociedad, no sólo por el cine sino por otros factores externos como, por ejemplo, las guerras, cambió la forma de acudir a las salas de cine.

¿Qué llevó a esta época de oro a su fin? Pues fueron varios los motivos como el aumento de los costes, el crecimiento de la televisión y la llamada ley *Big 5*, en la que La Corte Suprema favoreció a los cinco grandes estudios (MGM, Warner Bros, 20th Century Fox, RKO y Paramount Pictures), convirtiendo la industria en un monopolio.

Pasada esta época tan fructífera para la industria del cine, el número de espectadores fue cayendo paulatinamente durante varias décadas a pesar de que el cine seguía creciendo como industria, con nuevas tecnologías y nuevos directores y actores. En 1984, el número de espectadores por semana en un país como Reino Unido que había logrado una cifra gigantesca décadas atrás era de tan sólo un millón de espectadores a la semana. La calidad mejoraba, pero los números no volvían a ser los de antes.

En las últimas décadas, el crecimiento del cine se ha debido principalmente al impacto de los cambios en el ámbito tecnológico. Los efectos especiales, introducidos ya en películas como *King Kong*, en 1976, y en sagas como Harry Potter, son partes de esos cambios tecnológicos. También se encuentran otros aspectos relacionados con la

proyección y la calidad de la imagen, la cual ha evolucionado mucho con el paso de los años y tecnologías como el 3D, en películas como *Avatar*.

Actualmente, la industria del cine se encuentra con diversos problemas y retos, como el de seguir creciendo en número de espectadores y en calidad de las proyecciones y si bien es cierto que podemos analizar cómo está cambiando el cine y hacia qué lugares se dirige, esto no se puede saber a ciencia cierta y con el paso de los tiempos iremos saliendo de dudas.

## 5.2 Los “enemigos” del cine: de la televisión a las plataformas de streaming

A lo largo de los años y de las décadas la industria del cine se ha enfrentado a diferentes problemas. Uno de ellos, como en el resto de los productos e industrias: la competencia.

Uno de los competidores más reconocidos del cine a lo largo de su historia es la televisión. La televisión, como entretenimiento, nace a principios del pasado siglo.

El desarrollo de la televisión comenzó a principios del pasado siglo, pero alcanzó un punto importante en la década de los cuarenta, coincidiendo con el fin del periodo de guerras y también el fin de la llamada Época Dorada de Hollywood.

La ventaja que suponía, y supone, la televisión frente al cine es la comodidad y también la accesibilidad, pues actualmente todo el mundo tiene un televisor en casa que le permite ver sus películas y series favoritas sin salir de casa y en el momento que quiera, aunque no siempre fue así ya que en sus inicios las televisiones no eran accesibles para todo el mundo.

La NBC fue pionera en la emisión de programas en televisiones, con programas más informativos, pero rápidamente se fueron desarrollando los primeros programas televisivos. Tras la Segunda Guerra Mundial, se produjo un boom en el mundo televisivo, dando lugar a una nueva era.

Los estudios de cine, como Paramount, vieron una nueva oportunidad con la televisión y fue por ello por lo que también comenzaron a producir programas televisivos como *Mary Kay* y *Johnny*, una de las primeras sitcoms.

El desarrollo del cine y de la televisión, en cuanto a tecnología, fue bastante paralelo pues avances como la emisión en color y con sonido fueron adaptados también por la televisión.

Con el paso del tiempo más y más familias fueron adquiriendo televisiones y el número de programas fue creciendo y aumentando su abanico de temas, desde sitcoms y

documentales hasta concursos televisivos. La tecnología fue desarrollándose y cada vez los televisores tenían mejor calidad, llegando al punto actual con pantallas de 4k y 8k, pantallas curvas, planas y con tecnología 3D.

Las televisiones supusieron también un avance para el cine, pues llegaron formatos como el VHS y los CD los cuales permitían ver películas en tu televisión, así como otros inventos posteriores como las memorias portátiles.

Todo ello, unido al boom del internet, hizo que la televisión y el cine dieran un paso más. Son muchos los canales y programas que se emiten en la actualidad, y se han ido emitiendo a lo largo de los años, pero estos obedecen a una programación fija, la cual desafió la tecnología con la posibilidad de ver tus series y programas favoritos, así como tus películas favoritas, en el momento que tú lo prefieras. Fue así como se llegó al mundo del streaming y posteriormente a las plataformas de streaming como Netflix, Apple TV, Prime Video y Disney, las cuales conocemos todos.

Las plataformas de streaming comenzaron su camino en el año 2005, cuando tres exempleados de PayPal crearon una plataforma para poder vídeos online. La ventaja que esto supuso es que no tenías que descargar nada, simplemente podrías verlo en directo. Fue entonces cuando se crearon plataformas como YouTube, en la cual a diario se comparten miles de vídeos de diferentes temáticas que se puede ver sin necesidad de pagar.

El éxito de YouTube supuso un cambio en la forma de consumir vídeos y no tardó mucho en llegar a la televisión y el cine. Se pasó de los conocidos videoclubs, en los que se alquilaban películas, a un modelo digitalizado del mismo, en el que se podían alquilar películas de manera online, sin necesidad de acudir a un videoclub.

En 2007, la compañía de Netflix lanzó su plataforma de streaming, permitiendo a los usuarios acceder a un catálogo de películas y series de manera online a cambio de una suscripción mensual, hecho que cambió todo.

Esta idea fue un éxito y hoy en día es el principal método de consumir películas y series ya que presenta ventajas respecto a las salas de cine, como la posibilidad de verlo desde tu casa y que veas más películas y series por un menor precio que el de una entrada de cine y la comodidad de verlo a demanda. Es por ello por los que festivales como SEMINCI, del que hablaremos después, han utilizado plataformas de streaming para potenciar su festival, en este caso FILMIN, y directores como Martin Scorsese han utilizado estas plataformas para estrenar sus películas.

Hoy en día las plataformas de streaming son un éxito global y todos las conocemos e incluso utilizamos. Es también uno de los problemas a los que se enfrenta el “cine tradicional”, pero al mismo tiempo también es un motor que propulsa al cine ofreciéndole un mayor alcance y altavoz.

### 5.3 El cine en Valladolid: SEMINCI

#### a. Historia de SEMINCI

La SEMINCI, también conocida como Semana Internacional del Cine, es un festival de cine que tiene lugar en la ciudad castellanoleonesa de Valladolid a finales del mes de octubre. La SEMINCI, cuya primera edición se celebró en el año 1956, es en la actualidad uno de los festivales de cine más importantes del país, así como el festival de cine de autor más importante al que cada año acuden decenas de miles de espectadores para disfrutar de una amplia selección de cortometrajes y largometrajes, así como para ver a estrellas de renombre, tanto nacionales como internacionales, desfilan por la alfombra roja.

Los orígenes de la Semana Internacional del Cine son bastante diferentes a lo que se conoce actualmente como SEMINCI, pues nace el 20 de marzo de 1956 como la Semana Internacional de Cine Religioso, manteniendo una relación estrecha con la celebración de la Semana Santa, otro de los atractivos de la ciudad vallisoletana. Su propósito era el de proyectar los valores católicos, a través del cine, y es por ello por lo que SEMINCI, en sus primeros años, no tenía carácter competitivo como el que tiene hoy en día. Algunas de las películas que destacan en esas primeras ediciones fueron: *La guerra de Dios* de Rafael Gil, estrenada en 1953 y *Maddalena* de Augusto Genina, estrenada en 1953.

En la tercera edición, celebrada en 1958, SEMINCI adquirió un carácter competitivo y se comenzaron a otorgar los premios Don Bosco de oro y de plata, reemplazados en la siguiente edición por el Lábaro y el Premio Ciudad de Valladolid. *El prisionero*, de Peter Glenville, estrenada en 1955 se alzó con el Lábaro, mientras que *La Redención* de Federico Vincenzo Lucci-Chiarissi, estrenada en 1958 se hizo con el Premio Ciudad de Valladolid.

En su quinta edición se produjeron más cambios, convirtiéndose en la Semana Internacional de Cine Religioso y de Valores Humanos, ampliando su temática a otros aspectos, sin dejar de lado el ámbito religioso. Fue esta edición en la que se introdujo la Espiga de Oro, el principal galardón de SEMINCI en la actualidad, que todavía no lo sería hasta dentro de unos años.

Con el paso de los años, en la década de los sesenta, SEMINCI se fue desligando del carácter religioso que le caracterizó en sus inicios, abordando cada vez más temas

relacionados con el compromiso y los valores humanos. Fue esta época en la que la Espiga de Oro se convirtió en el principal galardón de lo que hoy conocemos como SEMINCI. Esta transición hacia un festival más social y no tan puramente religioso culminó en el año 1972 en la que fue la última edición del festival bajo el nombre de Semana Internacional de Cine Religioso y de Valores Humanos, pasando a ser reconocido a partir de ese momento con el nombre con el que actualmente se le conoce, La Semana Internacional de Cine de Valladolid.

El festival fue creciendo, nacional e internacionalmente, atrayendo el interés de la industria y desarrollándose, aumentando el número de películas y directores participantes. Tras ese alejamiento a la esencia religiosa del festival, SEMINCI decidió cambiar su fecha de celebración a octubre, fecha en la que se celebra en la actualidad.

Con el paso de los años, SEMINCI ha continuado evolucionando y adaptándose al continuo cambio de la industria cinematográfica, la cultura y la sociedad, así como superando los diferentes retos que enfrenta, tanto como festival como los retos que se extienden a la totalidad de la industria cinematográfica. Para ello, ha ido incorporando nuevos premios, nuevas categorías y actividades que han aumentado tanto el número de participantes de la industria del cine.

En la actualidad, SEMINCI es reconocido nacional e internacionalmente como uno de los festivales de cine de autor más importantes del mundo. Seguir creciendo y sobreponerse a los problemas que surgen en la actualidad, sobre todo con el auge de las nuevas tecnologías, son objetivos en los que SEMINCI trabaja día a día.

#### b. SEMINCI en cifras y vínculo con la ciudad

A lo largo del año se celebran lugar en Valladolid diferentes eventos y festividades cuyo impacto en la ciudad es importante, tanto social como económicamente. Entre ellos destacan algunos son la Semana Santa, el Barceló Master del World Padel Tour o Pingüinos, entre muchos otros. SEMINCI es forma parte de ese grupo y el festival guarda un importante vínculo con la ciudad el cual trata de poner en valor en todas y cada una de sus ediciones.

La importancia de la Semana Internacional del Cine de Valladolid en la ciudad vallisoletana viene marcada porque desempeña un papel fundamental en la vida cultural y económica de Valladolid, contribuyendo al mismo tiempo al crecimiento y desarrollo de la industria y la cultura cinematográfica en el resto de España y del mundo.

El vínculo de SEMINCI y la ciudad existe desde hace décadas al tratarse de un festival de cine que se lleva celebrando durante tantos años. Pero no sólo eso, la propia



esencia del festival hace que no se entienda una Semana Internacional del Cine de Valladolid sin la propia ciudad y eso es algo que se quiere mostrar año tras año en cada una de las ediciones y eso es algo por que el nuevo director del festival, José Luis Cienfuegos, quiere seguir apostando. Cabe destacar también la dedicación del ayuntamiento en colaborar con la organización del festival y de potenciar la cultura cinematográfica en la ciudad de Valladolid lo cual ha llevado a que la próxima gala de los Premios Goya se celebre en la capital castellanoleonesa.

SEMINCI tiene la dificultad que presenta su propia identidad, pues el cine de autor no destaca por ser comercial, pero esto no es un problema para el festival de cine vallisoletano pues utiliza esta realidad para potenciar aún más si cabe su personalidad. Ser referente internacional en cuanto a cine de autor le hace especial y ser fiel a su esencia y mantener sus valores año tras año genera un atractivo en el público, tanto en el ya existente como en el nuevo, que le diferencia de otros festivales, siendo reconocido por ello como uno de los festivales mejor valorados del país.

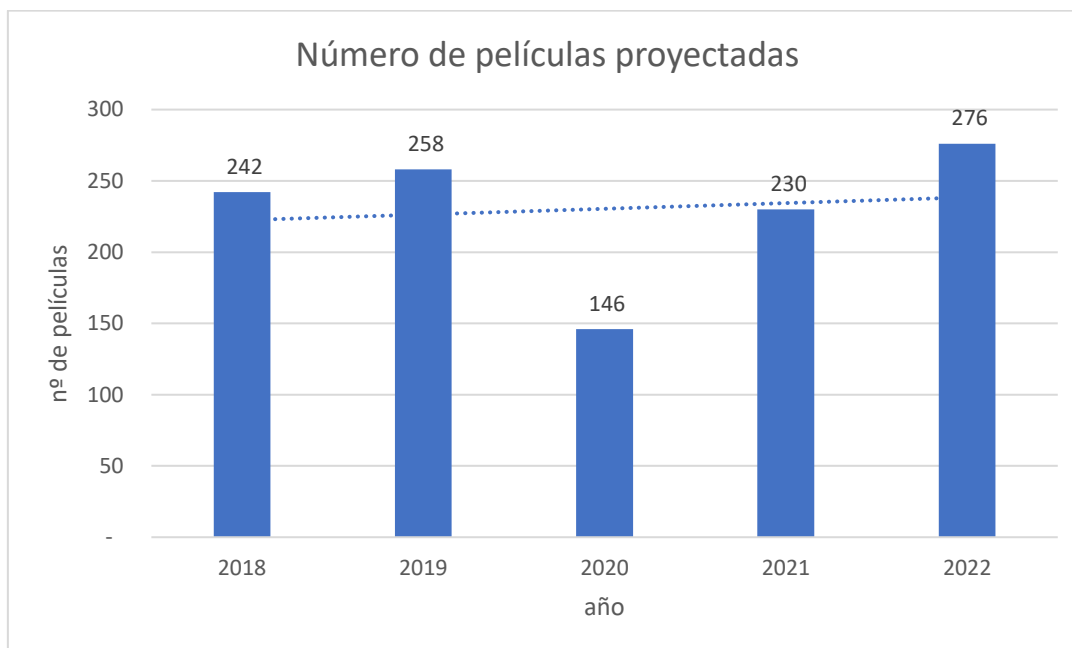
José Luis Cienfuegos define la Semana Internacional del Cine como “el lugar donde en nuestro país se presenta el cine de autor que se hace en el mundo”, un punto de encuentro del cine de autor de diferentes países como Francia, Italia, Suecia, China y Estados Unidos entre otros muchos países. Esto es algo que se lleva realizando desde los inicios del festival y cuyo éxito hace que se busque seguir siendo esa referencia. Entre algunos de los títulos internacionales que fueron galardonados en la Semana Internacional del Cine destacan algunos como *El Séptimo Sello*, de Ingmar Bergman, director sueco que se alzó con la Espiga de Oro en tres ocasiones (1960, con la película mencionada, 1961 y 1966), *Thelma & Louise*, del director estadounidense Ridley Scott y *Réquiem por un sueño* de Darren Aronofsky. La inclusión de directores y obras mundialmente conocidos hace que SEMINCI despierte cada vez más el interés de los cinéfilos de España y también de otras partes del mundo.

La Semana Internacional del Cine de Valladolid crece año tras año gracias al esfuerzo por seguir siendo esa referencia del cine de autor. Además, con numerosas iniciativas y proyectos, está logrando en los últimos años que el número de películas proyectadas, de personalidades invitadas al festival y de espectadores de diferentes partes del mundo crezcan.

El número de películas proyectadas, en las que se incluyen largometrajes y cortometrajes, presenta una tendencia creciente en los últimos cinco años, existiendo un bajón en el año 2020, año en el que SEMINCI se vio afectada por la situación sociosanitaria resultado de la pandemia del COVID-19 y las restricciones establecidas para garantizar la

seguridad de la población. Por ello, el número de invitados que pudieron acudir y también el número de proyectos que se llevaron a cabo durante ese año fue menor, siendo poco más de la mitad de los proyectos que los presentados en el año anterior. Esto también afectó al año 2021, en el que se ve la recuperación en materia de proyecciones del festival, pero que todavía no llega a números de años anteriores.

Gráfico 1: Número de películas proyectadas en las últimas 5 ediciones de SEMINCI



(SEMINCI, 2023)

En 2022, se observa que la tendencia creciente de los años 2018 y 2019 se mantiene y se logra el mayor número de películas proyectadas en la historia de SEMINCI con un total de doscientas setenta y seis películas.

No sólo ha aumentado el número de proyectos presentados en SEMINCI en los últimos años, sino que año tras año aumenta el número de proyectos que se envían al festival con el objetivo de formar parte de esas casi trescientas películas y que finalmente no pasan el corte. El equipo de selección de la Semana Internacional del Cine de Valladolid recibe miles de proyectos que buscan su hueco en el festival, alcanzado este año los aproximadamente tres mil doscientos trabajos.

El crecimiento es sinónimo de éxito, éxito que también trae consigo dificultades. Todos y cada uno de los departamentos del festival trabajan con el objetivo de mantener la esencia de SEMINCI, ser un festival con identidad propia y marcada, fiel a una historia y a unas ideas que si bien han sido renovadas en los últimos años siguen con la evolución del propio festival y de la industria cinematográfica.



SEMINCI busca historias que hablen sobre lo real, que guarden una forma estética y que sean obras audaces, tanto en lo formal como en lo conceptual, convirtiéndose de alguna manera “en un termómetro del cine contemporáneo” tal y como comenta el responsable del equipo de producción del festival. Se busca un atractivo especial, un producto de calidad y con futuro, siendo numerosos los casos de cineastas que en pocos años están presentando proyectos en otros festivales de prestigio internacional como lo es el Festival de Cannes, en Francia.

Los proyectos presentados en SEMINCI se encuadran dentro de diferentes secciones, que han ido evolucionando con el paso de los años, las cuales conforman un catálogo bastante completo dedicado a diferentes públicos, destacando el énfasis creciente en presentar el cine a los jóvenes y más pequeños para crear una cultura de cine desde la infancia. Dentro de esas secciones se encuentra la sección oficial, sección en la que se presentan tanto largometrajes como cortometrajes del panorama internacional.

Otra de las secciones es Punto de Encuentro, una sección de carácter competitivo en la que se incluyen primeras películas de nuevos autores o cinematografías no muy reconocidas. En la 67 edición, se mostró el trabajo de diferentes cineastas, con sus propias perspectivas, en las que se abordan cuestiones del día a día como la adolescencia, sus problemas y el crecimiento o las relaciones familiares

También se encuentran las secciones Tiempo de Historia y DOC. España, que abordan temas documentales e histórico. En un inicio DOC. España era la parte nacional de Tiempo de Historia, pero con el tiempo fue creciendo y se convirtió en una categoría propia en la que, en este caso, se dedica a documentales exclusivamente españoles.

En relación con esa esencia de SEMINCI por proteger y fomentar lo local y esa conexión con Valladolid y Castilla y León existen dos secciones: Castilla y León en largo, dedicada a la promoción de documentales realizados por directores castellanoleoneses o que hayan sido producidos y grabados o grabados en la comunidad, y Castilla y León en corto, siendo el mismo caso que Castilla y León en largo, pero dedicada a los cortometrajes. Esto añade un valor muy grande al festival y a la ciudad, poniendo en valor el cine “de casa”. Además de esta apuesta por el cine local, también existen otras secciones en las que de una forma u otra conectan con la sociedad vallisoletana, la castellanoleonesa y en definitiva la española. Spanish Cinema es una sección que va más de la mano con lo que se ha comentado, pero en este caso aumenta el abanico de contenidos a la totalidad del país, ofreciendo largometrajes españoles estrenados a lo largo del año. Por otro lado, aparece Cine Gourmet, una sección no competitiva en la que tres de los activos de Valladolid se unen: el cine, el mundo del vino y la gastronomía. Aquí se refleja el impacto

que tiene SEMINCI en otras industrias y no solo en la cinematográfica, apoyando y ayudando a otros productos característicos de la zona.

Uno de los objetivos que tiene la Semana Internacional del Cine de Valladolid es el de fomentar la atracción por el mundo del cine desde edades tempranas. Para ello lleva a cabo en cada edición diferentes secciones enfocadas en estos públicos: SEMINCI Joven, sección no competitiva cuyo público objetivo se encuentra entre los 12 y los 18 años y Miniminci, para los más pequeños de entre 7 y 12 años.

Gran parte del éxito de esta selección de proyectos radica en la naturaleza del equipo, equipo formado por diferentes perfiles y formas de ver y entender el cine que dialogan sobre los diferentes proyectos. El atractivo de SEMINCI se muestra también en la forma de trabajar del equipo que año tras año saca adelante el festival, manteniendo siempre la mente abierta a opiniones y proyectos diferentes, entendiendo por qué alguien ve algo especial en un proyecto y qué le hace creer que es mejor opción para aparecer en el festival y por el contrario por qué alguien no lo ve tan claro.

Algo por lo que se quiere seguir apostando es el potenciar la industria cinematográfica española, siendo espacio para existentes y nuevas productoras, directores y actores de nuestro país. Un ejemplo de ello es la joven productora vallisoletana Moraleja Films, con menos de 5 años de existencia, la cual ha tenido presencia en el festival de SEMINCI y que el año pasado se alzó como ganadora del premio SEMINCI Factory, con Juan Carlos.

SEMINCI Factory es concurso en el que el festival, en colaboración con Valladolid Film Commission, subvenciona la producción de dos cortos los cuales serán posteriormente presentados en la siguiente edición. Esto casa con esa idea de SEMINCI de promover lo propio, de conectar con la ciudad y de dar la oportunidad a pequeños cineastas de dar sus primeros pasos en la industria.

Otro de los aspectos en los que Valladolid quiere conectar con su ciudad y con su público, el cual el nuevo director quiere poner más en valor, es en la mediación de un diálogo entre autores y el público, un punto de encuentro entre cineastas y cinéfilos en el que ambas partes salen beneficiadas y con aprendizajes.

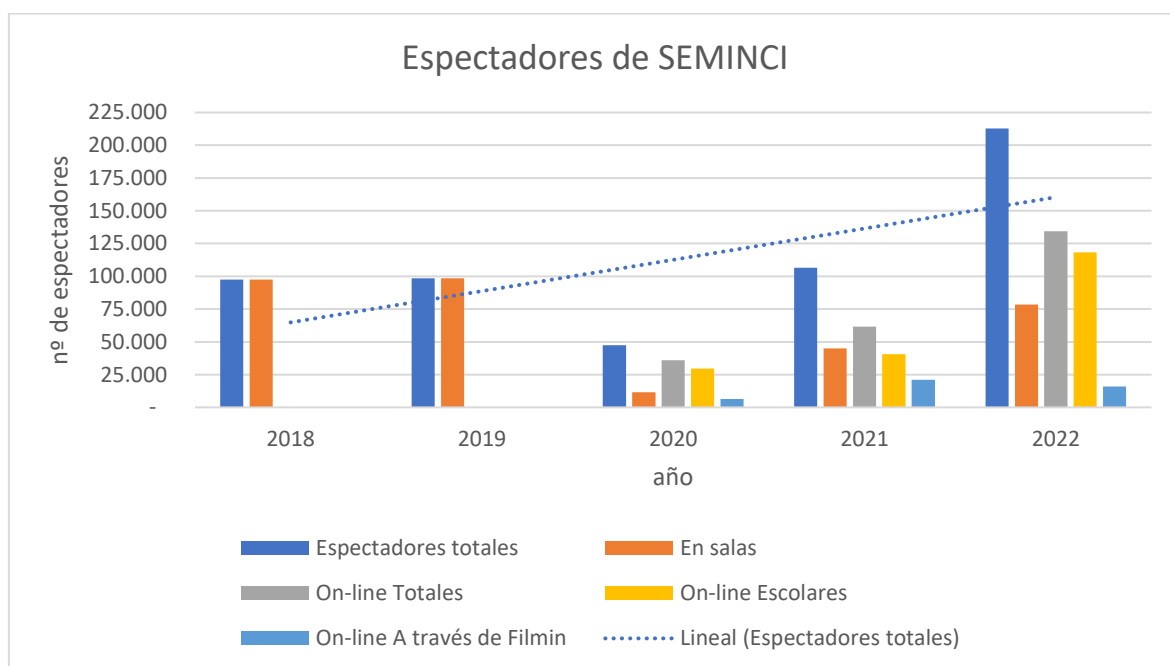
La importancia de SEMINCI y su crecimiento no sólo se mide en el número de películas proyectadas o en cómo éstas son seleccionadas y en mantener esa esencia que hace que SEMINCI sea SEMINCI y no otro festival diferente.

Directa e indirectamente, el festival vallisoletano aporta un valor inmenso a la ciudad, afectando en diferentes industrias y no sólo en la cinematográfica. Este valor se

puede medir en los diferentes campos según una serie de variables. SEMINCI tiene una importancia ya marcada en el panorama vallisoletano, pero año tras año y acorde al crecimiento del propio festival, ese valor añadido que le da el festival a la ciudad aumenta hasta el punto de ser reconocida como una ciudad de cine y que tenga la posibilidad de celebrar el año que viene uno de los eventos más importantes del cine en nuestro país: los Premios Goya.

SEMINCI es un festival que para nada es nuevo o se haya dado a conocer en los últimos años, por lo que ya tiene su prestigio y los espectadores de la propia ciudad y de las zonas cercanas a Valladolid se mantienen año tras año apoyando este bien cultural de la ciudad. Pero no sólo es importante cuidar y mantener tu público más cercano y fiel, también es importante seguir creciendo y atrayendo público, tanto nacional como internacional, haciendo que SEMINCI siga creciendo año tras año y ese es uno de los objetivos que mantiene en cada edición el festival y que continúa cumpliendo con creces.

*Gráfico 2: Número de espectadores de SEMINCI en los últimos 5 años*



(SEMINCI, 2023)

Como se puede ver en la tabla, el número de espectadores que acuden cada octubre a Valladolid para presenciar el festival aumenta, a pesar del bajón en los años 2020 y 2021, años marcados por una situación sociosanitaria que redujo tanto el número de actividades y proyecciones ofertadas por el festival como el número de espectadores debido a las restricciones dentro de las propias salas.

El COVID-19 supuso una situación que no estaba dentro de los planes de SEMINCI, ni de ningún otro festival o evento, y es por ello por lo que tuvieron que adaptarse ya que

supuso un problema para la celebración del festival de manera presencial. No obstante, también supuso una nueva puerta que poder abrir: la apertura del festival al mundo del internet y del streaming.

En el año 2020 se crea un espacio conocido como Ventana Cinéfila cuyo objetivo es el de acercar el cine de autor a los más jóvenes en un entorno digital. Ventana Cinéfila es un canal online gratuito ofrecido y dedicado a la comunidad educativa en el que se pueden consumir contenidos del festival, como cortometrajes y largometrajes, dedicados a los más pequeños gracias a la plataforma FILMIN. Este proyecto fue desarrollado por algunos de los festivales más importantes de nuestro país: el Festival de Cine Europeo de Sevilla, el Sitges Film Festival, el Festival de Cine Iberoamericano Huelva y el Festival de Málaga gracias a la asociación de Profestivales21. Este proyecto se convierte en un éxito para todos los festivales y también para SEMINCI, cuyos números han ido creciendo durante sus tres años de vida. En la pasada edición, fueron más de cien mil los niños que tuvieron acceso a este programa educativo gracias a la colaboración de SEMINCI, y de Profestivales21, y a los diferentes centros educativos que decidieron participar en el programa.

Otro aspecto en el que se nota un gran crecimiento en materia de espectadores es en el número de espectadores que provienen de fuera de España. Durante décadas SEMINCI ha sido un festival internacional en cuanto a contenidos internacionales, proyectando y estrenando películas extranjeras, premiando y nominando a películas, directores y actores de otros países y acogiendo, cada año, a un país como invitado al festival, siendo Irlanda el país invitado en la pasada edición y la India el que será el invitado en esta edición. La Semana Internacional del Cine de Valladolid ha dado un paso más en su internacionalización y es ahora un punto de encuentro, también, al que cada vez más cinéfilos acuden al festival desde otras partes del mundo, accediendo algunos también a su catálogo digital en FILMIN como los países de Latinoamérica.

Con el aumento de las películas proyectadas, las actividades propuestas y un posible aumento de la duración del festival en la edición del próximo año, en 2024, junto al éxito de Ventana Cinéfila, se espera que SEMINCI siga en la misma tendencia que lo hacía desde años atrás, y que se ha acentuado tras la caída en 2020, y que cada vez sean más los espectadores que acuden a disfrutar del mejor cine de autor en la capital de Castilla y León.

El crecimiento de la Semana Internacional del Cine de Valladolid no sólo se refleja en el número de espectadores que acuden año tras año al festival, o que en la actualidad forman parte de él de manera online, o en el número de películas que se proyectan en cada

edición. Este crecimiento del festival va acompañado de una inversión creciente en los últimos años que permite que SEMINCI sea lo que es.

En la financiación de SEMINCI se ven involucrados diferentes organismos públicos como son la Junta de Castilla y León y el Ayuntamiento de Valladolid. Por parte de la Junta, la inversión en el festival ha ido aumentando en los últimos años, siendo esta inversión una apuesta firme por la cultura y por el poner en valor un evento de tales magnitudes que se celebra en la comunidad. En el año 2018, la inversión era de poco menos de 150.000 euros, la cual aumentó en la siguiente edición en 50.000 euros, alcanzando los 194.000 euros y posteriormente en 2020, año en el que tuvo lugar la pandemia y en el que se pusieron en marcha nuevos proyectos como Ventana Cinéfila, en 258.000 euros. En la actualidad, la aportación que presenta la Junta de Castilla y León en los presupuestos de la SEMINCI supera los 300.000, siguiendo con la apuesta de promover la cultura del cine en Valladolid.

La Semana Internacional del Cine de Valladolid es el bien cultural más importante de la comunidad, y así está recogido en el informe presentado por el Observatorio de la Cultura. Junto a el festival, se encuentran otros eventos como la Feria de Teatro de Castilla Y León, el Festival Internacional de Teatro y Artes de Calle y otros lugares de interés como el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León, situado en la provincia de León, o el propio Teatro Calderón, situado también en la capital vallisoletana. Además, SEMINCI es uno de los eventos que representa a la comunidad en el ranking nacional, junto a los eventos mencionados anteriormente y otros como el Sonorama. Esta consideración y valoración del festival de cine de Valladolid sitúa a la ciudad, dentro del mismo ranking, en una de las 10 mejores ciudades de todo el país en cuanto a calidad e innovación cultural se refiere. Por ello se explica este aumento por parte de la Junta en la inversión en SEMINCI, siendo un evento muy importante para Valladolid, pero también para el conjunto de la comunidad.

No obstante, el grueso del presupuesto recae en las arcas del Ayuntamiento de Valladolid, principal valedor de la SEMINCI. Siendo entendible el fomento del festival por parte de la Junta, por parte del ayuntamiento de la propia ciudad no iba a ser menos, pues SEMINCI es uno de los eventos culturales más importantes que se celebran en la capital. Esta inversión en cultura por parte del gobierno de Óscar Puente también ha ido creciendo año tras año, siendo en 2018 una aportación por un valor de más de dos millones de euros, hasta el punto de haber crecido en un 50% y alcanzar los casi 3 millones de euros de presupuesto que presentó SEMINCI en su última edición. Este presupuesto se destina al acondicionamiento de la ciudad, colocando diferentes alfombras rojas, carteles y otros elementos por la ciudad en los días previos a la celebración del festival y que se mantienen

hasta el final del mismo, la financiación de los premios otorgados en la gala del festival, tanto premios en metálicos como los galardones conmemorativos, las diferentes actividades promovidas por el festival y otros gastos asociados a los invitados y nominados y también a otras entidades como puede ser FILMIN, quien cede a SEMINCI el espacio Ventana Cinéfila.

En cuanto a los premios, tal y como afirma el director del festival José Luis Cienfuegos, son bastante generosos en cuanto a la cuantía de su premio en metálico, destacando con respecto a otros festivales, pero el significado de los premios va mucho más allá del factor económico, sin dejar este de lado. En cuanto a los galardones más importantes y las piezas reconocibles de SEMINCI, se encuentran la Espiga de Oro y la Espiga de Plata. En la categoría de mejor largometraje, el premio en metálico correspondiente a la Espiga de Oro fue, en la pasada edición, de un valor de 75.000 euros, siendo premio de la Espiga de Plata de 25.000, en el caso de la sección de mejor cortometraje, los premios fueron de 6.000 euros y 3.000 euros respectivamente. Siendo SEMINCI uno de los festivales más importantes de España y teniendo una relevancia notoria dentro del cine de autor a nivel mundial, tal y como se ha comentado antes, el hecho de recibir el máximo galardón, e incluso el segundo máximo galardón, del festival tiene un impacto dentro de la carrera de diferentes directores muy importante, pues es un reconocimiento que destacar para los cineastas.

*Ilustración 2: El director canadiense Philippe Lasage levanta la Espiga de Oro tras ganar en la categoría de mejor largometraje de SEMINCI en el año 2018*



(Salgado, 2018)

No sólo existen los máximos galardones a mejor largometraje y cortometraje, sino que también otras categorías en las que se premia a jóvenes promesas del cine, apostando por el talento y el futuro de la industria. Uno de esos premios es el premio Pilar Miro, que corresponde a mejor nueva dirección. En este caso, el premio es de 10.000 euros, mientras que en el caso del galardón a la Mejor Dirección el premio es de 6.000, 4.000 euros menos. Como explica su director José Luis, y como se puede ver con los datos, SEMINCI es un festival que no sólo quiere premiar a las grandes obras de cine producidas en nuestro país y en otros países, sino que también quiere ayudar a aquellos directores que están comenzando en el mundo del cine. Por ello, al ofrecer un mayor premio en metálico y un galardón diferente, además del de Mejor Dirección, logra exactamente eso, convirtiéndose así en un festival más especial en el que se crea, desde un primer momento, un vínculo con jóvenes cineastas y se les propulsa en su carrera, pudiendo dar el salto a otros festivales más conocidos en todo el mundo como es el Festival de cine de Cannes. SEMINCI es un festival compuesto de bastantes categorías, así como premios. Galardones que también premian otros aspectos como los problemas sociales, el alzar la voz. Por ello ha creado un premio específico, el Premio Fondos, que será entregado para aquella película presentada en el festival que mayor refleje problemas sociales, pasados o actuales, y su solución a ellos. En este caso, el premio es de 6.000 euros para el ganador. Por otro lado, SEMINCI busca un equilibrio entre ampliar su hueco en el panorama internacional, sin despegarse de su defensa por lo propio, por lo español. Por ello en su categoría de Punto de Encuentro, otorga premios al mejor largometraje extranjero, de 20.000 euros, y otro al mejor cortometraje, de 3.000 euros, al mismo tiempo que crea una categoría específica para los cortos nacionales, celebrada en la llamada La Noche del Corto Español, con un premio también de 3.000 euros. Este es el claro ejemplo de lo mencionado antes, abriéndose a películas extranjeras, además de invitando a países en cada edición y a cineastas importantes de otros países, SEMINCI crece internacionalmente, se va haciendo más conocida, y es por ello por lo que cada año aumenta el número de gente del extranjero que acude o consume el festival. Siguiendo esta idea y característica de poner en valor el producto nacional y darle valor también en el extranjero, al internacionalizar el festival, se le da cabida a Doc. España, una categoría en la que se premia con 6.000 euros al mejor documental producido o grabado en nuestro país, un importante reconocimiento a obras que no sólo son producto nacional en cuanto a la dirección y producción, sino también al contenido del documental que narre historias sobre nuestro país que merecen ser contadas. De manera análoga, se encuentra la categoría de Tiempos de Historia en la que se entregan 25.000 euros y 15.000 euros respectivamente a los dos ganadores, existiendo también un apartado para los



cortometrajes que reciben un premio inferior, de 3.000 euros. Por último, se encuentra la categoría de SEMINCI Joven, una categoría bastante especial no sólo por el contenido de las películas que participan dentro de dicha categoría o el apoyo que se le pueda dar a las personas que producen y dirigen dichas películas. Siendo el relevo generacional uno de los mayores problemas a los que se enfrenta la industria del cine, SEMINCI quiere acercar el cine a los más jóvenes y lo hace con sus categorías de Miniminci, sin premio en metálico, y de SEMINCI Joven, que en este caso sí que tiene premio en metálico. Estas dos categorías están centradas en educar en la cultura del cine a los más jóvenes, haciéndoles partícipes también de la sección, pues el premio se concede según los votos de los alumnos de los diferentes colegios que acuden a visitar, en este caso, SEMINCI Joven. Una apuesta por promover la educación y la cultura al mismo tiempo que fortalece ese vínculo de Valladolid con su público y con la ciudad.

Además de los generosos premios en metálico ya mencionados, parte del gasto también se emplea en la preparación del festival, y es que en Valladolid son diez las salas que se acomodan para la celebración del festival. En los Cines Broadway, se sitúan 5 salas habilitadas para la proyección de los contenidos de SEMINCI, con casi 900 localidades entre todas ellas. Además, también se emplean el Teatro Cervantes, con 378 localidades, la Sala Fundos, con 381 localidades, el Teatro Zorrilla, con 283 localidades, el Teatro Carrión, lugar donde se acoge al mayor número de personas con un total de 627 localidades y, por último, el Teatro Calderón, lugar icónico de SEMINCI donde se celebra la gala de entrega de premios. En total, suman alrededor de 3.000 localidades que cada año se llenan de gente de todas las edades y de diferentes países para celebrar uno de los eventos más importantes de la ciudad. Con la venta de abonos y entradas se aprovecha la utilización de estas salas para financiar el festival y seguir creciendo año tras año.

Otro dato económico relevante sobre SEMINCI es su retorno de la inversión, medio. Gran parte de esa inversión procede de la venta de entradas, abonos y otros productos comerciales, como souvenirs, que produce SEMINCI, pero también es importante analizar cómo otros medios afectan a la inversión de la Semana Internacional del Cine de Valladolid como son los medios de comunicación.

*Tabla 1: Resultados económicos en medios convencionales de SEMINCI en los últimos 5 años*

<b>Año</b>	<b>Audiencia</b>	<b>Valoración económica</b>
2018	1.821.594.700	23.575.025,00 €
2019	1.628.584.900	21.191.806,00 €
2020	2.171.168.200	29.570.029,00 €
2021	2.091.205.790	38.329.623,00 €



2022	1.415.210.866	31.437.188,00 €
------	---------------	-----------------

(SEMINCI, 2023)

En la anterior tabla se observan los resultados la valoración económica de la Semana Internacional del Cine de Valladolid en sus últimas cinco ediciones para los que se tienen en cuenta los principales medios de comunicación tradicionales: la televisión, los periódicos y la radio, además de internet.

El principal medio de comunicación en los últimos cinco años y el cual acumula más de tres cuartas partes de la valoración de la presencia en medios es internet. Internet percibe una audiencia de entre mil seiscientos millones y dos mil millones de impresiones en la totalidad de las páginas web en las que ha aparecido algún artículo, información o publicidad sobre SEMINCI. Por ello, gran parte de la valoración económica de esta publicidad proviene también de los anuncios en la web. No obstante, esta valoración no es la misma durante todos los años, lo cual hace que los valores fluctúen y por eso explica que la audiencia cayese tanto en el año 2022, pero no lo hiciese tanto en proporción la valoración económica total. Comprando los últimos años, 2022 es el año en el que, con diferencia, internet tiene menos impacto en la publicidad de SEMINCI, siendo 2022 el año en el que más impacto tuvo junto a la prensa, explicado en parte por la situación excepcional de la sociedad y del festival.

En cuanto a la partida que menos audiencia presenta, es la radio y es que de las cuatro categorías de medios mencionadas es la que en la actualidad menos peso tiene, seguido de la prensa, al menos en formato físico pues en digital tiene el efecto contrario, y después por la televisión. No obstante, la valoración económica unitaria en el retorno de la inversión de la radio es mayor, pues es mucho más eficaz que un simple anuncio en una web, lo cual explica por qué el retorno de la inversión unitario por anuncio web es menor que en el resto de los campos, lo cual hace que sea, en todos los años, la segunda partida más importante de la valoración económica. El caso en el que menor es esta valoración es en el de la televisión, por su naturaleza pues muchas veces la gente ve anuncios en la televisión u otras menciones a diferentes noticias a las que no presta mucha abstención.

Volviendo a los valores totales, si bien es cierto que en 2022 ha decaído el valor de la presencia en los diferentes medios, sigue siendo un valor superior a años anteriores y una expansión del crecimiento que se viene logrando desde el año 2018. Siendo este un crecimiento no lineal e irregular, pues vemos como en 2019 también baja, para volver a subir, y finalmente acabar decreciendo en el año 2022, es probable que la tendencia en años futuros con el crecimiento de la exposición del festival y una mayor valoración, tanto a nivel internacional como nacional, del mismo se trasladará en mayor presencia en medios

convencionales y, por ende, en un valor generado a través de la presencia en los mismos mayor.

Teniendo en cuenta los valores totales de la valoración económica de la presencia en medios convencionales y el valor mencionado anteriormente del presupuesto, el cual ronda los 3 millones de euros, el resultado del retorno de la inversión en este caso es destacable pues con un presupuesto bastante pequeño, en comparación con la valoración que se le otorga al festival, logra tener un valor bastante grande. Todo ello teniendo en cuenta los medios tradicionales, los cuales han ido decayendo en uso en los últimos años con el auge de las redes sociales.

Por último, SEMINCI no sólo se financia de manera pública, sino que también lo hace gracias a inversores privados, empresas que apoyan al festival, invirtiendo también en cultura, y que también son partícipes del resultado económico. La visibilidad que reciben patrocinadores como Renault, siendo FASA-Renault una parte importantísima de la ciudad en cuanto a su tejido empresarial, Tierra de Sabor, Renfe, Gaza y el resto de los patrocinadores que hacen posible, año tras año, la celebración de SEMINCI, se traduce en un impacto económico en sus marcas, pues, además de colaborar, invierten en el presupuesto del festival a cambio de un espacio dentro del mismo.

#### c. La importancia de SEMINCI en la hostelería

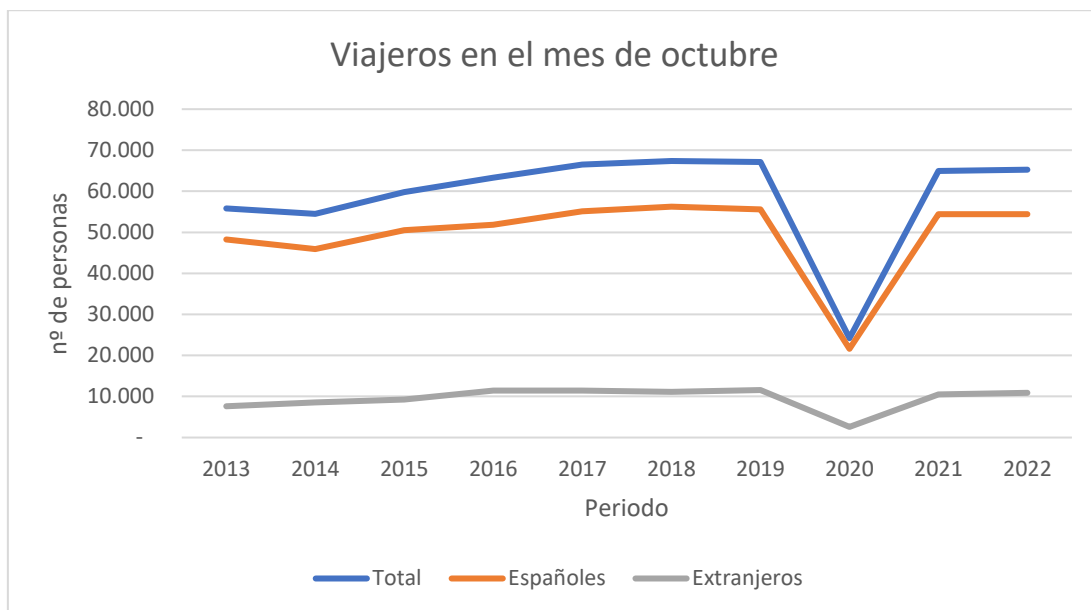
La Semana Internacional del Cine de Valladolid tiene un peso importante dentro de la industria del cine, pero su impacto se traslada a otras industrias como la industria hostelera, influyendo en el turismo, no sólo en la ciudad de Valladolid sino también en el resto de la provincia, en los bares y restaurantes de la ciudad. Además, no sólo genera este impacto durante los días de SEMINCI, sino que también da a conocer la ciudad y propaga este efecto al resto de meses y también a otros eventos que se celebran en Valladolid el resto del año.

Para ello, es importante estudiar el número de viajeros que acuden a la ciudad durante el mes de octubre, mes en el que se celebra el festival, además de otras características que presentan los mismos como el tiempo de estancia media que los turistas permanecen en la ciudad, de qué lugares proceden los turistas. Además, el turismo en la ciudad de Valladolid potencia también el turismo en otras partes de la provincia como puede ser Tordesillas, Simancas y Medina de Rioseco, entre otros muchos lugares.

En la presente tabla se puede observar que, como también ocurría con el número de espectadores que acuden a SEMINCI mensualmente, año tras año el número de turistas que visitan la capital vallisoletana aumentan. En el año 2020, provocada por la crisis sociosanitaria, la situación fue bastante diferente debido a las restricciones que se

mantenían durante ese momento, reduciéndose los aforos en lugares turísticos, hoteles y con otras restricciones horarias. No obstante, en el año 2021 se volvió a datos similares a los de los años anteriores a la pandemia, superando los 60.000 turistas en el mes de octubre, con valores más cercanos a los 70.000, de los cuales más de tres cuartas partes son de viajeros que provienen de otras partes del país. Manteniendo esa tendencia creciente como la que se mostraba en años anteriores, a partir de 2014, y unido al crecimiento del festival, permitirá que el número de viajeros durante dicho mes continúe aumentando.

*Gráfico 3: Número de viajeros que visitan la provincia de Valladolid durante el mes de octubre*



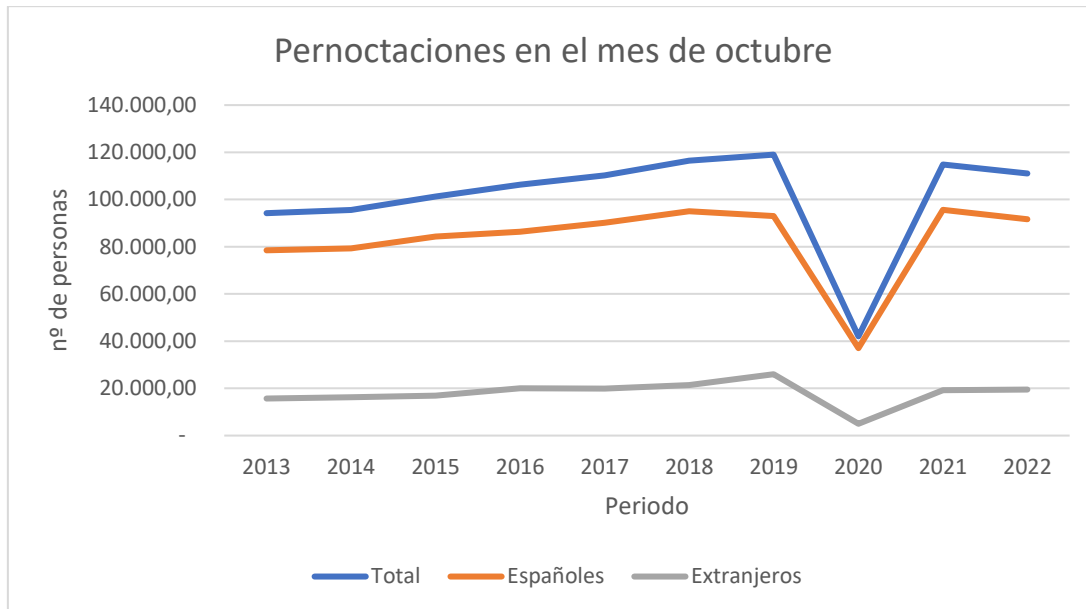
(Instituto Nacional de Estadística, 2023)

Centrando los datos en la población que proviene de otros países, se espera que ese número siga creciendo, pues el ritmo de crecimiento que presentó del año 2021 al 2022 fue similar al que venía teniendo en los años anteriores a la pandemia y, además, hay que tener en cuenta que uno de los aspectos en los que está creciendo SEMINCI es en su exposición al público extranjero, siendo gran parte del crecimiento del número de espectadores gracias a este público proveniente de otros países. Además, el hecho de colaborar con otros países en cada una de las ediciones, como por ejemplo este año con la India, hace que el festival se dé aún más a conocer en dichos países, como lo fue el año anterior con Irlanda.

En la actualidad, la Semana Internacional del Cine de Valladolid baraja la idea de aumentar en un día la duración del festival, lo cual afectaría notablemente al número de turistas que visitan la ciudad y la provincia durante los días de octubre. Aumentando a 8 el

número de días en los que se celebra SEMINCI, se aumentan el número de películas y de actividades, pudiendo aumentarse también el número de invitados lo cual ya significaría un aumento de las personas que visitarían la ciudad y, por ende, la provincia de Valladolid.

*Gráfico 4: Número de pernoctaciones de los turistas durante el mes de octubre en la ciudad de Valladolid*



(Instituto Nacional de Estadística, 2023)

En cuanto al número de pernoctaciones, sucede algo similar a lo que sucede con el número de turistas. Presenta una tendencia creciente, en este caso desde el año 2012, tanto en el público nacional como en el público extranjero, que logra su pico en el año 2019, desplomándose en 2020. Tras el levantamiento de las restricciones sociosanitarias, recupera niveles cercanos a los de 2019, pero decae en el pasado año en el número de pernoctaciones realizadas por los turistas procedente de otras partes de España.

No obstante, con el crecimiento mencionado del festival de cine vallisoletano, y en relación con el número de turistas que visitan la provincia de Valladolid, se espera que el número de pernoctaciones también aumente.

En relación con las pernoctaciones, cabe también destacar el dato de que la estancia media de los turistas cayó en el pasado año de unos 1,76 días de media a unos 1,70 días de media. Los valores de esta estancia media se encuentran en la horquilla que va desde los 1,66 días de media por turista hasta los 1,77 que se alcanzaron en años anteriores como en 2019.

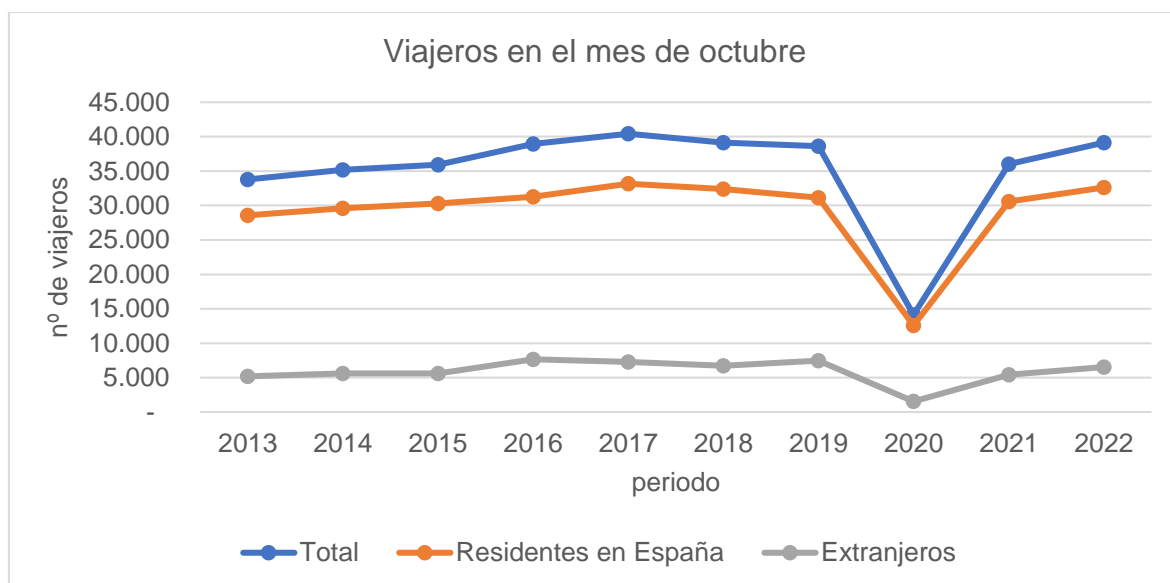
El problema de esta bajada del número de pernoctaciones en el último año se debe principalmente turista nacional, pues tanto el número de pernoctaciones como el número de turistas que visitan la provincia durante el mes de Valladolid, en el caso de los turistas

extranjeros, ha aumentado en el pasado año. En su caso, las pernoctaciones suelen mantenerse más cercanas al valor de los 2 días por turista, siendo normal pues alguien que visita la provincia desde otro país, habiendo presumiblemente más distancia que desde otra parte de España, encuentra complicado ir y volver de Valladolid en un mismo día.

No obstante, el número de días medios que una persona pasa en la provincia sigue estando en valores superiores al mínimo de los datos estudiados lo cual indica que el perfil del turista que visita la provincia durante el mes de octubre sigue siendo más o menos similar.

En el caso de SEMINCI, si bien es cierto que tiene impacto dentro del turismo alrededor de toda la provincia pues lo potencia la poner Valladolid en el mapa, lo más correcto es analizar los mismos datos para la ciudad de Valladolid.

*Gráfico 5: Número de viajeros que visitaron la ciudad de Valladolid durante el mes de octubre en los últimos 5 años*



(Ayuntamiento de Valladolid, 2022)

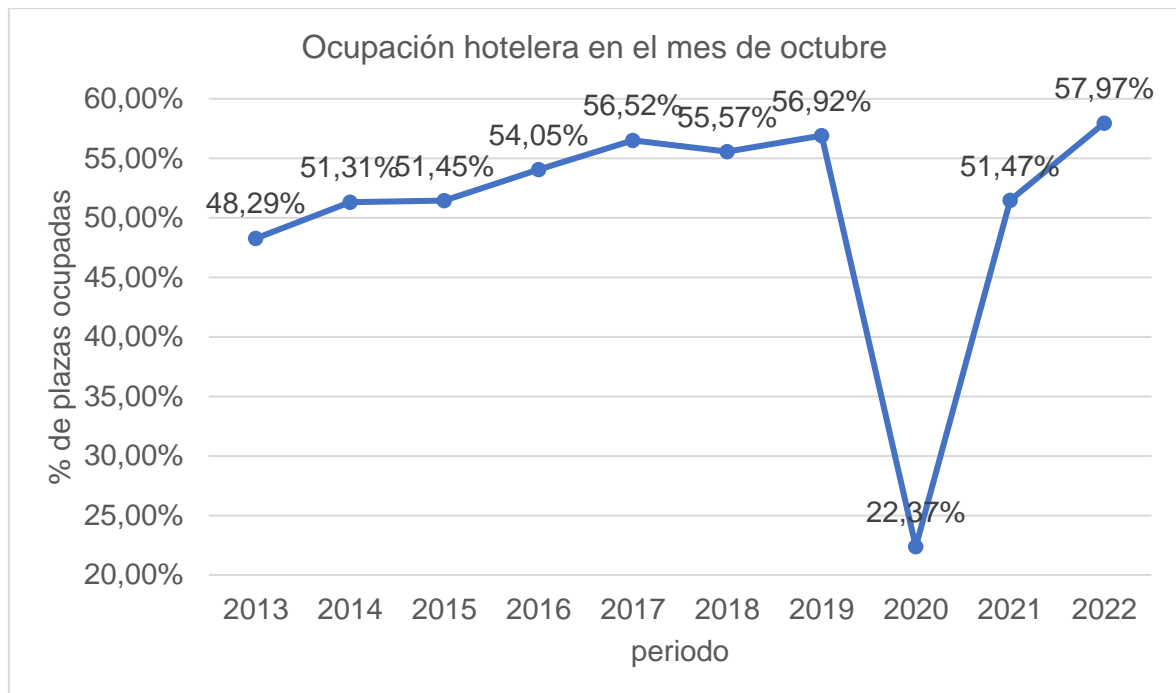
A diferencia de lo que sucedía en el caso anterior, el número de turistas que llegan a la capital vallisoletana en octubre aumentó en el pasado año, en 2022, cuando en el caso de la provincia de Valladolid este número se reducía.

En general, los datos presentados similitudes, como la tendencia creciente desde el año 2013 y la caída del año 2020, proseguida de una recuperación en 2021. Siendo estos datos unos datos más adecuados para medir el impacto de SEMINCI en la hostelería pues se centran en la ciudad de Valladolid y no en la totalidad de la provincia, se observa que, con el crecimiento de espectadores en los próximos años, siguiendo también la

tendencia de crecimiento de éstos, lo lógico es que siga creciendo el número de viajeros en el mes de octubre.

Paralelamente, sucede lo mismo con el número de pernoctaciones. Los números medios de estancia de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, mantienen niveles similares a los que mantenían en el caso estudiado anteriormente con Valladolid provincia como foco y a más turistas, más pernoctaciones.

Gráfico 6: Ocupación hotelera en la ciudad de Valladolid durante el mes de octubre



(SEMINCI, 2023)

En el caso de la ocupación hotelera en Valladolid durante el mes de octubre se observa que el dato recogido en el año 2022 es el dato más alto de toda la serie, lo cual no pasaba ni en los datos de turismo en la provincia de Valladolid, ni en los datos de viajeros y pernoctaciones que, si aumentaban respecto al año 2021, pero que aún se situaban por debajo de los valores previos a la pandemia.

La ocupación hotelera alcanza casi el 60% de las plazas ocupadas durante el mes de octubre si se tiene en cuenta la totalidad de los días del mes, pero en el caso de los fines de semana este porcentaje aumenta notablemente. El valor recogido el año pasado del % de plazas hoteleras ocupadas durante el año 2022 fue de casi un 72%, porcentaje similar al año 2019 que fue el año previo a la pandemia. Comparando el mes de octubre con otros meses del año como noviembre, ya que el fin de semana de SEMINCI coincide con el último fin de semana antes de noviembre, se observa que las cifras de ocupación son mayores, tanto en semanas completas como teniendo en cuenta solo los fines de

semana. Las características de ambos meses son similares, no tanto como con septiembre en el que se coincide con las fiestas patronales de la ciudad y aún perdura parte del buen tiempo que se presenta en verano, lo cual fomenta el turismo, y los valores de octubre están en un punto medio entre septiembre y noviembre.

En el caso SEMINCI, el Hotel que mejores datos presenta es el Hotel Olid, hotel con el que trabaja directamente SEMINCI y en el que se albergan los invitados y nominados, haciendo que éste tenga un atractivo especial y unos precios más competitivos y obtenga mejores resultados que el resto. Pero otros hoteles de la ciudad, como el Hotel Nexus – La Antigua, notan también el efecto de SEMINCI en sus reservas hoteleras.

Los invitados se hospedan en el Hotel Olid, pero SEMINCI también atrae a periodistas y otros turistas de diferentes partes de España y de otros países. Como se ha comentado antes, el impacto directo de SEMINCI no es tan potente como en el Hotel Olid, pero las cifras de ocupación de la semana en la que se celebra SEMINCI son bastante buenas, lográndose el aforo completo durante el fin de semana, momento de la Semana Internacional del Cine de Valladolid en el que más personas pueden visitar la ciudad, al coincidir con el descanso laboral para bastantes personas. Los días de más éxito para el Hotel Nexus son el viernes y el sábado.

En cuanto a los datos de ocupación del Hotel Nexus, antes de la pandemia estaban en niveles superiores al 90%, más cercanos al 95%, en la semana de celebración de SEMINCI, logrando el lleno durante los fines de semana. En los años 2018 y 2019, el número de packs vendido superó los 310 y el número de pernoctaciones se alzaba hasta las 200. En 2020, el hotel permaneció cerrado por la situación sociosanitaria y en 2021 reabrió sus puertas a SEMINCI, logrando un número más bajo de ocupación con un 76%, vendiéndose 290 packs y registrando 160 pernoctaciones. En el año pasado, los números siguieron creciendo ligeramente, registrándose 5 pernoctaciones más y 10 packs más vendidos con una tasa de ocupación del 78%.

En cuanto a la previsión para este año, de momento se ha alcanzado el 37,50% de ocupación, vendiendo más de 120 packs y registrando, momentáneamente, 84 pernoctaciones. No obstante, el perfil de turista que escoge el Hotel Nexus para SEMINCI suele realizar su reserva los días antes a la celebración del festival y, viendo la situación actual, se espera que la tasa de ocupación hotelera siga creciendo y se alce por encima del 80%.

La opinión que se tiene en el hotel sobre la importancia y el impacto de SEMINCI en su situación hotelera durante los meses de octubre es que si bien es cierto que tiene impacto pues es un evento que atrae mucha gente durante esos días, no está cerca a otros

eventos como puedan ser el World Padel Tour o la Semana Santa, los cuales no están condicionados por ese acuerdo entre SEMINCI y un hotel en concreto que resta poder de atracción a otros hoteles.

No obstante, la gerencia del hotel coincide en que SEMINCI tiene un impacto positivo para el turismo y para la ciudad, no sólo por lo que atrae en esos días del año, sino porque repercute en el resto del año atrayendo visitas. La realidad es que celebrar un festival de cine importante en la ciudad de Valladolid la sitúa en el mapa y la gente se interesa por lugares, actividades y eventos que se encuentran en la ciudad. Además, con la llegada de los Premios Goya en su próxima edición las expectativas son mayores, pues el nombre que tiene la gala de los Goya es mayor del que tiene SEMINCI y no sólo es un reconocimiento a la industria del cine vallisoletana, sino también a la ciudad de Valladolid y el resto de su cultura. Se espera que el evento atraiga aún más turismo, tanto durante los días del propio evento como el resto del año al dar a conocer la ciudad, y que le dé publicidad a ésta.

Además del sector hotelero, la Semana Internacional del Cine de Valladolid también tiene impacto en otros miembros de la hostelería, como los bares y los restaurantes.

La gente tiende a consumir y, cuanto más gente, más consumo, lo cual se traduce también al caso de la SEMINCI pues si el festival atrae turismo, y no sólo turismo sino también a los diferentes cineastas que llenan la ciudad durante la semana, todo ello se traduce en un mayor consumo. Gran parte de las salas acondicionadas para la celebración de SEMINCI se encuentran en lugares céntricos, dejando a los bares y restaurantes que rodean dichos lugares en una buena posición para atraer clientela.

Valladolid destaca también por su gastronomía y la cultura del vino, cualidades latentes en muchos de los bares del centro. Es por ello por lo que bares como La Cárcava o La Cacatúa, situados en lugares céntricos, ven durante esos días como el ritmo, ya de por sí frenético en según qué momentos del año y de la semana, se vuelve aún más frenético. Camareros que trabajan en estos bares comentan que durante SEMINCI, y sobre todo durante el fin de semana, no hay momento del día en el que no tengan un cliente a quien atender. Y, al final, más allá del negocio que realizan los bares y restaurantes durante esos días, no deja de ser otro valor añadido más que se entrega a la ciudad de Valladolid y que tiene un efecto expansivo durante el resto de las épocas del año.

Además, la Semana Internacional del Cine de Valladolid trabaja en vistas a la próxima edición, la correspondiente al año 2024, en añadir un día más al festival, siendo 8 los días en lugar de 7. Si actualmente tiene efecto la celebración del festival de cine en la



hostelería, la adición de un día más de celebración al festival expande ese efecto también durante un día más.

d. Futuro de la industria y SEMINCI

Como se ha comentado con anterioridad, la industria del cine no es una industria estática, que apenas se somete a cambios, y son varios los problemas que aparecen con el paso del tiempo y a los que la industria tiene que hacer frente. ¿Cuál es el futuro del cine? ¿Qué pasa con las plataformas de streaming?, ¿y con la desconexión de los jóvenes con el cine? El actual director de la SEMINCI, José Luis Cienfuegos es consciente de estos problemas y habla sobre los proyectos de la Semana Internacional del Cine de Valladolid, su visión y cómo pretende hacer frente a estos problemas.

El primer reto al que ha de hacer frente el nuevo director de SEMINCI es a recoger el testigo de este. José Luis señala SEMINCI como un festival querido y conocido con su marca en la historia de España y de Valladolid tras 67 años, casi 68, de historia del festival. Cada persona tiene un punto de vista diferentes e ideas nuevas, frescas, pero el director tiene como objetivo mantener esa historia, esa estructura y esa estabilidad que tiene SEMINCI. José Luis afirma que “no importa el gran momento de un festival si no viene acompañado de una estabilidad administrativa y de un apoyo potente por parte del ayuntamiento”, y es que organizar un festival de cine lleva mucho trabajo detrás, no sólo en cuanto a películas, invitados y programas, sino también a nivel de preparación de los diferentes lugares donde se desarrolla SEMINCI y otros elementos de la ciudad y otros aspectos como la comunicación que ayudan al festival a ser lo que es. La idea del nuevo director es la de continuar con esta estabilidad ya que SEMINCI es lo que es actualmente gracias al trabajo que se ha hecho en los últimos años y en las últimas décadas y para ello hay que seguir trabajando sobre esas bases. Eso no indica que haya que hacer lo mismo año tras año, y es por ello por lo que en la presente edición se van a introducir cambios que logren una mayor atracción en el público y seguir haciéndolo es uno de los objetivos que trabaja la dirección del festival. Entre esos cambios, se señala una mayor presencia de cine español y un mayor protagonismo. Esto refuerza esa unicidad del festival y ese atractivo que le hace diferente a otros festivales pues promueve un sentimiento que hace que uno se sienta acogido, respetado e involucrado. El mundo del cine, como otras industrias, es un mundo competitivo en el que hay que trabajar duro, e incluso tener suerte, para poder dar el salto. SEMINCI quiere facilitar ese salto a los cineastas españoles apoyando, premiando y dando a conocer sus proyectos. El festival también aboga por defender SEMINCI como un diálogo y encuentro entre autores cuyos nombres ya están escritos en la historia del festival y actores que se incorporan nuevos valores, siendo estos

encuentros punto de aprendizaje para ambas partes y algo que ayuda a la industria del cine español a seguir creciendo.

Uno de los problemas que afecta a la industria del cine en la actualidad es el problema de la digitalización, que trae consigo desarrollo de nuevos productos como las plataformas de cine mencionadas anteriormente. La principal ventaja que ofrecen las plataformas de cine frente al cine convencional es la comodidad, no tanto física con la posibilidad de ver cualquier película o serie desde el sofá de tu casa, sino también la comodidad de poder hacerlo en el momento que prefieras e incluso parar la película para continuarla posteriormente. José Luis explica que este fenómeno, a pesar de preocuparle, no es tan fuerte como se puede creer. Hoy en día la tecnología ha dado pasos agigantados y la experiencia de ver una película en el cine, el día de su estreno, con proyectores, pantallas y sistemas de sonidos adaptados con el fin de ofrecer la mejor de las experiencias al espectador. Por otro lado, apela al significado de ver una película en una sala de cine y es que la experiencia y el significado de ver una película en una sala de cine o en un teatro no es parecida a la experiencia de verla desde casa, e incluso en una tablet o en un smartphone. Además, los festivales de cine, y en concreto SEMINCI, tienen un valor añadido su presencialidad. El festival ofrece actividades paralelas, como puede ser el caso de los diferentes ciclos de cinematógrafos que se presentan en el cine, los homenajes a figuras como Javier Bardem y Jim Sheridan, entre otros, clases magistrales y talleres como las impartidas el año pasado por Jim Sheridan, en la que habla sobre su historia y como pasó del mundo del teatro al cine, la importancia de los valores por Cristian Mungiu y el proceso de cómo crear un documental con Javier Corcuera. Además, también se producen otros encuentros socioculturales en los que se tratan otros temas además del cine como los llevados a cabo la pasada edición. Todo ello, junto a la posibilidad de poder ver a genios y leyendas de la historia del cine, y también la literatura como es el caso de Chema Sarmiento, y poder presenciar sus charlas, ruedas de prensa y la entrega de los premios, dotan al festival de un toque especial que hace que no puedas perderte la cita con SEMINCI.

La digitalización no solo supone problemas, sino también supone una adaptación y por ello SEMINCI ha decidido adaptarse a los nuevos tiempos y aliarse con la plataforma de streaming de FILMIN, junto a otros festivales de renombre del país para mostrar contenidos a través de realidad cinéfila. Como se ha comentado antes, este es un proyecto educativo en el que se abordan dos problemas: la digitalización y los nuevos tiempos y la desconexión con los jóvenes, acercando la cultura del cine a los estos públicos.

El relevo generacional se percibe como una de las mayores diez preocupaciones que hay actualmente en la industria de los festivales de cine. Con el paso del tiempo, no se ha renovado ese público, es decir, no se ha logrado la atracción del público joven a los festivales y es por ello por lo que el público ha envejecido, pero es una tendencia que se puede evitar y que se quiere evitar. Para ello hay que trabajar duro durante todo el año, antes de cada edición, para preparar contenidos, encuentros y actividades que levanten el interés de los más jóvenes. Ventana Cinéfila es uno de esos proyectos, junto a SEMINCI Joven y Miniminci en los que se acerca este arte a públicos jóvenes, educando y culturizando a éstos desde pequeños y logrando con éxito ese relevo generacional. No sólo hay que adaptar los contenidos que se muestran y atraer contenidos dedicados a este segmento de la población, sino que también hay que facilitarles el acceso. A veces la cultura es algo a lo que se le suma una dificultad en su acceso y la Semana Internacional del Cine de Valladolid aboga por acercar de manera sencilla la cultura a los jóvenes de Valladolid, de Castilla y León y de otros países.

Parte de esa dificultad a la hora de acceder al consumo de cultura se fundamenta en un crecimiento de los precios de las entradas de cine, entre otros bienes. En la actualidad los precios de una entrada para ver una película oscilan entre los 7 y los 10 euros, sin extras añadidos, que pueden ser menos en caso de utilizar promociones y descuentos por ser estudiante, joven o adquirir un pack de entradas en formato familiar. Puede que no sean precios excesivamente caros y que una persona pueda permitirse ir al cine varias veces al mes sin ningún problema, pero a la hora de analizar la competencia es cuando el precio empieza a cobrar más importancia. Si a la comodidad de las plataformas de streaming le añades un precio más económico, a pesar de su subida de precios, ya que te permite ver un amplio catálogo de películas, series y documentales durante un mes a través de una suscripción que no está tan lejos del precio de una única entrada de cine para una película hay un debate. Ir a una sala de cine y disfrutar de una película es una experiencia diferente a la que ofrecen las plataformas de streaming, pero no para todos. Hay gente que prefiere la experiencia de las salas de cine y hay gente a la que le da igual, provocando que este precio sea un problema para las salas de cine. Ante este hecho, empresas como Cinesa han tomado acción y han desarrollado una suscripción para poder acudir al cine ilimitadas veces durante un mes, pudiendo disfrutar de todos los estrenos de dicho mes, con un precio muy similar al de las plataformas de streaming, además de otra serie de ventajas. No obstante, el catálogo ofrecido supone una gran diferencia y es una guerra que las salas de cine convencional no pueden ganar, aunque si se facilita el acceso a las salas a los espectadores.

Por parte de SEMINCI, José Luis Cienfuegos no cree que el festival vallisoletano sea caro, sino todo lo contrario. Afirma que los precios de las diferentes actividades del festival son competitivos y accesibles para los bolsillos. “Es un precio razonable y elitista”, afirma el director, argumentando que comparado con el cine comercial sí que hay una diferencia pues hay precios algo más caros. La competencia contra las plataformas es muy dura, pero SEMINCI es un festival en el que se presentan proyectos realizados en este país con una mejor calidad de la que ofrecen la mayoría de los televisores y unas condiciones de las salas, en cuanto a iluminación y sonido, que también superan las de los hogares españoles. Además, en la presente edición de SEMINCI se está trabajando por mejorar aún más esta experiencia y que los espectadores y asistentes al festival puedan disfrutar de la experiencia al máximo. No sólo la experiencia de las películas, sino la experiencia de vivir un festival, experiencia en la que radica parte de esa diferencia con las plataformas de streaming pues el contacto, la cercanía y la naturaleza de una proyección en una sala de cine junto a los protagonistas no se puede comparar.

Desde SEMINCI se está trabajando también en un abono especial, que incluya la posibilidad de acudir durante todos los días del festival o a varios días de este, siendo así una opción más económica para la gente que quiera disfrutar de toda la experiencia de la Semana Internacional del Cine de Valladolid. Este movimiento es un movimiento interesante pues combate ese problema de la dificultad del acceso a la cultura, haciendo el producto más llamativo económicamente, al mismo tiempo que sigue haciendo que el festival sea cada vez más atractivo por su propia naturaleza, sus actividades, sus proyecciones y sus invitados. Además, es una estrategia que también es interesante de cara a fidelizar más aún a los espectadores y crear un vínculo aún mayor, pues no es lo mismo acudir únicamente un día a SEMINCI que disfrutar de toda la semana del festival.

Son muchos los retos y los problemas a los que hace frente en la actualidad la industria cinematográfica, pero las diferentes entidades, entre ellas SEMINCI, han demostrado que los problemas son superables y que de una dificultad se puede sacar una ventaja como con la digitalización del festival.

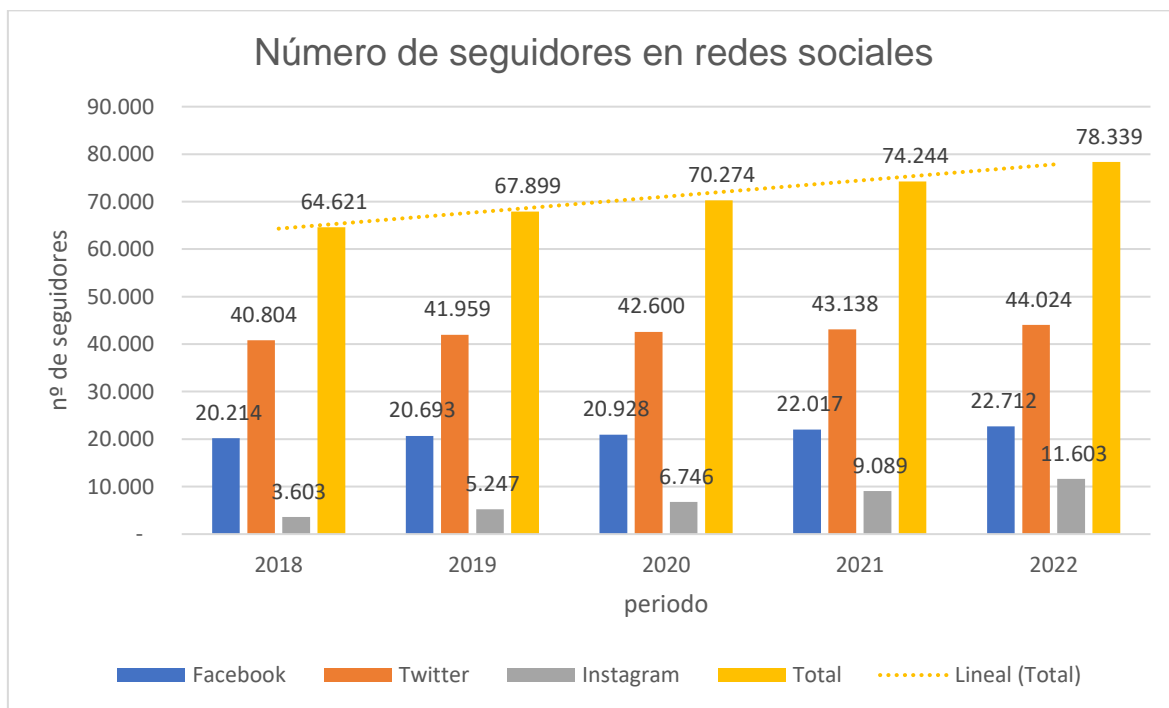
e. Las redes sociales como una nueva forma de comunicar

Los cambios no suponen siempre problemas y donde hay un problema puede haber un nuevo camino. Este es el caso de la digitalización, pues también significa el auge de las redes sociales.

En los últimos años las redes sociales se han ido haciendo, a pasos agigantados, agentes comunes en la vida diaria de las personas, y sobre todo de los jóvenes. Las redes sociales pueden convertirse en un medio de información muy amplio, abarcando todo tipo

de noticias, inmediato, pues se procesa todo en cuestión de segundos, y cómodo ya que todo el mundo puede acceder a ello desde cualquier smartphone, tablet o cualquier otro dispositivo electrónico. Además, como se ha mencionado anteriormente, este tipo de aplicaciones tienen un mayor efecto en los jóvenes, siendo éstos los principales usuarios ya que están, generalmente, al día en cuanto a tecnología se refiere.

*Gráfico 7: Números totales y segregados de seguidores en las redes sociales de SEMINCI en los últimos 5 años*



(SEMINCI, 2023)

En la actualidad para la gran mayoría de las entidades las redes sociales juegan un rol muy importante. Da igual si son una marca de ropa, un equipo de fútbol o un festival de cine, las redes sociales otorgan un altavoz muy grande para poder informar sobre tu empresa o tus productos. Todo ello va acompañado de una gran responsabilidad, pues no vale con crear una cuenta en Twitter o en Instagram, sino que hay que tener una estrategia digital establecida que mantenga la misma personalidad que nuestra empresa y muestre lo que queremos mostrar de ella.

En el caso de SEMINCI vemos que hace más de una década comenzó su andadura en las redes sociales, creando sus perfiles de Twitter y Facebook en 2009, creando posteriormente su perfil de Instagram en 2013. SEMINCI utiliza sus redes sociales para promover valores culturales relacionados con el festival en épocas en las que SEMINCI aún está lejos, como noticias sobre la industria española de cine, algunas novedades de SEMINCI, apoyos a otros festivales, etc. Durante la época del festival, se vuelca con

contenido relacionado con el mismo. Anunciando nominaciones, programas, invitados y todo tipo de información relativa al festival.

En cuanto a las cifras, en los últimos 5 años ha crecido en todas y cada una de sus redes sociales, siendo la red en la que más ha crecido, tanto en proporción como en número total de seguidores, Instagram. Instagram ha crecido en más de un 300%, pasando de los poco más de 3.500 seguidores a los casi 12.000, poco más de la mitad de los seguidores actuales de Facebook. Este hecho es bastante lógico, pues es una red social más centrada en el aspecto visual, gran parte importante del cine también, y es una red con mayor potencial de contenido con diferentes formatos: stories, publicaciones normales, Reels, contenido interactivo con emojis, con encuestas, etc. Por otro lado, Facebook es la red social que menos ha crecido, creciendo unos dos mil seguidores, que apenas son un 10% del total de seguidores. En el caso de Twitter, el crecimiento sigue la misma tendencia que en Facebook, creciendo un 10% de sus seguidores totales en los últimos 5 años.

Hay que tener en cuenta varias cosas a la hora de analizar este crecimiento y es que Instagram es al mismo tiempo la red social más joven de SEMINCI y la que menor número de seguidores, número bastante pequeño en comparación con el resto de las redes sociales, presentaba al principio del periodo, lo cual le da un mayor margen de crecimiento. Además, el perfil de los usuarios de cada red social es diferente, siendo Instagram una red social en la que gran parte de los usuarios son personas jóvenes, mientras que Facebook es la red social con un perfil más envejecido. Esto es relevante ya que hay que tener en cuenta el perfil al que te estás dirigiendo en cada red social para preparar un contenido adaptado a su gusto y preferencias. Por otro lado, las personas jóvenes son por lo general personas más activas en redes sociales, lo cual ayuda a que las redes sociales en las que el perfil es más joven puedan crecer con facilidad, pues el público que a diario pasa minutos e incluso horas mirando, por ejemplo, Instagram es el público que más probablemente siga esa cuenta.

SEMINCI también ha apostado por el desarrollo de una aplicación para teléfonos móviles la cual lleva en marcha desde hace 2 años y en la cual se puede ver diferente información y programación acerca del festival, siendo una opción válida también para informar a la gente de las diferentes actividades que hay en SEMINCI. Este tipo de aplicaciones son útiles pues es otra forma más de comunicarte con tu público o público objetivo, aunque en este caso al ser una aplicación con tan poca trayectoria tiene mucho margen de mejora. Lo ideal sería que se pudiese disfrutar de una aplicación en la que el contenido de la web apareciese optimizado para los diferentes dispositivos, así como el programa de contenidos que permita al usuario ver qué películas se proyectan cada día.

Además, en estas aplicaciones existe la opción de activar notificaciones y crear una cuenta, como en la página web, pudiendo mandar comunicación personalizada y diversas newsletters a los usuarios de SEMINCI.

La tendencia para los próximos años es que las redes sociales sigan creciendo, sobre todo Instagram, no obstante, SEMINCI puede realizar un par de cambios o ajustes para que su público en redes sociales crezca, se fidelice y acabe siendo un espectador más de SEMINCI. Si bien ya ha dado un paso de gigante, junto al resto de festivales, con la iniciativa de Ventana Cinéfila, el festival vallisoletano puede dar también un salto de calidad en sus redes sociales. Para ello, tendría que invertir más en el análisis de sus redes sociales y establecer una estrategia digital rígida que le permita ser constante en redes sociales, en todas sus redes, lograr una interacción con el público mayor y es que la mayoría de su contenido, sobre todo en Twitter y Facebook, es puramente informativo y si bien está bien, porque al final es lo que quieres, informar sobre tu festival, actividades y otras noticias sobre la industria del cine, se puede enfocar el mismo contenido informativo de una forma más simpática y cercana, logrando al mismo tiempo alcanzar un mayor número de usuarios con tus publicaciones y también potenciar ese vínculo, sobre todo con el público joven, que caracteriza al festival a través de las redes sociales y la interacción con los usuarios de las mismas.

Las redes sociales no tienen únicamente valor como medio informativo, con el desarrollo y crecimiento de éstas y también del mundo digital, las redes sociales llegan a tener también un valor económico asociado a su naturaleza. Las redes sociales modifican los ámbitos de consumo, pues se convierten en una herramienta de marketing optimizada en el entorno digital. Existen varias formas de monetizar, directa o indirectamente, tus redes sociales y aplicaciones propias.

Una de ellas es la más visible, promocionar tus productos en redes sociales. Una de las ventajas del mundo de las redes sociales es el fácil acceso y uso de estas y el potencial alcance que podemos tener. En la actualidad, según un análisis de Ericsson (2023) unos 6.700 millones de personas tienen acceso a un smartphone y más de 4.000 millones de personas tienen, al menos, una cuenta activa en redes sociales. Esto supone una mayor exposición de cualquier contenido en redes sociales con respecto a otros medios como la radio, la prensa e incluso la televisión.

A la hora de realizar una estrategia digital, hay que tener claros cuáles son los objetivos de ésta. Puede que la empresa decida realizar una estrategia, en primer lugar, para crecer en redes sociales y aumentar el número de sus seguidores, ampliando así el número de clientes potenciales. Tras ello, puede centrar sus esfuerzos en promocionar



contenidos más concretos como el lanzamiento de un nuevo producto, las rebajas de sus productos y otros contenidos que se traducen en un aumento del valor de la empresa. En el caso de SEMINCI, esta estrategia digital tiene que estar centrada en la promoción del festival y de las distintas actividades, logrando en primer lugar un aumento de las ventas de entradas y abonos para acudir al festival y en segundo lugar la venta de otros productos como puede ser el *merchandising* del propio festival (camisetas, agendas, pósteres y todo tipo de productos). En su caso, sí que promocionan la venta de entradas desde sus redes sociales, pero de una forma más informativa y sin realmente hacer un esfuerzo de marketing con una campaña enfocada en la venta de entradas.

Las redes sociales hoy en día se han convertido en un punto básico e importante del marketing debido a sus características, pero no son sólo las propias empresas las que se benefician de su propio éxito en redes directamente, sino que también entran en juego otros agentes como los patrocinadores. La propia presencia de determinadas marcas o patrocinadores en los diferentes contenidos compartidos en redes sociales, como por ejemplo las imágenes, otorgan un valor a esa marca o patrocinador pues el hecho de aparecer en una publicación, la cual puede llegar a un gran público, es una forma de anunciarse. El patrocinio de eventos, creadores de contenido y deportistas es algo que lleva existiendo durante años, y con esta creciente tendencia a utilizar las redes sociales como lugar para publicitarse, se ha creado el concepto de los activos digitales, determinados espacios o publicaciones en los que aparece expresamente una marca o patrocinador. Las empresas venden estos activos a cambio de aprovechar uno de sus espacios para publicitar también otra marca. Es el caso de los *streamers*, que añaden logotipos de diferentes marcas en sus contenidos y también de las entidades deportivas, como por ejemplo los equipos de fútbol, que añaden también logotipos en determinadas publicaciones como las alineaciones y los goles. No sólo eso, sino que también ceden espacios para realizar acciones con marcas y patrocinadores como diferentes concursos o eventos. Para valorar este impacto, se tienen en cuenta las principales estadísticas que ofrecen las redes sociales: los seguidores, el alcance, las interacciones, o *engagement*, y los clics, en caso de existir enlaces, en las diferentes publicaciones. Por lo general, las métricas que empresas como Blinkfire utilizan para otorgar sus valores a las diferentes publicaciones son el alcance de éstas, pues a pesar de que el número de seguidores es relevante, las publicaciones llegan a un número más amplio de usuarios, y en el caso de existir enlaces, como por ejemplo en sorteos en los que haya que acceder a una página web, el número de clics en el enlace. De esta forma, mediante diferentes métricas (coste por clic y coste por *engagement*), las cuales se actualizan continuamente en función de los resultados que se estén obteniendo en las diferentes redes sociales, siendo un valor



estimado, se establece un valor para cada una de las publicaciones, el cual se comparte posteriormente con diferentes patrocinadores para negociar cada uno de los espacios. En el caso de SEMINCI, no existen este tipo de espacios, a excepción de Ventana Cinéfila en FILMIN.

El establecimiento de una estrategia digital más desarrollada por parte del festival permitiría valorar la venta de activos digitales a los patrocinadores que actualmente tienen otros espacios en el festival como Renault, Aquavall y Gadis entre muchos otros.

En el caso de las aplicaciones o páginas web, permiten una publicidad más específica para cada perfil de usuario, pues se pregunta por las preferencias de los usuarios y otros datos personales que sirven para personalizar la experiencia. Todo ello se suma para el desarrollo de una estrategia de CRM (*Customer Relationship Management*), gestión de relaciones con los clientes, en la que se utilizan estas preferencias para enviar publicidad dedicada a cada uno de los perfiles. A través de newsletters y otros correos promocionales, se genera un valor creciente de la empresa ya que parte de estos correos crean un vínculo con el cliente que, en algunos casos, motiva al cliente a adquirir los productos de esta al mismo tiempo que ofrece información de interés especializada.

En definitiva, las redes sociales tienen en la actualidad un valor importantísimo tanto como medio de comunicación, como de publicidad, para empresas propias y ajenas.

f. La Huelga del Sindicato de Guionistas de Estados Unidos, un nuevo problema para la industria cinematográfica

No sólo suceden cambios que generan problemas o dificultades en la industria como los que se han mencionado antes, sino que, frente a otros problemas existentes, también se busca solución y, en definitiva, un cambio. Uno de los casos más recientes e importantes en la industria del cine es la Huelga del Sindicato de Guionistas que lleva en marcha desde hace semanas en Estados Unidos.

El pasado mes de mayo los guionistas de Hollywood se pusieron en huelga, huelga que hoy en día sigue en pie. Entre las quejas que se presentan en la huelga y a las que el sindicato busca solución se encuentran las llamadas *Mini Rooms*, proyectos de varias semanas, entre 8 y 10, que involucran a diferentes guionistas para la preparación de un programa televisivo, el cual puede que no sea nunca estrenado. La denominada WGA (el Sindicato de Guionistas de Estados Unidos) reclama que esta práctica es una práctica abusiva pues los guionistas dedican poco más de dos meses a guionizar programas televisivos, cobrando menos en comparación a lo que cobrarían si trabajasen de guionistas de un programa televisivo ya existente, que puede que no sean estrenados, significando esto que los guionistas tampoco podrían añadir estos proyectos a su currículum pues no

consta la existencia de dicho programa. Además, en el caso de que el programa se acabe produciendo y, posteriormente, estrenando, esto no garantiza que los guionistas de las Mini Rooms sean contratados. Se trata de una práctica abusiva en la que las productoras se aprovechan de pequeños escritores, quienes suelen ser los que realizan este tipo de trabajos, en parte gracias a su aún poco renombre dentro de la industria, para probar suerte con un programa y acabar, en el peor de los casos, sin programa o en un caso mejor, produciendo dicho programa, pero sin premiar realmente a los guionistas. Otra de las del sindicato se centra en las plataformas de streaming, empresas que suponen otros problemas para la industria como los mencionados anteriormente. En este caso, el motivo de la queja es que los guionistas reciben una compensación diminuta en comparación al éxito que tienen los diferentes programas televisivos. No sólo eso, sino que las plataformas de streaming alzan sus precios cada cierto tiempo, habiendo aumentado su cantidad de ingresos en los últimos meses, manteniendo las mismas compensaciones para los escritores. Esta es una de las principales quejas por las que el sindicato se ha puesto en huelga, la cuales apoyan personalidades conocidas del país como Barack Obama, expresidente de Estados Unidos, Jimmy Fallon, presentador de uno de los programas televisivos más famosos del país, y Bob Odenkirk, actor nominado a los Grammy por su papel en *Better Call Saul*, entre muchos otros. En este aspecto, los sindicatos reclaman un mayor porcentaje de los ingresos que generan los programas en virtud de los guionistas.

*Tabla 2: Costes, ingresos y coste sobre el ingreso del guionizado de los programas televisivos en Estados Unidos y*

Compañía	Costes anuales (millones de \$)	Ingresos anuales (billones de \$)	% del coste sobre los ingresos
Disney	75	82,7	0,091
Netflix	68	31,6	0,214
Warner Bros. Discovery	47	43,1	0,108
Paramount Global	45	30,2	0,148
NBC Universal	34	121,4	0,028
Amazon	32	514	0,006
Sony	25	88,8	0,028
Apple	17	394,3	0,004
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>1306,1</b>	<b>0,627</b>

(WGA, 2023)

En la tabla se observan los costes, en millones de euros, que suponen para los diferentes estudios cinematográficos de Estados Unidos junto a los ingresos, mostrándose también el % que representan los costes, entre los que se incluyen los pagos a los guionistas, con respecto a los ingresos que obtiene cada uno de los estudios. Como se ve en la tabla, el porcentaje que reciben los guionistas es mínimo y, en comparación con los

beneficios que obtienen los estudios, la diferencia es enorme. Por ello, el Sindicato de Guionistas de Estados Unidos se alzó en huelga, exigiendo unas mejores condiciones para los guionistas. La principal exigencia del sindicato es la subida de los pagos a los guionistas, alegando que cobran muy poco en comparación con lo que pueden llegar a generar y es por ello por lo que las personalidades los apoyan.

Actualmente sigue en pie la huelga pues los estudios no acceden a las demandas de los sindicatos, ofreciéndoles una mejor situación, pero no siendo suficiente para satisfacer dichas demandas. El sector cinematográfico se ve gravemente afectado por esta huelga ya que programas televisivos son pospuestos al estar los guionistas e incluso en algunos casos el reparto del propio programa en huelga ante las demandas hacia los estudios. Esto se traduce en un menor volumen de series y películas, siendo uno de los grandes mercados de Hollywood.

La industria cinematográfica, según la Comisión de Cine de California (2023), genera más de 700.000 puestos de trabajo en el estado. La pausa de la producción de diferentes películas y programas televisivos impacta directamente en estos cientos de miles de personas, los cuales no tienen proyectos en activo y de los cuales, algunos, pierden su trabajo. No poner fin a la huelga se traduce en mayores proyectos pospuestos, pudiendo elevarse el impacto de las huelgas en 3 billones de dólares, no sólo generando un vacío dentro de la propia industria del cine, sino también en la economía de Estados Unidos. Todo ello repercute en la industria del cine, afectando directamente a los trabajadores de dichos estudios u otros y también indirectamente a otros ámbitos como puedan ser las salas de cine y los festivales de cine que perderían proyectos para sus proyecciones al no haberse producido.

En definitiva, mantener la huelga afecta negativamente a la industria del cine, haciéndolo también al conjunto de la economía, y estudios y sindicato han de encontrar una solución temprana para no permitir que el impacto de la huelga sea mayor.

g. Valladolid, ciudad de cine: Los Goya

Valladolid, declarada ciudad del cine por la UNESCO en 2019, acogerá la próxima edición de los Goya, en el año 2024, reconociendo así la importancia de la ciudad al cine español y su labor durante todos estos años, gracias también a la SEMINCI.

La ciudad vallisoletana albergará la mayor fiesta del cine español, convirtiéndose en la sexta ciudad en hacerlo tras Madrid, Barcelona, Sevilla, Málaga y Valencia. Este hecho supone el reconocimiento de Valladolid pues en gran parte de su historia los Goya se han celebrado en Madrid, pero en la historia reciente han decidido pasarse por el resto de las ciudades de España en las que la cultura del cine está muy presente.

La celebración de los Goya afecta de manera positiva a todo lo mencionado anteriormente. Albergar un evento de tales dimensiones revaloriza la Semana Internacional del Cine de Valladolid y también a la ciudad. Esa apuesta por la cultura que año tras año brinda SEMINCI, se ve recompensada y potenciada por un evento como los premios nacionales más importantes de la industria cinematográfica.

En el aspecto económico, cabe destacar que, aunque supone un gran desembolso de inversión por parte de las diferentes administraciones públicas y del resto de agentes que participarán en la organización de los premios, tal y como indicó el antiguo alcalde Óscar Puente, también traen consigo un retorno importante de dicho capital. En la pasada edición, celebrada en Sevilla, la celebración de los premios Goya supuso un total de 57 millones de euros a la ciudad. Otros agentes económicos de Valladolid como el transporte, la hostelería y el turismo se van a ver beneficiados por este hecho, así como ya lo hacen anualmente gracias a SEMINCI. Pero no sólo es el dinero, la celebración de los premios significa que Valladolid será foco mediático nacional, alcanzando también una proyección internacional que alimentará el éxito de SEMINCI.

José Luis Cienfuegos, director del festival, comenta que se van a vivir unos momentos preciosos durante la celebración de los Goya y también antes y después de los mismos. “Un regalo para unos y para otros”, dice José Luis elogiando la bonita conexión que se producirá entre un festival tan bonito y respetado dentro de la industria del cine español y una ciudad de cine como es Valladolid. Se ha apostado por el cine de autor, de calidad, y los Goya van a ser un homenaje para la propia ciudad y también para el cine español, cine que siempre ha tenido su hueco e importancia dentro de SEMINCI.

Además, el equipo de la Semana Internacional del Cine de Valladolid está colaborando desde el primer día para rodear la gala de los Goya como se merece con diferentes actividades, que se celebrarán durante los días anteriores, como puedan ser charlas y encuentros, ciclos de cineastas españoles, etc.

## **6 Conclusiones**

El presente Trabajo de Fin de Grado, el cual se ha centrado en el estudio de la industria del cine en la ciudad, su realidad y los problemas a los que enfrenta, poniendo el foco en la Semana Internacional del Cine de Valladolid (SEMINCI) y en su crecimiento en diferentes aspectos que lo conforman, analizando también su impacto no sólo en la industria cinematográfica, sino también el impacto que tiene en otras industrias como son la hostelería y el turismo. A lo largo del TFG se ha estudiado el comportamiento de diferentes variables, en base a datos y evidencias, que respaldan las siguientes conclusiones:

En los últimos años, de igual forma que en las últimas décadas, se ha producido un crecimiento de SEMINCI en los diferentes ámbitos que lo conforman como son el número de películas proyectadas, las categorías de participación, el número y la cuantía de los diferentes premios otorgados, la asistencia de espectadores, tanto de España como del extranjero, y el alcance del festival en diferentes medios, redes sociales y países. Este crecimiento resalta la importancia que ha ido adquiriendo SEMINCI en los últimos años y en las últimas décadas en la escena nacional e internacional del cine y cómo va a seguir haciéndolo en futuros años.

SEMINCI se ha consolidado como un referente cinematográfico, nacional y también internacional, atrayendo a diferentes proyectos y a sus respectivos directores, productores, actores y críticos de renombre. Fiel a su esencia y su historia, el festival ha contribuido y sigue contribuyendo en la difusión de películas de calidad, apoyando la promoción al cine independiente y también al cine de autor.

El impacto en la industria cinematográfica. SEMINCI sirve como plataforma de lanzamiento para muchos proyectos cinematográficos a los que les da esa oportunidad de darse a conocer, como se ve con el premio a mejor dirección nueva “Pilar Miró”. Además, facilita la distribución y promoción de los diferentes proyectos tanto a nivel nacional como internacional. Esto tiene un impacto significativo en la industria cinematográfica, estimulando la proyección y diversidad de contenidos y defendiendo algunos otros contenidos que no son tan comerciales o conocidos.

No sólo ha tenido impacto en la industria cinematográfica, sino que también ha tenido, y tiene, impacto en la economía local, generando ingresos para la ciudad a través de la ocupación hotelera, el aumento de la actividad en bares y restaurantes de la ciudad, así como el incremento del turismo durante la semana del evento, además del efecto que esto tiene en Valladolid como ciudad y que le permite incrementar el turismo también a lo largo del año, fortaleciendo así la industria de la hostelería y el turismo local.

Valladolid sigue apostando por el enriquecimiento cultural de la provincia y de la ciudad. De la mano con SEMINCI, la promoción de actividades relacionadas con el cine como proyecciones, charlas y exposiciones fomenta la participación de la comunidad local en actividades relacionadas con el cine y con el festival, reforzando el vínculo existente entre SEMINCI y la ciudad. Además, siendo uno de sus objetivos, el festival y la ciudad proporcionan un espacio para el diálogo y el intercambio de ideas que beneficia a las diferentes partes implicadas. Todo ello, sumado al creciente interés por seguir fomentando este enriquecimiento cultural sitúan a Valladolid entre una de las ciudades que más interés despierta de toda España.

Gracias a SEMINCI, y también a su interés en crecer en el extranjero gracias a la invitación de países a las diferentes ediciones y a la valoración de proyectos extranjeros, Valladolid se ha convertido en un destino atractivo para amantes del cine de diferentes partes del mundo. Esto impulsa a la ciudad a tener una visibilidad internacional y a fortalecer sus lazos con otras ciudades y festivales cinematográficos de prestigio.

A pesar de sus éxitos, tanto SEMINCI como la industria del cine se enfrentan a diferentes retos y desafíos como el relevo generacional y la desconexión de los jóvenes con el cine y el auge de alternativas tecnológicas como las plataformas de streaming o los eventos online.

Desafíos Futuros: A pesar de su éxito, SEMINCI enfrenta desafíos futuros, como la competencia con otros festivales y la adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas en la industria cinematográfica. La capacidad de seguirse manteniendo relevante, y de seguir creciendo, dependerá de cómo se adapte a los diferentes problemas a los que tiene que hacer frente. Un claro ejemplo de ello es la inversión en la educación de los jóvenes y de los más pequeños en la cultura del cine para frenar ese relevo generacional y, también, el uso de las plataformas de streaming como un propio beneficio para el festival y no un competidor.

En resumen, SEMINCI ha experimentado un notable crecimiento en todos sus aspectos a lo largo de los años, convirtiéndose en un importante evento cinematográfico a nivel internacional y contribuyendo al desarrollo económico y cultural de la ciudad de Valladolid. Su impacto se extiende más allá de la pantalla, influyendo positivamente en la vida de la comunidad local y en la industria del turismo y la hostelería. Sin embargo, la sostenibilidad de este crecimiento dependerá de su capacidad para enfrentar los desafíos que plantea el panorama cinematográfico en constante evolución.

## 7 Bibliografía

- Alejandro, M. (5 de mayo de 2023). *Cadena SER*. Obtenido de <https://t1p.de/3n3zg>
- American Society of Cinematographers. (17 de octubre de 2018). *The American Society of Cinematographers*. Obtenido de <https://theasc.com/articles/beyond-the-frame-wizard-of-oz>
- Ayuntamiento de Valladolid. (21 de noviembre de 2021). *Ayuntamiento de Valladolid*. Obtenido de <https://t1p.de/v0ute>
- Ayuntamiento de Valladolid. (19 de septiembre de 2022). *Observatorio de Valladolid y de la comunidad urbana*. Obtenido de <http://www.valladolidencifras.es/turismo.html>
- Britannica. (17 de septiembre de 2023). *Britannica*. Obtenido de <https://www.britannica.com/topic/The-Jazz-Singer-film-1927>

- Britannica. (15 de septiembre de 2023). *Britannica*. Obtenido de <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture/Melies-and-Porter>
- Cabañas, Ó. E. (2 de abril de 2024). *El Español*. Obtenido de <https://t1p.de/sn4pr>
- Cacho, R. (12 de agosto de 2023). *El Norte de Castilla*. Obtenido de <https://t1p.de/70445>
- Castello, T. (2018 de enero de 14). *Xataka*. Obtenido de <https://t1p.de/u4vch>
- Colangelo, B. (12 de mayo de 2023). *Slash Film*. Obtenido de <https://www.slashfilm.com/1284462/what-is-a-mini-room-striking-hollywood-writers/>
- Ericsson. (23 de septiembre de 2023). *Ericsson*. Obtenido de <https://t1p.de/ffhnk>
- Espinel, R. (09 de abril de 2023). *Producción Audiovisual*. Obtenido de <https://t1p.de/6a1pt>
- Gobierno de España. (18 de septiembre de 2023). *Ministerio de Cultura y Deporte*. Obtenido de <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/datos/taquilla-espectadores.html>
- Gregory, T. (4 de enero de 2022). *History Cooperative*. Obtenido de <https://historycooperative.org/the-first-tv-a-complete-history-of-television/>
- Heckmann, C. (1 de enero de 2023). *StudioBinder*. Obtenido de <https://www.studiobinder.com/blog/the-history-of-film-timeline/>
- Howarth, J. (26 de enero de 2023). *Exploding Topics*. Obtenido de <https://explodingtopics.com/blog/smartphone-stats>
- Instituto Nacional de Estadística. (19 de septiembre de 2023). *INE*. Obtenido de <https://t1p.de/2yswq>
- KCRW. (23 de agosto de 2023). *KCRW*. Obtenido de <https://t1p.de/9osp1>
- Liu, J. (9 de agosto de 2023). *CNBC*. Obtenido de <https://t1p.de/a3f20>
- Pettinger, T. (10 de enero de 2017). *Economics Help*. Obtenido de <https://www.economicshelp.org/blog/6693/business/cinema-attendance-in-uk/>
- Ruano, R. (30 de marzo de 2023). *El País*. Obtenido de <https://t1p.de/xxllb>
- Salgado, J. (28 de octubre de 2018). *35 milímetros*. Obtenido de <https://35milímetros.es/seminci-2018-genese-triunfa-espiga-de-oro/>
- Science and Media Museum. (18 de junio de 2020). *Science and Media Museum*. Obtenido de <https://t1p.de/pvhip>
- SEMINCI. (21 de octubre de 2020). *SEMINCI*. Obtenido de <https://t1p.de/mba2v>
- SEMINCI. (17 de septiembre de 2023). *SEMINCI*. Obtenido de <https://www.seminci.com/revistas/>
- Statista. (20 de septiembre de 2023). *Statista*. Obtenido de <https://t1p.de/5q8t3>
- Statista. (20 de septiembre de 2023). *Statista*. Obtenido de <https://t1p.de/oudrz>
- Statista. (20 de septiembre de 2023). *Statista*. Obtenido de <https://t1p.de/fyty7>
- WGA. (16 de mayo de 2023). *WGA on contract*. Obtenido de <https://t1p.de/fb458>



## 8 Anexo

Para la realización del análisis del impacto de SEMINCI en el sector hotelero y en un hotel en concreto, el Hotel Nexus – La Antigua, se ha realizado una entrevista con la directora general del hotel, Gladys Rodríguez. En esa entrevista se formularon las siguientes preguntas:

1. Año tras año SEMINCI sigue creciendo, ¿cómo afecta al turismo, la industria hotelera y en este caso al Hotel Nexus? ¿Cómo se espera que se desarrolle en años venideros ante el hecho de que SEMINCI sigue creciendo?
2. SEMINCI no es el único momento del año en el que gente de otras partes de España, y también de otros países, viene a Valladolid, como por ejemplo en Semana Santa. ¿Cómo se compara SEMINCI con el resto del año, en especial con esos otros eventos culturales de interés en la ciudad de Valladolid como la Semana Santa o el World Padel Tour?
3. Vosotros, como parte afectada por los cambios en el turismo y, por ende, en la celebración de eventos culturales en la ciudad, ¿cómo valoráis el impacto de SEMINCI en Valladolid?

En esta entrevista con Gladys también se recogieron los datos de ocupación que se analizan para el estudio.

Otra de las entrevistas utilizadas para la elaboración del Trabajo de Fin de Grado fue realizada al director de SEMINCI, José Luis Cienfuegos, en el que se abordaron las siguientes preguntas:

- 1.Cuál es la situación actual de la industria del cine, cómo ha cambiado en los últimos años y qué se espera de los siguientes. ¿Y en el caso de SEMINCI?
2. Qué se está trabajando para seguir creciendo desde SEMINCI, para mejorar y seguir creciendo.
3. La transformación digital está muy presente en la actualidad, problema en el que se incluye el auge de las plataformas de streaming como bienes en algunos casos sustitutivos del cine tradicional, ¿cómo cree usted que ha afectado a la industria y en especial a SEMINCI? ¿Cómo se va a trabajar en los próximos años ante esta digitalización?
4. Como festival un poco de nicho, ¿qué particularidades tiene este festival respecto a otros como puedan ser el de San Sebastián y Sitges u otros como el de Cannes (enfocado en cine de autor)?

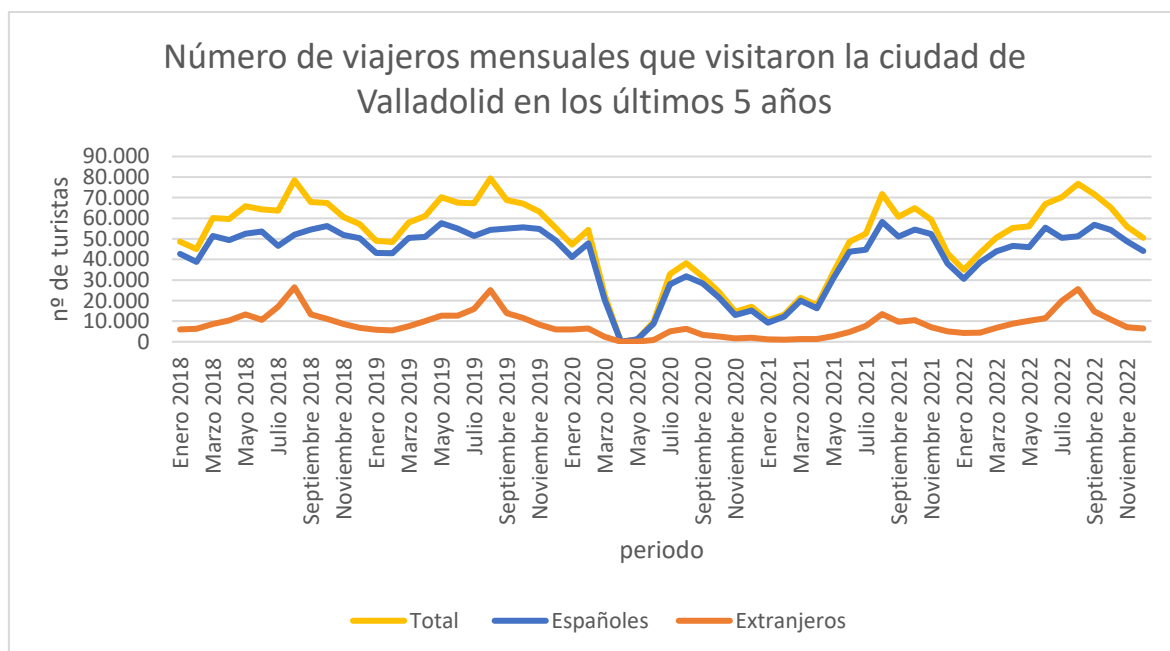


5. ¿Cuál es la conexión de SEMINCI con la ciudad de Valladolid y Castilla y León?, ¿cómo valoráis la implicación de los organismos públicos (el Ayuntamiento de Valladolid y la Junta de Castilla y León) en la promoción del festival?
6. Actualmente existe cierta desconexión entre el cine y el público joven, ¿cómo creéis que afecta este problema a la industria y cómo se trabaja desde SEMINCI para corregirlo?
7. ¿Cómo se financia el festival?
8. ¿Cómo afecta a SEMINCI y a la ciudad de Valladolid la celebración de los Premios Goya?

También se realizó una breve entrevista con Carlos Rodríguez, gerente del gastrobar La Cárcava, en la que se preguntó por el impacto que tiene SEMINCI en dicho bar y en otros bares, sobre todo los bares localizados en el centro de la ciudad, la celebración de eventos culturales como SEMINCI y cómo esto también pone en valor la gastronomía y la cultura del vino vallisoletanas.

La siguiente tabla se utilizó para comparar, en el análisis sobre el impacto de SEMINCI en turismo, los diferentes meses del año, observando que octubre es uno de los meses del año en los que más turismo recibe la ciudad de Valladolid.

*Gráfico 8: Número de viajeros mensuales que visitaron la ciudad de Valladolid en los últimos 5 años*



(Ayuntamiento de Valladolid, 2022)