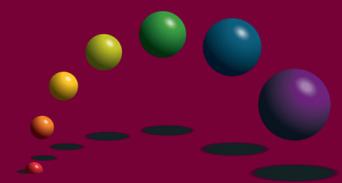


Panorama Audiovisual Iberoamericano

2020



egeda

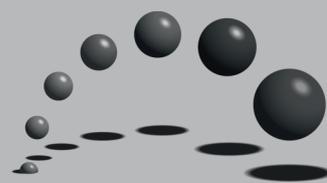
 **FIPCA**



PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2020

Panorama Audiovisual Iberoamericano

2020



egeda

 FIPCA

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020* han sido realizados por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA:

Oscar Berrendo Pérez
Juan Antonio Serrano Fernández
Enrique Encinas Puebla

Nuestro agradecimiento a todos aquellos que han aportado sus experiencias y opiniones a través de sus textos y/o artículos (por orden alfabético):

Alexandra Falla Zerrate (Directora de FUNDACION DEL PATRIMONIO FILMICO COLOMBIANO)
Angela Sánchez Orti (MASTER PRODUCCION AUDIOVISUAL - FACULTAD CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN. UCM)
Carmen Rossana Díaz Costa (Profesora UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ)
Caupolicán Ovalles (Director DIGIVISION PRODUCCIONES / 58 FILMS LLC)
Damián J. Fuentes Sánchez (Director de SAFE CREATIVE)
Eduardo Castillo Hermosilla (Abogado Chile)
Gabriel Salcedo (Director de Asuntos Legales EGEDA AMERICA LATINA)
José Antonio Suárez (Socio D A LAWYERS)
Juan Enrique Puga (Abogado Chile)
Mariana Secco (Productora SALADO FILMS)
Oscar Manuel Rodríguez Baeza (Abogado Chile)
Raúl Vázquez (Gerente General EGEDA AMERICA LATINA)
Victor Sánchez (Coordinador UNIDAD TÉCNICA IBERMEDIA)

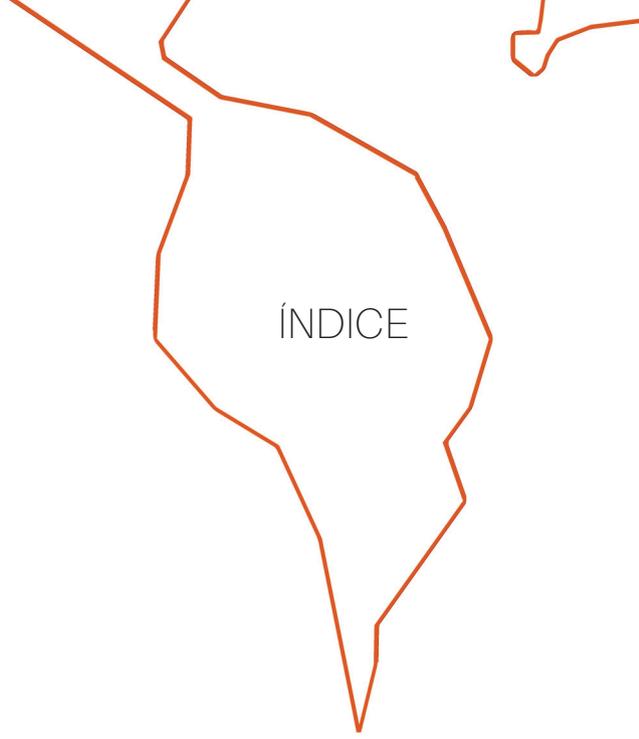
Igualmente agradecer a aquellas empresas que han colaborado con información, documentación o datos de relevancia para la edición de esta publicación (por orden alfabético):

Barlovento Comunicación (www.barloventocomunicacion.es)
ComScore (www.comscore.com)
Fipca (<http://www.fipca.com>)
Ibermedia (www.programaibermedia.com)
Kantar Media (www.kantarmedia.com/es)

Maquetación / Impresión Digital: Departamento de Sistemas de Información (EGEDA)

@ EGEDA 2020. Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales
C/ Luis Buñuel, 2 – 3º (Edificio Egeda)
Pozuelo de Alarcón, 28223 Madrid

Nº de depósito legal: M-26558-2014.



ÍNDICE

<i>INTRODUCCIÓN - Educación, turismo y cultura audiovisual</i>	11
<i>ARTÍCULO 1 - Las nuevas formas de defraudación en el sector audiovisual. Fórmulas para paliar sus efectos y combatir el fraude</i>	19
<i>ARTÍCULO 2 - Cambio existente en la producción, que ha pasado de producir películas para cine a series para plataformas digitales</i>	31
<i>CAPÍTULO I - Producción Cinematográfica en Iberoamérica</i>	39
<i>ARTÍCULO 3 - Preservación del patrimonio audiovisual en Colombia: grandes desafíos</i>	133
<i>CAPÍTULO II - La producción de ficción en Iberoamérica</i>	143
<i>ARTÍCULO 4 - Documental "Venezuela. Crónicas de un genocidio"</i>	207
<i>CAPÍTULO III - El cine iberoamericano más allá de sus fronteras</i>	217
<i>ARTÍCULO 5 - ¿Qué supone realizar un Máster de Producción Audiovisual en la carrera de un estudiante?</i>	267
<i>CAPÍTULO IV - Una década de cine (2010-2019): Chile, Ecuador y Perú</i>	275
<i>ARTÍCULO 6 - Evolución de la financiación pública del cine en el Perú</i>	307
<i>CAPÍTULO V - Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2019</i>	313
<i>ARTÍCULO 7 - El desafío de interpretación de la legislación de Propiedad Intelectual por parte del poder judicial en Chile</i>	359
<i>CAPÍTULO VI - Resumen y conclusiones</i>	375
<i>ARTÍCULO 8 - Panorama y desafíos de la gestión colectiva del productor audiovisual en América Latina</i>	397
<i>Nota metodológica</i>	407
<i>Fuentes y bibliografía</i>	415

PREMIOS

platin

xcaret

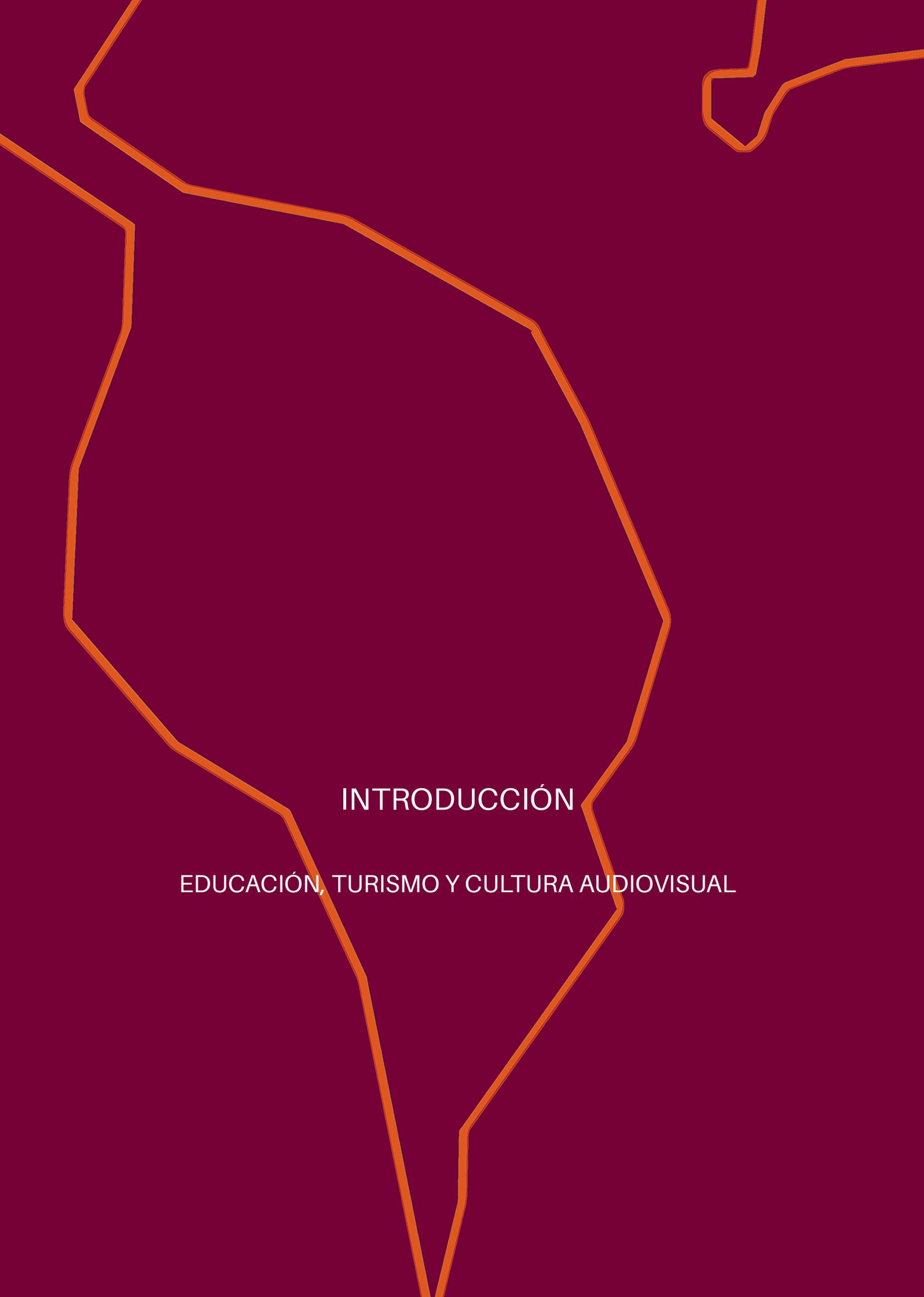
DEL CINE IBEROAMERICANO

RIVIERA MAYA, MÉXICO



nuestro cine

www.premiosplatin.com



INTRODUCCIÓN

EDUCACIÓN, TURISMO Y CULTURA AUDIOVISUAL

INTRODUCCIÓN

EDUCACIÓN, TURISMO Y CULTURA AUDIOVISUAL

Por Oscar Berrendo Pérez

Esta nueva edición del Panorama Audiovisual iba a girar sobre los vínculos del audiovisual en la educación y el turismo y en cómo nuestro sector puede ayudar a la educación o cómo posibilita o favorece el turismo en determinadas localidades, ciudades o países.

Las series, las sagas cinematográficas, las películas, provocan un impacto económico muy positivo en los lugares de realización de los rodajes y la producción. Por ejemplo: Juego de Tronos hizo que la Ermita de San Juan de Gaztelugatxe (Rocadragón) pasase de 28.000 turistas en el verano de 2016 a 143.219 sólo en agosto de 2017 (*Datos de la Diputación Foral*).

Ese mismo producto audiovisual propicia que un alto número de viajeros elijan su destino basándose en películas o series de ficción. Según datos de PwC (*La oportunidad de los contenidos de ficción en España*) las series más comerciales generan un impacto directo en los lugares donde han sido rodadas:

- Irlanda invirtió en el rodaje de Juego de Tronos 14 millones de libras, obteniendo un retorno estimado de 146 millones de libras.
- Inglaterra estima el impacto del turismo cinematográfico entre 100 y 140 millones de libras al año.

Y qué podemos decir del nexo que existe entre la educación y el audiovisual, hoy no se podría concebir lo primero sin lo segundo. Cada vez el audiovisual tiene mayor presencia en la enseñanza, como vehículo para materializar ideas o poner en contexto situaciones con hechos bien conocidos por los estudiantes. Existen cada vez más propuestas con el objetivo de difundir la cultura a través del cine y ponerse a disposición de instituciones, profesores y alumnos. Entre esas propuestas se encuentra **Platino EDUCA**, una plataforma que crea y difunde contenidos culturales y educativos, a través de guías didácticas y buscando también la alfabetización audiovisual de los estudiantes.

Pero cuando escribo estas líneas, me encuentro confinado en casa, como la mayoría de personas en sus diferentes países. Estamos viviendo una situación excepcional, y todo como consecuencia del COVID-19, el “maldito” coronavirus.

Son días de sentimientos, de emociones, de situaciones dramáticas, de solidaridad, de angustia, de responsabilidad, de miedo, de esperanza, de expectación, de pérdida de libertad, de convivencia, de incertidumbre...., y de conocernos a nosotros mismos y nuestros límites.

Y reflexionando sobre la situación y viendo la multitud de noticias que van surgiendo, mi pensamiento ha vuelto a los puntos principales de la introducción: educación, turismo y cultura audiovisual, y precisamente en este mismo orden. Y aunque la situación vivida hace referencia a España, creo que es extrapolable a la situación vivida en los diferentes países de nuestra región iberoamericana.

¿Por qué?

LA EDUCACIÓN

La primera medida de impacto social que supuso un cambio drástico en nuestras vidas fue la suspensión de la actividad lectiva en todos los centros educativos en España (educación infantil, primaria, secundaria obligatoria, bachillerato, formación profesional, universitaria, etc.), lo que afectaba a aproximadamente 10 millones de alumnos. La EDUCACIÓN estaba siendo atacada de lleno por un enemigo invisible que no sabe de fronteras, territorios, colores políticos o clases sociales.

Esta situación provoca en el corto plazo la pérdida de aprendizaje por parte de los alumnos, ya que las clases presenciales favorecen a los alumnos con mayores problemas en los estudios dado que requieren un seguimiento más personal y, por otra parte, no todas las personas pueden tener acceso a una formación online o los centros educativos pueden no estar preparados para dicha actividad. Y a largo plazo, como se ha demostrado con otras circunstancias, se reduce el nivel de cualificación y generará desequilibrios en el mercado laboral.

EL TURISMO

Pero el peor escenario económico estaba por llegar, la paralización del turismo en España. Un sector que aporta la mayor riqueza a la economía española (aprox. 12% del PIB) y ésta paralización puede suponer la pérdida de medio millón de empleos.

Esta pandemia ha provocado cambios drásticos en todas las facetas de nuestras vidas y ha impactado muy duramente al turismo. Después de varios años de récords, hoy por hoy no hay turismo. Antes de la declaración del Estado de Alarma, el turismo se había frenado en seco. Sectores como el hotelero, con cancelación de congresos y eventos, las líneas aéreas, con la cancelación de miles de vuelos y el creciente miedo de las personas a viajar, o las agencias de viajes, teniendo que hacer frente a cancelaciones y reembolso de dinero, hacían temer lo peor.

Pero el último giro de tuerca llegaría con la única solución posible para luchar contra la expansión de la epidemia: la declaración del Estado de Alarma y, con ello, el confinamiento de los ciudadanos en sus casas y cierres de hoteles, restaurantes, bares, etc.

LA CULTURA AUDIOVISUAL

Y en tercer lugar, mi mente se fue de forma instintiva al sector al que pertenecemos, la cultura.

La cultura ha sufrido un golpe tremendo con cierre de galerías de artes, salas de cine, teatros o librerías, suspensión de conciertos, pérdidas de empleo o ERTes generalizados.

Para el sector audiovisual es una hecatombe. Siempre que hay una crisis, la cultura es uno de los primeros sectores en sufrir sus consecuencias:

- Las instituciones culturales, públicas y privadas, han cerrado sus puertas.
- Cierre de salas cinematográficas, con más de 3.500 pantallas.
- Suspensión de todo tipo de rodajes: anuncios, series, programas de televisión, largometrajes,...
- Los intérpretes, directores, técnicos, al no ser asalariados, se encuentran en una situación muy complicada.

A pesar de la dramática situación que estamos viviendo, hay tiempo para la esperanza. Los hábitos de las personas se adaptan a las nuevas situaciones y las empresas del sector son conscientes del momento existente:

- Las familias se han confinado con responsabilidad para frenar la pandemia. En España se puede ver reflejado en el consumo de televisión, hemos incrementado más de un 40% el consumo televisivo respecto a las mismas fechas del año anterior.
- La industria audiovisual americana ve en las plataformas de contenidos audiovisuales (antes enemigas) una tabla de salvación para su negocio.
- Los operadores de cable ofrecen descuentos y promociones a los clientes.
- Las plataformas de puesta a disposición (Netflix, HBO, Amazon Prime Video o Filmin) amplían la oferta de sus películas y series.
- Diferentes instituciones (Filmoteca Española, etc.) ofrecen ciclos de películas en sus canales online para que toda la gente pueda verlas completamente gratuitas y aliviar el confinamiento.
- Festivales, como el Festival Online de Derechos Humanos, ofrecen películas a los espectadores y en algunos casos la posibilidad de debatir con el director o el productor.
- En cada parte del mundo, diferentes productores anuncian la posibilidad de ver alguna de sus obras online de forma gratuita.
- Solidaridad como la de Peris Costumes, una de las mayores empresas de vestuario de cine, que ha donado parte de sus impresionantes fondos (prendas como las utilizadas en la serie *Chernobyl*) para luchar contra el coronavirus. Sus instalaciones, en estos días, se están dedicando a la fabricación de material para combatir la epidemia.
- El audiovisual y la educación se unen para ofrecer herramientas educativas: **Educlan** para niños de 4 a 10 años por parte de CLAN TV, **Aprendemos en casa** por parte de RTVE junto con 9 plataformas educativas, Orange lanza **Infantil Max** un paquete gratuito de contenido para niños,...

La cultura, como vemos, siempre se adapta a los nuevos tiempos, a las nuevas situaciones, solidarizándose con las personas más vulnerables y colaborando con diferentes sectores para proporcionar soluciones ante los problemas existentes. Parece una paradoja que la gente recurra a la cultura (en cualquiera de sus facetas) para evadirse al salir de casa, y en esta situación de confinamiento, nos refugiamos en la cultura para hacer más llevadera nuestro aislamiento dentro de casa.

Y, no quiero terminar esta introducción, sin mostrar mi reconocimiento a todas las personas que han puesto y están poniendo toda su energía para ir superando la pandemia que todo el mundo estamos sufriendo, en especial al personal sanitario, a los cuerpos y seguridad del estado, a los agricultores, ganaderos, personal de los supermercados, transportistas y todos aquellos que continúan trabajando para atender a toda la sociedad.

GRACIAS



Oscar Berrendo Pérez. Responsable de la publicación “Panorama Audiovisual Iberoamericano”.

Director Gerente de Egeda, Director General de Aribsan y Consejero de Safe Creative.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid.

En EGEDA es el coordinador de los departamentos de Socios, Relaciones Internacionales, Reparto de Derechos, Documentación, Gestión de Secuencias y Exhibición Pública.

Ha participado en diferentes Cursos y Seminarios sobre el sector audiovisual y la propiedad intelectual; actualmente forma parte del Claustro de profesores del Máster de Producción Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid.

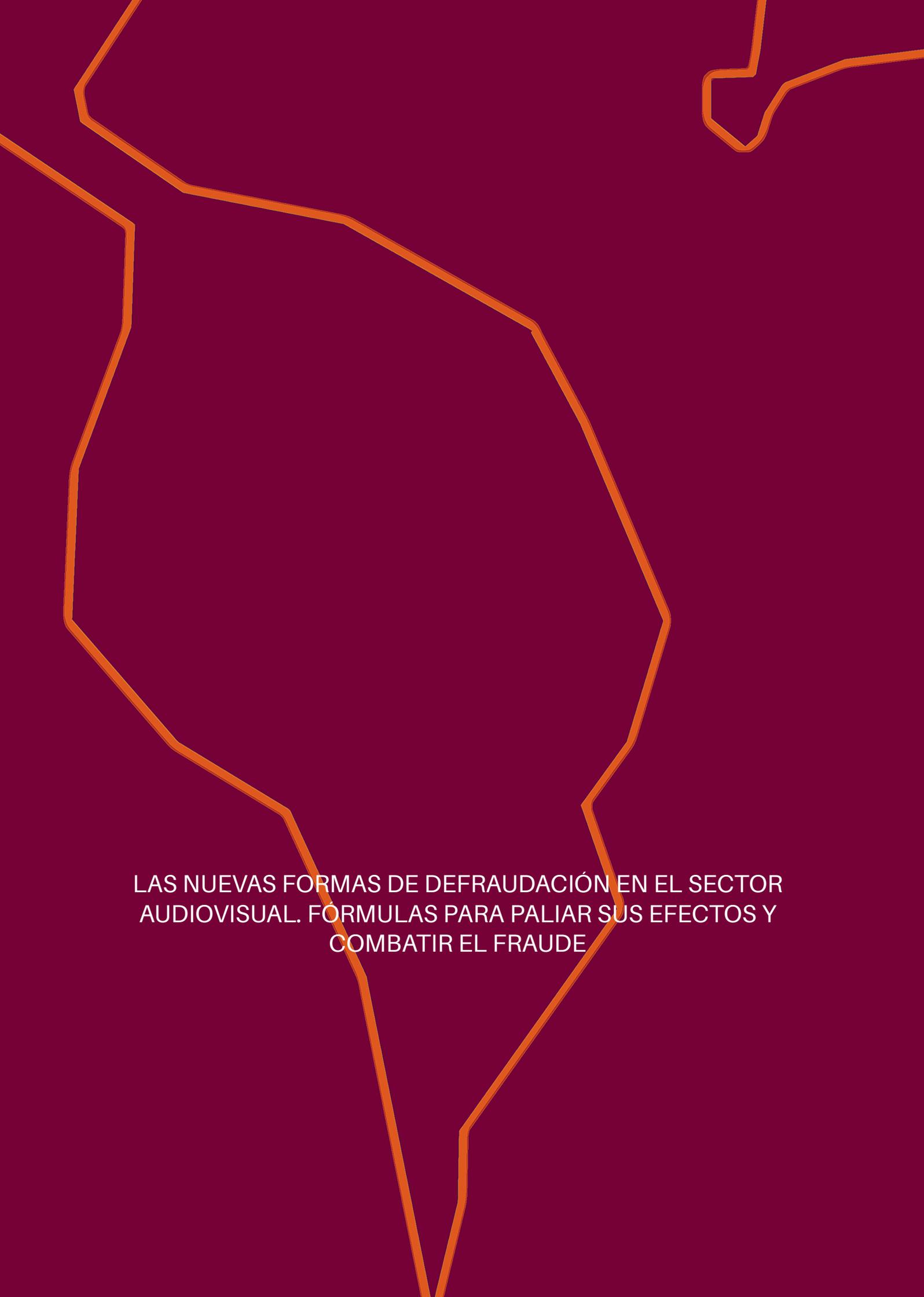
platino **EDUCA**
Plataforma educativa

CINE PARA EDUCAR

www.platinoeduca.com

Comprometidos con la
AGENDA 2030





LAS NUEVAS FORMAS DE DEFRAUDACIÓN EN EL SECTOR
AUDIOVISUAL. FÓRMULAS PARA PALIAR SUS EFECTOS Y
COMBATIR EL FRAUDE

LAS NUEVAS FORMAS DE DEFRAUDACIÓN EN EL SECTOR AUDIOVISUAL. FÓRMULAS PARA PALIAR SUS EFECTOS Y COMBATIR EL FRAUDE

Por Damián J. Fuentes Sánchez

Son múltiples las formas defraudatorias utilizadas para realizar la puesta a disposición, comunicación pública y explotación fraudulentas de obras y grabaciones audiovisuales con carácter global, llevado a cabo en las diferentes ventanas territoriales mundiales, con las que los defraudadores, persiguiendo la máxima de conseguir el máximo beneficio con la mínima inversión y esfuerzo han ido desarrollando fórmulas cada vez más perfeccionadas que les permita multiplicar sus ingresos generados con la comisión de estas actividades defraudatorias, minimizando su exposición y los riesgos que soportan.

Tras esta premisa, y debido a la demanda del usuario infractor que desea acceso inmediato, para multidispositivos, y a ser posible en movilidad y sin definición previa de ubicación (no ligado a un terminal único de manera necesaria), los infractores han desarrollado nuevos modelos en los que se establecen estructuras definidas (tanto técnicas como físicas) que posibilitan el perfeccionamiento de la actividad defraudatoria con la que se perjudica gravemente a los Titulares de Derechos y a la propia Hacienda Pública.

La evolución criminógena experimentada en esta materia a partir de la popularización y uso masivo de la red global de comunicaciones ha sido espectacular, pasando en pocos años de dinámicas de puesta a disposición de obras para descarga en redes ED2K mediante prácticas de P2P, a portales especializados en los que los infractores enlazaban copias no autorizadas que previamente habían sido subidas a servidores (a modo de contenedores con el repositorio de esas copias fraudulentas) para su acceso en streaming.

Posteriormente, debido a la popularización de portales que ofertaban la posibilidad de acceso a señales audiovisuales de TV para el visionado fraudulento de eventos deportivos, aparecieron nuevos portales que comenzaron a compatibilizar el acceso on-line de manera no autorizada a los contenidos emitidos por determinadas operadoras de TV (produciendo retransmisiones no autorizadas de los incorporados en las parrillas de los mismos) junto con copias fraudulentas de obras audiovisuales para su puesta a disposición en V.O.D..

Para el usuario de dicho contenido no era importante la calidad, sino el acceso inmediato y gratuito al contenido.

Todo ello convivía con las distribuciones locales a través de cabeceras analógicas de TV mediante redes de cable o vídeos comunitarios, en los que desde una cabecera se distribuía a los "abonados" a la red,

distribuidos en una barriada, edificios o localidades, los contenidos abiertos y paquetizados, produciéndose retransmisiones y puestas a disposición de contenidos punto a punto y multipunto, no contando en ocasiones con la autorización de los legítimos titulares de los Derechos de las obras y canales de TV objeto de distribución.



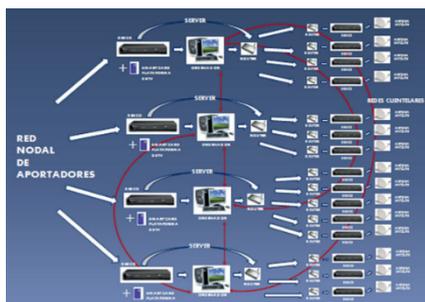
Cabeceras técnicas de redes locales de cable objeto de intervención policial/judicial y fotografía de canal retransmitido ilícitamente comprobado con un medidor de frecuencia durante la práctica de uno de las intervenciones citadas

Determinadas redes desarrollaron sistemas de emulación para saltarse los métodos empleados para la distribución de canales de TV y contenidos en plataformas de acceso condicionado a pago, mediante prácticas de CW Cardsharing, desarrollando una serie de protocolos que **simulaban** vía internet que los receptores “piratas” utilizados con dicho fin, eran receptores “auténticos” de las correspondientes plataformas satelitales de TV (accediendo a los mensajes encriptados enviados por las mismas, y descriptándolos a través de los procedimientos emuladores citados). Dicho procedimiento exigía una logística por parte del usuario infractor, dado que a la exigencia de disponer de ADSL instalada en el domicilio donde hiciese uso de dicha práctica se sumaba la necesidad de disponer de un terminal (falso FTA) modificado y adaptado al servidor del que se “nutría”, y una antena parabólica orientada al satélite utilizado por la plataforma de TV a cuya parrilla de canales pretendía acceder de manera fraudulenta.

Los infractores “aportadores” deben de contar con una logística compleja que incluirá terminales (IRD’s) y Smartcards de las plataformas de TV que pretendan emular para distribuir fraudulentamente sus contenidos/servicios, servidores en los que apoyarse para realizar la distribución, y una “red comercializadora” a través de ventanas y servicios web en la mayoría de los casos, estando en ocasiones ligados o incluso implicados algunos fabricantes de los falsos FTA’s empleados para llevar a cabo tal actividad defraudatoria.



Falso FTA modificado



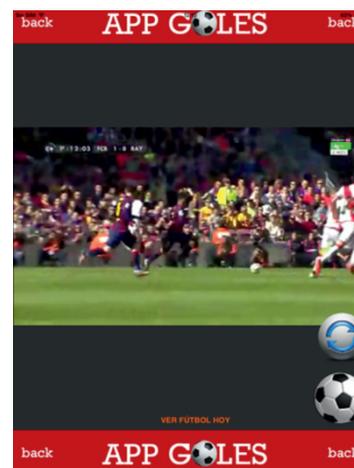
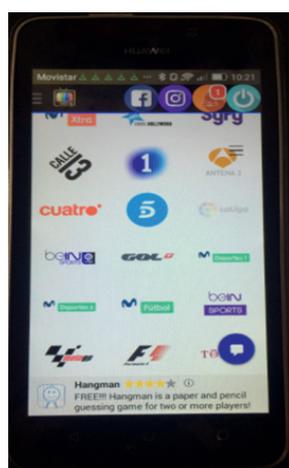
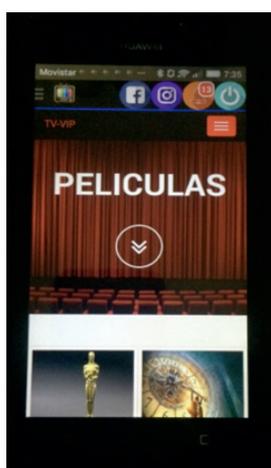
Esquema de redes nodales de aportadores y clientelares en prácticas de CW Cardsharing



Funcionamiento de un canal distribuido a través de CW Cardsharing

Aquí los usuarios, además de inmediatez en el acceso al contenido, ya buscaban un servicio con una cierta calidad, aportando ciertos proveedores de estos servicios fraudulentos contenidos en 4K.

Algunos defraudadores comenzaron a desarrollar asimismo apps y Apks para acceso a contenidos de la naturaleza narrada, en dispositivos móviles, siendo facilitadas a los usuarios finales a través de las tiendas existentes para Android e IOS y sitios web específicamente creados a tal efecto.



Ejemplos de Apps instaladas en dispositivos móviles con aplicativos piratas para acceso fraudulento a contenidos audiovisuales

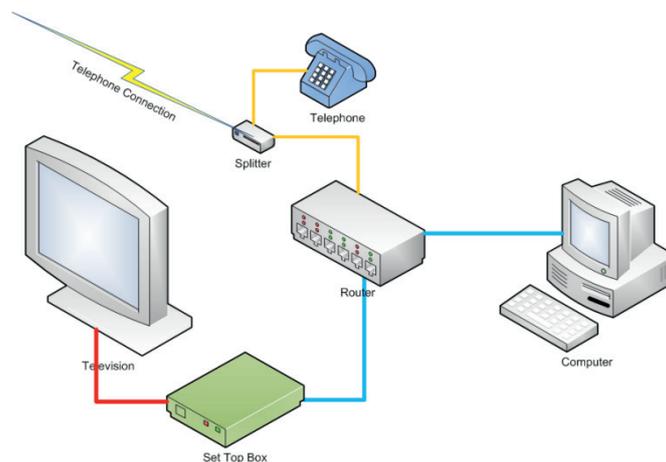
Siguiendo con las pautas de simplicidad, acceso en movimiento y en multidispositivos “demandado” por los usuarios de contenidos piratas, los defraudadores comenzaron a crear infraestructuras que permitían la distribución de contenidos audiovisuales por video-streaming a través de prácticas de IPTV.

Según la información facilitada por Wikipedia, el IPTV o Televisión sobre el protocolo IP, ha sido desarrollado basándose en el video. Esta tecnología permite, gracias a su mayor ancho de banda, tener muchos más canales y con más definición que en la TV por satélite o cable.

El “proveedor” no transmitirá sus contenidos esperando que el espectador se conecte, sino que los contenidos llegarán solo cuando el cliente los solicite. La clave está en la personalización dada

por la auto selección. El usuario dispone de un aparato conectado a su ordenador cuya función es agregar una “capa de computación” a su televisor y a través de una guía podrá seleccionar los contenidos que desea ver o acceder.

Los contenidos están basados tanto en los de canales tradicionales, como en contenido audiovisual más específicos sobre cualquier tema (incluidas obras audiovisuales para acceso en VOD), para que el cliente seleccione los de su gusto sin importar quién produce el contenido.



(Esquema de distribución y funcionamiento.

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/IPTV#/media/Archivo:IPTVnet.png>)

Las dinámicas delincuenciales de nuevos grupos criminales transnacionales que hacen uso, gracias a la evolución experimentada sobre las formas técnicas de distribución de contenidos audiovisuales, de la infraestructura y herramientas desarrolladas en torno a la Red Global están logrando defraudaciones multimillonarias, con distribuciones masivas de contenidos audiovisuales (miles de canales de TV de todo el mundo, incluidos canales temáticos premium, y acceso a obras y contenidos audiovisuales en V.O.D. -Vídeo bajo demanda).

Este objetivo fraudulento les reporta a estos grupos delincuenciales, ingresos multimillonarios, si bien necesitan disponer de estructuras técnicas y organizativas que les permitan llegar a una masa de cultivo clientelar predispuesta a acceder a TODOS los contenidos a bajo coste, independientemente de la procedencia de éste (los usuarios/clientes de este tipo de producto/servicio buscan calidad, cantidad, y rapidez de acceso sin complicaciones, siendo el único reto de los defraudadores, disponer de “interfaces” o herramientas intuitivas que “comercialmente” les ayuden a conseguir un mayor número de clientes, apoyándose para su promoción en webs específicamente creadas al efecto y perfiles de redes sociales, además de grupos abiertos o cerrados en sistemas de mensajería instantánea que promueven la expansión piramidal de los servicios que posibilitan la actividad fraudulenta descrita).

Para ello han tenido que crear estructuras estables o temporales basadas en la adquisición inicial de los contenidos que pondrán a disposición, servidores donde albergarlos, y estructura técnica para proceder a ofertarlo, ponerlo a disposición, y proceder finalmente a la retransmisión o comunicación pública no autorizada haciendo uso de la red global de comunicaciones como medio, y de herramientas denominadas paneles de asignación o de distribución de listas M3U que permitirán a los responsables del servicio fraudulento dar acceso a éste o cortar el mismo en función de si el usuario ha satisfecho las correspondientes cuotas fijadas para su uso. La pseudo estructura comercial de “resellers” que mantienen, a su vez emplearán webs propias, perfiles en redes sociales, grupos de mensajería instantánea o webs de ofertas y páginas de subastas, para promocionar el servicio y facilitar la transacción (venta de la lista M3U) que permita al usuario “comprador” acceder al servicio citado.



Servidor IPTV y Página web promocional de servicio para acceso fraudulento a contenidos audiovisuales a través de IPT

Como se ha indicado, el procedimiento de distribución se basa en lo que se denominan listas M3U o listas M3U8 que están compuestas de numerosos “llamadores” de contenidos, permitiendo el acceso a señales de canales de TV de todo el mundo, posibilitados de manera fraudulenta, y a obras audiovisuales en VOD, mediante prácticas de videostreaming (algunas de estas listas están compuestas por más de 5.000 canales de TV de todo el mundo, retransmitidos en diferentes calidades de manera no autorizada, y decenas de miles de copias de obras audiovisuales -series, películas y documentales-).

Dichas listas son distribuidas por los integrantes de las estructuras comerciales específicas creadas por parte de los desarrolladores y está basado en la personalización por cliente de las cuentas/listas asignadas a través de los paneles de reselling específicos que emplean a tal efecto, permitiendo que los usuarios de estas “redes” accedan a los contenidos que suben a los servidores dedicados preparados y “administrados” por éstos, a través de servicios interpuestos como los que contratan con OVH en diferentes localizaciones geográficas a nivel mundial.

Los grupos se estructuran con apariencias completamente comerciales, y la escasa sensación de reprobación social hacia las mismas, sumando la fácil ejecución de la actividad ilícita y apariencia de anonimato, apoyadas en los entornos virtuales en el que se desarrollan las transacciones, hace que algunos grupos delincuenciales se estén decantando a la ejecución de tramas, constituyendo red de aportadores, servidores, estructuras de paneles de reselling, captación de resellers en cualquier punto del mundo, y finalmente constitución de sitios web donde publicitarse y conseguir el mayor número posible de clientes para comercializar las citadas listas M3U que utilizan para poder acceder por videostreaming, a través de cualquier dispositivo o reproductor multimedia compatible, a los contenidos audiovisuales puestos a disposición de las mismas.

En ocasiones se produce la creación de tiendas virtuales en las que se comercializan los terminales (Android TV o MAG) ya preparados con las listas correspondientes insertas y preparadas para funcionar, por lo general un periodo de 1 año (puede haber connivencia entre fabricantes, distribuidores, administradores del servicio fraudulento descrito a través del que se posibilita la distribución de contenidos y/o los resellers que pertenecen a las correspondientes estructuras delincuenciales).

Esto unido a que la reproducción de estas listas puede realizarse en cualquier dispositivo que disponga de un reproductor multimedia apto para tal fin (en los que se incluyen las Smart TVs, reproductores KODI, terminales Android TV, y terminales informáticos que dispongan de VLC para acceder a éstos, además de aplicativos específicos para poder acceder también en smartphones y tablets), han motivado un crecimiento

inusitado de redes dedicadas a llevar a cabo a nivel mundial este tipo de fraude, y el acceso a dichos servicios piratas de millones de usuarios, con gravísimos perjuicios y consecuencias nocivas contra los legítimos titulares de Derechos objeto de infracción penal.

En noviembre de 2019 la UE a través de la EUIPO (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea) emitía un informe, del que se hicieron eco diferentes medios de comunicación, en el que indicaba la dificultad existente en el combate contra las redes de distribución de listas M3U que posibilitaban el acceso fraudulento a contenidos audiovisuales mediante IPTV, indicando que ésta es ya una de las formas de piratería más utilizadas en el mundo.



La EUIPO cuantificó en dicho informe que el mercado ilegal del IPTV disponía en la Unión Europea unos **13,7 millones de usuarios**, moviendo un volumen de **941,7 millones de euros de beneficio** en favor de las redes organizadas que están tras las estructuras que posibilitan dicho “negocio” (el perjuicio patrimonial ocasionado a los legítimos titulares de los Derechos objeto de infracción es muy superior).

Se hacía hincapié, asimismo, que las listas IPTV se han convertido en medios inacabables, ya que si cae una, los defraudadores facilitan (al usuario de su red) otra completamente habilitada.

Habitualmente, a través de las autoridades competentes, tras petición de los titulares perjudicados, se está solicitando la imposibilidad de acceso a estos servicios mediante requerimientos a operadores y responsables de servidores de bloqueo de las DNSs.

Este método se está revelando muy poco efectivo, ya que lo único que hacen los defraudadores es hacer pasar el servicio a través de una tercera IP (contratado en el CPD empleado por el mismo, en el que suelen disponer con máquinas dedicadas), apuntando las listas creadas a éstas últimas, facilitándoselas a su red clientelar.

En los últimos meses, motivado por una investigación llevada a cabo por las autoridades policiales y judiciales italianas, se produjo el cierre de Xstream Codes.

Xstream Codes era la plataforma más popular utilizada por los grupos de defraudadores citados para mantener el control de los paneles de usuarios autorizados a acceder a los contenidos dispuestos en las listas M3U distribuidas con la finalidad señalada, es decir, era un sistema de gestión para control de los usuarios a los que se posibilitaba el acceso a los contenidos albergados y gestionados por otros.

Aunque el hecho, por los motivos expuestos, supuso un duro golpe para las organizaciones criminales dedicadas a esta actividad delictiva, en pocos días se repusieron, apoyando la gestión de sus “servicios” en otras plataformas similares a la intervenida por las autoridades italianas.

Pese a que desde algunos sectores se señala que la única alternativa que tiene la industria para frenar la piratería es ofrecer contenido legal sencillo y barato, poniendo el ejemplo de lo acontecido con Spotify que ha supuesto que la piratería de la música caiga un 32% entre enero de 2017 y septiembre de 2018, o la presencia de plataformas de streaming en el audiovisual que han supuesto un descenso de la piratería un 19,2% en el acceso fraudulento a copias de obras audiovisuales y un 7,7% a contenidos de TV, la opinión mantenida por aquellos que se dedican a

la investigación de las redes que soportan dichas actividades ilícitas indica que es imprescindible la especialización de miembros de Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, Fiscalía y Judicatura, ya que deben entender la magnitud y complejidad del problema, creación de estructuras investigativas y judiciales supranacionales operativas que faciliten la agilidad necesaria de Comisiones Rogatorias imprescindibles para llevar a cabo las investigaciones que se deben llevar a cabo (seamos conscientes que con frecuencia los CPDs en los que se apoyan los infractores están en un país, las cuentas corrientes utilizadas desde donde gestionan la actividad están en otro, su red de colaboradores está distribuido por diferentes países, los fabricantes de terminales en los que se apoyan, y con los que cooperan en ocasiones, están en otro país; haciendo difícilísima la ejecución de investigaciones globales, que es a lo que hay que aspirar para erradicar el problema).

En muchas ocasiones, el país en el que se ubican las partes claves de las estructuras expuestas, no dispone de la implicación ni de la formación idónea para buscar la eficacia deseable para la persecución y erradicación del problema expuesto, no siendo conscientes de la globalidad del fenómeno expuesto y de sus consecuencias, y avocan la investigación a soluciones parciales, posibilitando que los infractores recompongan sus infraestructuras y puedan continuar con la actividad defraudatoria.

Por tanto hay que huir de creación de comisiones de discusión y pretender la creación de estructuras de lucha efectiva que ante problemas globales faciliten respuestas operativas globales y ágiles, toda vez que el problema que sufren los legítimos titulares no lo hacen en una única ventana territorial, dado que se ha internacionalizado y los infractores han convertido tal circunstancia en una ventaja que les aporta un mayor potencial volumen de usuarios y de ingresos por la actividad fraudulenta que llevan a cabo, reduciendo su exposición, y en su caso, las consecuencias jurídicas que deben de soportar por ésta.

El “parche” técnico en el que ha confiado tradicionalmente la “industria” para intentar evitar vulneraciones se ha visto continuamente superado a través de los desarrollos acometidos por los defraudadores con la finalidad expresada.

Atacar a las estructuras económicas y técnicas de estos grupos delincuenciales, y proceder a la detención, enjuiciamiento y condena de los responsables de esta actividad defraudatoria, será la única medida efectiva que posibilitará luchar de manera efectiva contra dicho fenómeno.

Con la aparición de nuevas plataformas legales de distribución de este tipo de contenidos nunca se podrá llegar a el “casi gratis total demandado por los usuarios que emplean este tipo de servicios fraudulentos para acceder a decenas de miles de contenidos -obras y grabaciones audiovisuales, algunas de eventos en tiempo real-”, porque no nos olvidemos que todos ellos, para aquellos que los explotan legalmente, suponen una inversión espectacular, y cuando se produce un ataque patrimonial a su propiedad, únicamente se puede combatir mediante un medio, el LEGAL (aplicación de la norma con las consecuencias jurídicas previstas en la misma) con visión GLOBAL.

Los perjudicados deben de establecer alianzas efectivas y crear frentes comunes en la lucha que se plantea, orientando las acciones de manera eficaz, obteniendo evidencias digitales objetivadas sobre los medios y la dimensión de la defraudación sufrida para demostrar todos los extremos en el transcurso del procedimiento en el que se dilucide la identidad y responsabilidad de los infractores, así como la estructura que hace posible la defraudación de la que son víctimas los Titulares de Derechos.

En manos de los Estados está la vital tarea de concienciación y formación de Grupos especializados de Jueces, Fiscales y Policías, y equipos transnacionales que agilicen y posibiliten la ejecución de las necesarias actuaciones globales de investigación, y en manos de los Titulares de Derechos objeto de infracción está la creación de grupos “operativos” en los que de manera unificada y coordinada se obtengan elementos acreditativos de la infracción sufrida para posteriormente compartir “inteligencia” en los informes y escritos denuncia que serán presentados de manera concertada, representando los intereses de todos los perjudicados ante las Autoridades citadas, evitando actuaciones parciales, y en muchas ocasiones denuncias dispersas ante diferentes Órganos contra los mismos infractores, que únicamente contribuirán a favorecer los intereses de dichos defraudadores.



Intervenciones realizadas por el CNP y Europol contra servidores desde los que se posibilitaba la distribución ilícita de miles de contenidos audiovisuales a usuarios de todo el mundo



Damián J. Fuentes Sánchez. Director General de Safe Creative

Socio de la empresa WHC, dedicada a actividades de consultoría e investigación en materia de Propiedad Intelectual e Industrial e investigación de infracciones cometidas contra los titulares de los correspondientes Derechos.

De noviembre de 2006 hasta enero de 2010 desempeñó su labor profesional como Director de Seguridad de Emisiones Codificadas en la empresa SOGECABLE/ Canal+ (actualmente denominada Movistar+, plataforma de televisión satelital de contenidos de acceso condicionado a pago).

Inspector del Cuerpo Nacional de Policía en situación de excedencia voluntaria, habiendo sido su último destino el de Jefe de la Sección de Delitos contra la Propiedad Intelectual e Industrial en la Unidad Central de Delincuencia Especializada y Violenta de la Comisaría General de Policía Judicial.

Ha participado en diferentes foros especializados en IPR en Europol e Interpol, así como formador en foros tutelados por la UE.

Participa como profesor del máster en Derecho de las Telecomunicaciones, Protección de datos, Audiovisual y Sociedad de la Información de la Universidad Carlos III de Madrid, y en diversos foros formativos nacionales e internacionales dirigidos a Cuerpos Policiales, Jueces, Fiscales, y Profesionales, habiendo publicado distintos artículos en publicaciones especializadas.



EGEDA protege y rentabiliza tus obras en YouTube



Desde EGEDA realizaremos las acciones necesarias para el bloqueo y retirada de los contenidos no autorizados

No dejes que otros se aprovechen de tus obras
Percibe los ingresos que generen tus contenidos



Promociona y rentabiliza tus obras a través de VEOCLIPS, un canal de YouTube especializado en cine en español

www.egeda.com



www.youtube.com/veoclips

... sólo tú decides qué hacer con tus obras

Para más información puedes ponerte en contacto con Octavio Dapena o Juan Alía a través del teléfono de EGEDA (91 512 16 10) o del correo octavio.dapena@egeda.com o juan.alia@egeda.com



CAMBIO EXISTENTE EN LA PRODUCCIÓN,
QUE HA PASADO DE PRODUCIR PELÍCULAS
PARA CINE A SERIES PARA PLATAFORMAS DIGITALES

CAMBIO EXISTENTE EN LA PRODUCCIÓN, QUE HA PASADO DE PRODUCIR PELÍCULAS PARA CINE A SERIES PARA PLATAFORMAS DIGITALES

Por Mariana Secco

Para evaluar el cambio que significa pasar de producir películas a series en Uruguay es importante en primer lugar reflexionar sobre cómo ha funcionado esta modalidad desde el retorno a la democracia en 1985. Podemos afirmar que la historia anterior al golpe de estado se compone, sin ánimo de desmerecerlos, de algunos casos aislados y que durante la etapa de facto sólo se contó con experiencias documentales de índole panfletarias al servicio del poder militar. Es por lo tanto con la vuelta a la vida institucional cuando se empieza a vislumbrar el nacimiento de un posible cine.

Este es acuñado por un grupo muy pequeño de cineastas que vienen de distintas disciplinas lo que resulta en una producción audiovisual absolutamente ecléctica y en general pretenciosa desde lo intelectual. Esto se explica en parte por la enorme influencia de la Cinemateca Uruguaya –también en ese momento había muchos críticos en actividad- lo que en definitiva constituiría los pros y contras de la cinematografía que vendría. En lo que respecta a un posible aporte narrativo desde la televisión, este fue mínimo, ya que, descontando los informativos, escasos programas periodísticos, algún show de preguntas y respuestas y magazines, la producción de ficción estaba asociada a programas de sketches humorísticos.

Es de notar que hasta hoy nuestro país es de los pocos en los cuales la televisión no ha tenido la más mínima participación, ni colaboración, en lo que respecta a su movimiento audiovisual. Por lo tanto en ese particular momento, con el impulso de la nueva libertad recobrada, el cine (re)nace de forma absolutamente independiente y nueva en todos los aspectos. Tampoco el país contaba con escuela o carrera que involucrara lo audiovisual, por lo tanto, muchos de los primeros realizadores si bien tenían a nivel teórico conocimientos de cine eran autodidactas en lo que respecta a producirlo. De ahí que la factura de los primeros films de la década del 80 es buena, pero el procedimiento de producción no seguía necesariamente ningún método. Pasaría una década para contar con instituciones de enseñanza, opciones en determinadas carreras vinculadas a la comunicación (en muchos casos los profesores pertenecían a la primera camada), lo que daría pie a la segunda generación de cineastas ya más consustanciados con los clásicos festivales de cine independiente europeos.

Pero incluso en esta segunda instancia, si bien la calidad de los films era buena, la cantidad era ínfima. A esto hay que sumarle un sistema de producción que seguía siendo muy precario, en el cual

era común el modo cooperativo o directamente el hecho de hacerlo por “amor al arte”. Por lo tanto, si bien el cine se respiraba y se discutía (los populares videoclubes se sumarían a la cinemateca), en lo que respecta a producirlo no había ninguna experiencia sólida y daba la sensación de que cada película implicaba empezar de cero en la mayoría de los rubros. Pero hubo un aspecto que terminaría siendo importante para todo el ambiente técnico del cine nacional. Un país de 3 millones de habitantes tiene un mercado de espectadores muy reducido. Esto complicaba de forma directa la producción de películas y al mismo tiempo las condicionaba a ser dependientes de la coproducción extranjera ya que no había forma de hacerlas redituables, basándose en su público natural. Por lo tanto, dentro de las limitaciones e incluso sin poder contar con la continuidad necesaria para ganar experiencia en los diferentes aspectos técnicos había que no obstante intentar producir de forma súper eficiente, con un alto nivel de calidad. Pero el ínfimo tamaño del mercado tendría una contracara positiva.

De esas primeras generaciones de cineastas, muchos decidieron trabajar en cortos publicitarios alternativamente como forma de ganarse la vida. Y resultó que la dura escuela no había sido mala en cuanto al producto cinematográfico en sí y rápidamente llegaron al techo que la publicidad nacional ofrecía. Si a esto le sumamos la nula protección a nivel gubernamental del sector y al hecho de que debido a la falta de mercado estaban condenados a conseguir trabajo para el extranjero, (no había forma de mantener una oficina de producción básica con ese caudal de trabajo), la intrínseca y necesaria forma de producción eficiente resultaría en una peculiar ventaja. Irónicamente necesitaban de una globalización prematura para poder seguir creciendo y eso estaba a punto de suceder.

Por otro lado, Argentina, nuestro competidor más cercano, contaba con una historia cinematográfica fecunda habiendo tenido incluso un auge de cine “de estudio” único en Latinoamérica, por lo tanto, ellos sí tenían todo tipo de antecedentes en lo que concierne a producir cine y sería rápidamente capitalizado. No es casual que muchas productoras uruguayas hayan compartido desde sus inicios, técnicos del otro lado del Río de la Plata, a fin de compensar la falta de experiencia latente. Pero al revés que los uruguayos, los argentinos tenían un mercado interno potente. Nosotros necesitábamos poder seguir avanzando y esto implicaba competir con el mundo y con productoras que habían nacido en el seno de industrias audiovisuales propiamente dichas. Es de esta manera que aparece una combinación muy particular de cineastas en Montevideo que resultan portadores de un alto rigor al momento de filmar. Comandada por directores y productoras, se formaría una sólida industria fílmica que no tendría problema en medirse con los estándares de la producción internacional. Uruguay se hace rápidamente conocido por ser un lugar de rodaje para comerciales televisivos donde la calidad y eficiencia es altísima. Y es que las ingeniosas maneras de filmar aprendidas de las películas de nulo presupuesto, combinadas con presupuestos internacionales (lo más parecido a filmar bajo las condiciones de una industria) cristalizarían en nuevos, diversos y altamente profesionales técnicos en todos los rubros cinematográficos locales. Es así que, en un corto período, los equipos de cine uruguayos se ven formando parte del mundo internacional publicitario y esto lleva a la rápida incorporación de todo tipo de equipamiento y tecnología, ya sean cámaras, luces, grips, grúas, salas de edición, salas de post, y la consiguiente especialización técnica, desde directores, actores, directores de fotografía, gaffers, utileros, editores, maquilladores, vestuaristas, directores de arte y, por supuesto, productores.

También es interesante destacar las características de Montevideo como plaza de producción logísticamente perfecta. Todo está cerca en esta ciudad y a la completa diversidad arquitectónica (en un lapso mínimo de tiempo se podía pasar de un ambiente urbano de art decó a un bosque natural) se le suma un casting increíblemente ecléctico. Al mismo tiempo, y por primera vez, se toma consciencia por parte del gobierno de la importancia del rubro y se profesionalizan dependencias municipales a los efectos de facilitar uso de locaciones y la logística alrededor. También surgen las carreras audiovisuales, escuelas de cine y colectivos afines, lo que deriva en asociaciones de diferentes empresas y trabajadores del sector que finalmente forzarán a materializar ley de cine, subsidios, promociones y facilidades para la pequeña pero incipiente industria.

Lo interesante de todo lo antedicho, referido a los spots publicitarios, es que no es posible entender la alta factura de las películas nacionales sin tomar en cuenta a los primeros, ya que si bien

el número de films creció (aunque nunca fue significativo), esto no hubiera bastado por si solo para formar la gente con la experiencia necesaria. Pero lo interesante de los materiales requeridos por las nuevas plataformas de streaming es que en lo que refiere a su sistema de producción está mucho más cerca del cine que de la televisión. La telenovela clásica o culebrón sigue siendo producida de forma tradicional por las cadenas extranjeras (Uruguay jamás incursionó en este género), lo que está fuera de esta discusión.

Volviendo al tema, incluso podríamos agregar que lo demandado por las nuevas series tiene ingredientes del cine independiente, en el sentido de no necesariamente estar atado a las historias basadas en tres actos (para poner un ejemplo de estructura), pero por otro lado en lo referido a su puesta en escena, estilo y nivel visual se emparenta con el lenguaje moderno y dinámico de la publicidad, que a su vez obtiene sus recursos del cine mainstream norteamericano y europeo. Y es que lo interesante de la producción publicitaria es que obligó a todo un colectivo a ser capaces de replicar todo tipo de estilos y géneros, lo que a su vez demandó la capacidad de incursionar bajo un alto nivel de calidad en secuencias dinámicas de acción, en actualizarse en todo lo que respecta a efectos especiales y postproducción digital. El caso de Fede Álvarez es algo que tarde o temprano se manifestaría. De hecho, los productores norteamericanos jamás entendieron cómo se pudo haber filmado el famoso corto "Ataque de Pánico" por unos pocos dólares. A lo que me refiero, es que la combinación de elementos que han caracterizado a la industria audiovisual uruguaya es probablemente óptima para hacer frente a las nuevas series demandadas por las plataformas. Y es que a nivel de producción el cambio no es significativo si tomamos en cuenta las vicisitudes y particularidades que hemos recorrido. Por otro lado, lo que si cambia radicalmente son las oportunidades que se abren.

Por primera vez en Uruguay la demanda de contenido está superando a la demanda publicitaria, y las vías para producirlo se han ido flexibilizando probablemente debido a la cantidad requerida. Para los cineastas uruguayos, el producir una nueva película es un proceso agotador. Y uno de los grandes problemas ha sido siempre la distribución, ya que es muy difícil que ese aspecto este mínimamente asegurado y de estarlo la posibilidad de tener éxito es muy baja. En última instancia, el fin de hacer una película es transmitir algo y para que esto suceda es esencial que la obra sea vista. Y aunque todos adoramos las salas y su mística de evento grupal, nada nos asegura que esto vaya a suceder. Las plataformas tienen otras ventajas, para nada desdeñables, siendo una de ellas la visibilidad masiva intrínseca. Y aquí es importante el hecho de que, aunque somos un país pequeño, el uso compartido del español y el portugués, así como las costumbres comunes adquiridas desde la colonización, facilitan los intercambios culturales transfronterizos a nivel continental. Hace pocos años hubiera sido impensable el hecho de tener un mercado potencial de exportación del tamaño de toda América Latina, España y Portugal.

Los premios Platino tienen su razón de ser, pero la exhibición en salas en varios países se plasma solo en casos singulares. Para las plataformas, todo esto es posible para muchas más películas y no estamos contando la posibilidad (y facilidad) de exportación hacia el resto del mundo. Pero lo más interesante de lo que está sucediendo son las posibilidades que le brinda esta nueva dimensión a una industria que parece estar configurada de forma ideal para que sea apoyada en todos los aspectos por el gobierno de turno, sea de la tendencia que sea. Para un pequeño país, en vías de desarrollo, cuya base es la agricultura, el hecho de contar con una industria creativa que ya cuenta con muchos de los requisitos primordiales necesarios para tener éxito y que puede estar a punto de entrar en una pujante y nueva era, es una enorme noticia.

En Uruguay es realmente difícil encontrar otra industria creativa que contribuya significativamente a la generación de empleo joven y, mucho más difícil aún, encontrar una que a diferencia de las industrias tradicionales favorezca la participación de la mujer. Por otra parte, nuestra industria audiovisual está compuesta de una enorme cantidad de personas que trabajan en muchos casos, en forma particular, dándole al sector un sesgo que lo ha hecho increíblemente receptivo a la comunicación y al ágil debate de ideas, algo que contrasta profundamente con el resto del empresariado. Pero sin duda algo a destacar sobre esta industria no es simplemente el factor que aglomera una enorme cantidad de disciplinas y servicios. Todo lo que representa la cultura y la creatividad es un catalizador para el desarrollo.

Necesitamos que los gobiernos (como en la mayoría de los países) entiendan que es hora de tomarse en serio algo obvio: la importancia de fomentar este trabajo creativo que incluye a todo tipo de diseñadores, artistas y trabajadores intelectuales de alta cualificación porque, en definitiva, actúa como motor de desarrollo urbano, estructurando los núcleos y las redes creativas del desarrollo económico, social y cultural de las ciudades y regiones.

Todo esto es harto importante en lo que refiere a trabajo de calidad para un amplio espectro de rubros, casi que podríamos emparentarlo con los servicios. Pero no podemos olvidar que si bien la publicidad nos aportó la experiencia para poder soñar con una industria, todo comenzó con otro sueño, el de hacer cine. La gente confunde normalmente a los publicitarios con los directores que filman publicidad, pero en los hechos es difícil encontrar a un cineasta que anhele desde chico querer filmar comerciales, por más desafiantes que estos sean. Y esto hace que probablemente el punto de inflexión más interesante sea como la posibilidad de volver a filmar, o propiamente producir, ya sean películas o series, en definitiva narrar historias, donde el poder desarrollar desde el guión hasta el corte final vuelve a ser una realidad tangible para países emergentes como el nuestro y lo que es más novedoso, vuelve con la perspectiva que eso no quedará en un hecho aislado. Esto significa como productores tener la posibilidad de contar nuestras historias al tiempo de poder vivir de lo que hacemos. Y es que en lo que respecta al cine, incluso cuando la anhelada distribución es conseguida y suponiendo que hay una mínima campaña de comunicación todo puede depender del simple y fatídico primer fin de semana de taquilla. Este proceso es el responsable de que sea muy difícil producir algo que tenga el mínimo riesgo, hecho que se maximiza cuando se trata de un proyecto que viene de un país con un público potencial mínimo. Y aquí es donde las plataformas dan un enorme respiro y no es casualidad que incluso en los países más desarrollados muchos directores de prestigio (desde Harmony Korine hasta Alfonso Cuarón) han optado por esta modalidad.

Las plataformas pueden manejar tiempos completamente diferentes y customizar la forma en que presentan sus películas. Incluso pueden incursionar en nichos particulares, lo que trae un nuevo aire de esperanza, no sólo de trabajar en historias diferentes sino en que la gente (y no sólo los críticos de algún festival) realmente las vean. Todo esto implica que el riesgo puede ser un factor a tomar en cuenta, pero no necesariamente es decisivo a la hora de elegir un guión, lo que para los productores de un país de 3 millones de habitantes es un gran hándicap, no sólo pensando en su tamaño de mercado sino especulando en que puede efectivamente trascender fronteras. Y esto es una bocanada de aire fresco para los productores nacionales ya que las condiciones de competencia si bien no se equiparan, la desigualdad decrece. Por último, es interesante hacer notar que parte de los riesgos y de los nuevos y recuperados lenguajes y estilos que volvimos a ver gracias al streaming provienen de una verdad clara y evidente: estas compañías no sólo necesitan contenidos, sino contenidos de todo tipo que se puedan personalizar en una forma que podría erigirse como total antagonista de lo que el cine de salas, con su delirante y pretendida homogeneidad, parece apuntar. No me sorprendería que en el futuro próximo ir a ver una película se asemejara a ver una función del Cirque du Soleil, en el sentido de una enorme producción destinada a satisfacer a la mayor cantidad y diversidad de gente posible. El cine pues, como lo conocemos, probablemente siga en todo tipo de variables, pero en nuestros hogares.

Pero existe otro desafío que tiene que ver con la retribución de nuestro trabajo y sobre todo en lo que refiere a la creación del mismo. Hasta ahora los operadores digitales y las plataformas han aprovechado de forma absoluta las posibilidades de transmitir los contenidos.

Parecería que el medio es el receptor natural y total de la titularidad de todo lo transmitido y esto no parece justo. De hecho, es evidente que todo lo antedicho tiene su principio en la creación y desarrollo de estos contenidos. Si queremos que los autores y creadores continúen generando cultura y promocionando la diversidad cultural, se les debe compensar de forma justa por el uso de sus obras. El fracaso actual a la hora de recompensar a los creadores de forma adecuada está limitando los ingresos de la industria audiovisual y frenando el crecimiento y la capacidad para generar la creación de puestos de trabajo.

En última instancia, a la larga, todo se puede colapsar si ignoramos a los creadores primarios. No parece lógico hacer esto cuando sabemos que la razón por la cual se venden enormes cantidades de smartphones y tabletas (o lo que sea el futuro del dispositivo reproductor) está directamente ligada al consumo y demanda por parte del público de material narrativo. Incluso todos somos conscientes que estas grandes compañías necesitan estos elementos para tener una razón de ser y por lo tanto ignorarlo o minimizarlo solo llevará a un conflicto inevitable. ¿Como nos manejamos entonces?



Mariana Secco. Fundadora de Salado.

Mariana Secco es una de las principales productoras audiovisuales del Uruguay. Trabajó en más de 16 largometrajes, 2 de los cuales representaron al Uruguay en la carrera al Oscar. Algunas de sus películas han estado entre las más taquilleras, entre ellas, “Wilson” de Mateo Gutiérrez, “La noche de 12 años” de Alvaro Brechner y “No soy tu mami” de Marcos Carnevale. Su última producción “Porno para principiantes” de Carlos Ameglio ha estado dentro de lo más visto de Netflix en Uruguay y Argentina por varias semanas consecutivas.

Ha sido jurado en festivales en Estados Unidos, Europa y América Latina. Participó en prestigiosos foros de producción internacional y laboratorios como el Atelier del Festival de Cannes.

Es miembro activo del medio audiovisual. Forma parte de la Comisión Directiva de Egeda Uruguay desde 2012 y actualmente preside ASOPROD. Tiene muy buen diálogo con productores, distribuidores, autoridades y prensa especializada del país, como también en América Latina y Europa.



CAPITULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

CAPITULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

El equipamiento cinematográfico en Iberoamérica crece paulatinamente año tras año. El número de salas por millón de habitantes se sitúa en 2019 en casi 31. Los países que más pantallas concentran son España (76,6), México (60,2) y Portugal (56,9). Por el contrario, los países con la menor densidad de salas de cine son Nicaragua, con 8,5 pantallas por millón de habitante, y El Salvador, Guatemala, Paraguay y Bolivia que se sitúan entre 10 y 11 salas.

Cuadro introducción 1.1

Número de salas cinematográficas por millón de habitante. Año 2019

Argentina	21,9	Honduras	12,2
Bolivia	10,9	México	60,2
Brasil	16,5	Nicaragua	8,5
Chile	24,7	Panamá	39,8
Colombia	25,2	Paraguay	10,7
Costa Rica	30,2	Perú	20,6
Ecuador	20,7	Portugal	56,9
El Salvador	10,0	R. Dominicana	18,5
España	76,6	Uruguay	29,1
Guatemala	10,4	Venezuela	12,4

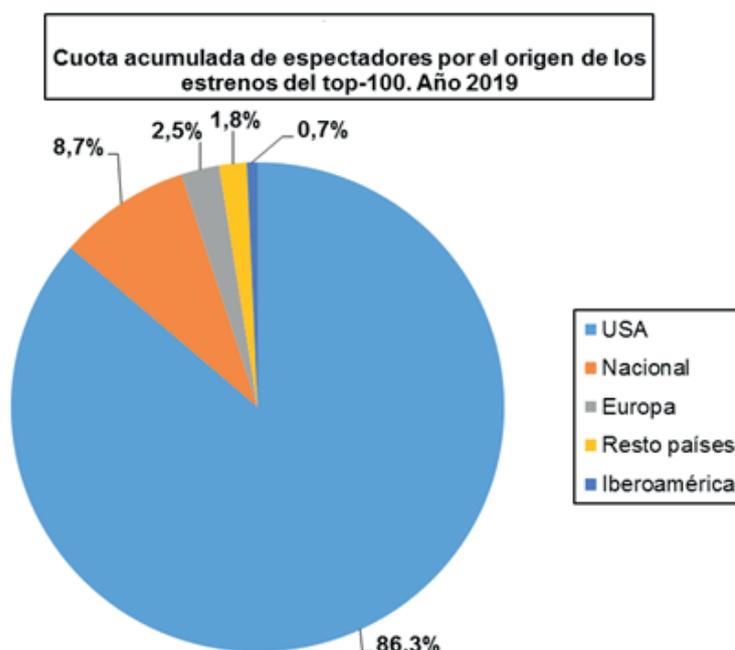
La asistencia a los cines de Iberoamérica en 2019 se incrementó en un 5,6%. En cabeza de los países cuyo porcentaje de crecimiento fue más elevado se encuentran Nicaragua (17,3%), Bolivia (15,6%), Guatemala (14,8%) y Colombia (14,2). Los países que no superaron la media del incremento de asistencia fueron Portugal (4%), Chile (4,1%), Argentina (5%) y México (5,4%).

Cuadro introducción 1.2

Comparación de la asistencia de espectadores a los cines de Iberoamérica. Periodo 2018-2019

País	2018	2019	Incremento	%
Argentina	46.458.742	48.782.448	2.323.706	5,0
Bolivia	6.932.228	8.012.214	1.079.986	15,6
Brasil	161.101.594	175.195.818	14.094.224	8,7
Chile	27.994.494	29.132.601	1.138.107	4,1
Colombia	63.999.181	73.110.000	9.110.819	14,2
Costa Rica	7.308.851	8.154.833	845.982	11,6
Ecuador	18.822.138	20.022.360	1.200.222	6,4
El Salvador	3.762.559	4.207.132	444.573	11,8
España	98.348.021	106.730.176	8.382.155	8,5
Guatemala	6.292.593	7.226.886	934.293	14,8
Honduras	4.258.440	4.816.844	558.404	13,1
México	330.984.175	348.953.463	17.969.288	5,4
Nicaragua	1.484.529	1.741.963	257.434	17,3
Panamá	6.769.168	7.172.162	402.994	6,0
Paraguay	2.080.260	2.214.577	134.317	6,5
Perú	49.788.078	53.434.972	3.646.894	7,3
Portugal	15.871.598	16.509.701	638.103	4,0
R. Dominicana	4.934.820	*	*	*
Uruguay	3.051.393	3.221.916	170.523	5,6
Venezuela	9.952.921	*	*	*
Total	870.195.783	918.640.066	48.444.283	5,6

La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-100 de los 18 países analizados refleja el dominio estadounidense con el 86,3% del total en 2019, seguido por el cine nacional con el 8,7%. El cine iberoamericano solo obtuvo un porcentaje del 0,7% de espectadores. El dominio de los Estudios se ha incrementado con respecto a 2018, en el que la cuota del cine USA acumuló un 83,6%.



La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-10 supera el 50% del total en 10 de los 18 países analizados. En concreto los que superan el 55% son Costa Rica (56,8%), Guatemala (55,5%) y Chile (55,7%). En el extremo contrario se encuentran en España y Portugal con solo un 35% de cuota acumulada por el top-10 respecto al total de espectadores.

Cuatro introducción 1.3
Cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-10 sobre el total de espectadores. Año 2019

Nº	País	%	Nº	País	%
1	Argentina	52,4	10	Guatemala	55,5
2	Bolivia	50,0	11	Honduras	50,0
3	Brasil	51,7	12	México	41,4
4	Chile	55,7	13	Nicaragua	52,9
5	Colombia	46,0	14	Panamá	45,0
6	Costa Rica	56,8	15	Paraguay	54,5
7	Ecuador	45,5	16	Perú	43,4
8	El Salvador	52,4	17	Portugal	35,1
9	España	35,0	18	Uruguay	46,9

Vengadores: Endgame fue el título más exitoso de 2019 en el conjunto de los 18 países analizados, dominando el top-1 en 12 países. La segunda película con más éxito fue *Toy Story 4* conquistando el top-1 de cuatro países y el tercer puesto lo ocupó *El Rey León* con dos primeros puestos.

Cuadro introducción 1.4
Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2019. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Toy Story 4	USA	6.580.419
Bolivia	Vengadores: Endgame	USA	817.153
Brasil	Vengadores: Endgame	USA	19.691.657
Chile	Toy Story 4	USA	3.180.115
Colombia	Vengadores: Endgame	USA	5.922.040
Costa Rica	Vengadores: Endgame	USA	833.436
Ecuador	Vengadores: Endgame	USA	1.854.277
El Salvador	Vengadores: Endgame	USA	409.209
España	El Rey León	USA	6.392.093
Guatemala	Vengadores: Endgame	USA	758.236
Honduras	Vengadores: Endgame	USA	443.799
México	Toy Story 4	USA	25.200.514
Nicaragua	Vengadores: Endgame	USA	184.117
Panamá	Vengadores: Endgame	USA	618.016
Paraguay	Vengadores: Endgame	USA	270.329
Perú	Vengadores: Endgame	USA	3.861.988
Portugal	El Rey León	USA	1.371.393
Uruguay	Toy Story 4	USA	323.334

En cuanto a los estrenos iberoamericanos, en 13 de los 18 países analizados dominaron el ranking nacional películas autóctonas. Además cuatro estrenos iberoamericanos formaron parte

del top-10 cinematográfico: *Nada a perder – Parte 2* (Brasil), *Padre no hay más que uno* (España), *Morgue* (Paraguay) y *La odisea de los giles* (Uruguay).

Cuadro introducción 1.5

Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2019. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	La odisea de los giles	Argentina, España	1.741.239
Bolivia	No manches Frida 2	México, USA	33.924
Brasil	Nada a perder - Parte 2	Brasil	6.136.973
Chile	Mi amigo Alexis	Chile	144.674
Colombia	El paseo 5	Colombia	458.865
Costa Rica	Maikol Yordan 2: La cura lejana	Costa Rica	85.136
Ecuador	Rock N' Cola	Ecuador, Colombia	300.117
El Salvador	El parque mágico	España, USA	19.471
España	Padre no hay más que uno	España	2.495.863
Guatemala	El parque mágico	España, USA	21.937
Honduras	Taxi VIP	Honduras	44.430
México	No manches Frida 2	México, USA	6.651.114
Nicaragua	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.372
Panamá	Locos al poder	Panamá	45.610
Paraguay	Morgue	Paraguay	59.217
Perú	Once machos 2	Perú	655.473
Portugal	Variações	Portugal	272.583
Uruguay	La odisea de los giles	España, Argentina	115.310

PANORAMA CINEMATOGRÁFICO EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS



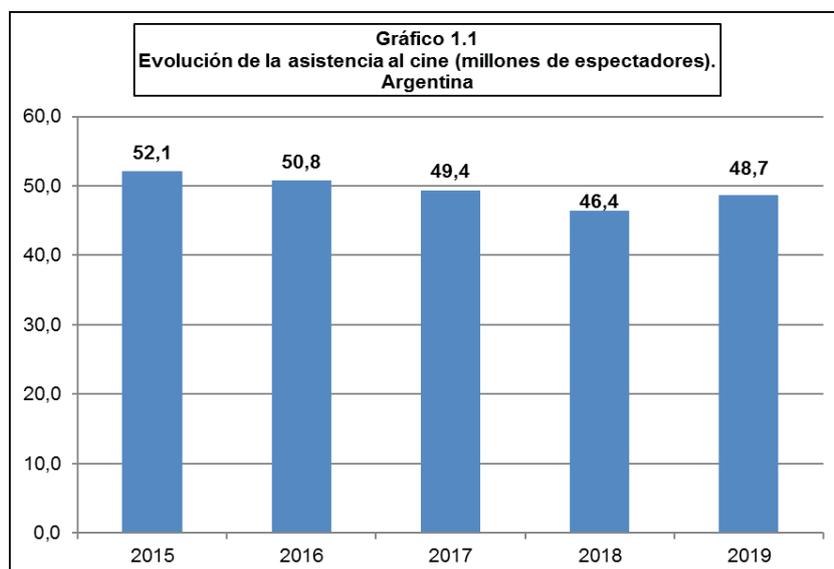
ARGENTINA

Los cines argentinos en 2019 suman una asistencia de 48,7 millones de espectadores y recaudan 185 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,1 película por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 44,7% y la cuota de espectadores el 8% (cuadro 1.1).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 52,1 millones de espectadores en 2015 y un mínimo de 46,4 en 2018 (gráfico 1.1).

Cuadro 1.1
Panorama cinematográfico en Argentina

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	43,1	43,5	44,0	44,4	44,9
PIB-PPA (billones USD)	0,886	0,877	0,918	0,917	0,920
PIB-PPA per capita (USD)	20.500	20.100	20.800	20.600	20.500
Número de pantallas de cine	872	933	963	982	982
Ingresos cine (millones USD)	324,6	270,1	297,2	214,1	185,0
Espectadores cine (millones)	52,1	50,8	49,4	46,4	48,7
Espectadores cine nacional (millones)	7,55	7,32	6,37	6,82	3,93
Cuota de mercado cine nacional (%)	14,5	14,4	12,8	14,7	8,0
Número de estrenos totales	428	445	504	533	485
Número de estrenos extranjeros	246	246	284	310	268
Número de estrenos nacionales	182	199	220	223	217
Asistencia anual por habitante	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1
Precio medio entrada (USD)	6,4	5,3	5,7	4,7	3,8



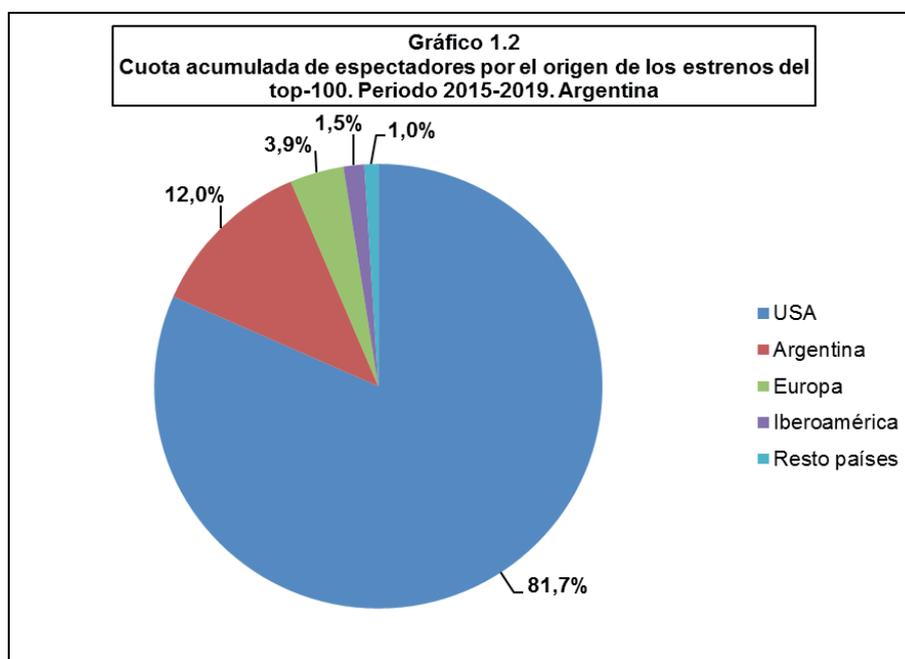
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 87,6% del total de espectadores, la del cine nacional en el 6,9% y la del iberoamericano en el 1,7% (cuadro 1.2).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 81,7% del mercado, seguido del cine argentino con un 12%, del europeo con un 3,9% y del cine iberoamericano con un 1,5% (gráfico 1.2).

Cuadro 1.2
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	36.838.105	83,5	31.428.627	76,1	39.238.776	87,6
Argentina	5.328.813	12,1	5.708.940	13,8	3.082.297	6,9
Iberoamérica	543.530	1,2	931.633	2,3	739.107	1,7
Europa	892.144	2,0	3.003.220	7,3	722.197	1,6
Resto países	500.288	1,1	203.418	0,5	1.003.153	2,2
Total	44.102.880		41.275.838		44.785.530	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	238.545.513	85,3	161.666.632	79,5	160.686.598	89,2
Argentina	29.764.103	10,6	23.736.022	11,7	10.246.463	5,7
Iberoamérica	2.393.914	0,9	3.551.521	1,7	2.368.860	1,3
Europa	5.770.073	2,1	13.347.843	6,6	2.949.517	1,6
Resto países	3.241.112	1,2	1.121.290	0,6	3.947.807	2,2
Total	279.714.715		203.423.308		180.199.245	

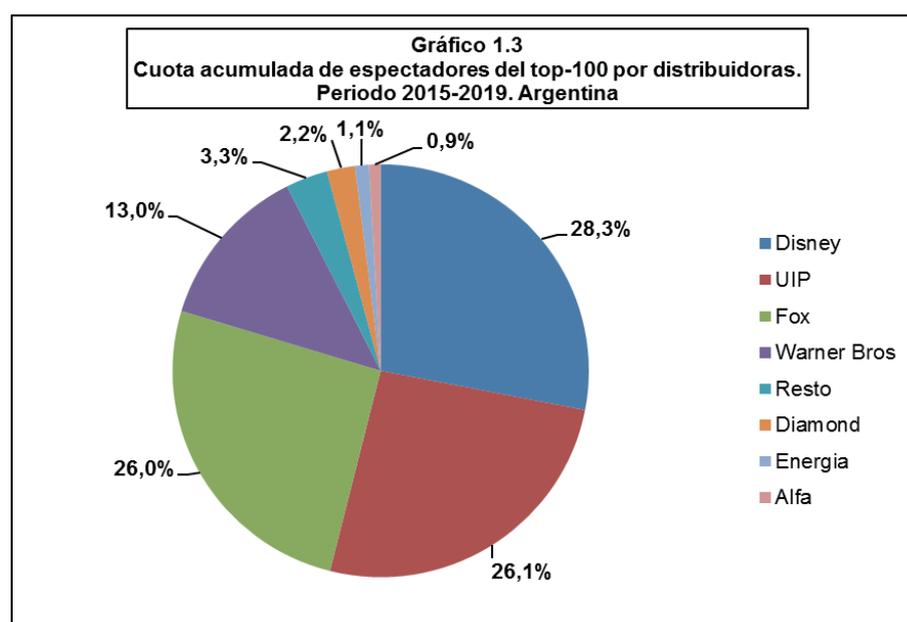


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 93,2% y las independientes el 6,8% restante. El Estudio con más entradas vendidas es Disney con 22,3 millones, seguido de UIP (Universal, Paramount) con 8,1 millones (cuadro 1.3).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 93,4% y el de las independientes en el 6,6% restante (gráfico 1.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (28,3%), UIP (26,1%) y Fox (26%). Entre las independientes destaca Diamond (2,2%).

Cuadro 1.3
Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Argentina

Distribuidoras	2017	%	2018	%	2019	%
UIP	15.985.137	36,2	13.582.361	32,9	8.077.357	18,0
Disney	12.829.005	29,1	14.228.756	34,5	22.329.095	49,9
Warner Bros	7.690.732	17,4	5.244.420	12,7	9.221.964	20,6
Fox	4.710.500	10,7	5.775.849	14,0	2.104.593	4,7
Energia	268.916	0,6	603.158	1,5	337.580	0,8
Diamond	875.917	2,0	348.323	0,8	662.364	1,5
Alfa	470.375	1,1	0	0,0	0	0,0
BF + Paris Films	0	0,0	1.304.943	3,2	1.689.025	3,8
Resto distribuidoras	1.272.298	2,9	188.028	0,5	363.552	0,8
Total	44.102.880		41.275.838		44.785.530	



En 2019, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Toy story 4* (6,6 millones de espectadores), *Vengadores: Endgame* (3,9 millones) y *El rey león* (3,6 millones). La producción nacional *La odisea de los giles* (Sebastián Borensztein) consigue el quinto puesto, con 1,7 millones de espectadores (cuadro 1.4).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, casi en su totalidad, de Estados Unidos, con un total de nueve películas, más la citada coproducción Argentina-España. El número de coproducciones norteamericanas es de tres, con países como Canadá, Australia, Francia y Japón. La cuota de mercado de estas diez producciones (25.540.991 espectadores) supone un 52,4% del total de espectadores.

Cuadro 1.4

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Toy Story 4	USA	6.580.419	28.341.622
2	Vengadores: Endgame	USA	3.859.350	18.249.491
3	El rey león	USA	3.615.725	16.162.951
4	Joker	USA, Canadá	2.920.462	9.948.670
5	La odisea de los giles	Argentina, España	1.741.239	5.324.925
6	Ralph rompe internet	USA	1.563.800	6.292.205
7	Capitana Marvel	USA, Australia	1.342.937	5.467.099
8	Aladdin	USA	1.329.315	5.262.585
9	Mascotas 2	USA, Francia, Japón	1.301.244	5.488.507
10	Spider-Man: lejos de casa	USA	1.286.500	5.804.687

En el *ranking* nacional, aparte de la producción anteriormente mencionada, en segundo lugar figura *El cuento de las comadreja*s (Juan José Campanella), con 553.112 espectadores, y en tercera posición *4x4* (Mariano Cohn) con 311.295. En este *ranking*, cuatro obras son íntegramente argentinas y cinco son coproducciones, tres con España, una con Chile y Canadá y la otra con Brasil y Francia (cuadro 1.5).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 en Argentina es la producción brasileña *Nada a perder – parte 2* (Alexandre Avancini y Sylvie Yarza), con 403.858 espectadores. La película europea y del resto del mundo más popular es la producción japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 795.845 espectadores (cuadro 1.6).

Cuadro 1.5

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La odisea de los giles	Argentina, España	1.741.239	5.324.925
2	El cuento de las comadrejas	Argentina, España	553.112	2.080.146
3	4x4	Argentina, España	311.295	1.174.270
4	No soy tu mami	Argentina	215.769	834.917
5	La misma sangre	Argentina, Chile, Canadá	88.008	325.037
6	River, el más grande siempre	Argentina	51.639	188.785
7	El retiro	Argentina	45.020	116.985
8	Bruja	Argentina	40.403	97.591
9	Sueño Florianópolis	Argentina, Brasil, Francia	35.812	103.808

Cuadro 1.6
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Argentina

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Nada a perder - parte 2	Brasil	403.858	1.020.772
2	Dolor y gloria	España	172.286	714.867
3	El parque mágico	España, USA	162.963	633.221
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	795.845	3.104.865
2	Bohemian Rhapsody	Reino Unido, USA	226.955	1.038.954
3	Venganza bajo cero	Reino Unido, Noruega, USA	163.077	644.704
4	Yesterday	Reino Unido, Japón, China	95.584	325.311
5	La favorita	Reino Unido, Irlanda, USA	76.805	326.831



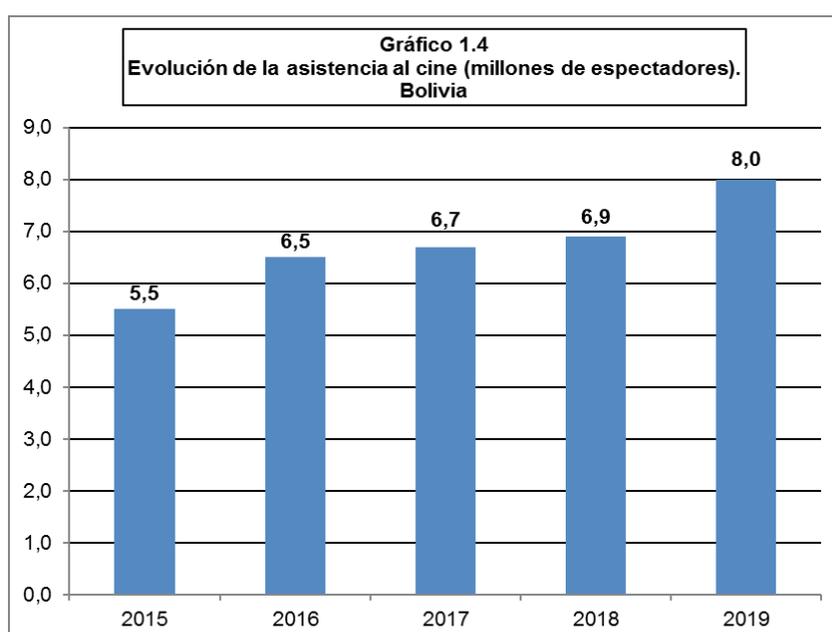
BOLIVIA

Los cines bolivianos en 2019 suman una asistencia de 8 millones de espectadores y recaudan 40 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,7 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 6,8% y la cuota de espectadores el 0,9% (cuadro 1.7).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia ascendente desde los 5,5 millones de espectadores en 2015 a los 8 millones en 2019 (gráfico 1.4).

Cuadro 1.7
Panorama cinematográfico en Bolivia

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	10,8	10,9	11,1	11,3	11,4
PIB-PPA (billones USD)	0,075	0,078	0,083	0,089	0,089
PIB-PPA per capita (USD)	6.900	7.200	7.500	7.900	7.800
Número de pantallas de cine	98	109	122	123	124
Ingresos cine (millones USD)	30,9	36,7	38,7	38,3	40,3
Espectadores cine (millones)	5,5	6,5	6,7	6,9	8,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,04	0,08	0,05	0,09	0,06
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,7	0,2	0,8	1,3	0,9
Número de estrenos totales	248	318	256	291	266
Número de estrenos extranjeros	232	302	246	271	248
Número de estrenos nacionales	16	16	10	20	18
Asistencia anual por habitante	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,6	5,7	5,5	5,0



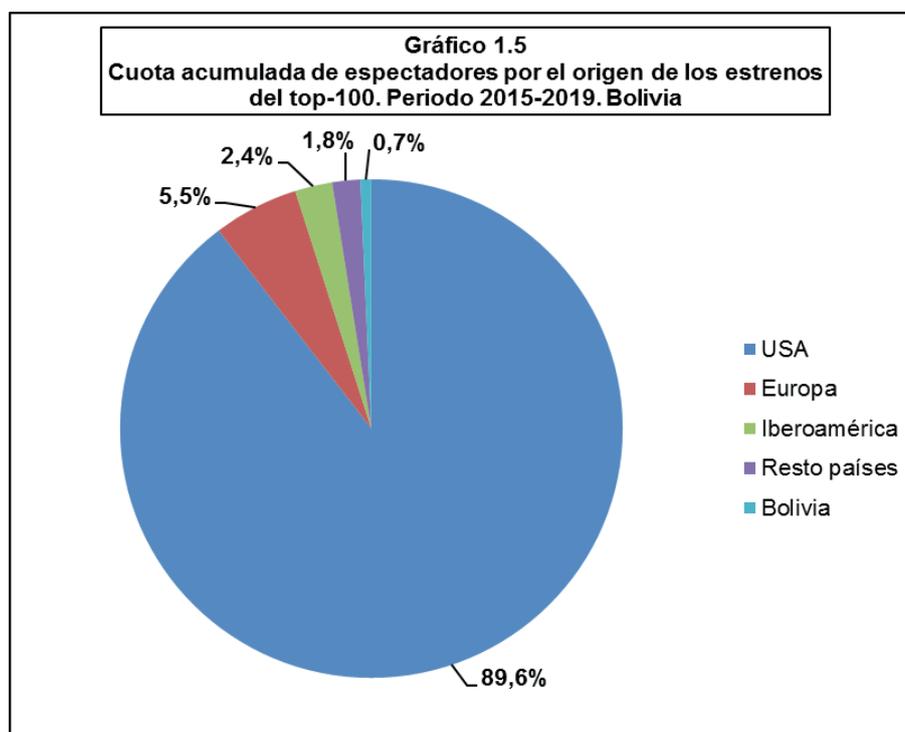
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 92,2% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,5% y la del iberoamericano en el 2%. Además, la presencia del cine europeo supuso el 1,9% y la del resto del mundo el 3,4% (cuadro 1.8).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA con un 89,6% del mercado, seguido del cine europeo con el 5,5% y del iberoamericano con un 2,4% (gráfico 1.5).

Cuadro 1.8
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Bolivia

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	5.665.083	89,7	5.753.263	89,3	6.991.610	92,2
Bolivia	26.182	0,4	64.882	1,0	39.636	0,5
Iberoamérica	118.590	1,9	70.225	1,1	150.993	2,0
Europa	379.347	6,0	451.713	7,0	145.095	1,9
Resto países	129.024	2,0	100.233	1,6	257.181	3,4
Total	6.318.226		6.440.316		7.584.515	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	32.797.184	90,1	32.059.764	89,6	35.647.436	92,8
Bolivia	109.646	0,3	324.785	0,9	183.882	0,5
Iberoamérica	640.612	1,8	343.489	1,0	699.250	1,8
Europa	2.088.949	5,7	2.506.982	7,0	689.007	1,8
Resto países	773.336	2,1	527.164	1,5	1.195.883	3,1
Total	36.409.727		35.762.184		38.415.458	

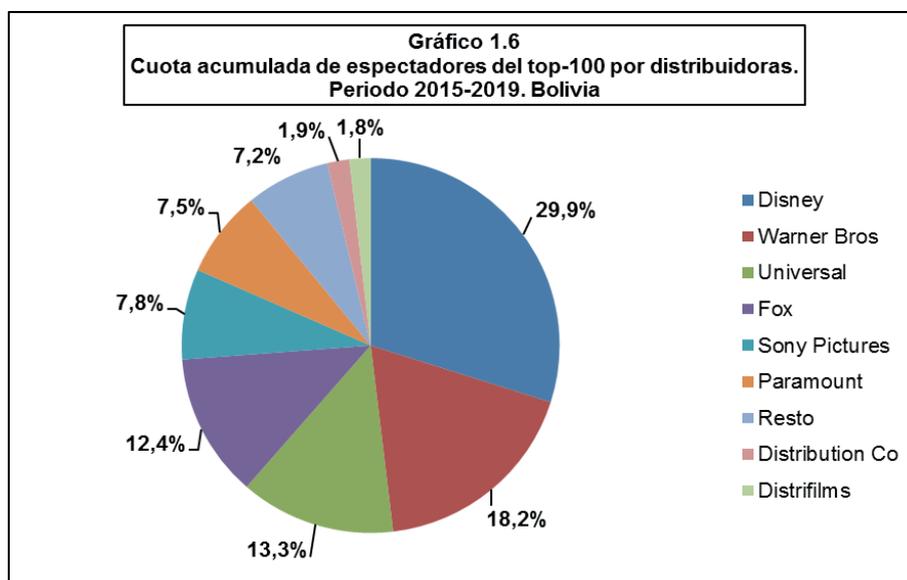


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de más del 91% y las independientes el 9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 3,3 millones (cuadro 1.9).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 89,1% y el de las independientes en el 10,9% restante (gráfico 1.6). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (29,9%) y Warner (18,2%). Entre las independientes destacan Distribution Co. (1,9%) y Distrifilms (1,8%).

Cuadro 1.9
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Bolivia

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Disney	1.361.436	21,5	2.070.359	32,1	3.296.554	43,5
Warner Bros	1.346.807	21,3	1.109.010	17,2	1.550.451	20,4
Universal	1.064.793	16,9	963.128	15,0	756.110	10,0
Sony Pictures	668.300	10,6	922.132	14,3	584.213	7,7
Fox	551.875	8,7	583.728	9,1	364.259	4,8
Paramount	456.878	7,2	180.068	2,8	347.089	4,6
Distribution Co	173.265	2,7	45.796	0,7	0	0,0
Independiente	162.371	2,6	35.737	0,6	55.572	0,7
Distrifilms	121.944	1,9	141.612	2,2	143.762	1,9
Resto	410.557	6,5	388.746	6,0	486.505	6,4
Total	6.318.226		6.440.316		7.584.515	



En 2019, las películas norteamericanas lideran el *ranking* de audiencia cinematográfica en Bolivia: *Vengadores: Endgame* (817.153 espectadores), *Toy story 4* (579.080 espectadores) y *El rey león* (510.209 espectadores).

Todas las posiciones del top-10 corresponden a obras estadounidenses, cinco en coproducción (cuadro 1.10). La cuota de mercado de estas diez producciones (4.029.594 espectadores) supone el 50% del total de espectadores.

Cuadro 1.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	817.153	4.735.226
2	Toy story 4	USA	579.080	2.886.204
3	El rey león	USA	510.209	2.622.637
4	Joker	USA, Canadá	480.686	2.302.534
5	Capitana Marvel	USA, Australia	386.927	2.028.678
6	Aladdin	USA	312.412	1.622.118
7	It: Capítulo 2	USA, Canadá	246.453	1.172.560
8	Spider-Man: lejos de casa	USA	245.611	1.246.472
9	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	230.534	1.165.746
10	Aquaman	USA, Australia	220.529	1.128.406

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, en primer lugar figura la producción boliviana *Fuertes* (Óscar Salazar y Franco Traverso), con 17.663 espectadores, seguida de *Cuando los hombres quedan solos* (Fernando Martínez y Viviana Saavedra) con 11.220 y de *Tú me manques* (Rodrigo Bellott) con 10.753 espectadores. En este *ranking*, cinco obras son íntegramente bolivianas y cinco son coproducciones con Estados Unidos, Colombia y Perú (cuadro 1.11).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 es la producción mexicana *No manches Frida 2* (Nacho G. Velilla) con 33.924 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la producción japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 172.876 espectadores (cuadro 1.12).

Cuadro 1.11

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Fuertes	Bolivia, USA	17.663	82.926
2	Cuando los hombres quedan solos	Bolivia, USA	11.220	50.739
3	Tú me manques	Bolivia, Colombia	10.753	50.217
4	Santa Clara	Bolivia	5.013	29.308
5	Anomalía	Bolivia, Colombia	6.720	22.386
6	El duende	Bolivia	5.342	22.384
7	Avaroa: El sol de la Gloria	Bolivia	4.830	22.197
8	Rosy: La muñeca poseída	Bolivia	2.492	9.283
9	Sombras del demonio	Bolivia, Perú	1.451	7.012
10	Between Saints, Cholas and Blacks	Bolivia	931	4.218

Cuadro 1.12*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Bolivia*

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	No manches Frida 2	México, USA	33.924	160.120
2	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	26.174	109.768
3	El parque mágico	España, USA	23.712	124.661
4	Qué león	República Dominicana	18.566	79.024
5	Tod@s caen	México	18.175	81.505
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	172.876	782.778
2	Terremoto	Noruega	29.312	131.564
3	El aro: capítulo final	Japón	23.191	94.165
4	Venganza bajo cero	Reino Unido, Alemania, Francia	21.370	103.509
5	Máquinas mortales	Nueva Zelanda, USA	20.644	111.084



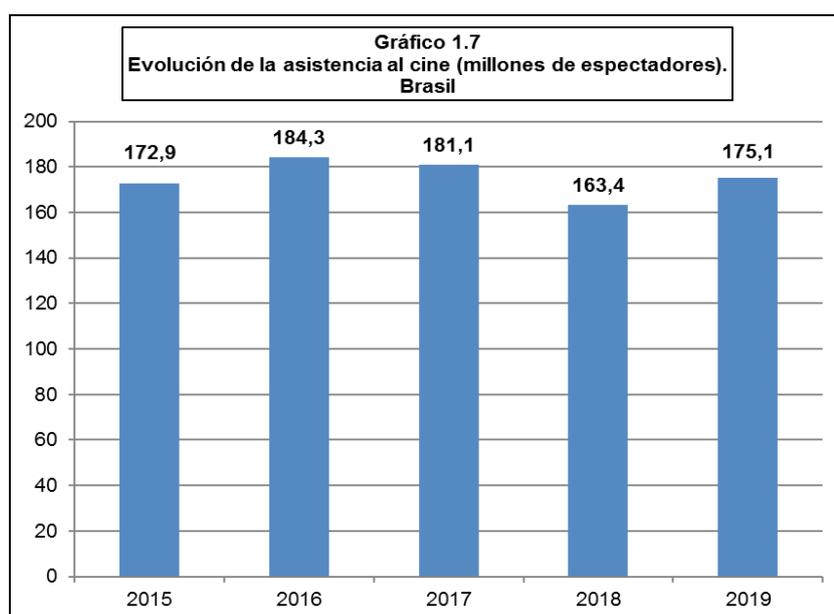
BRASIL

Los cines brasileños en 2019 suman una asistencia de 175,1 millones de espectadores y recaudan 706,3 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,8 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 39,5% y la cuota de espectadores el 13,6% (cuadro 1.13).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un rango comprendido entre 163,4 millones de espectadores de 2018 y 184,3 millones de 2016 (gráfico 1.7).

Cuadro 1.13
Panorama cinematográfico en Brasil

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	204,2	205,8	207,3	208,4	210,1
PIB-PPA (billones USD)	3,233	3,161	3,255	3,371	3,395
PIB-PPA per capita (USD)	15.800	15.300	15.600	16.100	16.200
Número de pantallas de cine	3.013	3.168	3.220	3.356	3.477
Ingresos cine (millones USD)	715,2	675,0	851,3	672,0	706,3
Asistencia espectadores (millones)	172,9	184,3	181,1	163,4	175,1
Espectadores cine nacional (millones)	22,48	30,41	17,41	24,23	23,86
Cuota de mercado cine nacional (%)	13,0	16,5	9,6	15,0	13,6
Número de estrenos totales	446	458	460	479	433
Número de estrenos extranjeros	313	316	300	294	262
Número de estrenos nacionales	133	142	160	185	171
Asistencia anual por habitante	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8
Precio medio entrada (USD)	3,5	3,6	4,7	4,1	4,0



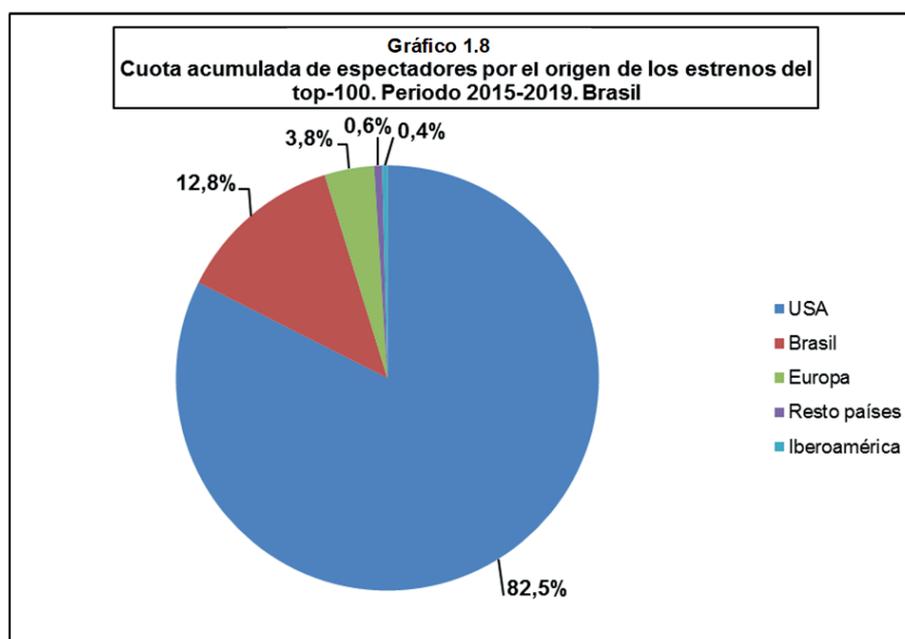
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 83,8% del total de espectadores y la del cine nacional en el 12,8%. Por su parte, el cine europeo representa el 1,7% (cuadro 1.14).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 82,5% del mercado, seguido del cine brasileño con el 12,8% y del cine europeo con un 3,8% (gráfico 1.8).

Cuadro 1.14
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Brasil

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	151.122.450	88,3	121.804.929	79,5	141.607.157	83,8
Brasil	15.167.784	8,9	20.864.351	13,6	21.642.040	12,8
Iberoamérica	312.006	0,2	348.640	0,2	1.015.021	0,6
Europa	2.785.265	1,6	9.344.412	6,1	2.832.957	1,7
Resto países	1.694.610	1,0	926.147	0,6	1.797.380	1,1
Total	171.082.115		153.288.479		168.894.555	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	724.819.629	88,9	520.373.633	81,3	582.942.806	85,7
Brasil	66.308.421	8,1	69.593.499	10,9	74.044.845	10,9
Iberoamérica	1.223.534	0,2	1.310.265	0,2	4.209.088	0,6
Europa	13.413.099	1,6	44.924.130	7,0	11.921.336	1,8
Resto países	9.448.865	1,2	3.867.105	0,6	6.899.743	1,0
Total	815.213.548		640.068.632		680.017.818	

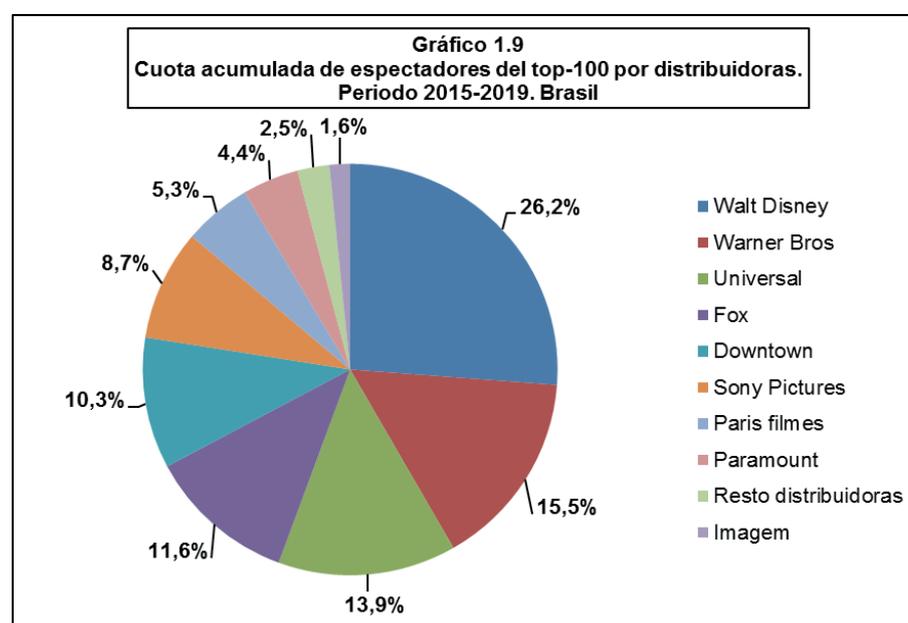


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 82,4% y las independientes el 17,6% restante. El Estudio con más entradas vendidas es Disney con 75,7 millones, seguido de Warner con casi 24 millones (cuadro 1.15).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 80,3% y el de las independientes en el 19,7% restante (gráfico 1.9). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (26,2%), Warner (15,5%) y Universal (13,9%). Entre las independientes destaca Downtown (10,3%) y Paris filmes (5,3%).

Cuadro 1.15
Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Brasil

Distribuidoras	2017	%	2018	%	2019	%
Disney	33.358.221	19,5	39.574.855	25,8	75.753.774	44,9
Universal	32.757.969	19,1	17.197.727	11,2	14.240.822	8,4
Warner Bros	30.196.074	17,7	25.603.166	16,7	23.795.352	14,1
Fox	19.122.662	11,2	15.774.869	10,3	6.365.731	3,8
Paramount	9.049.427	5,3	5.970.965	3,9	4.745.340	2,8
Sony Pictures	15.690.156	9,2	20.393.366	13,3	14.288.214	8,5
Imagem	1.224.303	0,7	1.573.976	1,0	2.019.094	1,2
Paris Filmes	14.383.800	8,4	5.097.080	3,3	4.080.528	2,4
Downtown	12.076.994	7,1	19.919.949	13,0	17.699.917	10,5
California	238.148	0,1	1.350.006	0,9	1.266.140	0,7
H2O Films	960.175	0,6	0	0,0	845.006	0,5
Diamond	1.529.267	0,9	483.880	0,3	1.276.964	0,8
Otros	494.919	0,3	348.640	0,2	2.517.673	1,5
Total	171.082.115		153.288.479		168.894.555	



En 2019, la producción americana *Vengadores: Endgame* lidera el ranking cinematográfico con 19,7 millones de espectadores, seguida de *El rey león* con 16,3 millones y *Joker*, con 9,8 millones (cuadro 1.16).

De las diez primeras posiciones, nueve corresponden a obras estadounidenses (tres en coproducción, más el estreno nacional *Nada a perder – Parte 2* (Alexandre Avancini), en la séptima

posición. La cuota de mercado de estas diez producciones (90.553.270 espectadores) supone el 51,7% del total de espectadores.

Cuadro 1.16
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	19.691.657	85.248.774
2	El rey león	USA	16.319.236	70.662.729
3	Joker	USA, Canadá	9.766.621	38.897.604
4	Capitana Marvel	USA, Australia	9.026.281	37.849.269
5	Toy story 4	USA	8.004.524	32.417.059
6	Spider-Man: Lejos de casa	USA	6.578.664	27.677.285
7	Nada a perder - Parte 2	Brasil	6.136.973	14.740.830
8	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	5.812.445	22.363.605
9	Aladdin	USA	4.818.621	19.948.344
10	Ralph rompe internet	USA	4.398.248	16.878.438

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la citada película, *Nada a perder – Parte 2* con 6,1 millones de espectadores, se encuentra *Minha vida em Marte* (Susana García) con 4,1 millones. En este *ranking*, nueve obras son íntegramente brasileñas y una coproducción con Francia (cuadro 1.17).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 y el único registrado en el top-100 es la coproducción España-USA, *El parque mágico* (Dylan Brown), con 787.956 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la producción japonesa *Dragon Ball Super: Broly* (Tatsuya Nagamine) con 1,3 millones de espectadores (cuadro 1.18).

Cuadro 1.17
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Nada a perder - Parte 2	Brasil	6.136.973	14.740.830
2	Minha vida em Marte	Brasil	4.115.222	16.087.634
3	Turma da Monica, laços	Brasil	2.117.603	7.767.764
4	Minha mae e uma peça 3	Brasil	1.868.808	7.669.766
5	De pernas pro ar 3	Brasil	1.782.629	7.214.037
6	Os parças 2	Brasil	1.306.547	4.422.017
7	Vai que cola 2 - O começo	Brasil	845.006	3.126.857
8	Kardec	Brasil	746.885	2.946.512
9	Bacurau	Brasil, Francia	728.390	2.735.199
10	Cinderela pop	Brasil	472.776	1.714.167

*Cuadro 1.18**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Brasil*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	787.956	3.120.573
2	Dolor y gloria	España	227.065	1.088.515
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	1.293.955	4.729.894
2	Yesterday	Reino Unido, China, Japón	627.197	2.938.319
3	Last Christmas	Reino Unido, USA	511.639	1.845.425
4	Máquinas mortales	Nueva Zelanda, USA	331.440	1.384.591
5	La favorita	Reino Unido, Irlanda, USA	253.813	1.300.263



CHILE

Los cines chilenos en 2019 suman una asistencia de 29,1 millones de espectadores y recaudan 141,1 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 8,6% y la cuota de espectadores el 1% (cuadro 1.19).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra que la venta de entradas se encuentra en un rango comprendido entre 26 millones de 2015 y los 29,1 de 2019 (gráfico 1.10).

Cuadro 1.19
Panorama cinematográfico en Chile

	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	18,0	18,1	18,3	18,7	19,1
PIB-PPA (billones USD)	0,407	0,416	0,447	0,472	0,506
PIB-PPA per capita (USD)	22.700	22.900	24.300	25.200	26.400
Número de pantallas de cine	379	388	426	455	472
Ingresos cine (millones USD)	128,3	133,6	134,3	141,2	141,1
Espectadores cine (millones)	26,0	27,7	27,7	28,0	29,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,93	1,73	0,24	0,78	0,29
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,6	6,5	1,0	2,8	1,0
Número de estrenos totales	220	216	230	254	232
Número de estrenos extranjeros	194	199	204	234	212
Número de estrenos nacionales	26	17	26	22	20
Asistencia anual por habitante	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5
Precio medio entrada (USD)	4,9	4,8	4,9	5,0	4,8



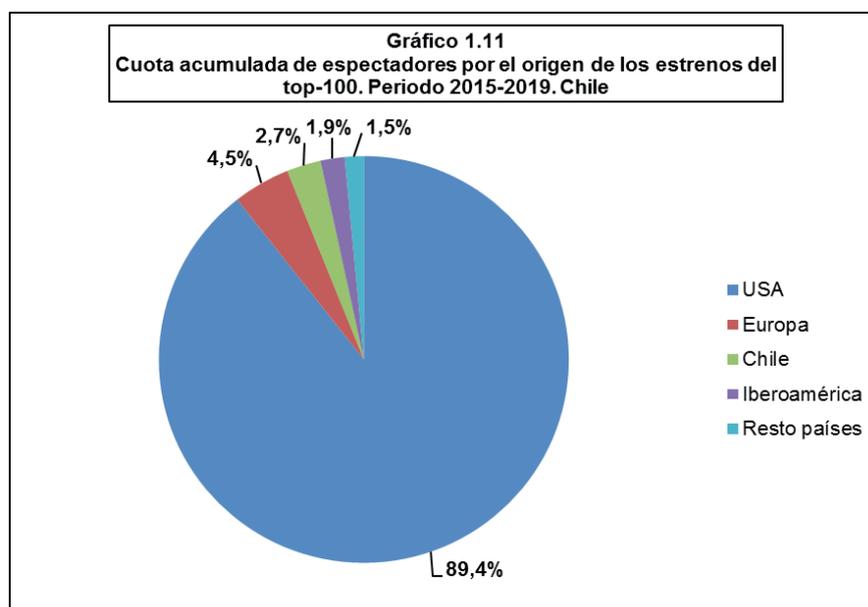
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 93,3% del total de espectadores, la del cine europeo el 2,1% y la cuota del cine chileno en el 0,9% (cuadro 1.20).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 89,4% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,5% y del cine chileno con el 2,7% (gráfico 1.11).

Cuadro 1.20
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Chile

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	24.994.692	94,2	23.505.904	87,4	26.732.188	93,3
Chile	106.511	0,4	681.532	2,5	268.119	0,9
Iberoamérica	505.675	1,9	110.348	0,4	139.480	0,5
Europa	657.930	2,5	2.271.763	8,4	603.355	2,1
Resto países	279.303	1,1	332.462	1,2	916.274	3,2
Total	26.544.111		26.902.009		28.659.416	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	123.443.300	94,3	120.197.056	87,8	130.127.180	93,6
Chile	565.594	0,4	3.262.343	2,4	1.166.426	0,8
Iberoamérica	2.201.621	1,7	558.056	0,4	661.101	0,5
Europa	3.423.861	2,6	11.471.094	8,4	2.720.984	2,0
Resto países	1.299.256	1,0	1.459.800	1,1	4.319.823	3,1
Total	130.933.632		136.948.349		138.995.514	

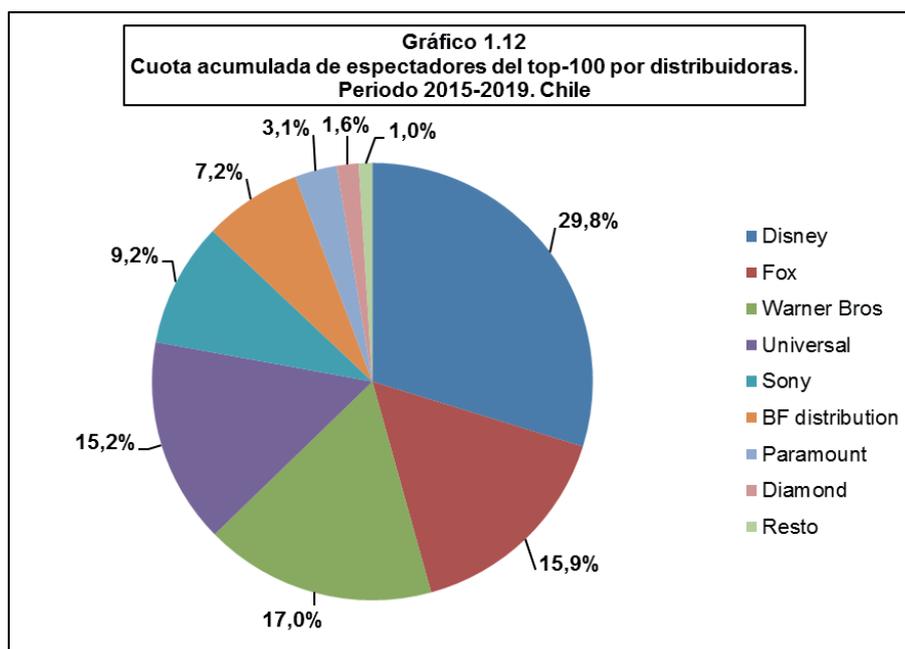


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 93,2% y las independientes un 6,8% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 13,6 millones (cuadro 1.21).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 90,2% y el de las independientes en el 9,8% restante (gráfico 1.12). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (29,8%), Fox (15,9%) Warner (17%) y Universal (15,2%). Entre las independientes destacan BF Distribution (7,2%) y Diamond (1,6%).

Cuadro 1.21
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Chile

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	3.924.278	14,8	4.123.157	15,3	1.869.757	6,5
Warner Bros	5.105.207	19,2	4.638.831	17,2	5.323.002	18,6
Disney	6.340.407	23,9	7.993.997	29,7	13.635.449	47,6
Paramount	1.312.730	4,9	689.755	2,6	668.113	2,3
Sony Pictures	2.417.158	9,1	3.758.611	14,0	2.275.922	7,9
Universal	5.059.635	19,1	3.644.415	13,5	2.931.481	10,2
BF Distribution	1.426.028	5,4	1.463.377	5,4	1.099.800	3,8
Diamond	626.498	2,4	262.207	1,0	451.759	1,6
Andes films	86.052	0,3	105.474	0,4	31.832	0,1
Cinecolor	202.276	0,8	163.045	0,6	36.022	0,1
Resto	43.842	0,2	59.140	0,2	336.279	1,2
Total	26.544.111		26.902.009		28.659.416	



En 2019, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Chile: *Toy story 4* (3,2 millones de espectadores), *Vengadores: Endgame* (3,1 millones) y *El rey león* (2,3 millones de espectadores).

El ranking lo componen diez producciones de Estados Unidos, cuatro de ellas en coproducción con Canadá (2), Australia y Japón (cuadro 1.22). La cuota de mercado de estas diez producciones (16.164.514 espectadores) supone el 55,7% del total de espectadores.

Cuadro 1.22

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Toy story 4	USA	3.180.115	15.150.274
2	Vengadores: Endgame	USA	3.079.897	19.137.328
3	El rey león	USA	2.326.040	11.954.256
4	Joker	USA, Canadá	1.572.748	7.475.324
5	Capitana Marvel	USA, Australia	1.369.372	7.333.170
6	Spider-Man: Lejos de casa	USA	1.069.739	5.468.578
7	Cómo entrenar a tu dragón 3	USA, Japón	1.050.390	4.726.487
8	It: Capítulo 2	USA, Canadá	864.076	4.018.170
9	Frozen II	USA	836.946	3.092.983
10	Aladdin	USA	815.191	3.716.212

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales (cuadro 1.23), en primer lugar figura la producción *Mi amigo Alexis* (Alejandro Fernández), con 144.674 espectadores, seguida de *Araña*, con 69.224 espectadores (Andrés Wood).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 es la coproducción española *El parque mágico* con 100.390 espectadores y la película del resto del mundo más popular es la producción japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 807.556 espectadores (cuadro 1.24).

Cuadro 1.23

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi amigo Alexis	Chile	144.674	636.741
2	Araña	Chile, Argentina, Brasil	69.224	321.721
3	No quiero ser tu hermano	Chile	36.022	145.261
4	Ema	Chile	18.199	62.703
5	Gloria Bell	Chile, USA	9.269	50.015
6	Lemebel	Chile, Colombia	5.417	22.390
7	Tarde para morir joven	Chile, Argentina, Brasil	3.135	15.698
8	Los Reyes	Chile	3.030	9.883
9	Marilyn	Chile	1.462	5.517
10	Ella es Cristina	Chile	1.333	5.822

Cuadro 1.24

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Chile

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	100.390	467.761
2	Dolor y gloria	España	23.727	118.675
3	La odisea de los giles	España, Argentina	15.363	74.666
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	807.556	3.790.555
2	Bohemian Rhapsody	Reino Unido, USA	139.295	637.176
3	Terremoto	Noruega	98.560	402.801
4	Venganza bajo cero	Reino Unido, Alemania, Francia	86.964	404.176
5	La favorita	Reino Unido, Irlanda, USA	50.467	254.503



COLOMBIA

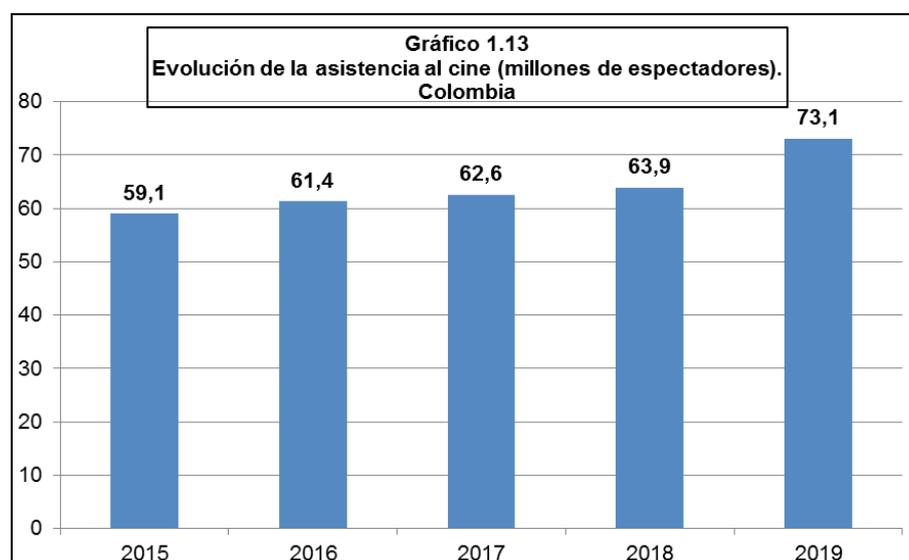
Los cines colombianos en 2019 suman una asistencia de 73,1 millones de espectadores y recaudan 199 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 2,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 13,6% y la cuota de espectadores el 3,4% (cuadro 1.25).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia ascendente desde los 59,1 millones de espectadores alcanzados en 2015 hasta los 73,1 de 2019 (gráfico 1.13).

Cuadro 1.25

Panorama cinematográfico en Colombia

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	46,7	47,2	47,6	48,1	48,2
PIB-PPA (billones USD)	0,666	0,687	0,709	0,745	0,784
PIB-PPA per capita (USD)	14.000	14.300	14.500	15.000	16.100
Número de pantallas de cine	935	1.008	1.083	1.140	1.217
Ingresos cine (millones USD)	179,9	173,9	182,2	187,3	199,0
Espectadores cine (millones)	59,1	61,4	62,6	63,9	73,1
Espectadores cine nacional (millones)	5,81	4,78	3,72	2,18	2,51
Cuota de mercado cine nacional (%)	9,8	7,8	6,0	3,4	3,4
Número de estrenos totales	301	312	314	356	352
Número de estrenos extranjeros	265	271	270	319	304
Número de estrenos nacionales	36	41	44	37	48
Asistencia anual por habitante	1,2	1,2	1,2	1,3	1,5
Precio medio entrada (USD)	3,0	2,8	2,9	2,9	2,8



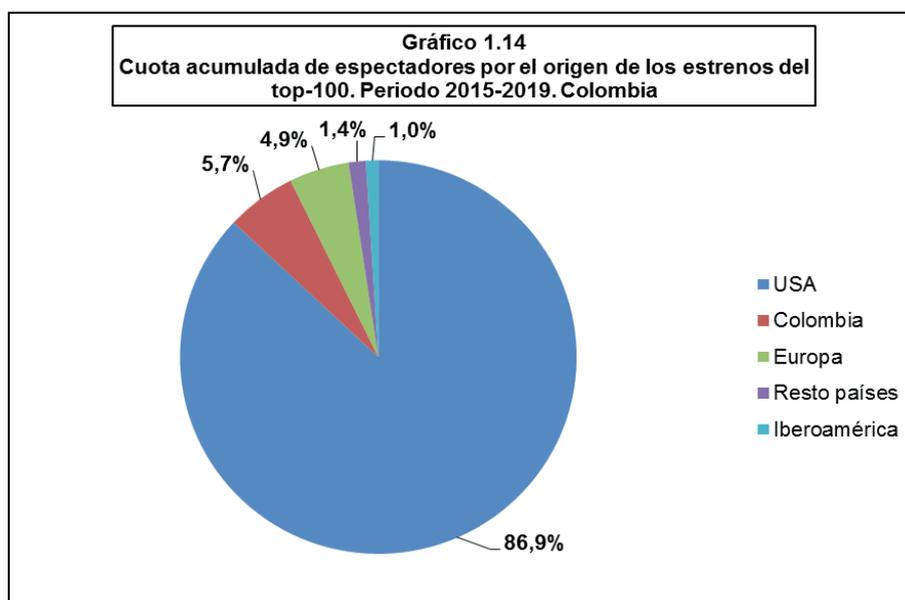
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 90,3% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en el 3,3% y la del cine nacional en el 2,8% (cuadro 1.26).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 86,9% del mercado, seguido del cine colombiano con el 5,7%, y del europeo con un 4,9%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 1% (gráfico 1.14).

Cuadro 1.26
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Colombia

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	52.011.930	88,9	51.920.482	87,3	61.870.506	90,3
Colombia	2.752.549	4,7	1.832.699	3,1	1.942.585	2,8
Iberoamérica	1.335.396	2,3	196.576	0,3	463.688	0,7
Europa	1.523.513	2,6	4.470.215	7,5	2.265.152	3,3
Resto países	871.001	1,5	1.079.871	1,8	2.007.476	2,9
Total	58.494.389		59.499.843		68.549.407	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	155.664.173	89,8	153.424.538	87,9	170.282.731	91,4
Colombia	6.856.624	4,0	4.942.997	2,8	4.613.273	2,5
Iberoamérica	3.614.166	2,1	460.112	0,3	1.081.619	0,6
Europa	4.510.151	2,6	12.816.182	7,3	5.712.670	3,1
Resto países	2.708.205	1,6	2.848.658	1,6	4.714.857	2,5
Total	173.353.319		174.492.487		186.405.150	

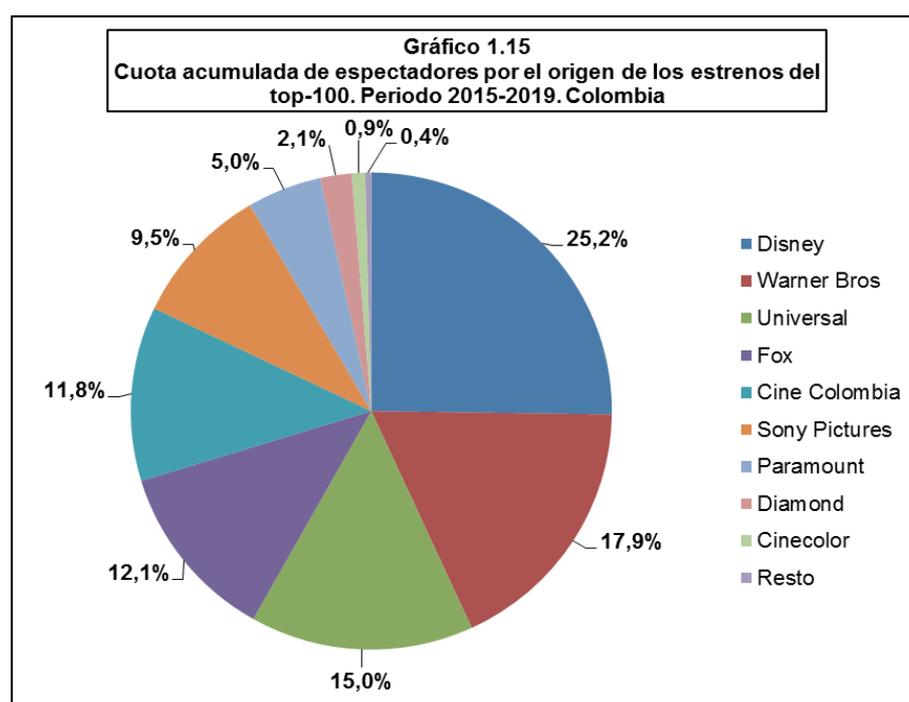


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 88,3% y las independientes el 11,7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es *Disney* con más de 29 millones (cuadro 1.27).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 84,7% y el de las independientes en el 15,3% restante (gráfico 1.15). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (25,2%), Warner (17,9%) y Universal (15%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (11,8%).

Cuadro 1.27
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Colombia

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	7.168.748	12,3	5.918.415	9,9	5.132.243	7,5
Disney	9.619.098	16,4	15.113.084	25,4	29.264.855	42,7
Warner Bros	12.016.002	20,5	11.363.629	19,1	12.381.852	18,1
Paramount	4.697.738	8,0	1.841.072	3,1	2.706.997	3,9
Universal	10.904.925	18,6	8.546.534	14,4	6.356.526	9,3
Sony Pictures	4.958.186	8,5	8.943.288	15,0	4.702.679	6,9
Cine Colombia	7.151.957	12,2	6.607.273	11,1	5.983.546	8,7
Cinecolor	789.976	1,4	260.941	0,4	449.599	0,7
Diamond	1.067.472	1,8	905.607	1,5	1.182.851	1,7
Resto distribuidora	120.287	0,2	0	0,0	388.259	0,6
Total	58.494.389		59.499.843		68.549.407	



En 2019, la película americana *Vengadores: Endgame* lidera el ranking de audiencia cinematográfica en Colombia (5,9 millones de espectadores), seguida de *Toy story 4* (5,2 millones) y *El rey león* (4,7 millones).

Todas las producciones del ranking de espectadores son estadounidenses, dos en coproducción con Australia, una con Canadá y otra con Reino Unido (cuadro 1.28). La cuota de mercado de las diez producciones (33.641.655 espectadores) supone el 46% del total de espectadores.

Cuadro 1.28

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	5.922.040	18.335.521
2	Toy story 4	USA	5.155.568	13.798.285
3	El rey león	USA	4.662.525	13.265.525
4	Joker	USA, Canadá	3.263.810	8.587.893
5	Capitana Marvel	USA, Australia	3.052.454	8.992.691
6	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	2.673.677	6.835.869
7	Aladdin	USA	2.484.263	6.706.620
8	Frozen II	USA	2.334.395	5.733.171
9	Aquaman	USA, Australia	2.191.694	5.995.650
10	Spider-Man: Lejos de casa	USA	1.901.229	5.508.115

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figuran en primer lugar *El paseo 5* (Mario Ribero) con 458.865 espectadores, seguida de *Monos* (Alejandro Landes) con 421.977 espectadores y *La fiesta* (Juan Carlos Mazo) con 277.175 (cuadro 1.29). De las nueve producciones, ocho son íntegramente colombianas y una en coproducción, con Argentina y Uruguay.

El ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales está liderado por la película española *El parque mágico*, con 343.383 espectadores. La del resto de países más popular es *Dragon Ball Super: Broly*, con 1.200.335 espectadores (cuadro 1.30).

Cuadro 1.29

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El paseo 5	Colombia	458.865	1.070.440
2	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	421.977	727.483
3	La fiesta	Colombia	277.175	835.977
4	El coco 3	Colombia	203.340	443.564
5	Feo pero sabroso	Colombia	174.285	432.853
6	El sendero de la anaconda	Colombia	124.398	393.681
7	Alma de héroe	Colombia	98.138	255.829
8	La sucursal	Colombia	95.419	231.121
9	Boyacomán y la esmeralda sagrada	Colombia	88.988	222.325

Cuadro 1.30

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Colombia

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	343.383	835.021
2	Día de muertos	México	120.305	246.598

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	1.200.335	2.788.171
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	413.879	1.110.693
3	Terremoto	Noruega	349.812	840.754
4	La sirena: La leyenda jamás contada	Rusia	275.846	665.395
5	Mía y el león blanco	Francia, Reino Unido	265.180	693.850



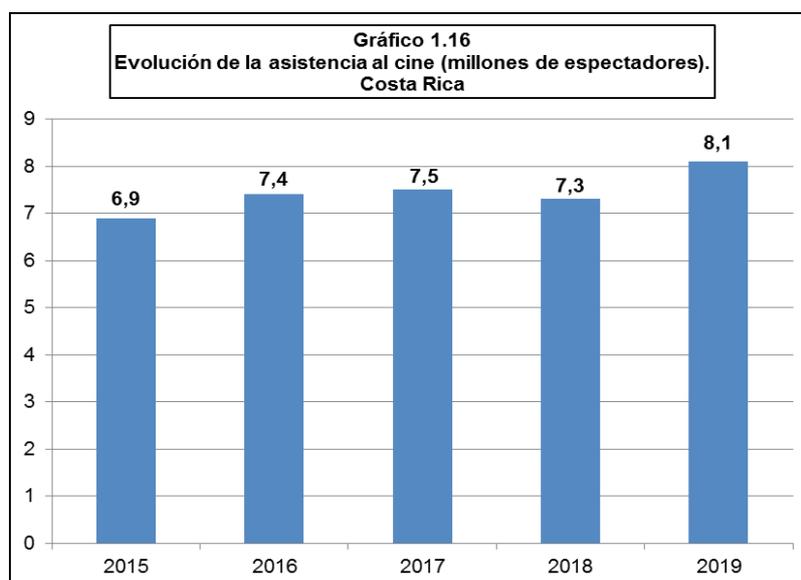
COSTA RICA

Los cines costarricenses en 2019 suman una asistencia de 8,1 millones de espectadores y recaudan 41,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 5,6% y la cuota de espectadores el 1,5% (cuadro 1.31).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un primer cuatrienio ascendente comprendido entre los 6,9 millones de entradas vendidas en 2015, y los 8,1 millones de espectadores de 2019 (gráfico 1.16).

Cuadro 1.31
Panorama cinematográfico en Costa Rica

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	4,8	4,8	4,9	5,0	5,1
PIB-PPA (billones USD)	0,076	0,080	0,084	0,088	0,092
PIB-PPA per capita (USD)	15.600	16.300	16.900	17.600	18.000
Número de pantallas de cine	140	145	148	150	151
Ingresos cine (millones USD)	38,3	41,6	40,2	37,0	41,7
Espectadores cine (millones)	6,9	7,4	7,5	7,3	8,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,72	0,12	0,18	0,37	0,12
Cuota de mercado cine nacional (%)	11,2	1,7	2,4	5,1	1,5
Número de estrenos totales	203	230	240	253	232
Número de estrenos extranjeros	196	227	226	242	219
Número de estrenos nacionales	7	3	14	11	13
Asistencia anual por habitante	1,3	1,5	1,5	1,5	1,6
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,6	5,4	5,1	5,1



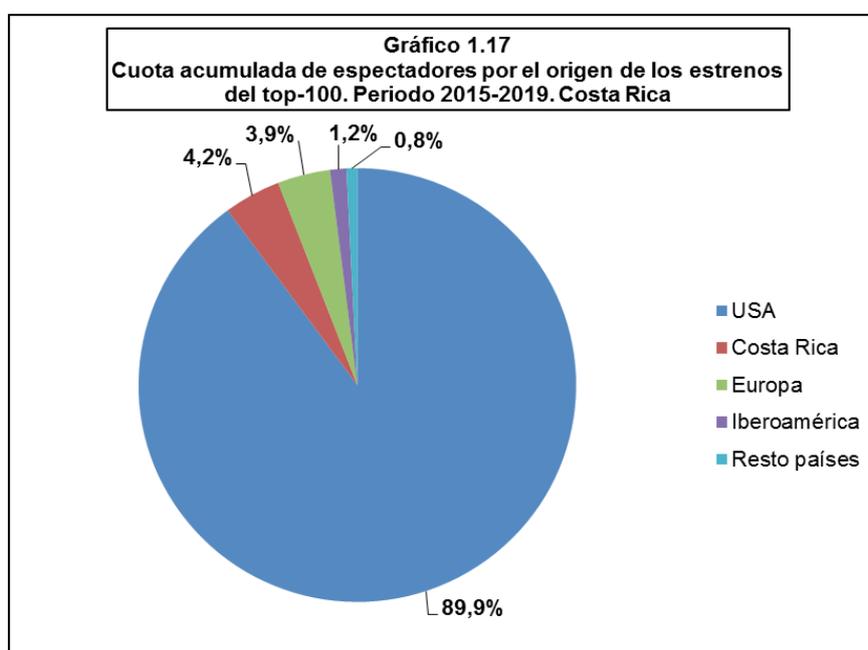
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa, en 2019, en el 94,4% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,4% y la del cine europeo en el 1,3% (cuadro 1.32).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 89,9% del mercado, seguido del cine costarricense con el 4,2%, y del europeo con un 3,9%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 1,2% (gráfico 1.17).

Cuadro 1.32
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Costa Rica

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	6.776.726	93,2	6.096.062	86,4	7.487.465	94,4
Costa Rica	141.863	2,0	365.435	5,2	107.788	1,4
Iberoamérica	148.459	2,0	23.901	0,3	57.259	0,7
Europa	137.330	1,9	529.069	7,5	99.428	1,3
Resto países	64.865	0,9	43.293	0,6	179.515	2,3
Total	7.269.243		7.057.760		7.931.455	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	36.308.538	93,8	30.973.563	86,5	38.675.195	95,1
Costa Rica	738.856	1,9	1.691.511	4,7	453.591	1,1
Iberoamérica	648.687	1,7	119.667	0,3	251.190	0,6
Europa	724.124	1,9	2.815.663	7,9	493.702	1,2
Resto países	303.192	0,8	193.897	0,5	803.809	2,0
Total	38.723.397		35.794.301		40.677.487	

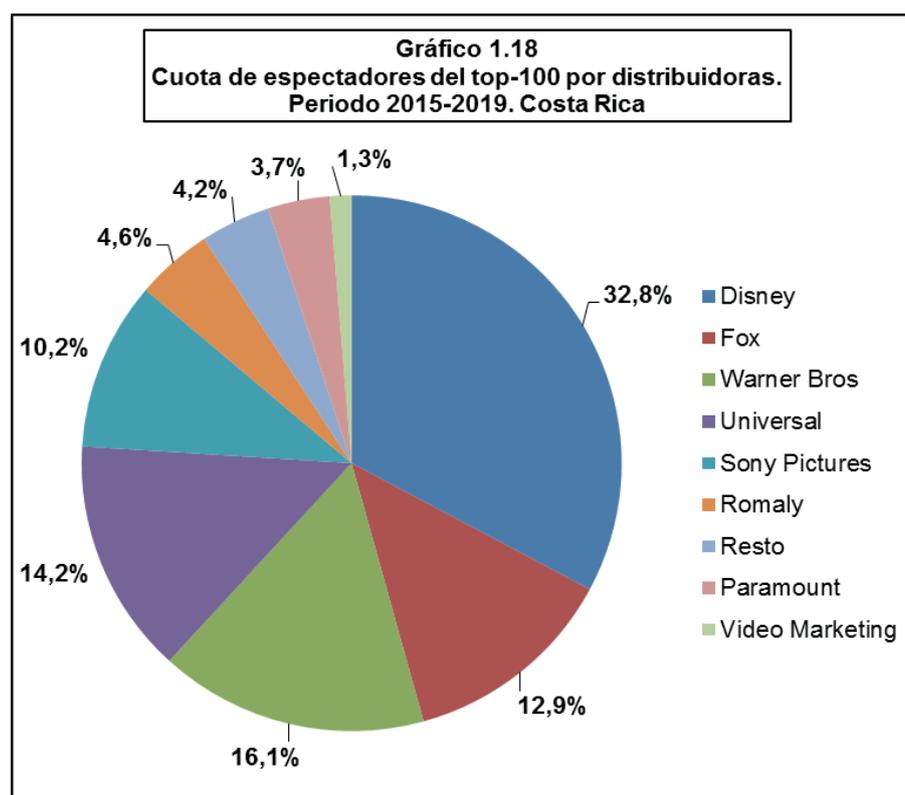


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 93,7% y las independientes el 6,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 4 millones (cuadro 1.33).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 89,9% y el de las independientes en el 10,1% restante (gráfico 1.18). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (32,8%), Fox (12,9%) y Warner (16,1%). Entre las independientes destaca Romaly (4,6%).

Cuadro 1.33
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Costa Rica

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	827.074	11,4	819.851	11,6	442.313	5,6
Disney	2.115.785	29,1	2.112.219	29,9	4.062.250	51,2
Warner Bros	1.327.723	18,3	1.193.346	16,9	1.309.928	16,5
Paramount	394.831	5,4	217.415	3,1	244.682	3,1
Sony Pictures	729.526	10,0	1.081.203	15,3	730.152	9,2
Universal	1.157.739	15,9	996.265	14,1	640.582	8,1
Romaly	283.956	3,9	332.931	4,7	138.455	1,7
Resto	432.609	6,0	304.530	4,3	363.093	4,6
Total	7.269.243		7.057.760		7.931.455	



En 2019, los estrenos estadounidenses *Vengadores: Endgame* (833.436 espectadores), *Toy story 4* (669.532) y *El rey león* (627.019) lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Costa Rica (cuadro 1.34).

De las diez primeras posiciones del ranking, todas son producciones estadounidenses: tres en coproducción. La cuota de mercado de estas diez producciones (4.572.909 espectadores) supone el 56,8% del total de espectadores.

Cuadro 1.34

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	833.436	5.014.998
2	Toy story 4	USA	669.532	3.209.849
3	El rey león	USA	627.019	3.195.514
4	Joker	USA, Canadá	478.437	2.581.191
5	Capitana Marvel	USA, Australia	403.423	2.122.805
6	Frozen II	USA	363.135	1.619.109
7	Spider-Man: Lejos de casa	USA	325.811	1.740.855
8	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	322.390	1.574.901
9	Aladdin	USA	312.846	1.588.575
10	Dumbo	USA	236.880	1.140.522

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales en 2019, figura en primer lugar *Maikol Yordan 2* (Daniel Moreno) con 85.136 espectadores, seguida de *Aquí y ahora* (James Ponsoldt) con 22.652 y *El despertar de las hormigas* (Antonella Sudasassi) con 2.990 espectadores. De ellas, seis son íntegramente costarricenses y cuatro son coproducciones, con Chile (2), España y México (cuadro 1.35).

El estreno iberoamericano con más éxito en Costa Rica es la producción española *El parque mágico* con 36.185 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la nipona *Dragon Ball Super: Broly*, con 155.173 espectadores (cuadro 1.36).

Cuadro 1.35

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Maikol Yordan 2: La cura lejana	Costa Rica	85.136	342.602
2	Aquí y ahora	Costa Rica, Chile	22.652	110.990
3	El despertar de las hormigas	Costa Rica, España	2.990	13.481
4	Apego	Costa Rica, Chile	2.761	13.070
5	Te presento a mi novio	Costa Rica	2.204	11.021
6	El reencuentro	Costa Rica	2.079	9.710
7	Todos somos Óscar	Costa Rica	1.236	6.300
8	Dos fridas	Costa Rica, México	1.017	4.487
9	La boda del tigre	Costa Rica	924	5.111
10	La leyenda de un triunfo	Costa Rica	771	3.799

Cuadro 1.36

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Costa Rica

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	36.185	158.000
2	Dolor y gloria	España	5.930	28.771
3	Día de muertos	México	5.278	24.339
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	155.173	680.241
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	26.512	123.500
3	Last Christmas	Reino Unido, USA	17.745	86.443
4	Noche de bodas	Canadá, USA	11.516	57.860
5	La favorita	Reino Unido, Irlanda, USA	8.650	41.259



ECUADOR

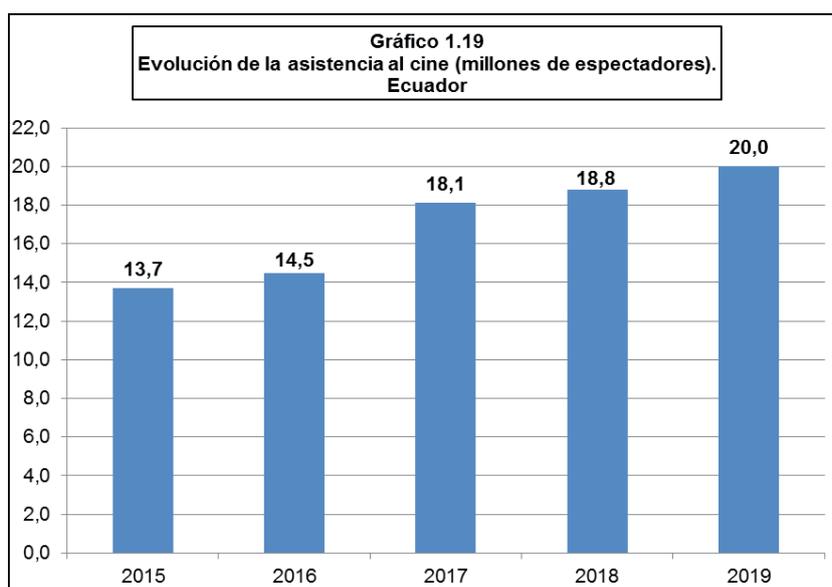
Los cines de Ecuador en 2019 suman una asistencia de 20 millones de espectadores y recaudan 94,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 4,3% y la cuota de espectadores el 1,9% (cuadro 1.37).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia alcista desde los 13,7 millones de espectadores de 2015 hasta los 20 de 2019 (gráfico 1.19).

Cuadro 1.37

Panorama cinematográfico en Ecuador

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	16,2	16,5	16,7	17,0	17,2
PIB-PPA (billones USD)	0,185	0,185	0,193	0,200	0,202
PIB-PPA per capita (USD)	11.400	11.200	11.500	11.700	11.800
Número de pantallas de cine	302	302	302	324	356
Ingresos cine (millones USD)	54,8	67,5	82,5	84,7	94,9
Asistencia espectadores (millones)	13,7	14,5	18,1	18,8	20,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,07	0,13	0,10	0,12	0,37
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,5	0,9	0,6	0,7	1,9
Número de estrenos totales	211	258	243	250	230
Número de estrenos extranjeros	198	248	229	232	220
Número de estrenos nacionales	13	10	14	18	10
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	1,1	1,1	1,2
Precio medio entrada (USD)	4,0	4,6	4,6	4,5	4,7



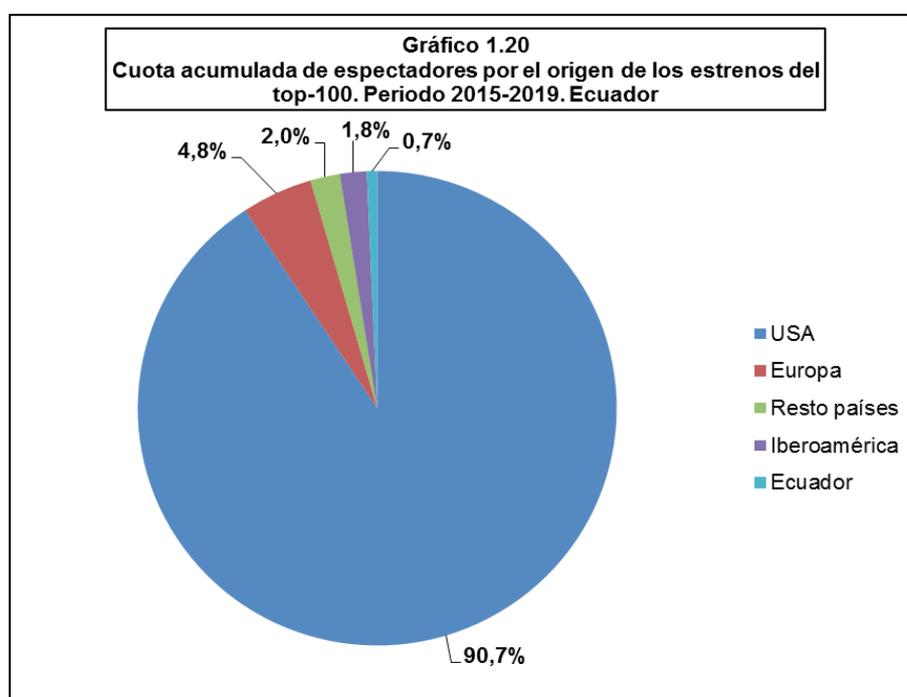
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 89,8% del total de espectadores, la del cine europeo en el 3,8% y la del resto de países en el 3,5% (cuadro 1.38).

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 90,7% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,8% y del resto de países con un 2% (gráfico 1.20).

Cuadro 1.38
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Ecuador

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	15.603.748	93,2	15.400.852	88,6	16.939.673	89,8
Ecuador	35.513	0,2	0	0,0	338.442	1,8
Iberoamérica	209.078	1,2	281.606	1,6	203.674	1,1
Europa	639.314	3,8	1.246.618	7,2	717.480	3,8
Resto países	256.397	1,5	447.576	2,6	658.856	3,5
Total	16.744.050		17.376.652		18.858.125	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	72.121.395	93,6	70.636.141	89,5	81.967.448	90,9
Ecuador	150.654	0,2	0	0,0	1.462.521	1,6
Iberoamérica	859.439	1,1	1.032.616	1,3	817.006	0,9
Europa	2.871.520	3,7	5.504.698	7,0	2.887.209	3,2
Resto países	1.074.142	1,4	1.752.149	2,2	3.017.410	3,3
Total	77.077.150		78.925.604		90.151.594	

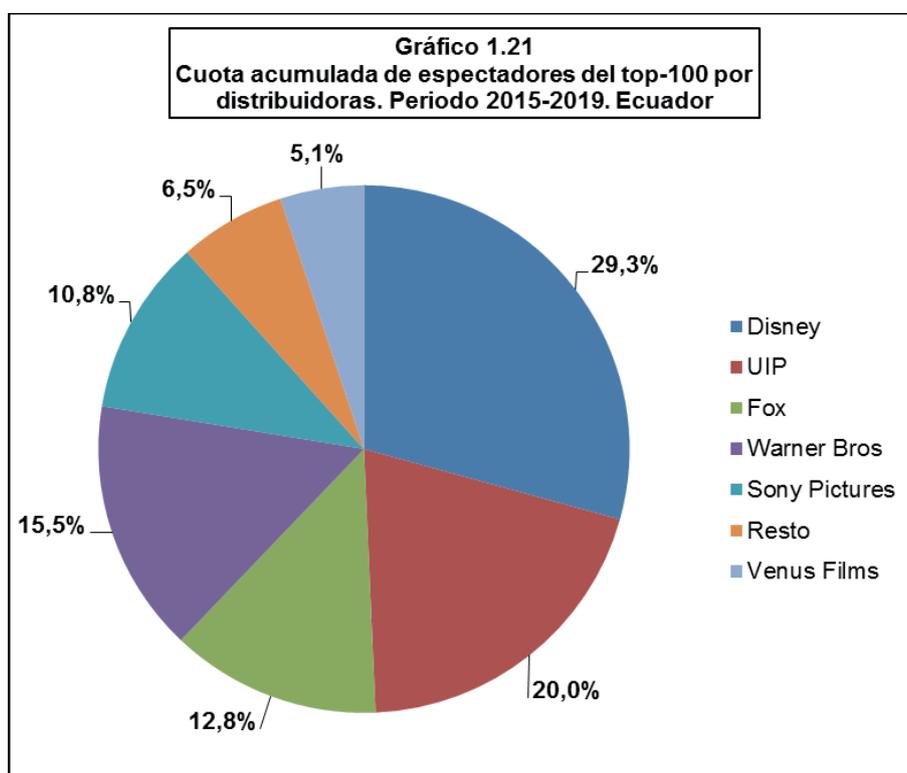


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores el 88,9% y las independientes el 11,1% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 8,2 millones de espectadores (cuadro 1.39).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 88,4% y el de las independientes en el 11,6% (gráfico 1.21). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (29,3%), UIP (20%) y Fox (12,8%). Entre las independientes destaca Venus Films (5,1%).

Cuadro 1.39
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Ecuador

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	2.081.403	12,4	1.666.311	9,6	1.336.231	7,1
Disney	3.531.756	21,1	5.354.960	30,8	8.173.525	43,3
UIP	4.124.357	24,6	3.197.021	18,4	2.776.979	14,7
Warner Bros	2.879.791	17,2	2.769.093	15,9	2.950.304	15,6
Sony Pictures	1.965.203	11,7	2.203.024	12,7	1.534.674	8,1
Venus Films	1.271.927	7,6	541.528	3,1	644.371	3,4
Multicine	157.898	0,9	217.849	1,3	337.155	1,8
Independent	35.513	0,2	683.649	3,9	431.432	2,3
Consorcio Film	144.624	0,9	0	0,0	0	0,0
Resto Distribuidoras	551.578	3,3	743.217	4,3	673.454	3,6
Total	16.744.050		17.376.652		18.858.125	



En 2019, las películas norteamericanas *Vengadores: Endgame* (1.854.277), *El rey león* (1.175.354) y *Toy story 4* (1.116.546) lideran el *ranking* de audiencia cinematográfica en Ecuador (cuadro 1.40).

En cuanto al origen de las diez películas más populares, todas ellas son obras estadounidenses (cuatro en coproducción). La cuota de mercado de estas diez producciones (9.087.827 espectadores) supone el 45,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.40
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Ecuador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	1.854.277	9.916.212
2	El rey león	USA	1.175.354	5.878.489
3	Toy story 4	USA	1.116.546	5.654.515
4	Capitana Marvel	USA, Australia	928.625	4.472.999
5	Joker	USA, Canadá	795.507	3.966.879
6	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	703.354	3.592.297
7	Aladdin	USA	687.031	3.501.452
8	Frozen II	USA	660.046	3.205.001
9	Spider-Man: Lejos de casa	USA	631.118	3.144.082
10	It: Capítulo 2	USA, Canadá	535.969	2.793.533

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en primer lugar la película ecuatoriana *Rock N' Cola* (Jorge Ulloa) con 300.117 espectadores, seguida de *A son of man* (Pablo Agüero), con 38.325, y *La mala noche* (Gabriela Calvache) con 19.733 (cuadro 1.41).

El estreno iberoamericano con más éxito en 2019 es la película española *El parque mágico*, con 96.732 espectadores. La película del resto de países más popular es la japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 483.070 espectadores (cuadro 1.42).

Cuadro 1.41
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Ecuador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Rock N' Cola	Ecuador, Colombia	300.117	1.282.056
2	A son of man	Ecuador, Francia, USA	38.325	180.465
3	La mala noche	Ecuador, Mexico	19.733	87.434
4	Azules turquesas	Ecuador	4.073	18.566
5	Torero	Ecuador	3.363	16.703
6	Generación invisible	Ecuador	2.596	10.588
7	Muerte en Berruecos	Ecuador, Venezuela, USA	1.797	8.308
8	Polar Station: Mamá Vudú	Ecuador	747	3.729
9	Amarukan	Ecuador	278	1.634
10	Ventaja	Ecuador	260	1.148

<i>Cuadro 1.42</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Ecuador</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	96.732	393.030
2	Mamá se fue de viaje	México	62.759	259.278
3	Te juro que yo no fui	México	44.183	164.699
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	483.070	2.230.356
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	102.063	395.638
3	Mia y el león blanco	Francia, Reino Unido	93.576	344.638
4	Peleando en familia	Reino Unido, USA, México	82.436	316.442
5	El niño que pudo ser rey	Reino Unido, USA	76.366	288.758



EL SALVADOR

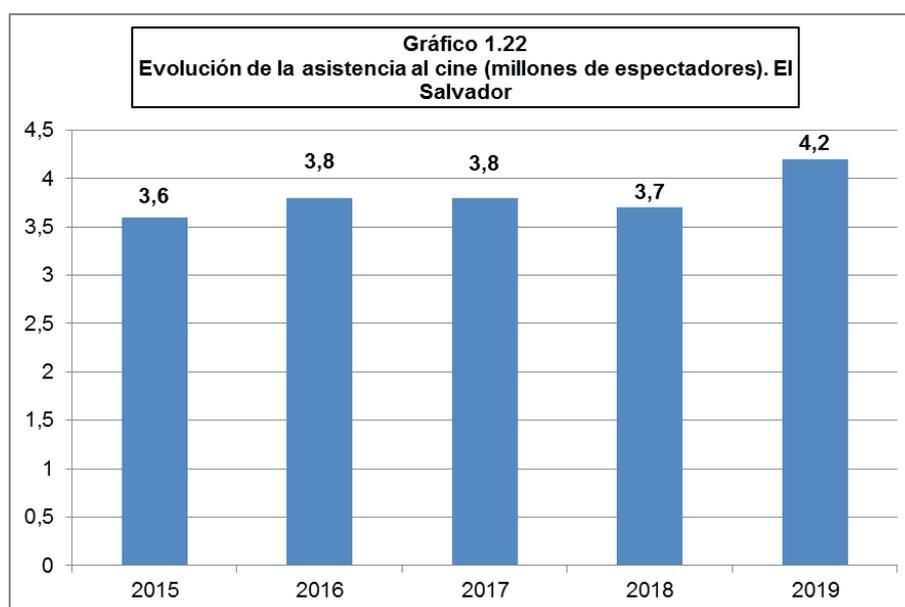
Los cines salvadoreños en 2019 suman una asistencia de 4,2 millones de espectadores y recaudan 17,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4 dólares (cuadro 1.43).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra que la audiencia tiene en este periodo un mínimo de 3,6 millones de espectadores de 2015 y un máximo de 4,2 millones de 2019 (gráfico 1.22).

Cuadro 1.43

Panorama cinematográfico en El Salvador

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	6,4	6,4	6,5	6,5	6,6
PIB-PPA (billones USD)	0,047	0,049	0,051	0,053	0,055
PIB-PPA per capita (USD)	7.500	7.700	8.000	8.300	8.400
Número de pantallas de cine	65	68	68	68	66
Ingresos cine (millones USD)	13,9	14,8	14,9	14,4	17,2
Asistencia espectadores (millones)	3,6	3,8	3,8	3,7	4,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,0004	0	0,005	0,004
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,3	0,01	0	0,1	0,1
Número de estrenos totales	174	194	204	212	175
Número de estrenos extranjeros	171	192	204	211	174
Número de estrenos nacionales	3	2	0	1	1
Asistencia anual por habitante	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Precio medio entrada (USD)	3,8	3,9	3,9	3,9	4,0



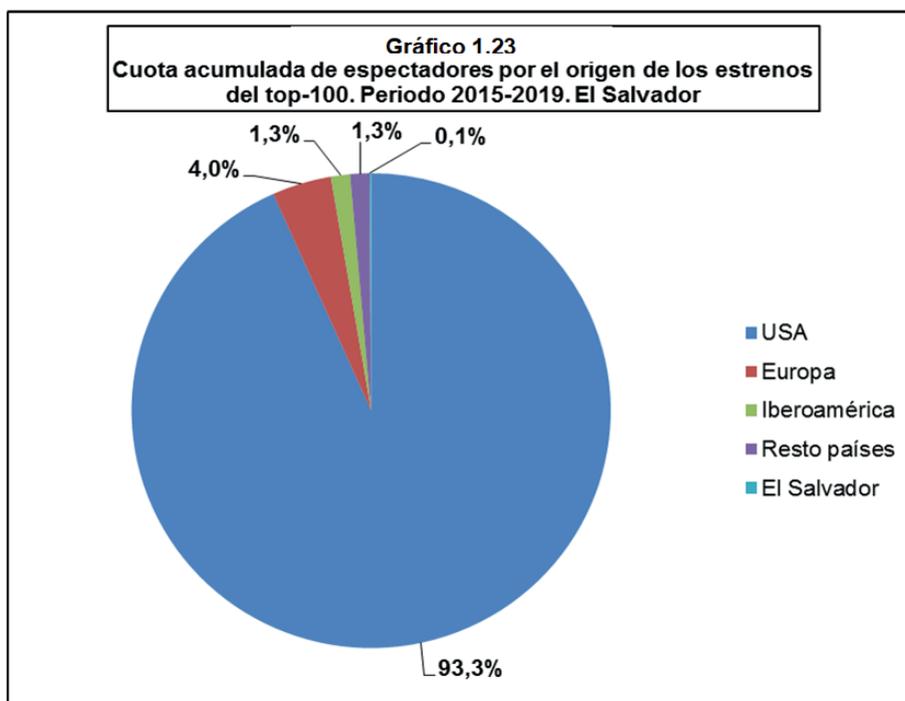
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 94,4% del total de espectadores. Además, la presencia del cine del resto de países es del 2,9% y la del iberoamericano del 0,7% (cuadro 1.44).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 93,3% del mercado, seguido del cine europeo con el 4% y del iberoamericano con un 1,3% (gráfico 1.23).

Cuadro 1.44
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. El Salvador

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	3.511.750	95,4	3.351.327	91,9	3.908.075	94,4
El Salvador	0	0,0	4.909	0,1	3.986	0,1
Iberoamérica	52.729	1,4	28.874	0,8	28.629	0,7
Europa	84.526	2,3	217.202	6,0	80.507	1,9
Resto países	32.940	0,9	45.672	1,3	118.429	2,9
Total	3.681.945		3.647.984		4.139.626	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	13.821.095	95,7	12.917.528	91,8	16.086.359	94,8
El Salvador	0	0,0	19.151	0,1	16.755	0,1
Iberoamérica	179.010	1,2	89.815	0,6	107.519	0,6
Europa	327.812	2,3	888.426	6,3	308.300	1,8
Resto países	111.743	0,8	157.794	1,1	454.310	2,7
Total	14.439.660		14.072.714		16.973.243	

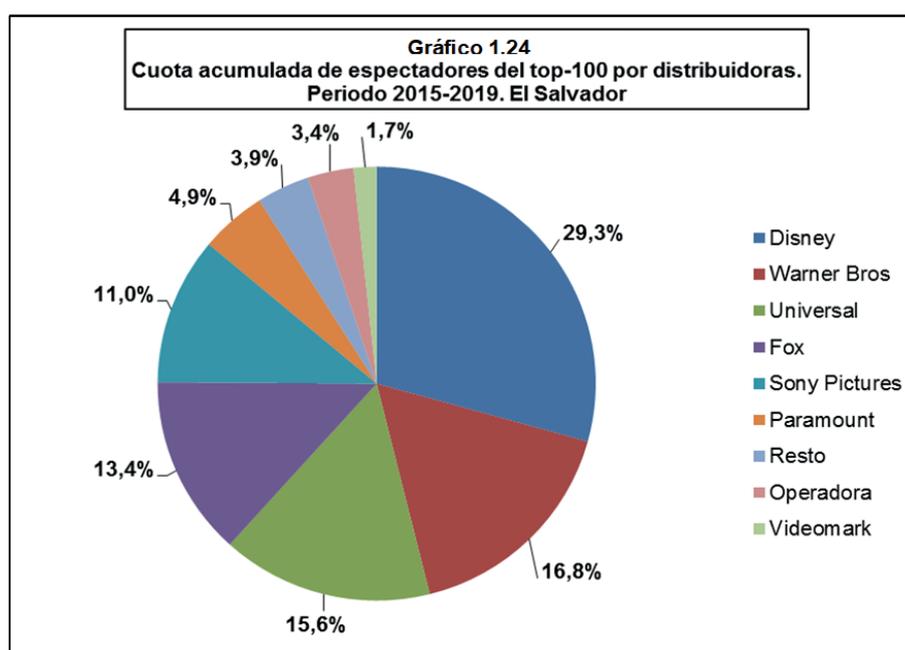


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 92,1% y las independientes el 7,9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 1,9 millones (cuadro 1.45).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 91% y el de las independientes en el 9% restante (gráfico 1.24). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (29,3%) Warner (16,8%) y Universal (15,6%). Entre las independientes destaca Operadora (3,4%) y Videomark (1,7%).

Cuadro 1.45
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. El Salvador

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	453.531	12,3	340.070	9,3	250.188	6,0
Disney	915.783	24,9	1.051.703	28,8	1.946.163	47,0
Warner Bros	667.275	18,1	664.182	18,2	721.671	17,4
Paramount	252.788	6,9	133.987	3,7	157.603	3,8
Sony Pictures	378.707	10,3	600.047	16,4	362.223	8,8
Universal	672.341	18,3	560.516	15,4	375.461	9,1
Videomark	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Operadora	129.635	3,5	122.253	3,4	174.268	4,2
Canzion	0	0,0	7.781	0,2	4.782	0,1
Resto	211.885	5,8	167.445	4,6	147.267	3,6
Total	3.681.945		3.647.984		4.139.626	



En 2019, las películas norteamericanas *Vengadores: Endgame* (409.209), *Toy story 4* (350.257) y *El rey león* (277.056) lideran el *ranking* de audiencia cinematográfica en El Salvador (cuadro 1.46).

De las diez primeras posiciones, todas ellas son producciones estadounidenses (dos de ellas en coproducción con Canadá, una con Australia y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones (2.229.591 espectadores) supone el 52,4% del total de espectadores.

Cuadro 1.46

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	409.209	1.997.671
2	Toy story 4	USA	350.257	1.386.235
3	El rey león	USA	277.056	1.107.418
4	Frozen II	USA	215.212	812.686
5	Joker	USA, Canadá	203.723	853.045
6	Capitana Marvel	USA, Australia	184.936	791.631
7	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	159.351	622.023
8	Spider-Man: Lejos de casa	USA	152.276	617.427
9	Aladdin	USA	142.995	573.578
10	It: Capítulo 2	USA, Canadá	134.576	542.584

En cuanto al único estreno nacional que figura entre las 100 primeras películas, encontramos *La batalla del volcán* (Julio López) con 3.986 espectadores.

El estreno iberoamericano con más éxito es la película española *El parque mágico*, con 19.471 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la nipona *Dragon Ball Super: Broly*, con 86.348 espectadores (cuadro 1.47).

Cuadro 1.47

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. El Salvador

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	19.471	74.666
2	Ya veremos	México	5.376	17.757
3	Día de muertos	México	3.782	15.095
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	86.348	336.537
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	18.081	65.395
3	Noche de bodas	Canadá, USA	10.350	40.012
4	Last Christmas	Reino Unido, USA	9.732	37.286
5	La bruja del bosque	Tailandia, USA	9.025	34.039



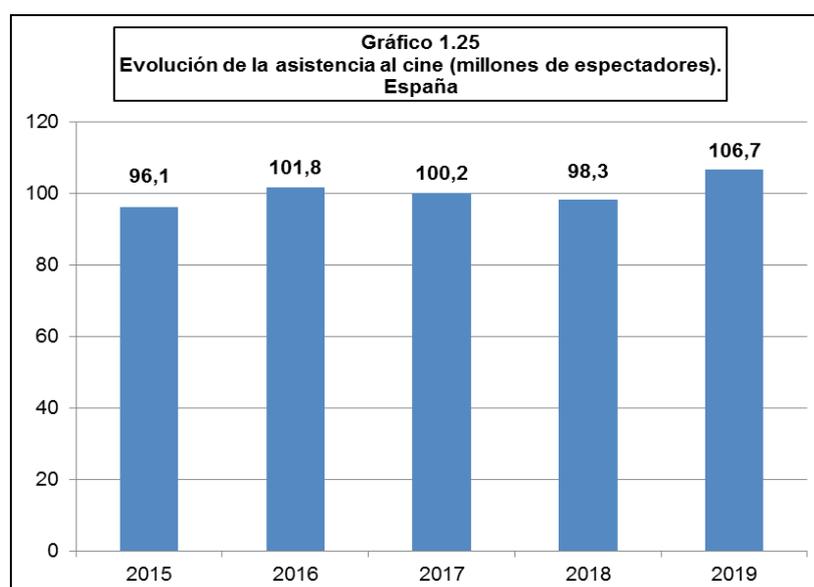
ESPAÑA

Los cines españoles en 2019 suman una asistencia de 106,7 millones de espectadores y recaudan 705,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 2,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 6,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 24,8% y la cuota de espectadores el 15% (cuadro 1.48).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años registra un mínimo en 2015 de 96,1 millones de espectadores y un máximo en 2019 de 106,7 millones de espectadores (gráfico 1.25).

Cuadro 1.48
Panorama cinematográfico en España

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	46,4	46,4	46,5	46,7	46,9
PIB-PPA (billones USD)	1,621	1,700	1,811	1,855	1,938
PIB-PPA per capita (USD)	34.900	36.600	38.900	39.700	41.200
Número de pantallas de cine	3.588	3.554	3.534	3.518	3.593
Ingresos cine (millones USD)	638,4	666,4	676,1	695,9	705,5
Espectadores cine (millones)	96,1	101,8	100,2	98,3	106,7
Espectadores cine nacional (millones)	18,57	18,84	17,29	17,62	16,05
Cuota de mercado cine nacional (%)	19,3	18,5	17,2	17,9	15,0
Número de estrenos totales	565	628	688	847	770
Número de estrenos extranjeros	388	460	500	633	579
Número de estrenos nacionales	177	168	188	214	191
Asistencia anual por habitante	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2
Precio medio entrada (USD)	6,6	6,6	6,7	7,0	6,7



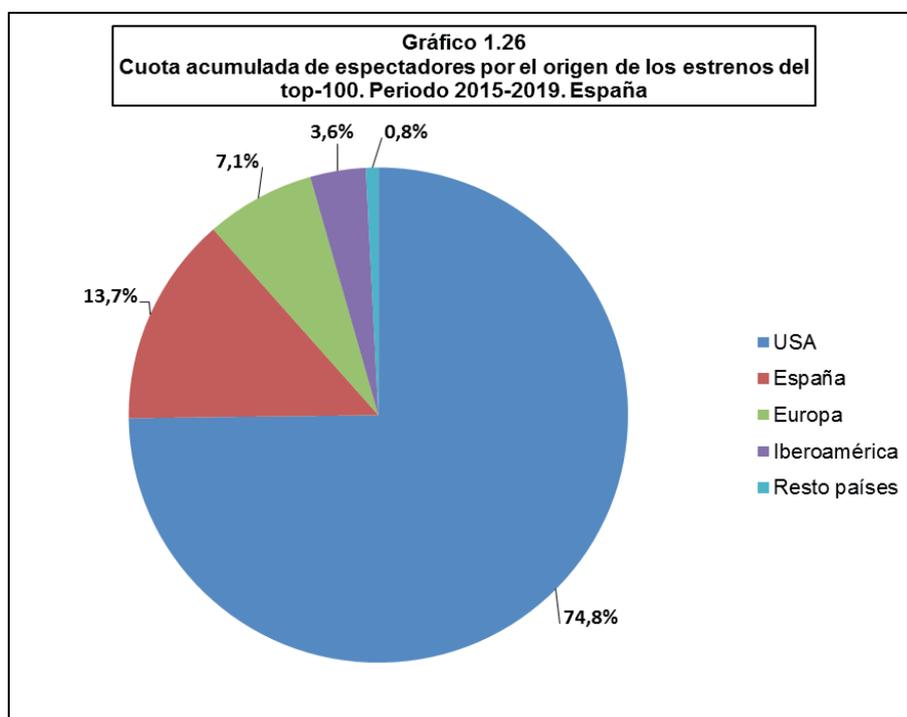
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 79,7% del total de espectadores, seguido del cine español con un 14,6% y del cine europeo con el 5,1% (cuadro 1.49).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con el 74,8% del mercado, seguido del cine español con el 13,7% y del europeo con un 7,1% (gráfico 1.26).

Cuadro 1.49
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. España

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	68.990.441	78,1	59.196.569	69,0	76.566.044	79,7
España	14.380.160	16,3	14.329.823	16,7	14.045.315	14,6
Iberoamérica	0	0,0	1.142.054	1,3	0	0,0
Europa	3.794.784	4,3	10.526.329	12,3	4.913.249	5,1
Resto países	1.200.993	1,4	575.986	0,7	554.801	0,6
Total	88.366.378		85.770.761		96.079.409	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	465.567.306	78,1	420.667.735	69,1	505.733.718	79,6
España	97.593.576	16,4	99.869.060	16,4	92.437.382	14,5
Iberoamérica	0	0,0	7.657.951	1,3	0	0,0
Europa	24.948.981	4,2	76.325.182	12,5	33.592.437	5,3
Resto países	8.039.446	1,3	4.222.670	0,7	3.760.867	0,6
Total	596.149.309		608.742.598		635.524.404	

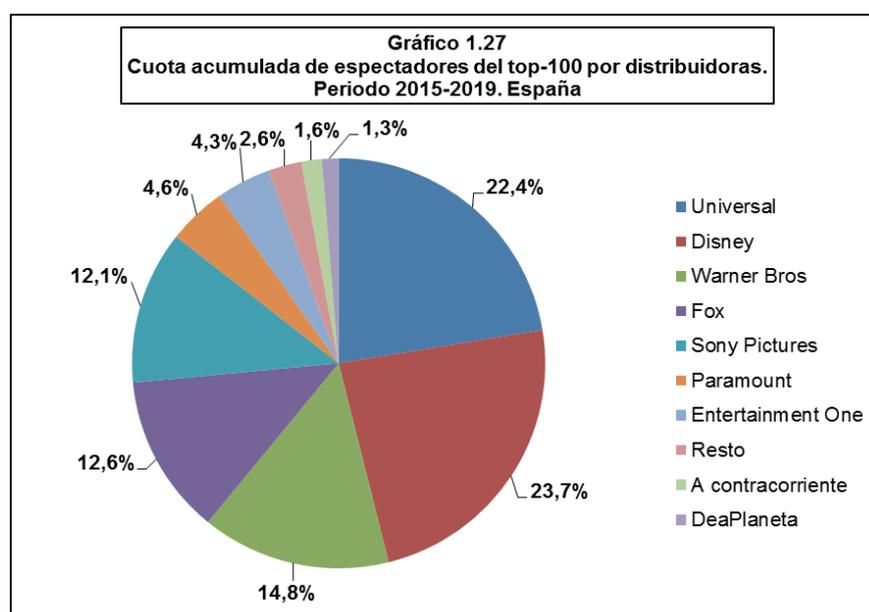


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 90,1% y las independientes un 9,9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 36,5 millones seguido de Sony con 15,1 millones (cuadro 1.50).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 90,2% y el de las independientes en el 9,8% restante (gráfico 1.27). Las empresas con más cuota de mercado son Universal (22,4%), Disney (23,7%) y Fox (14,8%). Entre las independientes destaca Entertainment One (4,3%).

Cuadro 1.50
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. España

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Universal	21.839.169	24,7	19.467.062	22,7	11.197.444	11,7
Fox	10.590.898	12,0	14.924.375	17,4	4.497.024	4,7
Warner Bros	13.279.228	15,0	11.341.744	13,2	14.620.859	15,2
Disney	17.488.044	19,8	18.753.274	21,9	36.460.508	37,9
Sony Pictures	11.325.994	12,8	10.502.672	12,2	15.100.737	15,7
Paramount	5.553.463	6,3	2.673.306	3,1	4.718.470	4,9
Entertainment One	1.866.663	2,1	2.040.269	2,4	3.804.139	4,0
DeaPlaneta	2.269.871	2,6	793.287	0,9	908.397	0,9
Tri Pictures	0	0,0	494.547	0,6	0	0,0
A contracorriente	2.395.554	2,7	2.470.217	2,9	1.582.559	1,6
Vertigo Films	0	0,0	181.588	0,2	0	0,0
Filmax	0	0,0	676.198	0,8	228.302	0,2
Resto productoras	1.757.494	2,0	1.452.222	1,7	2.960.970	3,1
Total	88.366.378		85.770.761		96.079.409	



En 2019, la producción norteamericana *El rey león* (Jon Favreau) con 6,4 millones de espectadores, se sitúa en lo más alto del ranking de espectadores en España, seguida de *Joker* (Todd Phillips), con 5,1 millones y *Aladdin* (Guy Ritchie) con 4,8 millones de espectadores.

De las diez primeras posiciones del ranking, nueve son producciones estadounidenses (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido) y una es española (cuadro 1.51). La cuota de mercado de estas diez producciones (37.311.201 espectadores) supone el 35% del total de espectadores.

Cuadro 1.51
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El rey león	USA	6.392.093	41.684.459
2	Joker	USA, Canadá	5.115.212	33.727.740
3	Aladdin	USA	4.758.466	28.409.267
4	Vengadores: Endgame	USA	4.597.661	32.718.308
5	Toy story 4	USA	3.767.956	23.930.222
6	Frozen II	USA	3.138.178	20.837.043
7	Padre no hay más que uno	España	2.495.863	15.950.239
8	Dumbo	USA	2.454.951	16.246.369
9	Spider-Man: Lejos de casa	USA	2.305.161	15.156.049
10	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	2.285.660	13.844.465

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en primer lugar *Padre no hay más que uno* (Santiago Segura) con casi 2,5 millones de espectadores, seguido de *Mientras dure la guerra* (Alejandro Amenábar) con 1,9 millones (cuadro 1.52). La primera producción, además, ocupa el séptimo puesto del *ranking* general. Nueve de las películas del ranking nacional son íntegramente españolas y una es coproducción con Estados Unidos.

La película española en coproducción con un país iberoamericano más vista es *La gran aventura de los Lunnis* (Juan Pablo Buscarini) con 228.302 espectadores. En el top-100 cinematográfico de España en 2019 no aparece ninguna producción iberoamericana no nacional. La película del resto del mundo más popular es la coproducción británico-estadounidense *Bohemian Rhapsody*, con 883.975 espectadores (cuadro 1.53).

Cuadro 1.52
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Padre no hay más que uno	España	2.495.863	15.950.239
2	Mientras dure la guerra	España	1.907.356	12.317.717
3	Lo dejo cuando quiera	España	1.890.794	12.741.244
4	Si yo fuera rico	España	1.866.195	12.740.157
5	Dolor y gloria	España	947.226	6.458.901
6	Bajo el mismo techo	España	598.627	4.027.246
7	El parque mágico	España, USA	485.343	3.177.162
8	Perdiendo el este	España	482.764	3.292.943
9	Los Japón	España	478.886	3.100.656
10	El silencio de la ciudad blanca	España	459.227	2.597.618

Cuadro 1.53

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. España

<i>España en coproducción con Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran aventura de los Lunnis	España, Argentina	228.302	1.490.420
2	Taxi a Gibraltar	España, Argentina	209.050	1.435.936
3	Tiempo después	España, Portugal	178.978	1.174.978
4	La odisea de los giles	España, Argentina	128.450	901.203
5	El cuento de las comadrejas	España, Argentina	117.232	788.972
<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Greta	Brasil	43.678	262.055
2	Gloria Bell	Chile, USA	36.316	251.180
3	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	32.701	214.523
4	Rojo	Argentina, Brasil	17.614	122.193
5	El amor menos pensado	Argentina	14.252	89.897
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bohemian Rhapsody	Reino Unido, USA	883.975	6.146.410
2	Yesterday	R. Unido, Japón, China	669.648	4.582.847
3	Mía y el león blanco	Francia, Reino Unido	638.015	4.146.189
4	La favorita	R. Unido, Irlanda, USA	585.259	3.967.543
5	Downton Abbey	Reino Unido, USA	500.824	3.464.490



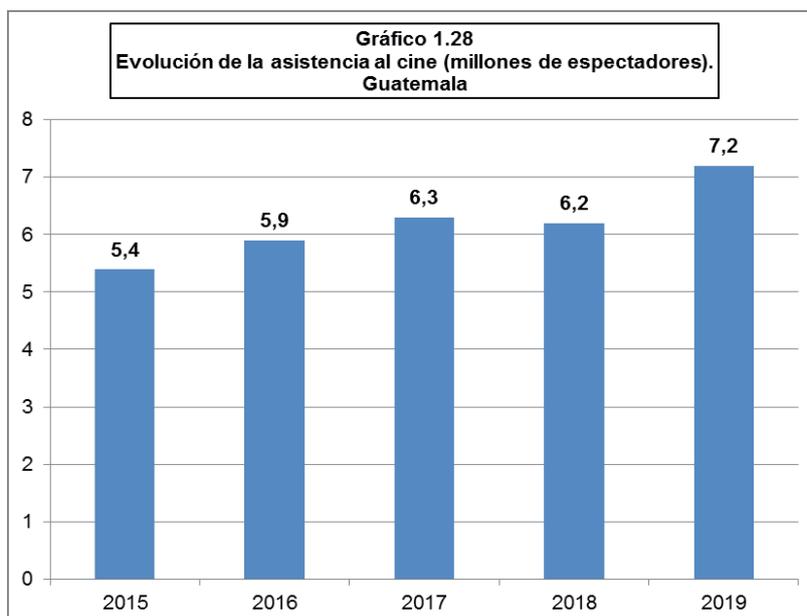
GUATEMALA

Los cines guatemaltecos en 2019 suman una asistencia de 7,2 millones de espectadores y recaudan 34,1 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa casi el 2,6% y la cuota de espectadores el 0,2% (cuadro 1.54).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un ascenso en la venta de entradas desde los 5,4 millones de 2015 hasta los 7,2 millones de 2019 (gráfico 1.28).

Cuadro 1.54
Panorama cinematográfico en Guatemala

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	15,5	15,8	16,0	16,3	16,6
PIB-PPA (billones USD)	0,127	0,132	0,138	0,146	0,153
PIB-PPA per capita (USD)	7.800	8.000	8.200	8.500	8.900
Número de pantallas de cine	115	131	154	160	172
Ingresos cine (millones USD)	26,8	28,7	29,9	29,2	34,1
Espectadores cine (millones)	5,4	5,9	6,3	6,2	7,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,005	0,008	0,002	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,7	0,1	0,1	0,01	0,2
Número de estrenos totales	182	202	205	211	189
Número de estrenos extranjeros	177	199	202	209	184
Número de estrenos nacionales	5	3	3	2	5
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,9	4,9	4,7	4,6	4,7



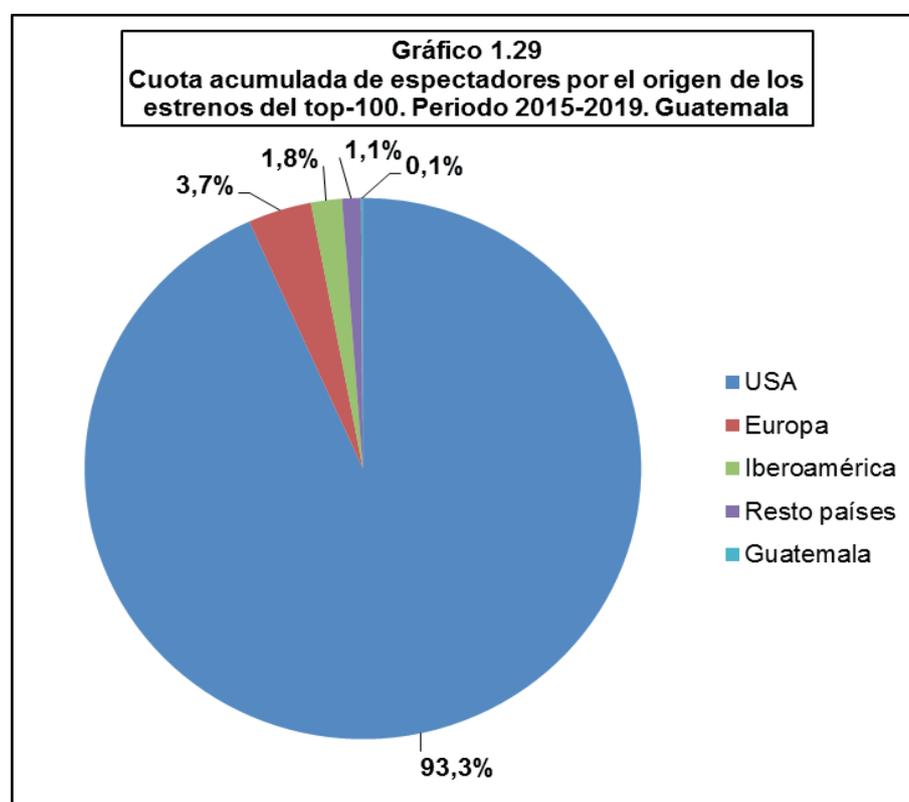
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 95,1% del total de espectadores, la del cine europeo en un 1,6% y la del cine iberoamericano en un 0,6% (cuadro 1.55).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con el 93,3% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,7% y del iberoamericano con un 1,8% (gráfico 1.29).

Cuadro 1.55
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Guatemala

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	5.806.349	94,9	5.665.114	92,8	6.742.300	95,1
Guatemala	0	0,0	0	0,0	15.711	0,2
Iberoamérica	163.448	2,7	16.356	0,3	42.969	0,6
Europa	97.514	1,6	370.864	6,1	116.040	1,6
Resto países	50.121	0,8	50.350	0,8	169.103	2,4
Total	6.117.432		6.102.684		7.086.123	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	27.786.297	95,5	26.391.931	92,8	32.085.064	95,6
Guatemala	0	0,0	0	0,0	68.760	0,2
Iberoamérica	637.045	2,2	74.700	0,3	188.646	0,6
Europa	466.837	1,6	1.759.054	6,2	515.856	1,5
Resto países	205.691	0,7	209.886	0,7	718.566	2,1
Total	29.095.870		28.435.571		33.576.892	

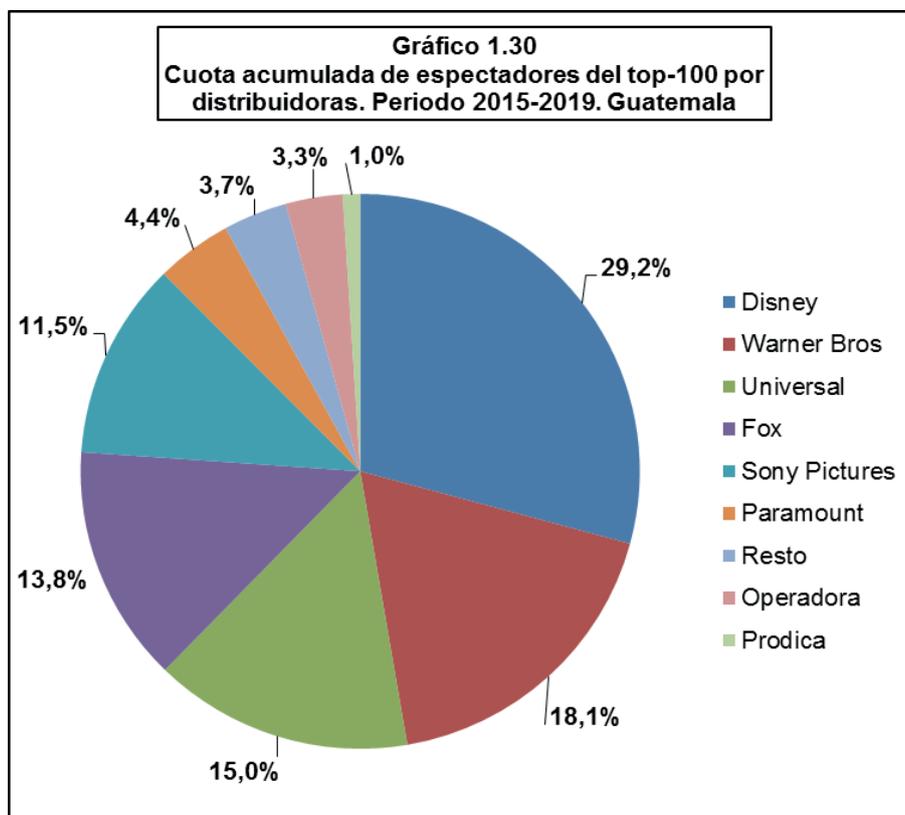


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 93,7% y las independientes el 6,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 3,5 millones (cuadro 1.56).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 92% y el de las independientes en un 8% (gráfico 1.30). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (29,2%), Warner (18,1%) y Universal (15%). Entre las independientes destaca Operadora (3,3%) y Prodicta (1%).

Cuadro 1.56
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Guatemala

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	742.937	12,1	556.130	9,1	460.468	6,5
Warner Bros	1.242.738	20,3	1.192.427	19,5	1.304.123	18,4
Disney	1.367.266	22,4	1.726.634	28,3	3.448.630	48,7
Paramount	394.649	6,5	217.592	3,6	243.770	3,4
Sony Pictures	654.854	10,7	914.344	15,0	624.532	8,8
Universal	1.097.850	17,9	970.083	15,9	555.206	7,8
Prodicta	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Operadora	258.656	4,2	213.825	3,5	250.199	3,5
Resto	358.482	5,9	311.649	5,1	199.195	2,8
Total	6.117.432		6.102.684		7.086.123	



En 2019, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Guatemala: *Vengadores: Endgame* (758.236 espectadores), *Toy story 4* (692.631) y *El rey león* (468.141).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, siendo cuatro en coproducción (cuadro 1.57). La cuota de mercado de estas diez producciones (4.002.727 espectadores) supone el 55,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.57
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Guatemala

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	758.236	4.326.296
2	Toy story 4	USA	692.631	3.280.533
3	El rey león	USA	468.141	2.177.649
4	Joker	USA, Canadá	416.754	1.941.457
5	Frozen II	USA	323.686	1.371.225
6	Capitana Marvel	USA, Australia	322.320	1.591.354
7	Spider-Man: Lejos de casa	USA	284.238	1.413.253
8	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	279.302	1.193.264
9	Aladdin	USA	242.954	1.136.944
10	It: Capítulo 2	USA, Canadá	214.465	969.770

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *Serpiente emplumada* (Ricky López) con 7.991 espectadores, seguida de *Temblores* (Jayro Bustamante) con 7.720 (cuadro 1.58).

El estreno iberoamericano más exitoso en Guatemala en 2019 es la película española *El parque mágico* con 21.937 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 126.239 espectadores (cuadro 1.59).

Cuadro 1.58
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2018. Guatemala

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Serpiente emplumada	Guatemala	7.991	33.002
2	Temblores	Guatemala, Francia	7.720	35.757
3	Nebaj	Guatemala	3.332	15.723
4	Guatemala 1982	Guatemala	1.090	4.965
5	Martin & Margot	Guatemala, USA	716	3.434
6	Los gigantes no existen	Guatemala, España	539	2.294

*Cuadro 1.59**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Guatemala**Iberoamérica*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	21.937	102.591
2	Ya veremos	México	13.487	53.895
3	Día de muertos	México	7.545	32.160

Europa y resto de países

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	126.239	532.890
2	Last Christmas	Reino Unido, USA	26.949	122.783
3	Noche de bodas	Canadá, USA	23.975	99.231
4	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	22.567	99.872
5	Terremoto	Noruega	13.678	60.078



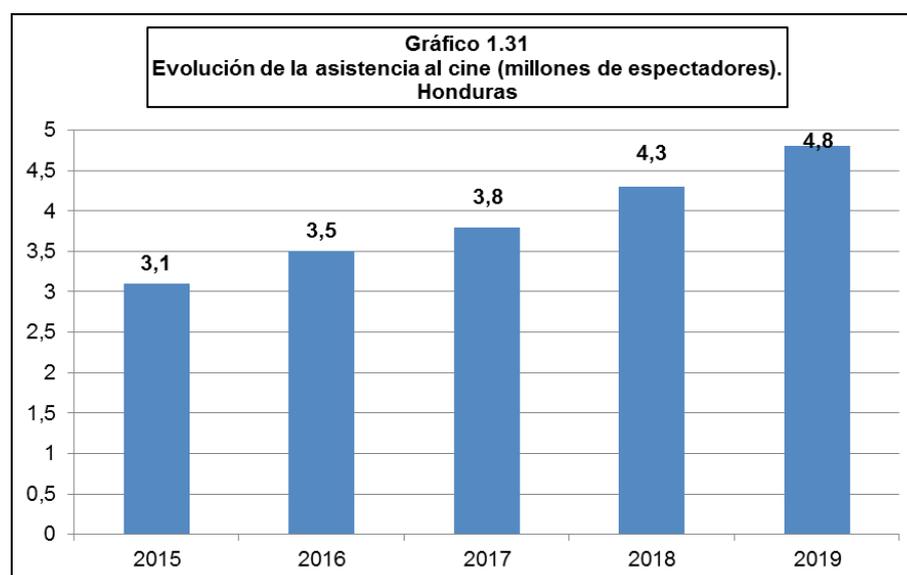
HONDURAS

Los cines hondureños en 2019 suman una asistencia de 4,8 millones de espectadores y recaudan 16,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1,8% y la cuota de espectadores el 1,2% (cuadro 1.60).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años registra un mínimo de 3,1 millones de espectadores en 2015 y un progresivo aumento durante los siguientes cinco años, hasta los 4,8 millones alcanzados en 2018 (gráfico 1.31).

Cuadro 1.60
Panorama cinematográfico en Honduras

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	8,5	8,7	8,8	9,0	9,1
PIB-PPA (billones USD)	0,041	0,043	0,046	0,049	0,051
PIB per capita (USD)	4.800	4.900	5.200	5.400	5.600
Número de pantallas de cine	70	88	99	106	111
Ingresos cine (millones USD)	12,7	13,5	13,4	14,5	16,5
Asistencia espectadores (millones)	3,1	3,5	3,8	4,2	4,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,10	0,16	0,21	0,03	0,05
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,4	4,6	5,5	0,9	1,2
Número de estrenos totales	162	169	177	198	167
Número de estrenos extranjeros	157	162	164	191	164
Número de estrenos nacionales	5	7	13	7	3
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5
Precio medio entrada (USD)	4,1	3,8	3,5	3,4	3,4



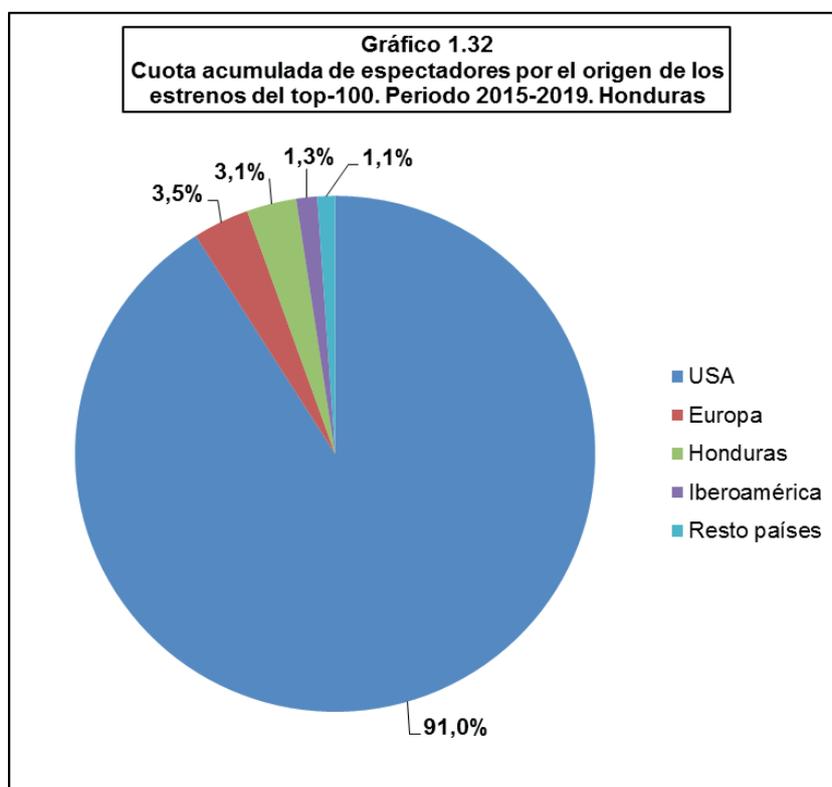
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 93,1% del total de espectadores, la del cine europeo en un 2,1% y la del cine nacional en un 1,2% (cuadro 1.61).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 91% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,5%, el hondureño con un 3,1% y el iberoamericano con un 1,3% (gráfico 1.32).

Cuadro 1.61
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	3.374.209	91,2	3.820.846	92,4	4.413.313	93,1
Honduras	202.495	5,5	26.546	0,6	57.277	1,2
Iberoamérica	30.601	0,8	31.784	0,8	30.998	0,7
Europa	47.360	1,3	228.750	5,5	101.093	2,1
Resto países	46.475	1,3	28.743	0,7	138.636	2,9
Total	3.701.140		4.136.669		4.741.317	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	12.104.091	92,6	13.058.170	92,3	15.309.104	93,8
Honduras	562.806	4,3	74.201	0,5	158.667	1,0
Iberoamérica	83.747	0,6	93.644	0,7	86.406	0,5
Europa	172.779	1,3	835.275	5,9	329.580	2,0
Resto países	143.171	1,1	85.030	0,6	443.281	2,7
Total	13.066.594		14.146.320		16.327.038	

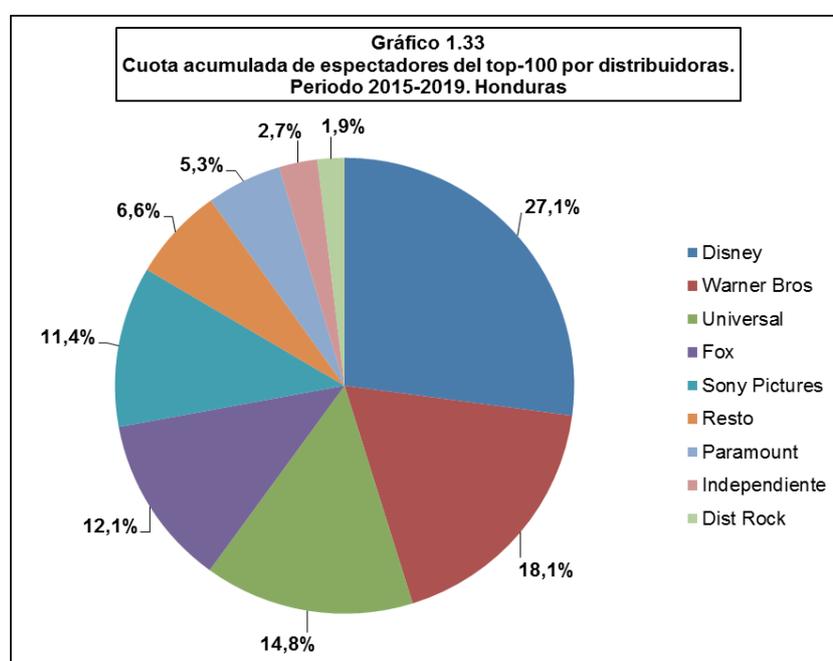


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 90,8% y las independientes el 9,2% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 2,1 millones (cuadro 1.62).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 88,8% y el de las independientes en el 11,2% restante (gráfico 1.33). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (27,1%), Warner (18,1%) y Universal (14,8%). Entre las distribuidoras independientes destacan Independiente (2,7%) y Distribuidora Rock (1,9%).

Cuadro 1.62
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Honduras

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	403.951	11,9	350.000	8,5	316.342	6,7
Warner Bros	704.202	20,7	791.167	19,1	823.298	17,4
Disney	775.597	22,8	1.080.434	26,1	2.110.727	44,5
Paramount	267.035	7,9	175.208	4,2	192.936	4,1
Sony Pictures	375.342	11,0	704.415	17,0	435.894	9,2
Universal	394.688	11,6	712.459	17,2	424.594	9,0
Dist Rock	0	0,0	8.255	0,2	0	0,0
Independiente	220.012	6,5	40.337	1,0	69.202	1,5
Canzion	0	0,0	6.180	0,1	14.537	0,3
Operadora	63.279	1,9	132.792	3,2	192.575	4,1
Videomark	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Resto	197.034	5,8	135.422	3,3	161.212	3,4
Total	3.401.140		4.136.669		4.741.317	



En 2019, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Honduras: *Vengadores: Endgame* (443.799 espectadores), *Toy story 4* (362.373) y *El rey león* (294.344).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, estando cuatro en coproducción (cuadro 1.63). La cuota de mercado de estas diez producciones (2.436.331 espectadores) supone el 50% del total de espectadores.

Cuadro 1.63
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Honduras

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	443.799	1.785.885
2	Toy story 4	USA	362.373	1.207.035
3	El rey león	USA	294.344	1.011.154
4	Joker	USA, Canadá	242.540	877.750
5	Frozen II	USA	218.682	690.111
6	Capitana Marvel	USA, Australia	198.458	733.955
7	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	178.612	591.048
8	Spider-Man: Lejos de casa	USA	172.910	618.150
9	Aladdin	USA	163.988	552.889
10	It: Capítulo 2	USA, Canadá	160.625	552.498

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primera posición *Taxi VIP* (Joche Villanueva) con 44.430 espectadores, seguida de *Café con sabor a mi tierra* (Carlos Membreño) con 12.847. Todos los estrenos de este *ranking* son íntegramente hondureños (cuadro 1.64).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 en Honduras se trata de la producción española *El parque mágico*, con 14.904 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la película japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 98.979 espectadores (cuadro 1.65).

Cuadro 1.64
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Honduras

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Taxi VIP	Honduras	44.430	122.060
2	Café con sabor a mi tierra	Honduras	12.847	36.607
3	Electrus: The guardian of electricity	Honduras	1.751	5.996

Cuadro 1.65
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Honduras

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	14.904	46.227
2	Nada a perder - Parte 2	Brasil	11.925	29.283
3	Ya veremos	México	4.169	10.896
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	98.979	322.070
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	19.404	59.152
3	Last Christmas	Reino Unido, USA	17.698	56.388
4	Noche de bodas	Canadá, USA	16.945	53.675
5	Máquinas mortales	Nueva Zelanda, USA	9.673	31.487



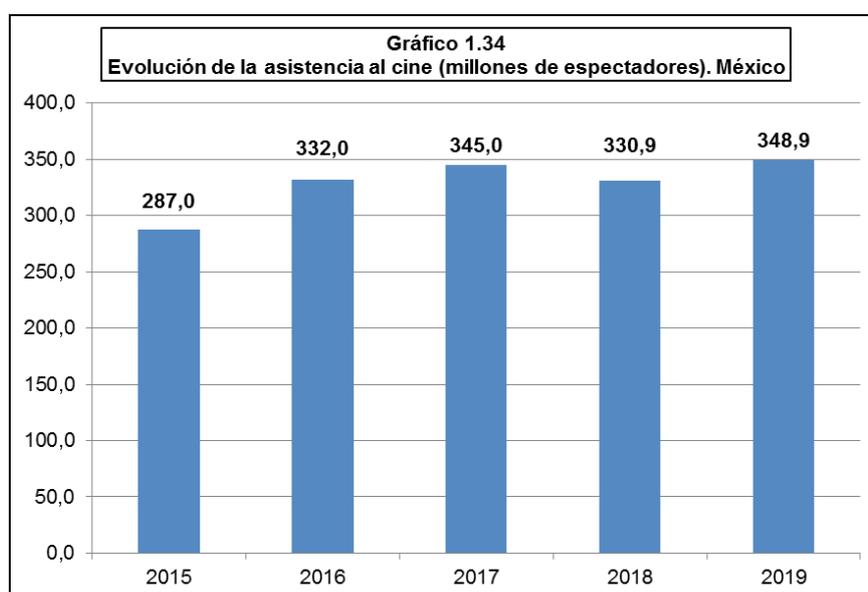
MÉXICO

Los cines mexicanos en 2019 suman una asistencia de 348,9 millones de espectadores y recaudan 988,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 2,8 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 2,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 21,7% y la cuota de espectadores el 9,9% (cuadro 1.66).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años refleja que su mínimo se produce en 2015, con 287 millones de espectadores, y el máximo tiene lugar en 2019 con 348,9 millones (gráfico 1.34).

Cuadro 1.66
Panorama cinematográfico en México

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	121,3	122,7	124,0	125,3	126,5
PIB-PPA (billones USD)	2,228	2,356	2,423	2,504	2,658
PIB-PPA per capita (USD)	18.300	18.800	19.400	19.900	20.600
Número de pantallas de cine	5.977	6.225	6.633	7.106	7.619
Ingresos cine (millones USD)	849,0	824,9	878,2	871,6	988,2
Asistencia espectadores (millones)	287,0	332,0	345,0	330,9	348,9
Espectadores cine nacional (millones)	17,53	30,51	22,41	29,50	34,60
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,1	10,6	6,6	8,9	9,9
Número de estrenos totales	414	407	424	523	497
Número de estrenos extranjeros	334	317	336	407	389
Número de estrenos nacionales	80	90	88	116	108
Asistencia anual por habitante	2,3	2,6	2,8	2,7	2,8
Precio medio entrada (USD)	3,0	2,5	2,5	2,6	2,7



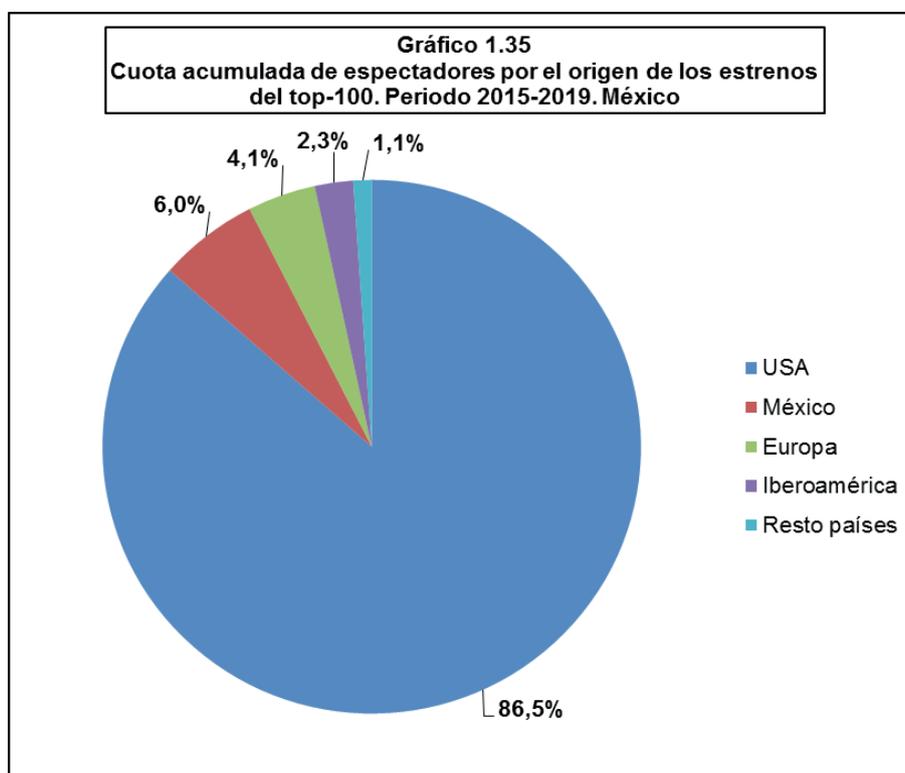
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 86,6% del total de espectadores, la del cine mexicano en un 9,3% y la del cine europeo en un 1,6% (cuadro 1.67).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 86,5% del mercado, seguido del cine mexicano con un 6%, y la del europeo con un 4,1% cada una (gráfico 1.35).

Cuadro 1.67
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	283.448.273	89,0	255.074.077	85,3	280.715.656	86,6
México	19.645.882	6,2	21.315.751	7,1	30.269.949	9,3
Iberoamérica	2.410.480	0,8	3.737.542	1,2	2.399.526	0,7
Europa	8.381.244	2,6	16.286.483	5,4	5.043.096	1,6
Resto países	4.470.207	1,4	2.667.213	0,9	5.539.525	1,7
Total	318.356.086		299.081.066		323.967.752	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	724.294.624	89,6	669.078.216	85,2	801.191.845	87,5
México	47.301.222	5,8	52.586.299	6,7	79.796.847	8,7
Iberoamérica	6.156.672	0,8	9.725.595	1,2	6.294.426	0,7
Europa	20.436.642	2,5	46.785.868	6,0	14.307.310	1,6
Resto países	10.523.588	1,3	7.111.885	0,9	14.061.168	1,5
Total	808.712.748		785.287.863		915.651.596	

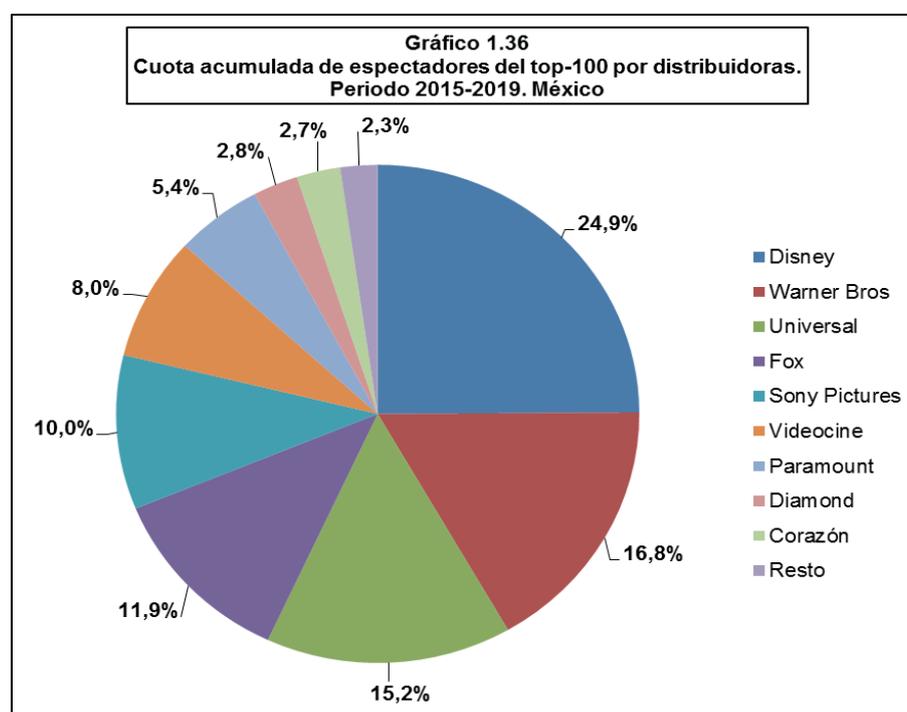


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 84,9% y las independientes el 15,1% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 126 millones seguido de Warner con 54,8 millones (cuadro 1.68).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 84,2% y el de las independientes en el 15,8% restante (gráfico 1.36). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,9%), Warner (16,8%) y Universal (15,2%). Entre las independientes destaca Videocine (8%).

Cuadro 1.68
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. México

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	37.899.422	11,9	34.387.676	11,5	18.185.741	5,6
Warner Bros	56.531.048	17,8	49.380.341	16,5	54.823.936	16,9
Disney	66.592.971	20,9	68.354.985	22,9	126.007.289	38,9
Paramount	24.249.075	7,6	14.109.797	4,7	13.158.939	4,1
Sony Pictures	29.856.687	9,4	38.327.035	12,8	29.863.582	9,2
Universal	51.267.520	16,1	44.173.205	14,8	33.078.172	10,2
Videocine	26.728.409	8,4	29.981.455	10,0	22.585.378	7,0
Diamond	8.668.139	2,7	5.359.269	1,8	8.370.491	2,6
Gussi	1.701.359	0,5	4.246.858	1,4	2.874.830	0,9
Zima	1.896.013	0,6	800.509	0,3	790.791	0,2
Corazón	7.389.196	2,3	6.941.597	2,3	8.071.326	2,5
Cinepolis	4.363.251	1,4	2.399.471	0,8	4.431.525	1,4
Resto	1.212.996	0,4	618.868	0,2	1.725.752	0,5
Total	318.356.086		299.081.066		323.967.752	



En 2019, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en México (cuadro 1.69): *Toy story 4* (25,2 millones de espectadores), *Vengadores: Endgame* (24,9 millones) y *El rey león* (18 millones).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, (cuatro en coproducción). La cuota de mercado de estas diez producciones (144.571.012 espectadores) supone el 41,4% del total de espectadores.

Cuadro 1.69
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Toy story 4	USA	25.200.514	71.773.270
2	Vengadores: Endgame	USA	24.861.935	77.921.336
3	El rey león	USA	18.040.704	52.210.737
4	Joker	USA, Canadá	15.062.128	44.491.366
5	Aladdin	USA	11.686.177	33.017.244
6	Capitana Marvel	USA, Australia	11.513.470	32.815.799
7	Spider-Man: Lejos de casa	USA	10.809.951	31.882.085
8	Frozen II	USA	9.980.185	27.603.309
9	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	9.369.546	26.237.523
10	Cómo entrenar a tu dragón 3	USA, Japón	8.046.402	20.595.822

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *No manches Frida 2* (Nacho G. Velilla) con 6,6 millones de espectadores, seguida de *Mirreyes Vs. Godínez* (Chava Cartas) con 4,6 millones y de *Tod@s caen* (Ariel Winograd) con 2,7 millones (cuadro 1.70). Ocho de los diez estrenos de este *ranking* son íntegramente mexicanos y dos son coproducciones, una con Estados Unidos y otra con Chile.

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 es la película española *El parque mágico* con 1,6 millones de espectadores. La película del resto del mundo más popular es la japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 4,3 millones de espectadores (cuadro 1.71).

Cuadro 1.70
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	No manches Frida 2	México, USA	6.651.114	17.380.206
2	Mirreyes Vs. Godínez	México	4.582.038	12.419.570
3	Tod@s caen	México	2.676.132	7.094.482
4	Dulce familia	México, Chile	2.226.206	5.849.063
5	La boda de mi mejor amigo	México	1.892.002	5.123.437
6	Día de muertos	México	1.264.983	3.124.410
7	Solteras	México	1.242.856	3.416.690
8	Guadalupe Reyes	México	1.193.395	3.230.088
9	Como novio de pueblo	México	1.159.922	3.082.362
10	#Ladyrancho	México	1.131.092	2.637.082

Cuadro 1.71

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. México

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	1.605.564	4.054.257
2	Perfectos desconocidos	España	793.962	2.240.169
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	4.317.327	10.794.964
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	1.395.942	3.948.326
3	Terremoto	Noruega	1.335.204	3.303.731
4	Last Christmas	Reino Unido, USA	964.684	3.035.141
5	Yesterday	Reino Unido, China, Japón	768.513	2.570.808



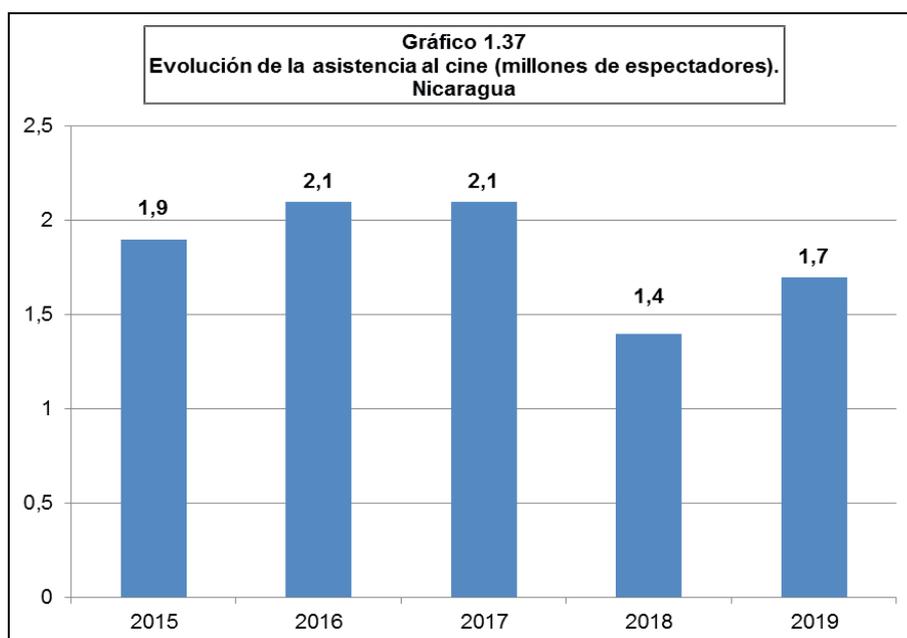
NICARAGUA

Los cines de Nicaragua en 2019 suman una asistencia de 1,7 millones de espectadores y recaudan 6,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,9 dólares. No existen estrenos de cine nacional (cuadro 1.72).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un mínimo de 1,4 millones de espectadores en 2018 y un máximo de 2,1 millones en 2016 y 2017 (gráfico 1.37).

Cuadro 1.72
Panorama cinematográfico en Nicaragua

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	6,2	6,3	6,3	6,4	6,5
PIB-PPA (billones USD)	0,033	0,034	0,035	0,035	0,035
PIB-PPA per capita (USD)	5.200	5.400	5.600	5.500	5.500
Número de pantallas de cine	46	50	54	55	55
Ingresos cine (millones USD)	8,3	8,7	8,9	5,7	6,7
Asistencia espectadores (millones)	1,9	2,1	2,1	1,4	1,7
Espectadores cine nacional (millones)	0	0,002	0,001	0,003	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0	0,1	0,1	0,2	0
Número de estrenos totales	147	157	152	160	147
Número de estrenos extranjeros	147	154	150	159	147
Número de estrenos nacionales	0	3	2	1	0
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,4	0,2	0,3
Precio medio entrada (USD)	4,3	4,2	4,2	4,1	3,9



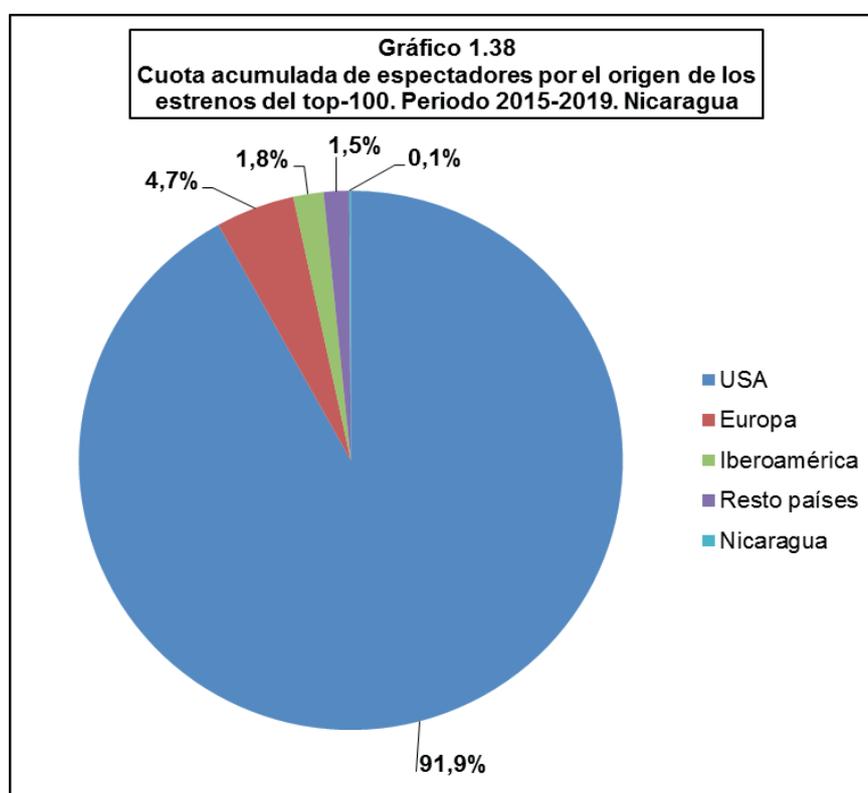
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 92,2% del total de espectadores y la del cine europeo en un 2,5% (cuadro 1.73).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 91,9% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,7% y del iberoamericano con un 1,8% (gráfico 1.38).

Cuadro 1.73
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Nicaragua

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	2.035.144	96,0	1.314.564	91,6	1.577.761	92,2
Nicaragua	0	0,0	3.527	0,2	0	0,0
Iberoamérica	24.848	1,2	6.633	0,5	17.690	1,0
Europa	45.316	2,1	92.798	6,5	43.265	2,5
Resto países	14.832	0,7	18.215	1,3	73.108	4,3
Total	2.120.140		1.435.737		1.711.824	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	8.347.629	96,4	5.058.244	91,0	6.149.345	92,7
Nicaragua	0	0,0	17.002	0,3	0	0,0
Iberoamérica	67.453	0,8	23.659	0,4	54.142	0,8
Europa	178.244	2,1	394.314	7,1	164.873	2,5
Resto países	66.045	0,8	68.243	1,2	261.923	4,0
Total	8.659.371		5.561.462		6.630.283	

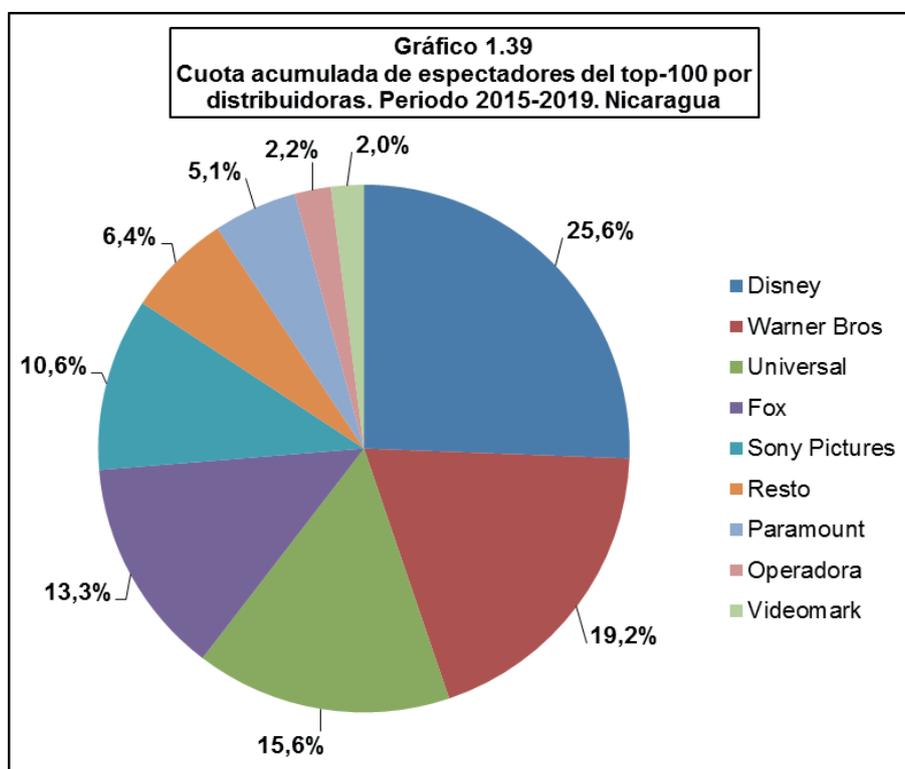


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 91% y las independientes el 9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 778.574 seguido de Warner con 307.717 (cuadro 1.74).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 89,4% y el de las independientes en el 10,6% restante (gráfico 1.39). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (25,6%), Warner (19,2%) y Universal (15,6%). Entre las independientes destacan Operadora (2,2%) y Videomark (2%).

Cuadro 1.74
Ranking de distribuidoras del Top 100. Nicaragua

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	252.727	11,9	137.706	9,6	133.411	7,8
Warner Bros	438.720	20,7	315.027	21,9	307.717	18,0
Disney	441.833	20,8	334.352	23,3	778.574	45,5
Paramount	141.517	6,7	58.217	4,1	73.688	4,3
Sony Pictures	200.732	9,5	222.138	15,5	127.828	7,5
Universal	387.753	18,3	234.839	16,4	136.550	8,0
Independent	15.718	0,7	3.527	0,2	17.826	1,0
Operadora	13.543	0,6	44.760	3,1	57.537	3,4
Romaly	0	0,0	2.825	0,2	0	0,0
Canzion	0	0,0	8.166	0,6	8.091	0,5
Resto	227.597	10,7	74.180	5,2	70.602	4,1
Total	2.120.140		1.435.737		1.711.824	



En 2019, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Nicaragua (cuadro 1.75): *Vengadores: Endgame* (184.117 espectadores), *Toy story 4* (137.240) y *El rey león* (92.885).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (cuatro en coproducción). La cuota de mercado de estas diez producciones (881.249 espectadores) supone el 52,9% del total de espectadores.

Cuadro 1.75
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Nicaragua

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	184.117	761.807
2	Toy story 4	USA	137.240	499.067
3	El rey león	USA	92.885	363.838
4	Frozen II	USA	91.765	325.328
5	Joker	USA, Canadá	77.823	326.770
6	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	62.882	237.908
7	Capitana Marvel	USA, Australia	62.470	245.906
8	It: Capítulo 2	USA, Canadá	60.745	227.628
9	Aladdin	USA	59.093	232.627
10	Annabelle vuelve a casa	USA	52.229	193.693

En 2019, no tenemos datos de estrenos nicaragüenses. El estreno iberoamericano más exitoso es la película brasileña *Nada a perder – Parte 2*, con 9.372 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la producción japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 47.579 espectadores (cuadro 1.76).

Cuadro 1.76
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Nicaragua

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.372	22.688
2	El parque mágico	España, USA	6.927	25.753
3	Dolor y gloria	España	1.391	5.702
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	47.579	165.683
2	Noche de bodas	Canadá, USA	9.928	37.946
3	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	8.306	30.692
4	La bruja del bosque	Tailandia, USA	6.935	22.638
5	Last Christmas	Reino Unido, USA	6.439	25.093



PANAMÁ

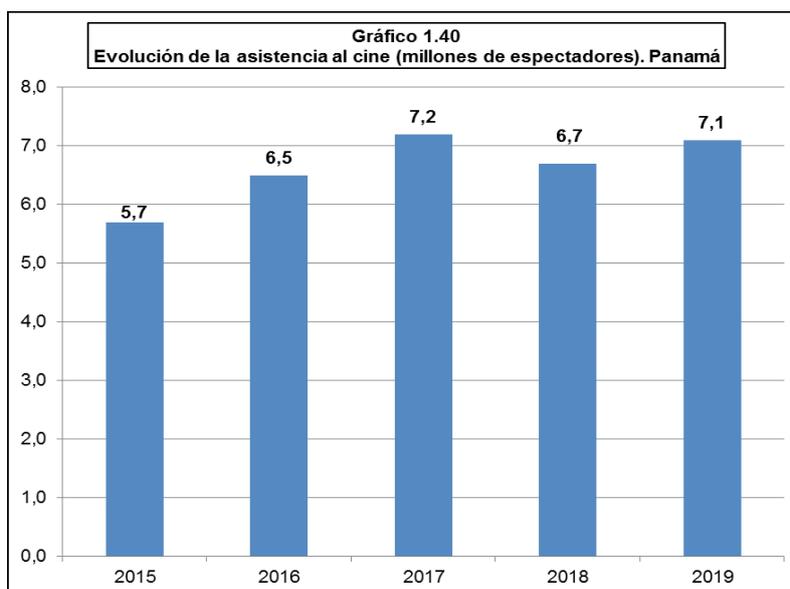
Los cines panameños en 2019 suman una asistencia de 7,1 millones de espectadores y recaudan 36 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,7 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 5 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,2% y la cuota de espectadores el 1% (cuadro 1.77).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una gráfica ascendente desde los 5,7 millones de espectadores de 2015 hasta los 7,2 millones de 2017 y decrece los dos últimos años ligeramente (gráfico 1.40).

Cuadro 1.77

Panorama cinematográfico en Panamá

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	3,9	4,0	4,0	4,1	4,2
PIB-PPA (billones USD)	0,090	0,094	0,100	0,106	0,115
PIB-PPA per capita (USD)	22.200	23.200	24.500	25.600	26.900
Número de pantallas de cine	99	123	142	155	167
Ingresos cine (millones USD)	28,5	33,4	36,8	34,1	36,0
Asistencia espectadores (millones)	5,7	6,5	7,2	6,7	7,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,008	0,02	0,17	0,98	0,06
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,2	0,3	2,4	14,5	1,0
Número de estrenos totales	184	209	221	231	220
Número de estrenos extranjeros	182	207	213	222	213
Número de estrenos nacionales	2	3	8	9	7
Asistencia anual por habitante	1,5	1,6	1,8	1,7	1,7
Precio medio entrada (USD)	5,0	5,1	5,1	5,1	5,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 93,2% del total de espectadores, la del cine europeo en un 2,6% y la del cine panameño en un 0,9% (cuadro 1.78).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 91% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,5%, del cine panameño con un 1,9% y del iberoamericano con un 1,5% (gráfico 1.41).

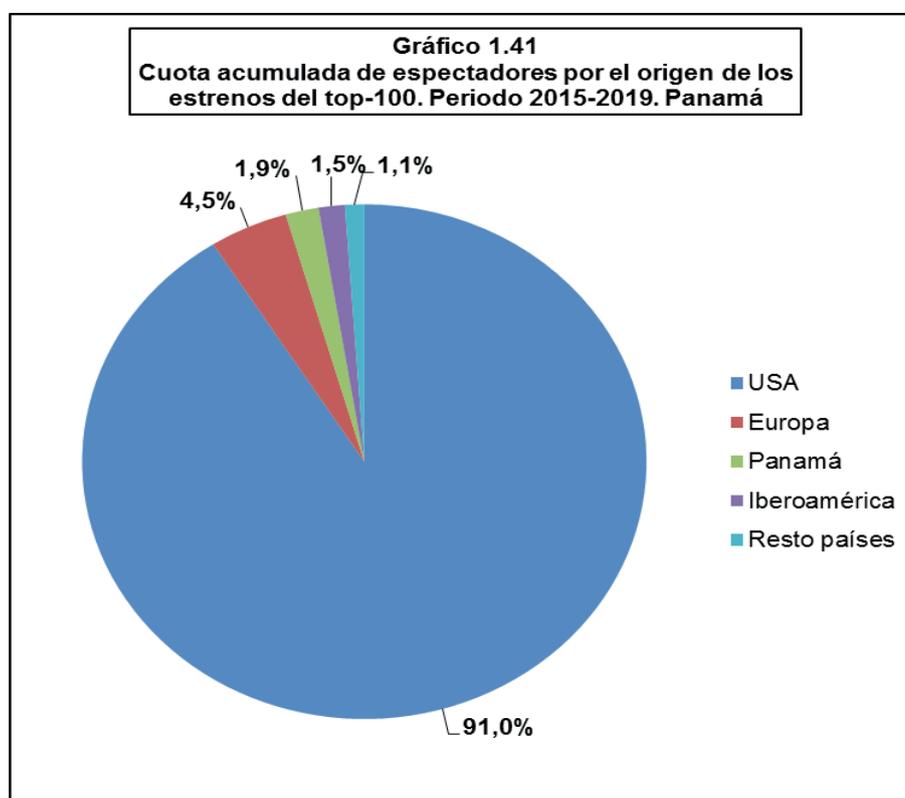
Cuadro 1.78

Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Panamá

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	6.319.513	91,6	5.767.688	89,1	6.460.794	93,2
Panamá	167.172	2,4	198.665	3,1	65.453	0,9
Iberoamérica	114.562	1,7	32.035	0,5	61.880	0,9
Europa	170.532	2,5	404.801	6,3	182.960	2,6
Resto países	124.335	1,8	71.000	1,1	157.699	2,3
Total	6.896.114		6.474.189		6.928.786	

Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Panamá

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	32.437.469	92,4	28.943.723	88,6	32.632.883	93,7
Panamá	740.410	2,1	965.433	3,0	328.246	0,9
Iberoamérica	519.306	1,5	163.095	0,5	274.187	0,8
Europa	851.425	2,4	2.254.531	6,9	884.018	2,5
Resto países	566.181	1,6	355.331	1,1	722.941	2,1
Total	35.114.791		32.682.113		34.842.275	

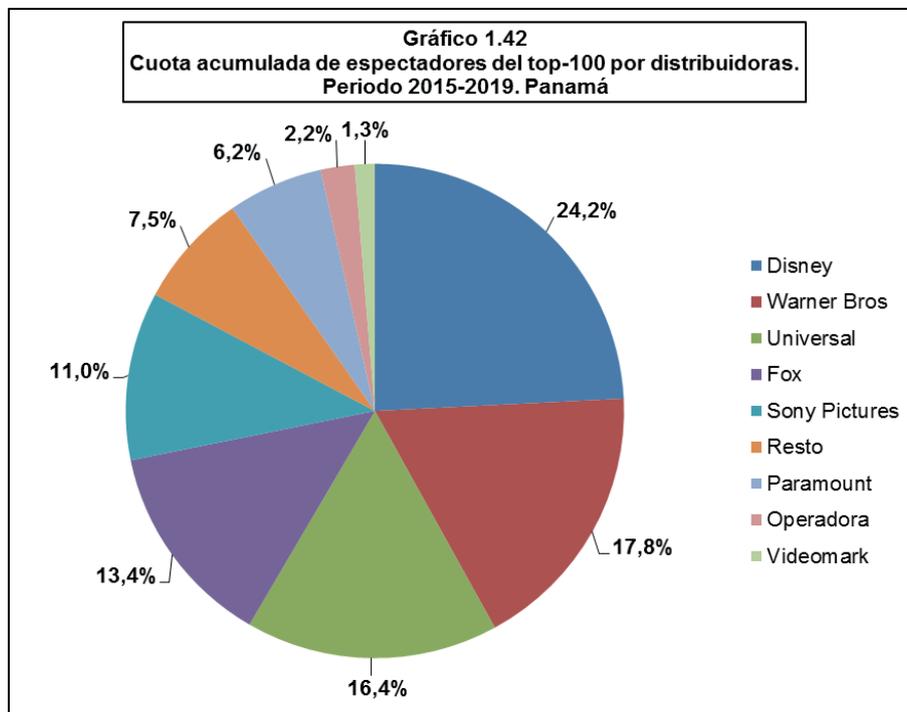


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 89,4% y las independientes el 10,6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 2,7 millones de espectadores seguido de Warner con 1,1 millones (cuadro 1.79).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89% y el de las independientes en el 11% restante (gráfico 1.42). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,2%), Warner (17,8%) y Universal (16,4%). Entre las independientes destaca Operadora (2,2%) y Videomark (1,3%).

Cuadro 1.79
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top 100. Panamá

Distribuidora	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	796.749	11,6	581.852	9,0	505.269	7,3
Warner Bros	1.343.796	19,5	1.309.094	20,2	1.144.047	16,5
Disney	1.376.609	20,0	1.439.850	22,2	2.742.963	39,6
Paramount	655.067	9,5	271.649	4,2	379.138	5,5
Sony Pictures	626.419	9,1	1.041.164	16,1	669.133	9,7
Universal	1.273.378	18,5	1.117.166	17,3	753.275	10,9
Operadora	247.234	3,6	318.215	4,9	424.470	6,1
Independent	0	0,0	31.293	0,5	0	0,0
Canzion	0	0,0	13.540	0,2	0	0,0
Romaly	65.483	0,9	0	0,0	0	0,0
P. Latinoamericanas	217.238	3,2	186.208	2,9	121.662	1,8
Resto	294.141	4,3	164.158	2,5	188.829	2,7
Total	6.896.114		6.474.189		6.928.786	



En 2019, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Panamá: *Vengadores: Endgame* (618.016 espectadores), *El rey león* (368.280) y *Toy story 4* (366.738).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, estando tres en coproducción con Canadá, Australia y Reino Unido, respectivamente (cuadro 1.80). La cuota de mercado de estas diez producciones (3.214.986 espectadores) supone el 45% del total de espectadores.

Cuadro 1.80
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	618.016	3.528.085
2	El rey león	USA	368.280	1.773.071
3	Toy story 4	USA	366.738	1.742.683
4	Joker	USA, Canadá	298.671	1.604.833
5	Capitana Marvel	USA, Australia	288.153	1.534.353
6	Frozen II	USA	282.615	1.312.211
7	Aladdin	USA	258.319	1.262.932
8	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	249.451	1.190.881
9	Rápidos y furiosos: Hobbs & Shaw	USA	249.412	1.284.891
10	Spider-Man: Lejos de casa	USA	235.331	1.201.132

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar la película *Locos al poder* (Juan Zelaya), con 45.610 espectadores, seguida de *Causa justa* (Luis Pacheco y Luis Franco Brantley) con 11.115 (cuadro 1.81).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 es la película española *El parque mágico* con 33.690 espectadores. La película del resto de países más popular es la japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 95.657 espectadores (cuadro 1.82).

Cuadro 1.81
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Locos al poder	Panamá	45.610	225.836
2	Causa justa	Panamá	11.115	56.628
3	Todos cambiamos	Panamá, Tailandia	8.728	45.782
4	Diablo rojo (PTY)	Panamá	3.387	15.115
5	Tierra adentro	Panamá	544	3.115
6	Atrápalo, vivo o muerto	Panamá	539	2.349
7	Panamá radio	Panamá	69	245

Cuadro 1.82

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Panamá**Iberoamérica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	33.690	146.149
2	Qué león	República Dominicana	19.204	88.663
3	Día de muertos	México	8.986	39.374

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	95.657	443.303
2	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	48.401	227.148
3	Terremoto	Noruega	30.068	143.097
4	Máquinas mortales	Nueva Zelanda, USA	23.198	104.653
5	Last Christmas	Reino Unido, USA	20.954	108.702



PARAGUAY

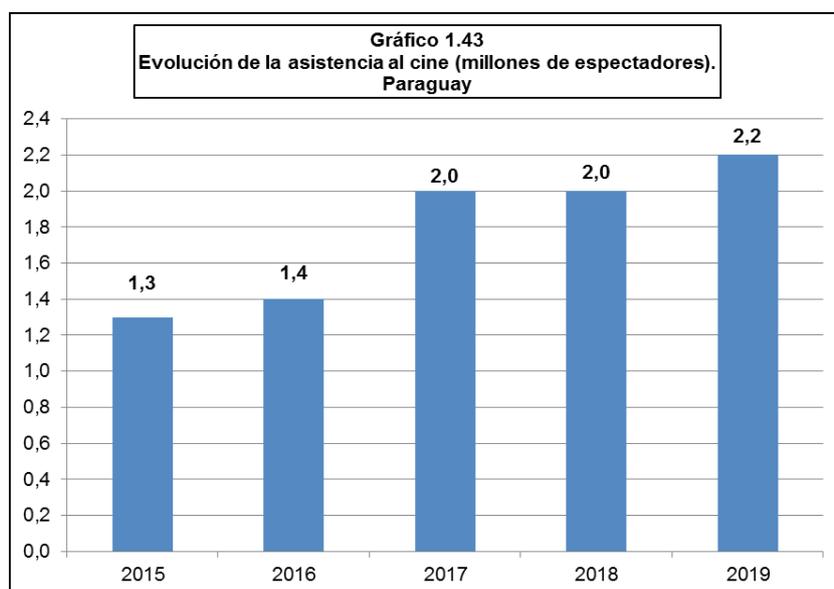
Los cines paraguayos en 2019 suman una asistencia de 2,2 millones de espectadores y recaudan 10,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 4,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,3% y la cuota de espectadores el 3,5% (cuadro 1.83).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas durante el periodo 2015-2019, muestra una gráfica que comienza con 1,3 millones de espectadores en 2015, aumentando progresivamente hasta alcanzar los 2,2 millones en 2019 (gráfico 1.43).

Cuadro 1.83

Panorama cinematográfico en Paraguay

	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	6,7	6,8	6,9	7,0	7,1
PIB-PPA (billones USD)	0,080	0,084	0,089	0,095	0,099
PIB-PPA per capita (USD)	9.300	9.600	9.800	10.300	10.400
Número de pantallas de cine	41	65	70	72	76
Ingresos cine (millones USD)	7,3	7,5	10,5	10,0	10,5
Asistencia espectadores (millones)	1,3	1,4	2,0	2,0	2,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,02	0,06	0,16	0,11	0,07
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,6	4,5	7,9	5,7	3,5
Número de estrenos totales	122	166	161	196	180
Número de estrenos extranjeros	117	159	155	192	174
Número de estrenos nacionales	5	7	6	4	6
Asistencia anual por habitante	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,1	5,2	5,0	4,8



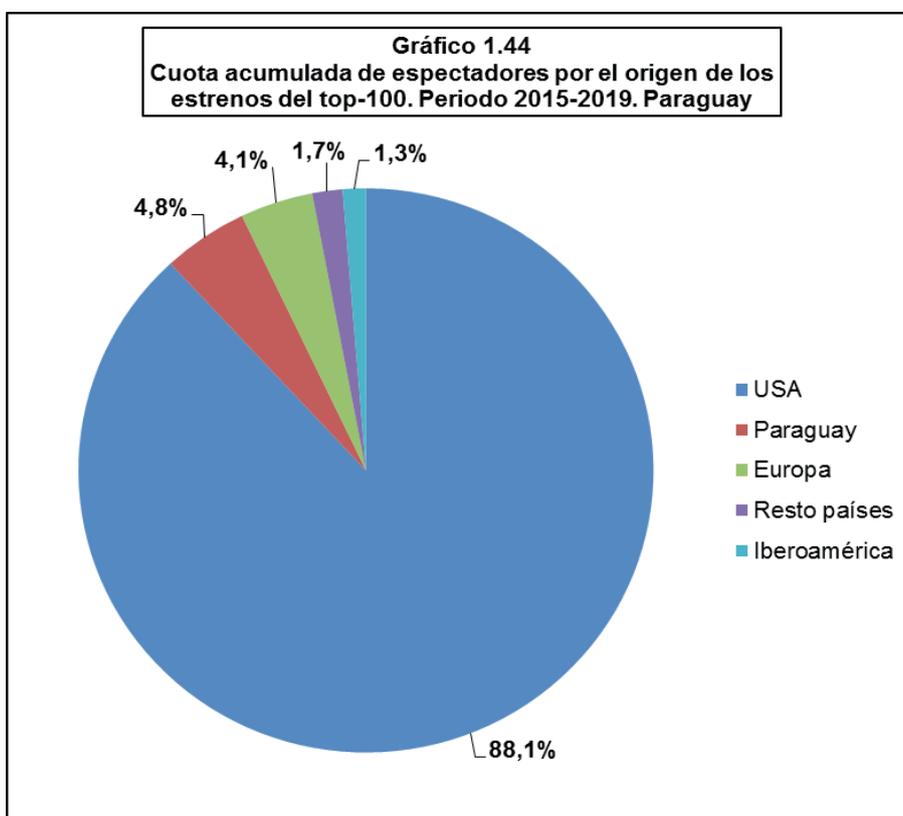
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 89,5% del total de espectadores, la del cine europeo en un 1,4% y la del cine paraguayo en un 3,5% (cuadro 1.84).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 88,1% del mercado, seguido del cine paraguayo con un 4,8%, del europeo con un 4,1%, del resto de países con un 1,7% y del cine iberoamericano con un 1,3% (gráfico 1.44).

Cuadro 1.84
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Paraguay

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	1.751.833	87,5	1.662.432	83,3	1.937.789	89,5
Paraguay	162.526	8,1	123.008	6,2	75.936	3,5
Iberoamérica	14.436	0,7	25.530	1,3	25.544	1,2
Europa	54.554	2,7	167.027	8,4	30.353	1,4
Resto países	18.477	0,9	18.609	0,9	95.671	4,4
Total	2.001.826		1.996.606		2.165.293	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	9.122.995	89,1	8.190.824	84,5	9.373.387	91,1
Paraguay	690.514	6,7	536.871	5,5	321.011	3,1
Iberoamérica	53.618	0,5	93.989	1,0	102.197	1,0
Europa	270.954	2,6	791.729	8,2	128.748	1,3
Resto países	98.580	1,0	81.207	0,8	367.396	3,6
Total	10.236.661		9.694.620		10.292.739	

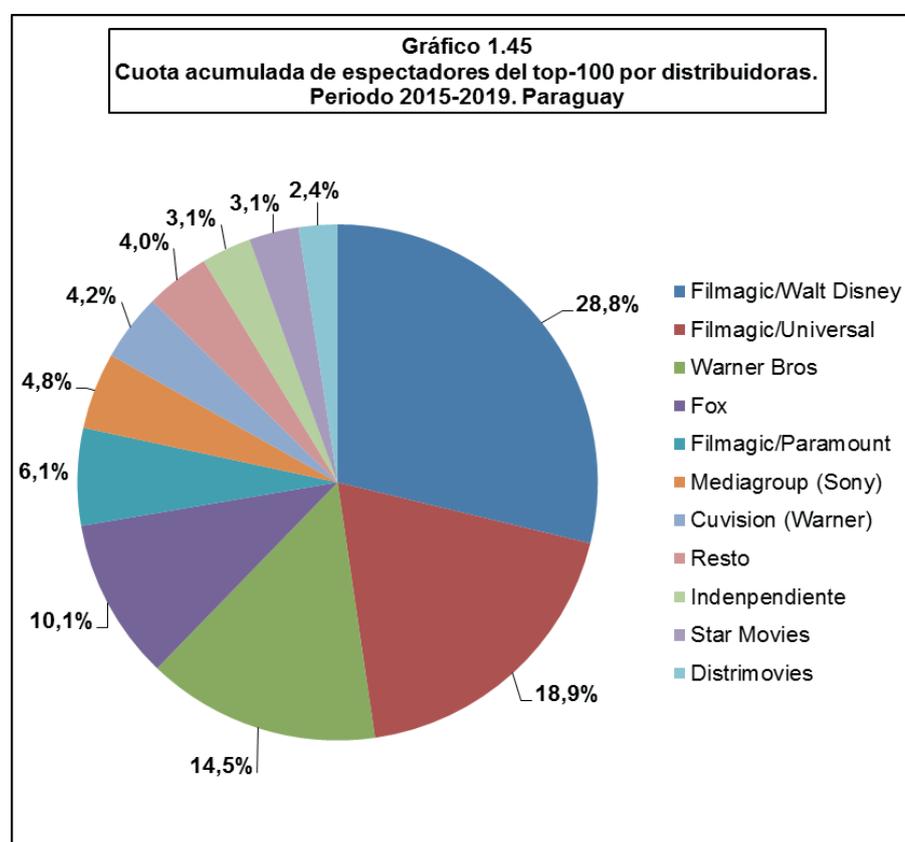


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 90,3% y las independientes el 9,7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 991.313 espectadores (cuadro 1.85).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 87,4% y el de las distribuidoras independientes en el 12,6% restante (gráfico 1.45). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (28,8%), Universal (18,9%) y Warner (14,5%). Entre las independientes destaca Independiente y Star Movies (3,1% cada una).

Cuadro 1.85
Cuota de espectadores por las distribuidoras del top-100. Paraguay

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Filmagic/Walt Disney	401.488	20,1	555.181	27,8	991.313	45,8
Fox	162.780	8,1	227.473	11,4	132.800	6,1
Cuvision (Warner)	35.921	1,8	7.018	0,4	0	0,0
Mediagroup (Sony)	29.012	1,4	168.336	8,4	193.144	8,9
Filmagic/Paramount	111.410	5,6	79.343	4,0	56.557	2,6
Filmagic/Universal	509.596	25,5	349.087	17,5	209.855	9,7
Warner Bros	325.055	16,2	288.016	14,4	371.718	17,2
Indenpendiente	159.905	8,0	21.305	1,1	24.526	1,1
Distrimovies	42.067	2,1	27.518	1,4	58.579	2,7
Star Movies	116.567	5,8	94.049	4,7	4.039	0,2
Resto	108.025	5,4	179.280	9,0	122.762	5,7
Total	2.001.826		1.996.606		2.165.293	



En 2019, la coproducción estadounidense, *Vengadores: Endgame*, lidera el ranking de audiencia cinematográfica en Paraguay, con 270.329 espectadores, seguida de *Toy story 4* con 168.311 y de *Joker*, 141.745.

Las producciones del *ranking* de estrenos, excepto una película paraguaya y otra japonesa, son estadounidenses (cuadro 1.86). La cuota de mercado de estas diez producciones (1.161.896) supone el 54,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.86
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Paraguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	270.329	1.538.976
2	Toy story 4	USA	168.311	822.406
3	Joker	USA, Canadá	141.745	613.568
4	El rey león	USA	125.030	657.914
5	Capitana Marvel	USA, Australia	116.346	579.690
6	Dragon Ball Super: Broly	Japón	78.787	289.476
7	Frozen II	USA	72.001	328.930
8	Spider-Man: Lejos de casa	USA	68.226	352.917
9	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	61.904	286.028
10	Morgue	Paraguay	59.217	247.933

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura, en primer lugar, *Morgue* (Hugo Cardozo) con 59.217 espectadores (décima en el *ranking* general de películas), seguida de la producción *Orsai* (Emiliano Gómez) con 12.801 (cuadro 1.87).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 es la película brasileña *Nada a perder – Parte 2* con 9.073 espectadores. La película del resto del mundo más popular es la japonesa *Dragon Ball Super: Broly*, con 78.787 espectadores (cuadro 1.88).

Cuadro 1.87
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Paraguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Morgue	Paraguay	59.217	247.933
2	Orsai	Paraguay	12.801	57.749
3	El supremo manuscrito	Paraguay, Argentina, México	3.918	15.329
4	Cadet Amarilla, my son	Paraguay	847	3.622
5	Pecado original	Paraguay, USA	517	2.264
6	Artículo 1	Paraguay	15	58

Cuadro 1.88
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Paraguay

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.073	35.974
2	Oscuridad	Ecuador	5.673	21.272
3	El parque mágico	España, USA	3.634	17.132
4	El mayor regalo	España	2.933	9.777
5	El misterio del padre Pío	España, Italia	2.624	9.969
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	78.787	289.476
2	Yesterday	Reino Unido, Japón, China	7.479	36.434
3	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	5.720	23.258
4	Bohemian Rhapsody	Reino Unido, USA	4.583	20.383
5	Máquinas mortales	Nueva Zelanda, USA	3.976	19.576



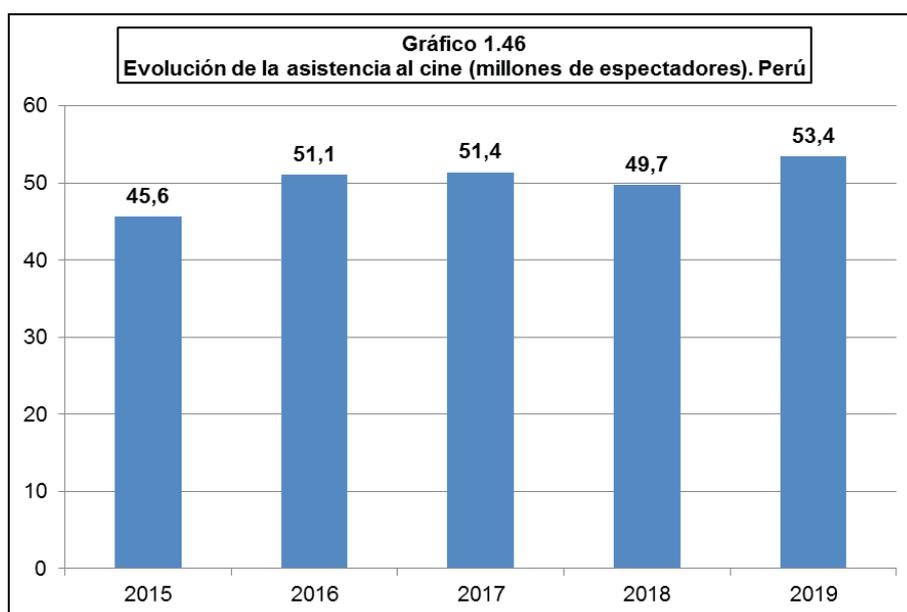
PERÚ

Los cines peruanos en 2019 suman una asistencia de 53,4 millones de espectadores y recaudan 178,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,7 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,3 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 11,1% y la cuota de espectadores el 4,9% (cuadro 1.89).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años se sitúa entre los 45,6 millones de espectadores de 2015 y los 53,4 millones de 2019 (gráfico 1.46).

Cuadro 1.89
Panorama cinematográfico en Perú

	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	30,4	30,7	31,2	31,6	32,1
PIB-PPA (billones USD)	0,397	0,414	0,433	0,461	0,483
PIB-PPA per capita (USD)	12.900	13.400	13.700	14.400	15.000
Número de pantallas de cine	571	613	625	657	661
Ingresos cine (millones USD)	158,3	163,8	173,7	166,6	178,9
Espectadores cine (millones)	45,6	51,1	51,4	49,7	53,4
Espectadores cine nacional (millones)	5,60	5,70	5,22	7,31	2,64
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,3	11,2	10,2	14,7	4,9
Número de estrenos totales	268	320	267	327	325
Número de estrenos extranjeros	239	294	242	300	289
Número de estrenos nacionales	29	26	25	27	36
Asistencia anual por habitante	1,5	1,6	1,6	1,6	1,7
Precio medio entrada (USD)	3,5	3,2	3,3	3,3	3,3



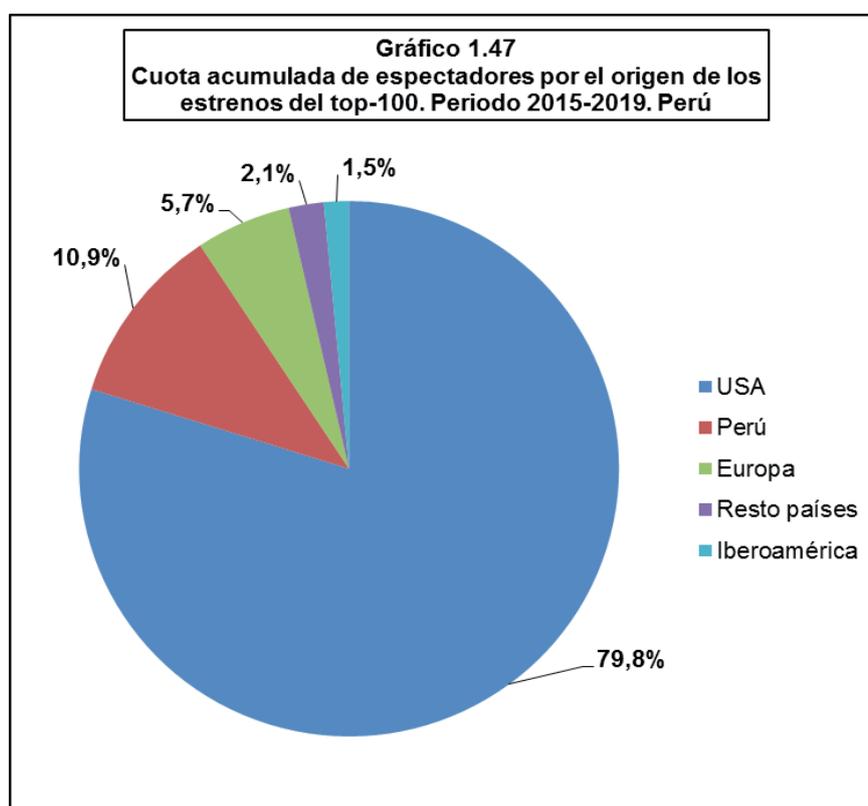
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 86,7% del total de espectadores, la del cine peruano en un 4,6%, la del cine europeo en un 4,5% y la del cine iberoamericano en el 0,9% (cuadro 1.90).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 79,8% del mercado, seguido del cine peruano con un 10,9%, del europeo con un 5,7%, del resto de países con un 2,1% y del cine iberoamericano con un 1,5% (gráfico 1.47).

Cuadro 1.90
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Perú

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	39.605.409	83,3	34.572.304	75,0	43.549.661	86,7
Perú	4.673.505	9,8	7.110.256	15,4	2.294.708	4,6
Iberoamérica	409.493	0,9	262.096	0,6	432.208	0,9
Europa	1.940.732	4,1	3.353.824	7,3	2.252.262	4,5
Resto países	912.092	1,9	827.953	1,8	1.717.087	3,4
Total	47.541.231		46.126.433		50.245.926	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	135.438.326	84,5	116.396.567	75,6	148.008.989	87,9
Perú	14.428.858	9,0	23.053.455	15,0	7.257.300	4,3
Iberoamérica	1.428.025	0,9	849.262	0,6	1.269.054	0,8
Europa	6.099.172	3,8	11.244.687	7,3	6.586.417	3,9
Resto países	2.945.624	1,8	2.489.324	1,6	5.340.425	3,2
Total	160.340.005		154.033.295		168.462.185	

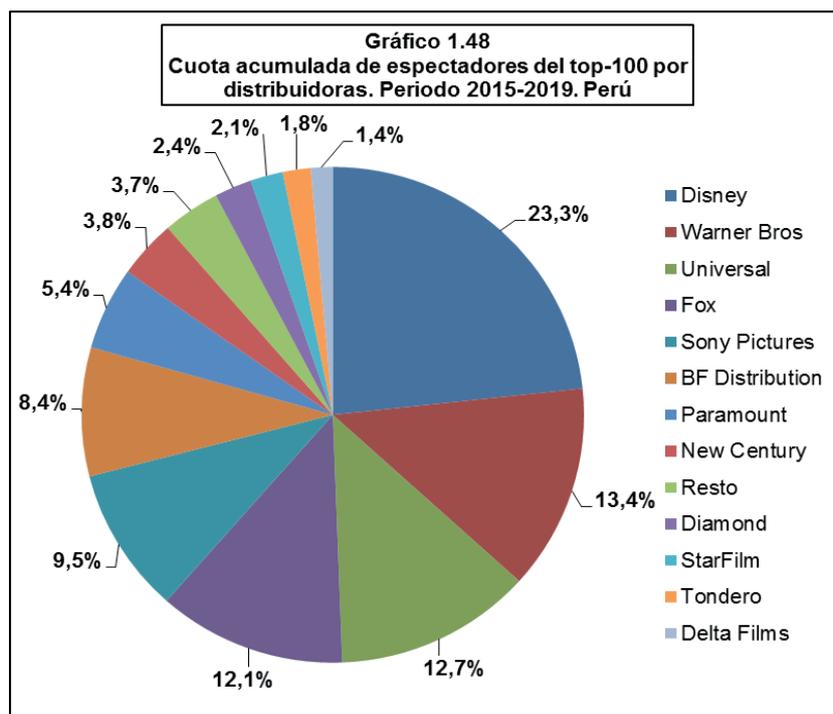


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 82,7% y las independientes un 17,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 20,3 millones de espectadores, seguido de Warner con 7,7 millones y de Universal con 4,7 millones (cuadro 1.91).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 76,4% y el de las independientes en el 23,6% restante (gráfico 1.48). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (23,3%), Warner (13,4%) y Universal (12,7%). Entre las independientes destacan BF Distribution (8,4%) y New Century (3,8%).

Cuadro 1.91
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Perú

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	5.569.990	11,7	3.850.193	8,3	3.029.525	6,0
Warner Bros	7.420.532	15,6	6.586.286	14,3	7.743.909	15,4
Disney	7.339.238	15,4	9.950.526	21,6	20.341.376	40,5
Paramount	3.913.757	8,2	1.415.958	3,1	2.043.245	4,1
Universal	8.460.654	17,8	5.471.395	11,9	4.715.558	9,4
Sony Pictures	4.277.011	9,0	6.696.585	14,5	3.680.787	7,3
BF Distribution	3.691.993	7,8	2.962.506	6,4	3.742.899	7,4
New Century	0	0,0	965.849	2,1	612.758	1,2
Diamond	903.362	1,9	1.284.831	2,8	1.240.708	2,5
Delta Films	706.953	1,5	688.586	1,5	800.484	1,6
Star Film	1.362.511	2,9	830.273	1,8	541.283	1,1
Cinecolor	2.495.027	5,2	1.655.778	3,6	1.258.688	2,5
Tondero Films	0	0,0	3.767.667	8,2	397.666	0,8
Resto distribuidoras	1.400.203	2,9	0	0,0	97.040	0,2
Total	47.541.231		46.126.433		50.245.926	



En 2019, la producción estadounidense *Vengadores: Endgame* lidera el *ranking* de audiencia en Perú, con 3,9 millones de espectadores, seguida de *El rey león*, con 3,4 millones de espectadores, y *Toy story 4* con 2,8 millones (cuadro 1.92).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, tres en coproducción con Canadá, Reino Unido y Australia. La cuota de mercado de estas diez producciones (23.166.040) supone el 43,4% del total de espectadores.

Cuadro 1.92
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	3.861.988	15.864.403
2	El rey león	USA	3.449.434	12.502.553
3	Toy story 4	USA	2.788.398	9.281.802
4	Joker	USA, Canadá	2.391.901	8.739.643
5	Maléfica: Maestra del mal	USA, Reino Unido	1.989.091	6.436.819
6	Capitana Marvel	USA, Australia	1.984.067	6.947.664
7	Aladdin	USA	1.953.014	6.342.269
8	Frozen II	USA	1.860.720	5.937.335
9	Spider-Man: Lejos de casa	USA	1.534.168	5.341.758
10	Dumbo	USA	1.353.259	4.472.139

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura, en primer lugar, *Once machos 2* (Aldo Miyashiro) con 655.473 espectadores, seguido de *Very crazy* (Giovanni Ciccía) con 524.052 espectadores (cuadro 1.93). Todos los estrenos del *ranking* son íntegramente peruanos, uno en coproducción con Argentina.

El estreno iberoamericano más exitoso en 2019 es la película mexicana *Ya veremos* (Pedro Pablo Ibarra) con 186.357 espectadores. La película del resto de países más popular es la nipona *Dragon Ball Super: Broly*, con 1.332.160 espectadores (cuadro 1.94).

Cuadro 1.93
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Once machos 2	Perú	655.473	1.834.506
2	Very crazy	Perú	524.052	1.642.815
3	Papá Youtuber	Perú, Argentina	206.661	684.607
4	La peor de mis bodas 2	Perú	201.654	572.036
5	Django 3	Perú	189.569	570.919
6	Intercambiadas	Perú	168.536	593.385
7	Papá x tres	Perú	105.727	309.730
8	Mi novia es él	Perú	105.369	299.819
9	La revolución y la tierra	Perú	87.254	341.656
10	Un amor hasta las patas	Perú	83.060	233.010

Cuadro 1.94
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Perú

Iberoamérica

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ya veremos	México	186.357	549.790
2	Dedicada a mi ex	Colombia, Ecuador	170.030	468.122
3	El parque mágico	España, USA	75.821	251.142

Europa y resto de países

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Broly	Japón	1.332.160	4.250.935
2	Terremoto	Noruega	599.210	1.712.508
3	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	315.870	927.145
4	A 47 metros 2	Reino Unido, USA	235.983	667.909
5	La bruma	Francia, Canadá	170.582	494.214



PORTUGAL

Los cines de Portugal en 2019 suman una asistencia de 16,5 millones de espectadores y recaudan 97,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 5,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 10,3% y la cuota de espectadores el 3,8% (cuadro 1.95).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2015-2019 se sitúa entre el mínimo de 14,5 millones de espectadores de 2015 y el máximo de 16,7 millones de 2017 (gráfico 1.49).

Cuadro 1.95
Panorama cinematográfico en Portugal

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	10,3	10,3	10,3	10,3	10,2
PIB-PPA (billones USD)	0,307	0,320	0,337	0,341	0,343
PIB-PPA per capita (USD)	29.700	31.000	32.800	33.400	33.600
Número de pantallas de cine	545	549	571	580	580
Ingresos cine (millones USD)	83,2	92,8	103,3	100,4	97,7
Espectadores cine (millones)	14,5	15,7	16,7	15,8	16,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,94	0,34	0,40	0,28	0,63
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,5	2,3	2,4	1,8	3,8
Número de estrenos totales	355	389	375	397	398
Número de estrenos extranjeros	328	364	337	357	357
Número de estrenos nacionales	27	25	38	40	41
Asistencia anual por habitante	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6
Precio medio entrada (USD)	5,7	5,7	6,1	6,3	5,9



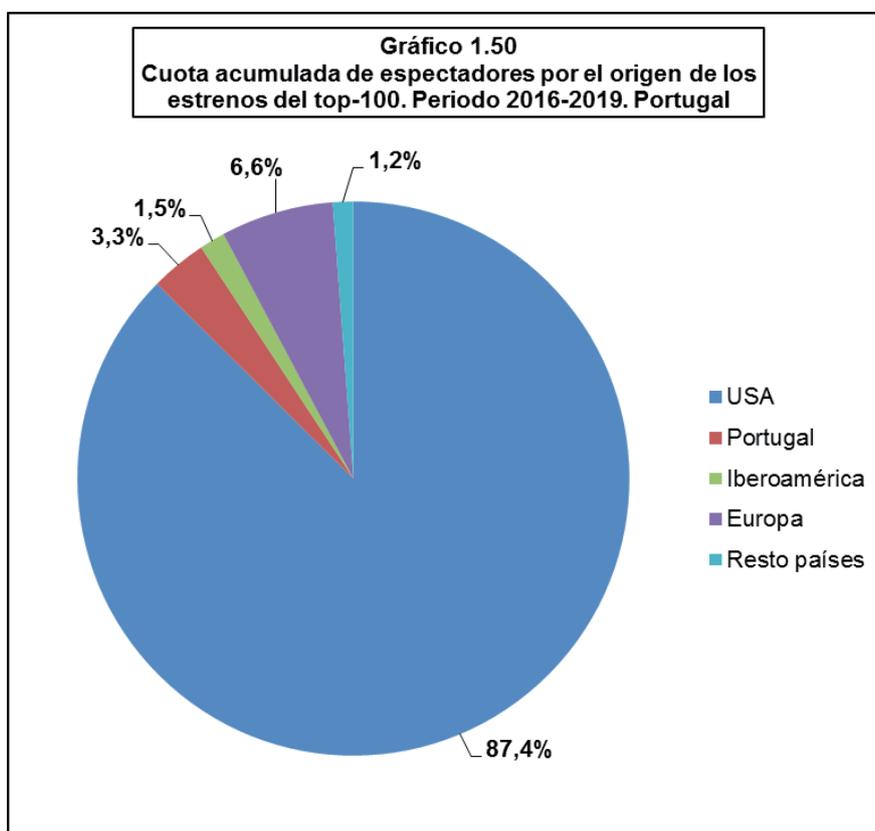
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 87,7% del total de espectadores, la del cine europeo en un 6,3% y la del cine nacional en un 3,4% (cuadro 1.96).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2015-2019 refleja el dominio del cine USA, con un 87,4% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 6%, y del portugués con un 3,3% (gráfico 1.50).

Cuadro 1.96
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Portugal

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	13.534.802	91,5	11.012.847	79,1	12.959.137	87,7
Portugal	208.826	1,4	128.161	0,9	507.199	3,4
Iberoamérica	137.885	0,9	252.211	1,8	276.208	1,9
Europa	666.391	4,5	2.154.982	15,5	923.795	6,3
Resto países	239.136	1,6	366.375	2,6	106.690	0,7
Total	14.787.040		13.914.576		14.773.029	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	83.973.717	91,7	70.487.368	79,5	77.350.295	88,1
Portugal	1.199.345	1,3	739.619	0,8	3.062.509	3,5
Iberoamérica	777.575	0,8	1.481.782	1,7	1.486.337	1,7
Europa	4.096.440	4,5	13.765.437	15,5	5.352.946	6,1
Resto países	1.503.884	1,6	2.195.946	2,5	581.961	0,7
Total	91.550.961		88.670.152		87.834.048	

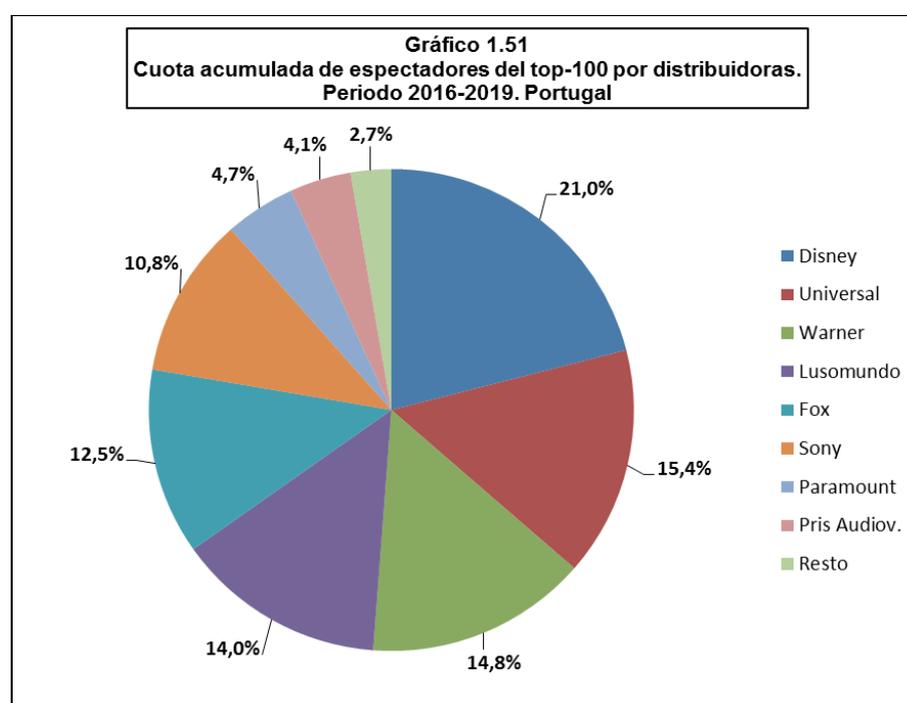


Las distribuidoras americanas, en 2019, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 89,6% y las independientes el 10,4% restante. La distribuidora con más entradas vendidas es Disney con 4,9 millones (cuadro 1.97).

En el trienio 2016-2019, las distribuidoras con más entradas vendidas son Disney (21%), Universal (15,4%) y Warner (14,8%). La empresa independiente con más éxito es Pris Audiovisuais con un 4,1% (gráfico 1.51).

Cuadro 1.97
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Portugal

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Fox	1.979.147	13,4	1.920.220	13,8	896.473	6,1
Lusomundo	1.663.517	11,2	1.699.073	12,2	2.082.695	14,1
Paramount	953.717	6,4	649.484	4,7	487.627	3,3
Pris Audiov.	721.829	4,9	384.837	2,8	788.754	5,3
Sony	1.832.192	12,4	1.615.110	11,6	1.428.355	9,7
Universal	2.957.647	20,0	2.666.753	19,2	1.227.919	8,3
Disney	2.398.456	16,2	2.399.981	17,2	4.908.482	33,2
Warner	1.818.903	12,3	2.349.015	16,9	2.204.256	14,9
Cine mundo	282.858	1,9	143.999	1,0	577.621	3,9
Resto	178.774	1,2	86.104	0,6	170.847	1,2
Total	14.787.040		13.914.576		14.773.029	



En 2019, la producción estadounidense *El rey león* lidera el *ranking* de audiencia en Portugal con 1.371.393 espectadores, seguida de las también americanas *Joker* con 912.900 y *Vengadores: Endgame* con 786.283 espectadores (cuadro 1.98).

En cuanto a las producciones del *ranking* de estrenos, todas provienen de Estados Unidos, una en coproducción con Canadá y otra con Australia. La cuota de mercado de estas diez producciones (5.788.515) supone el 35,1% del total de espectadores.

Cuadro 1.98
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El rey león	USA	1.371.393	8.277.814
2	Joker	USA, Canadá	912.900	5.654.319
3	Vengadores: Endgame	USA	786.283	5.019.953
4	Frozen II	USA	610.826	3.458.913
5	Toy story 4	USA	412.098	2.368.080
6	Rápidos y furiosos: Hobbs & Shaw	USA	370.278	2.132.956
7	Spider-Man: Lejos de casa	USA	357.367	2.224.900
8	Capitana Marvel	USA, Australia	344.293	2.122.273
9	Aladdin	USA	324.326	1.878.370
10	Dumbo	USA	298.751	1.727.498

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales el único que se encuentra dentro del top-100 es la producción *Variações* (Joao Maia) con 272.583 espectadores seguida de *SNU* (Patricia Sequeira) con 79.504 espectadores y *A Herdade* (Tiago Guedes) con 74.120 espectadores (cuadro 1.99).

El estreno iberoamericano con más éxito es la producción española *El parque mágico*, con 121.578 espectadores. La película del resto de países más popular es la coproducción europea *Venganza bajo cero*, con 136.108 espectadores (cuadro 1.100).

Cuadro 1.99
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Variações	Portugal	272.583	1.650.170
2	SNU	Portugal	79.504	483.824
3	A Herdade	Portugal	74.120	429.960
4	Tiro e queda	Portugal	42.454	259.594
5	Tony Carreira até o último concerto	Portugal	38.538	238.961
6	Ladrões de tuta e meia	Portugal, Brasil	25.729	147.608
7	Solum	Portugal	18.611	89.716
8	Quero-te tanto	Portugal	11.529	69.497
9	Diamantino	Portugal, Francia	10.782	64.453
10	Gabriel	Portugal	10.461	64.852

<i>Cuadro 1.100</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Portugal</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque mágico	España, USA	121.578	651.248
2	Nada a perder - Parte 2	Brasil	113.411	577.400
3	Dolor y gloria	España	41.219	257.690
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	136.108	773.396
2	Ásterix: El secreto de la poción mágica	Francia, Bélgica	134.592	732.917
3	Corgi, las mascotas de la reina	Bélgica	132.685	733.125
4	La favorita	Reino Unido, Irlanda, USA	76.182	466.608
5	Bohemian Rhapsody	Reino Unido, USA	66.954	433.112



URUGUAY

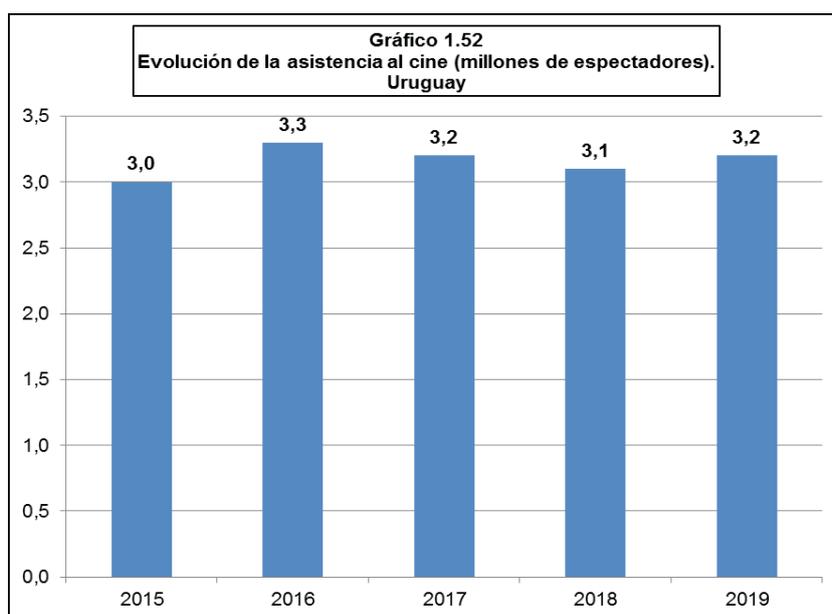
Los cines uruguayos en 2019 suman una asistencia de 3,2 millones de espectadores y recaudan 18,4 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 5,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 8,2% y la cuota de espectadores el 0,8% (cuadro 1.101).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2015-2019 se sitúa entre los 3 millones de espectadores de 2015 y los 3,3 millones de 2016 (gráfico 1.52).

Cuadro 1.101

Panorama cinematográfico en Uruguay

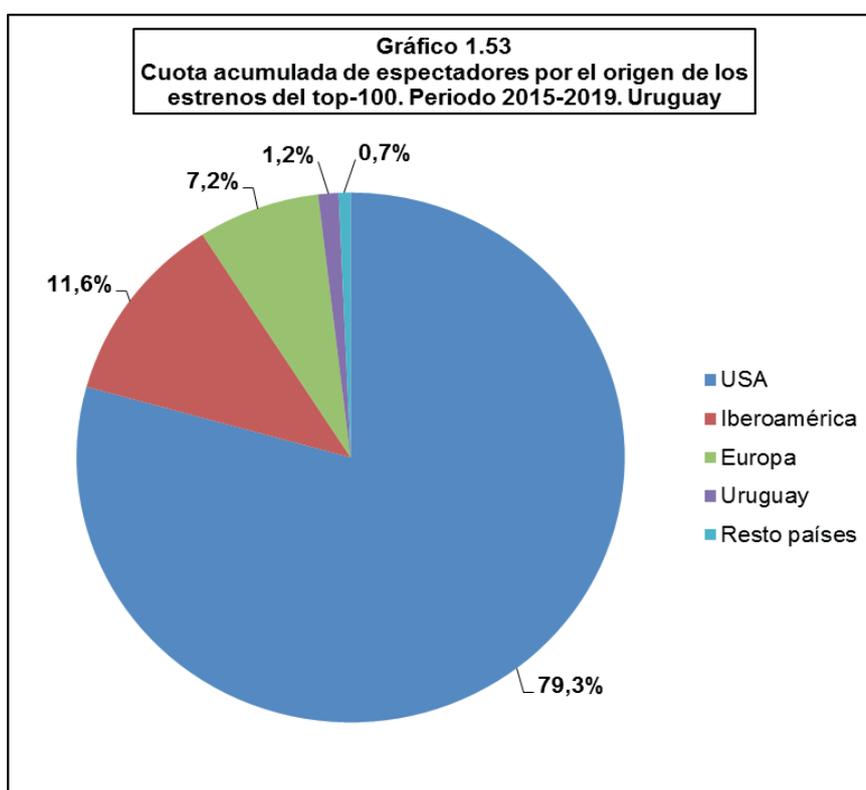
Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	3,4	3,4	3,4	3,5	3,5
PIB-PPA (billones USD)	0,074	0,075	0,078	0,081	0,084
PIB per capita (USD)	21.600	21.800	22.700	23.600	24.000
Número de pantallas de cine	109	115	112	105	105
Ingresos cine (millones USD)	17,9	18,0	20,4	18,7	18,4
Asistencia espectadores (millones)	3,0	3,3	3,2	3,0	3,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,04	0,09	0,08	0,02
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,2	1,4	2,8	2,7	0,8
Número de estrenos totales	188	234	211	232	208
Número de estrenos extranjeros	177	222	197	212	191
Número de estrenos nacionales	11	12	14	20	17
Asistencia anual por habitante	0,9	1,0	0,9	0,9	0,9
Precio medio entrada (USD)	5,9	5,4	6,3	6,2	5,7



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2019 en un 85,5% del total de espectadores, la del cine iberoamericano en un 8,1%, la del europeo en un 4,2% y la del cine uruguayo en un 0,7%, (cuadro 1.102).

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2015-2019 refleja el dominio del cine USA con un 79,3% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 11,6%, el europeo con un 7,2% y el uruguayo con un 1,2% (gráfico 1.53).

<i>Cuadro 1.102</i>						
<i>Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Uruguay</i>						
ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	2.467.139	81,8	2.055.826	72,6	2.622.492	85,5
Uruguay	72.208	2,4	21.116	0,7	22.748	0,7
Iberoamérica	327.751	10,9	406.323	14,4	248.667	8,1
Europa	119.817	4,0	316.486	11,2	130.217	4,2
Resto países	29.601	1,0	30.109	1,1	42.174	1,4
Total	3.016.516		2.829.860		3.066.298	
INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	15.708.407	83,3	13.032.600	74,6	15.149.881	86,3
Uruguay	406.974	2,2	121.789	0,7	116.705	0,7
Iberoamérica	1.824.008	9,7	2.238.497	12,8	1.284.923	7,3
Europa	744.569	3,9	1.895.740	10,8	746.933	4,3
Resto países	181.003	1,0	189.954	1,1	249.535	1,4
Total	18.864.961		17.478.580		17.547.977	

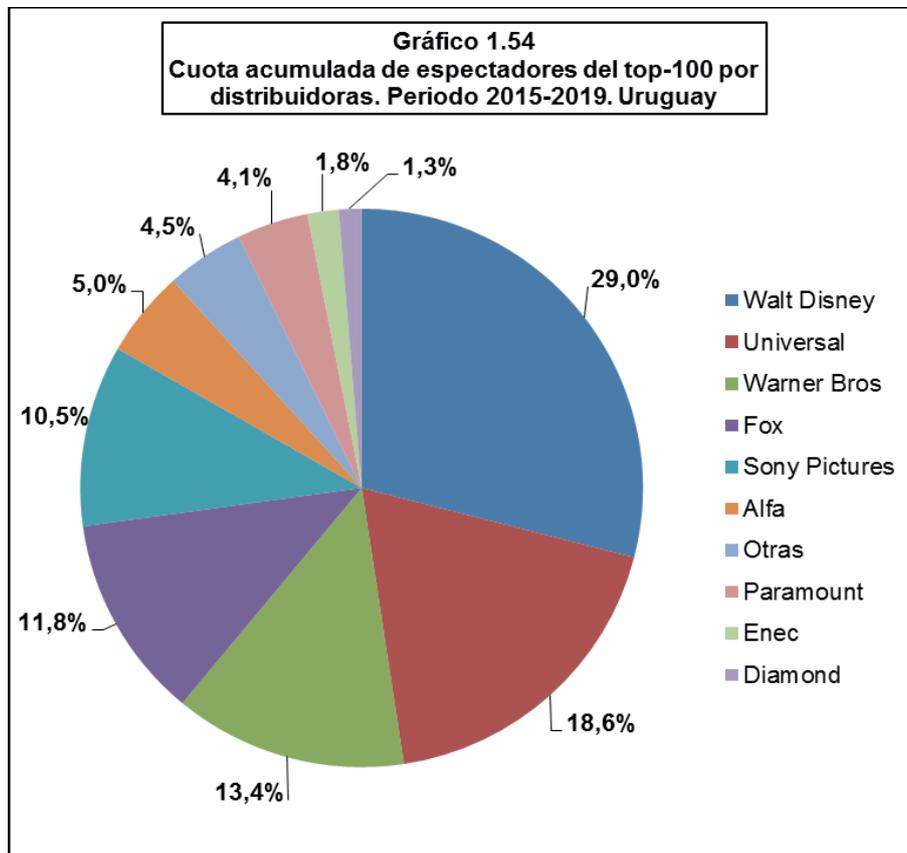


Las distribuidoras americanas, en 2019, acumulan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 90,5% y las independientes el 9,5% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 1,3 millones de espectadores (cuadro 1.103).

En el periodo 2015-2019, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,4% y el de las independientes en el 12,6% restante (gráfico 1.54). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (29%), Universal (18,6%) y Warner (13,4%). Entre las distribuidoras independientes destaca Alfa (5%).

Cuadro 1.103
Ranking de distribuidoras del top-100. Uruguay

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Warner Bros	387.715	12,9	343.352	12,1	595.409	19,4
Disney	743.526	24,6	807.198	28,5	1.316.518	42,9
Sony Pictures	276.422	9,2	377.867	13,4	226.827	7,4
Fox	346.979	11,5	286.022	10,1	114.542	3,7
Paramount	153.877	5,1	193.736	6,8	92.027	3,0
Universal	694.213	23,0	512.688	18,1	428.521	14,0
Alfa	194.824	6,5	122.521	4,3	90.721	3,0
Life	172.669	5,7	172.647	6,1	131.123	4,3
Enec	15.715	0,5	8.366	0,3	59.221	1,9
Independent	30.576	1,0	5.463	0,2	11.389	0,4
Total	3.016.516		2.829.860		3.066.298	



En 2019, el *ranking* de audiencia de Uruguay lo lideran las producciones estadounidenses *Toy story 4* con 323.334 espectadores, *Vengadores: Endgame* con 222.176 y *El rey león* con 210.082 (cuadro 1.104).

El *ranking* lo componen nueve estrenos de Estados Unidos, tres de ellos en coproducción y una coproducción España-Argentina. La cuota de mercado de estas diez producciones (1.514.820) supone el 46,9% del total de espectadores.

Cuadro 1.104
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Toy story 4	USA	323.334	1.766.832
2	Vengadores: Endgame	USA	222.176	1.516.908
3	El rey león	USA	210.082	1.210.261
4	Joker	USA, Canadá	173.716	886.925
5	Mascotas 2	USA, Japón, Francia	120.137	608.903
6	La odisea de los giles	España, Argentina	115.310	590.449
7	Aladdin	USA	100.815	557.387
8	Spider-Man: Lejos de casa	USA	97.438	563.212
9	Capitana Marvel	USA, Australia	85.570	522.075
10	Frozen II	USA	66.242	366.140

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales lo lidera la coproducción de Uruguay con Argentina *Así habló el cambista* (Federico Vieroj) con 11.359 espectadores y *Porno para principiantes* (Carlos Ameglio) con 7.481. En tercer lugar se sitúa la película *En el pozo* (Bernardo Antonaccio y Rafael Antonaccio), con 3.908 espectadores (cuadro 1.105).

El estreno iberoamericano de más éxito es la coproducción Argentina-España *La odisea de los Giles* con 115.310 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Bohemian Rhapsody*, con 32.548 espectadores (cuadro 1.106).

Cuadro 1.105
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2019. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Así habló el cambista	Uruguay, Argentina	11.359	57.946
2	Porno para principiantes	Uruguay	7.481	38.623
3	En el pozo	Uruguay	3.908	20.136
4	Nacional: Una historia verdadera	Uruguay	2.211	11.518
5	Alexis Viera: A story of overcoming	Uruguay	313	1.609
6	A lo Peñarol	Uruguay	273	2.193
7	La Libertad es una palabra grande	Uruguay	267	1.274
8	Cute friend of the Soul	Uruguay	236	965
9	Criollo	Uruguay	220	1.789
10	Escuela Ombijam	Uruguay	157	1.310

Cuadro 1.106
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2019. Uruguay

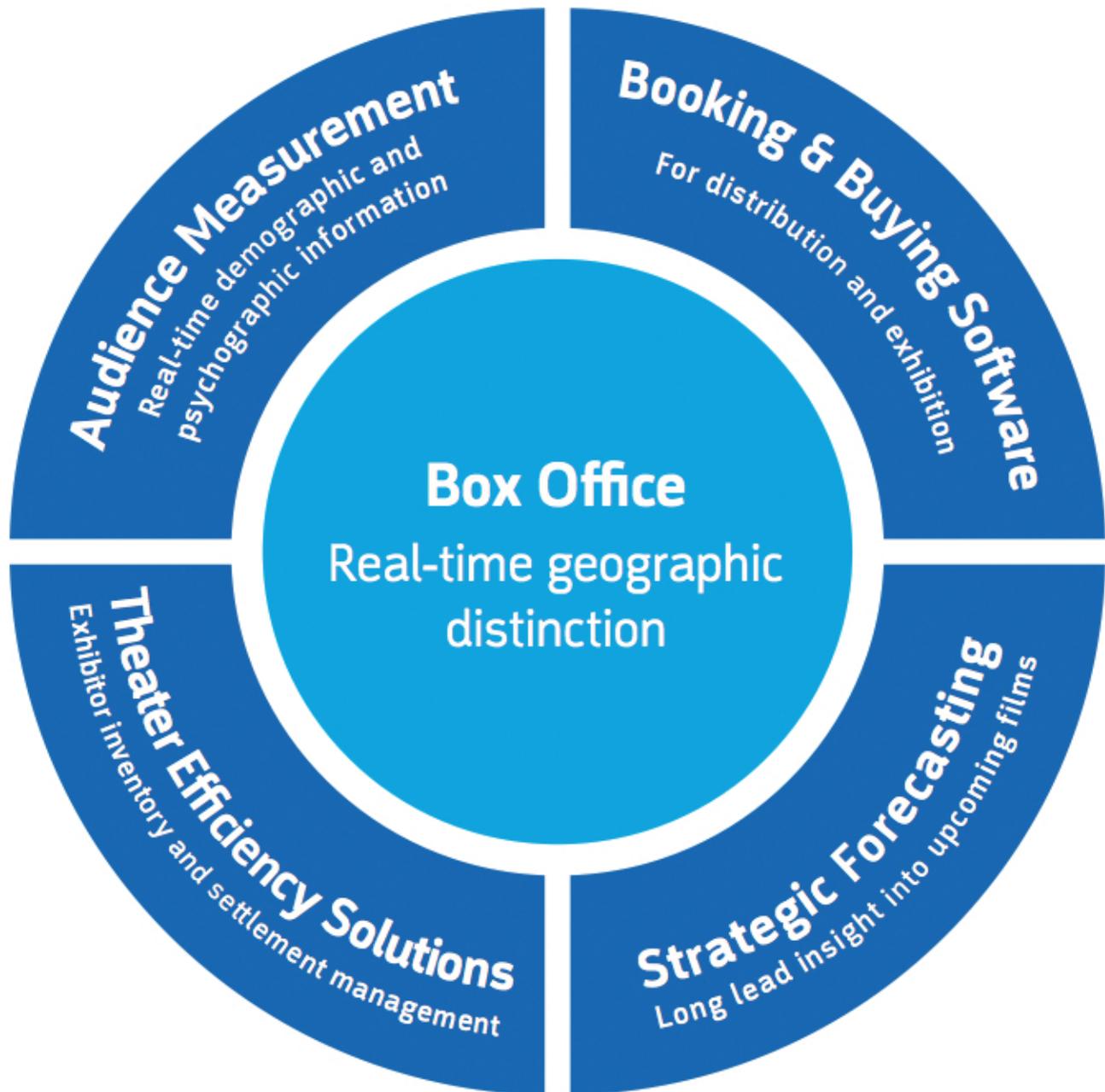
Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La odisea de los Giles	España, Argentina	115.310	590.449
2	El cuento de las comadreas	España, Argentina	32.842	167.097
3	No soy tu mami	Argentina	29.532	155.520
4	El parque mágico	España, USA	23.929	128.276
5	Dolor y gloria	España	21.267	109.363

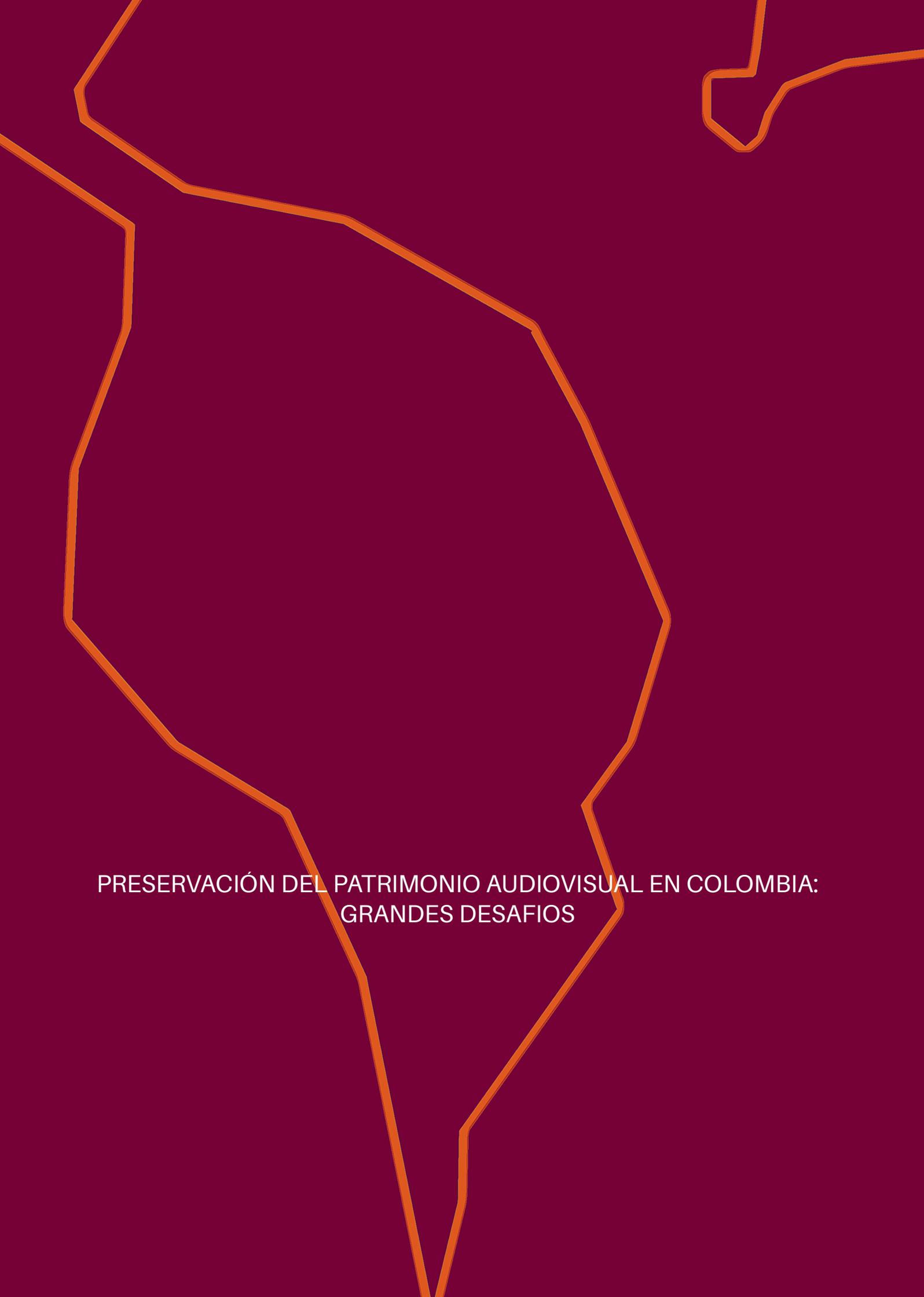
Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bohemian Rhapsody	Reino Unido, USA	32.548	198.579
2	Dragon Ball Super: Broly	Japón	27.013	161.399
3	Yesterday	Reino Unido, Japón, China	14.169	73.092
4	Venganza bajo cero	R. Unido, Alemania, Francia	14.047	83.082
5	La favorita	Reino Unido, Irlanda, USA	11.432	70.291

For every stage of a film,
comScore has a solution.



Comprehensive industry solutions for film exhibitors and distributors across the globe.



PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL EN COLOMBIA:
GRANDES DESAFIOS

PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL EN COLOMBIA: GRANDES DESAFIOS

*Por Alexandra Falla Zerrate
Directora Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano*

DE LOS RELATOS AUDIOVISUALES

La producción cinematográfica y televisiva de un país hace parte de su patrimonio cultural, en tanto en éstas se van retratando sus ideales y prácticas más fundamentales a lo largo del tiempo. En las historias del cine se reflejan las costumbres, idiosincrasias, ideologías y cosmovisiones de una sociedad, así como sus relaciones con el tiempo y con el espacio. Pero el cine y la televisión no se limitan a cumplir una función de medios de representación; por el contrario, al ser todo un ejercicio artístico y de creación, son en sí mismos una narrativa histórica más en construcción. Se presentan así, dos dimensiones: la de los relatos y contenidos que el cine y la televisión proyectan y, por otro lado, la de las historias inmersas en su contexto que inevitablemente se proyectan en ello de vuelta. En el audiovisual de una época se resguardan ambas perspectivas, la del objeto artístico desde su intención, y la de todo aquello que en su proceso de creación lo atravesó.

Es precisamente por estas múltiples dimensiones que se despliegan del cine y la televisión -y de las obras artísticas, en general- que se hace posible su uso como una herramienta social, que permite a ciertas colectividades narrarse audiovisualmente y reflexionarse desde su propio punto de vista. La producción cinematográfica y televisiva de un país es el resultado de un proceso histórico, social y cultural; y a la vez es una captura o fragmento del proceso mismo, o el proceso en estado de reposo. En palabras de Gonzalo Castellanos¹, reconocido gestor cultural y productor audiovisual colombiano, la imagen no solo es figura, color y luz-simple reflejo o representación-, la imagen es una forma que se hace visible a un público en un contexto cultural. Hablamos de relato audiovisual y del meta-relato que, como objeto de una época y lugar, se camufla en su propio contexto. Es ese meta- relato el que convierte al cine en una herramienta que utiliza la misma sociedad que lo crea para analizarse desde su propia perspectiva, o lo que llamamos un ejercicio de memoria histórica. En algunos casos la reflexión es ajena y exterior a la producción audiovisual, solamente sucede tiempo después de su elaboración cuando algunos fenómenos dejan de considerarse obvios o normalizados. En otros casos, la reflexión está inmersa en la misma narrativa y hace parte del mismo propósito de su creación pues intencionalmente se busca plasmar para evidenciar y explicar estos mismos fenómenos a través de la historia que se cuenta.

¹ Castellanos, G (2014). *Cinematografía en Colombia: tras las huellas de una industria*. Icono Editorial: Bogotá, Colombia.

Desde esta mirada, es importante resaltar que la producción audiovisual de un país constituye parte fundamental de su memoria; el “álbum familiar” que permite captar y expresar distintos momentos y valores de una Nación, pero también distintas formas de contar esos momentos a través de las imágenes en movimiento y es en esa línea que se justifica su carácter patrimonial y el imperativo de su salvaguarda. Colombia es sin duda, un país con una importante tradición en materia de preservación y conservación de su patrimonio audiovisual, entendiendo éste desde la perspectiva planteada por la UNESCO, que subraya su esencia como parte de la identidad cultural de los pueblos y elemento constitutivo de su ADN. Es un país cuya institucionalidad es consciente del carácter vital de este trabajo como elemento del concepto de Nación y ciudadanía.

Precisamente con este propósito que se constituye la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, entidad ya con más de 30 años de trabajo ininterrumpido en este campo, tanto en el acompañamiento al desarrollo de políticas públicas que pretenden dar contexto a la labor de los archivos, como en el trabajo de preservación, conservación y restauración de material audiovisual en múltiples formatos de cine y video. Hoy la entidad cuenta con más de 200.000 soportes en siete bóvedas acondicionadas técnicamente y uno de los retos prioritarios lo constituye la digitalización de este material, cuyo porcentaje actualmente no supera el 10% de los acervos existentes. Formatos que van desde 8 mm, 16mm y 35 mm en fílmico, así como Betacam, Pulgada y VHS, constituyen un acervo que no solo contiene gran parte de la historia nacional, sino como ésta se contaba audiovisualmente desde la ficción y el documental.

En este orden de ideas y teniendo en cuenta las líneas mencionadas de política pública y de un trabajo técnico altamente especializado, hablemos entonces de lo que hasta hoy ha sido el desarrollo misional de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano y por supuesto de lo que constituyen sus logros y también los principales desafíos en el corto, mediano y largo plazo, para seguir cumpliendo con su misión, como guardiana de la memoria audiovisual de país.

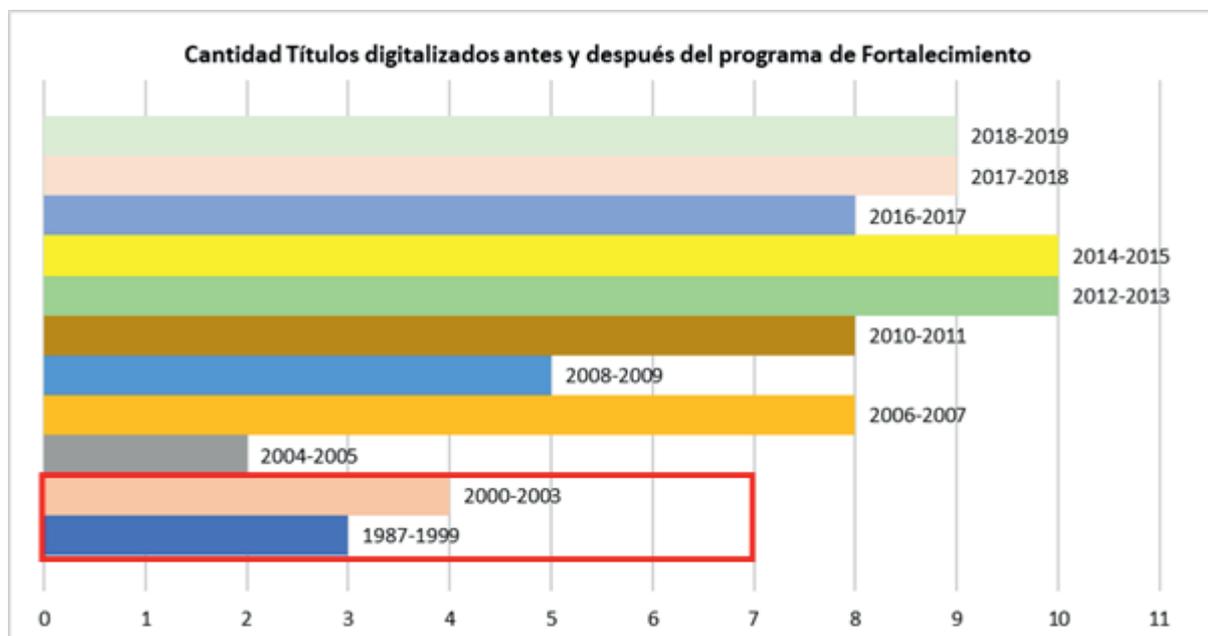
INSTITUCIONALIDAD Y CONTEXTO NORMATIVO

Hablar de preservación y conservación, implica en primera instancia reconocer y explicar los marcos regulatorios que han permitido la evolución de este trabajo, pues es precisamente este entorno legal el que ha generado el escenario para el trabajo por la memoria del país, caracterizado por un esfuerzo interinstitucional en el que se destacan el Ministerio de Cultura, el Archivo General de la Nación, RTVC Sistema de Medios Públicos, Proimágenes Colombia y archivos regionales y/o locales como la Cinemateca de Bogotá, la Cinemateca del Caribe, la Cineteca de Santander y la Cinemateca de Medellín, entre otros.

En este sentido, desde la Ley General de Cultura (397 de 1997), la Ley General de Archivos (594 de 2000) pasando por la Ley del Cine (814 de 2003) y las resoluciones y decretos reglamentarios se establecen tanto las políticas de la salvaguarda de la memoria audiovisual colombiana, así como los estándares técnicos avalados por la Federación Internacional de Archivos Fílmicos, FIAF y la Federación Internacional de Archivos de Televisión, FIAT. Se subraya aquí, que el escenario de la regulación y de las políticas públicas dirigidas a la salvaguarda de la memoria audiovisual ha tenido un trabajo permanente y un decidido apoyo institucional; tema que termina de apuntalarse en el trabajo del Comité General de Archivos, liderado por el Ministerio de Cultura y la expedición de la Resolución 3441 de 2017 a través de la cual se crea de manera formal la categoría de PAC (Patrimonio Audiovisual Colombiano) y se establecen elementos inherentes a su protección y manejo.²

² Artículo 2. Conceptos y terminología. Para efectos de la siguiente resolución se tendrán en cuenta los siguientes conceptos y uso de términos. Patrimonio Audiovisual Colombiano (PAC). Obras y documentos, considerados individualmente o en conjunto, que son parte de PAC, toda vez que revisten elementos de identidad, memoria o representatividad para la sociedad colombiana.

La ley de cine por su parte, tiene un importante aporte a la materialización de estas políticas públicas, pues crea el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico³, cuyos recursos se derivan de la taquilla cinematográfica y prevé un porcentaje del 30%, dentro cual se plantea el tema de la preservación del cine colombiano; en esta línea, se evidencia claramente el aumento de los procesos de digitalización a partir de la existencia del este fondo, tal como se evidencia en la Gráfica 1.



Gráfica 1. La marcación roja hace referencia a las obras digitalizadas antes del programa de fortalecimiento.

EL TRABAJO CON EL CINE SILENTE

Quizás uno de los temas a resaltar en el ámbito de la restauración, tiene que ver con el período del Cine Silente Colombiano, comprendido entre 1915 y 1937. La colección de estas películas y en algunos casos fragmentos de éstas que lograron rescatarse, constituye un trabajo de años por parte de la Fundación, que hoy permite el desarrollo de investigaciones que den cuenta de estos inicios de la filmografía nacional, tipificando y analizando los orígenes de nuestro cine.

En sus primeros momentos, aun siendo muy difíciles en términos de la consolidación de una industria cinematográfica, se evidencia a través de esta recopilación, el incansable trabajo de los Di Doménico, de Los Acevedo y de todos aquellos que consideramos pioneros del cine nacional. Muchas películas de este período, dejan ver también la aproximación del cine a la literatura como corresponde al caso de La María de Jorge Isaacs, de la cual solo se conserva un breve fragmento o de Aura o las Violetas, clásico del destacado escritor de la época, José María Vargas Vila.

³ Art. 10 de la Ley 814/2003: "Créase el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, como una cuenta especial sin personería jurídica administrada por el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica de conformidad con lo previsto en el artículo anterior, cuyos recursos estarán constituidos por: ...

Año	Título	Director
1924	La Tragedia del Silencio	Arturo Acevedo Vallarino
1924	Madre	Samuel Velásquez
1924	Aura o las Violetas	Pedro Moreno Garzón y Vincenzo Di Doménico
1925	Manizales City	Félix R. Restrepo
1925	Bajo el Cielo Antioqueño	Arturo Acevedo Vallarino
1925	Como los muertos	Pedro Moreno Garzón y Vincenzo Di Doménico
1926	Garras de Oro	P.P. Jambrina
1926	Alma Provinciana	Félix Joaquín Rodríguez
1926	El amor, el deber y el crimen	Pedro Moreno Garzón y Vincenzo Di Doménico

Gráfica 2. Títulos restaurados de Cine Silente.

SOMOS MEMORIA DEL MUNDO

Los Acevedo son considerados pioneros del cine colombiano; apasionados, en principio por el oficio del cine, a finales del segundo decenio del siglo XX y luego profesionales de terquedad alucinada, que trabajaron sin apoyo distinto a su propia voluntad. Produjeron hasta 1955 obras cinematográficas de ficción, documentales, noticieros, películas institucionales, educativas y de publicidad. Trabajaron en asocio con los Di Doménico, con Gonzalo Mejía, con Cine Colombia, con Carlos Schroeder, con la Metro y Películas Mexicanas. Fueron contratados en Ecuador y Venezuela y fueron también corresponsales de noticieros extranjeros.

Los Acevedo enfrentaron condiciones técnicas de gran precariedad. No alcanzaron en treinta y cinco años la estabilidad económica de su empresa, ni cobertura en la distribución de sus productos, pero a pesar de las dificultades, su trabajo fue de gran calidad. Esta condición, sumada al cuidado hasta mediados de la década de los sesenta, que Álvaro Acevedo brindó a los cerca de 170.000 pies de película que guardó en su casa, hicieron posible la restauración y duplicación a material de seguridad en 35mm, de este fondo audiovisual, adelantadas por la Esso Colombiana Limited que compró la colección en 1964 a la familia Acevedo y luego donada a la Fundación Patrimonio Fílmico en 1989. Los procesos de preservación fueron adelantados en los Laboratorios Film Technology en Los Ángeles (E.U) y dirigidos por Jorge Nieto, a mediados de los años ochenta. Se destaca de este acervo, su variedad y registros que van desde los reinados de belleza hasta las posesiones presidenciales; un contenido explícita que la memoria también está en lo cotidiano.

Desde su entrega en 1988 a la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, esta valiosa colección ha sido objeto de duplicación, inicialmente a los formatos de baja resolución que la tecnología iba propiciando: Betamax, VHS y DVD para facilitar la consulta de los usuarios del archivo. Posteriormente, se obtuvieron copias en Betacam SP para reutilización de imágenes para televisión y otros proyectos audiovisuales. En 2012, gracias a un convenio de asociación suscrito con el Ministerio de Cultura, cerca de diecisiete horas de este archivo se encuentran en HDCAM, obtenido desde los internegativos.

Tras la gestión y postulación realizada por la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, en 2018 el *Archivo Histórico Cinematográfico Colombiano de los Acevedo* recibe el reconocimiento como “Memoria del Mundo para América Latina y el Caribe” por parte de la UNESCO, lo cual exalta su valor en el contexto latinoamericano y lo ubica en el nivel de obras clásicas como Los Olvidados, de Luis Buñuel. A la fecha se encontraban inscritos como Memoria del Mundo, otros documentos escritos tales como el registro de ingreso de esclavos al país en el período de la Colonia, gestión adelantada por el Archivo General de la Nación. Este logro es muy importante no solo para la entidad sino para el país, toda vez que constituye el primer material audiovisual colombiano en entrar a tan destacado programa.

DIVULGACIÓN DE LA MEMORIA AUDIOVISUAL

Uno de los grandes retos que tiene la Fundación y que constituye un tema esencial de su misión, es la socialización de los acervos que logran restaurarse para que sean conocidos por nuevas generaciones. Para lograrlo, a lo largo de la historia de la entidad, se han puesto en marcha varias estrategias de comunicación como: la publicación de colecciones y libros físicos y también digitales; la exhibición gratuita de películas con un sentido pedagógico, con el programa de Memoria Activa que permite disfrutar cine bajo las estrellas y se constituye en un escenario de disfrute y aprendizaje de la filmografía colombiana; venta de licencias para uso de imágenes en nuevas producciones audiovisuales, a través de la cual se re-significa la memoria; participación en eventos de la industria, festivales y muestras de cine.

Por último y no menos importante, hoy se suma también a este propósito la estrategia digital, a través de la cual hemos podido circular mucho material a través de las redes sociales, generando comunidad alrededor de la memoria e invitando a reflexionar sobre su importancia. En esta misma línea se destaca la aplicación para Android “Largometrajes Colombianos”, que contiene la información de las fichas técnicas de todos los largos que se han producido en el país.

Desde el año 2004 se han elaborado diversos estuches que contienen los materiales audiovisuales que han sido restaurados digitalmente en las mismas vigencias y puestos a disposición del público en general, así como bibliotecas a nivel mundial.

Título	Año	Detalle
Colección de cine silente colombiano	2009	Estuche (8 DVD y folleto)
Historia del cine colombiano	2011	Estuche (5 DVD y folleto)
Colección 40/25, Joyas del cine colombiano	2012	Estuche (6 DVD y folleto)
Dunav Kuzmanich: el director chileno en el cine colombiano	2013	Estuche (5 DVD y folleto)
Archivo Histórico Cinematográfico Colombiano de los Acevedo (1915-1955), Premio Mapfre	2015	Estuche (3 DVD y folleto)
Movimientos Sociales a través del cine colombiano	2015	Estuche (3 DVD y folleto)
Carlos Mayolo, Cine Colombiano	2015	Estuche (4 DVD y folleto)
Bogotá de memoria cortometrajes de Bogotá y sus alrededores, 1937-1976	2016	Estuche (1 DVD y folleto)
30 cortometrajes restaurados, 1915-1985	2016	Estuche (3 DVD y folleto)
Trilogía De amores y delitos	2018	Estuche (4 DVD y folleto)
Víctor Gaviria, Cine Colombiano	2019	Estuche (5 DVD y folleto)

Gráfica 3. Colecciones en DVD.

De igual manera, la Fundación ha publicado obras literarias de carácter informativo y de consulta.

Título	Año
Tiempos del Olympia	1992
Largometrajes colombianos en cine y video 1915- 2004	2005
Guía de organización del Centro de Documentación y Biblioteca	2006
Publicaciones periódicas de cine y video: 1908-2007	2006
¡Acción! Cine en Colombia	2006
Memorias de la XII Cátedra Anual de Historia Ernesto Restrepo Tirado	2006
Documentales colombianos 1915-1950	2007
Principios y técnicas en un archivo audiovisual	2009
Documentales colombianos en cine: 1950- 1992	2012

Carteles de largometrajes colombianos 1925-2012	2013
Cine Colombiano, de la ilusión industrial	2016
La preservación audiovisual en la era de los píxeles	2018
Los españoles en el cine colombiano	2019

Gráfica 4. Colecciones bibliográficas.

DE CARA AL ENTORNO DIGITAL

El almacenamiento digital de información hoy contenido en bits, constituye uno de los principales retos de la Fundación, en desarrollo de su trabajo; actualmente, el problema no es solo restaurar y digitalizar, sino almacenar el producto de este proceso, de manera que sea óptimo, eficiente y gestionable.

Con el proyecto del sistema de gestión y almacenamiento digital, la Fundación Patrimonio Fílmico busca entrar de forma diferente en el entorno digital, creando la posibilidad de contar con un servidor que permita reducir el riesgo de pérdida de información de los materiales pertenecientes a su acervo, además de generar nuevas formas de conservación y preservación de los soportes, permitiendo la creación de varias copias de seguridad y un acceso mucho más ágil a los mismos, tanto de forma interna como externa. En esta misma línea de mitigación del riesgo, el servidor del centro de almacenamiento digital permite que se creen las alertas necesarias ante el mal funcionamiento de un disco, por lo que se puede actuar de forma rápida en busca de la solución y así evitar la pérdida de información.

El centro de Gestión y Almacenamiento del Archivo Digital es una herramienta que permitirá avanzar en los procesos de conservación, preservación, acceso y circulación del Patrimonio Audiovisual Colombiano, además de que permitirá agilizar los procesos de tráfico de materiales y facilitará a los usuarios el acercamiento a los diferentes materiales por lo que será posible llegar a una mayor cantidad de personas a nivel mundial. Este centro hace de "bóveda" digital, es decir que también requiere de unas características técnicas de preservación que sean adecuadas a la tecnología de la época en cuanto a propiedades de calidad y lectura. Se requiere que el servidor sea escalable, puesto que hay que estar precavidos ante el rápido desarrollo tecnológico y las condiciones que este nos haga cambiar.

De esta manera, la Fundación proyecta a largo plazo la posibilidad de poder prestar servicios *on line* para usuarios del patrimonio y emprender el camino de fortalecer sus procesos de preservación en el entorno digital, que supone aún muchos caminos que recorrer y que descubrir. Empieza un nuevo camino, que sin duda consolidará nuestros más de 30 años de historia.



Alexandra Falla Zerrate. Directora Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.

Comunicadora social de la Universidad Externado de Colombia, con maestría en Ciencias Políticas de la Pontificia Universidad Javeriana y especialización en Propiedad Intelectual, Derechos de Autor y Nuevas Tecnologías de la Universidad Externado de Colombia. Se ha desempeñado en cargos en el sector público como Vicepresidenta de Radio del Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión; Directora Operativa y Asesora de gerencia en el Canal Capital; Subgerente de Comunicaciones y Atención al Usuario en Transmilenio y miembro de la Junta Nacional de Televisión de la Autoridad Nacional de Televisión, ANTV, Catedrática por más de 20 años en diferentes entidades universitarias, Delegada en las Juntas Directivas de Telecafé y Televisión Regional del Oriente, TRO, Comisión Nacional de Televisión, CNTV.

Experta en políticas públicas, gerencia, diseño de programación y producción de televisión y radio pública. En el ámbito académico y universitario se desempeñó como directora de la Especialización en Gerencia de las Telecomunicaciones en la Universidad Central y Coordinadora Académica de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Externado de Colombia. Actualmente se desempeña como Directora de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, es miembro de la junta directiva de ATEI (Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas), miembro de la junta directiva de Proimágenes Colombia y miembro activo de la Federación Internacional de Archivos Fílmicos, FIAF.



CAPITULO II

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

CAPITULO II

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

El análisis de la difusión en televisión de la ficción iberoamericana incluido en este Panorama Audiovisual, se basa en los datos de diferentes estudios sectoriales publicados por diferentes organismos. Uno de los principales estudios utilizados es el realizado por OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva), sobre una muestra de 66 canales de televisión en abierto de doce países. Del total de canales, 48 pertenecen a la televisión privada y 18 a la televisión pública (cuadro 2.1).

Para ofrecer una perspectiva más nítida en cada proceso de análisis, la presentación de los datos se ha segmentado en intervalos anuales diferentes. En el caso de los gráficos evolutivos y cuadros acumulados generales, el estudio incluye los datos de todos los anuarios OBITEL disponibles (2010-2018) y para el estudio de cada país los cuadros de datos desagregados abarcan un quinquenio (2014-2018) y los datos específicos del último año disponible (2018).

Cuadro 2.1

Muestra de canales de televisión. Ámbito Obitel. Año 2018

Países	Canales privados	Canales públicos	Total
Argentina	América 2, El Nueve, Telefé, El Trece, Net TV	Televisión Pública	6
Brasil	Globo, Record TV, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil, TV Cultura	7
Chile	TV+, Canal 13, Telecanal, La Red, Chilevision, Mega	TVN	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
España	A3, T5, Cuatro, Disney Channel, Divinity, Neox, Nova	La 1 (TVE)	8
Estados Unidos	Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás, Univision	-	5
México	Televisa (canales 2, 5 y 9), TV Azteca (canales 1 y 7), Imagen Televisión (canal 3), Multimedios (canal 3)	Once TV (canal 11), Conaculta (canal 22), Una voz con todos (canal 14)	10

Perú	Fracuencia Latina, América TV, Panamericana TV, ATV, Nextv	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria, Canal Parlamento	7
Uruguay	Montecarlo, Saeta, Teledoce	Televisión Nacional (TNU), TV Ciudad	5
Total	48	18	66

Uno de los parámetros más importantes que se incluyen en el capítulo de Ficción es el porcentaje de tiempo dedicado a este género por los canales analizados. En el periodo 2010-2018 el porcentaje promedio dedicado a la ficción representa el 26,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.2).

Estados Unidos (habla hispana) con el 43,2%, seguido de Perú con el 38% y Chile con el 37,3%, son los países cuyos canales de la muestra más ficción programan en el periodo de referencia.

Cuadro 2.2

Porcentaje de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la Ficción

Países	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Argentina	22,4	17,0	11,4	21,0	20,0	11,0	18,4	16,0	14,2	16,8
Brasil	20,4	21,4	19,0	17,8	12,5	13,4	14,0	13,9	13,6	16,2
Chile	38,2	37,1	36,0	36,9	37,8	36,0	34,3	41,3	37,9	37,3
Colombia	18,5	13,2	13,2	13,2	14,2	14,3	26,7	20,5	21,4	17,2
España	29,0	27,0	22,8	20,8	33,1	31,7	41,4	41,3	41,5	32,1
EE.UU.	*	*	43,7	46,8	43,8	43,6	43,9	39,4	41,2	43,2
México	27,9	28,1	18,3	12,0	16,0	17,0	14,8	15,0	16,0	18,3
Perú	*	*	37,2	42,0	37,2	37,9	37,3	37,9	36,4	38,0
Portugal	*	*	22,0	22,2	23,8	22,3	23,6	24,7	24,4	23,3
Uruguay	29,7	23,7	24,5	28,0	28,3	30,6	25,9	26,0	27,0	27,1
Promedio	26,6	23,9	24,8	26,1	26,7	25,8	28,0	27,6	27,4	26,3

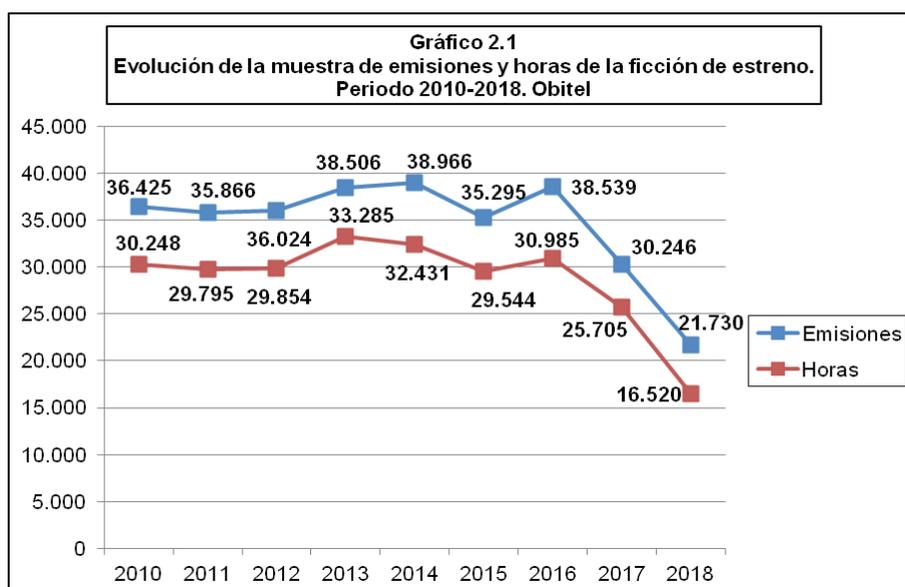
Los canales de televisión de los países analizados difundieron 4.631 títulos de series de ficción de estreno durante el periodo 2010-2018 (cuadro 2.3). El peso de la ficción nacional representa el 45,2% del total de títulos frente al 54,8% de la ficción iberoamericana. Las emisiones de series nacionales representan en la muestra el 38,7% y las horas de programación el 35,7%.

Cuadro 2.3

Muestra acumulada de la Ficción de estreno difundida en países iberoamericanos. Periodo 2010-2018. Obitel

Origen	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	2.093	45,2	120.564	38,7	92.123	35,7
Iberoamericano	2.538	54,8	191.033	61,3	166.244	64,3
Total	4.631		311.597		258.367	

El gráfico 2.1 ofrece la evolución de la muestra de emisiones y tiempo de programación de ficción en los estudios realizados por OBITEL durante el periodo 2010-2018. El máximo de emisiones tiene lugar en 2014 (38.966) y el máximo de horas de programación se produce en 2013 (33.285). La muestra de estos ocho años de análisis suma más de 310.000 emisiones y más de 258.000 horas de programación.



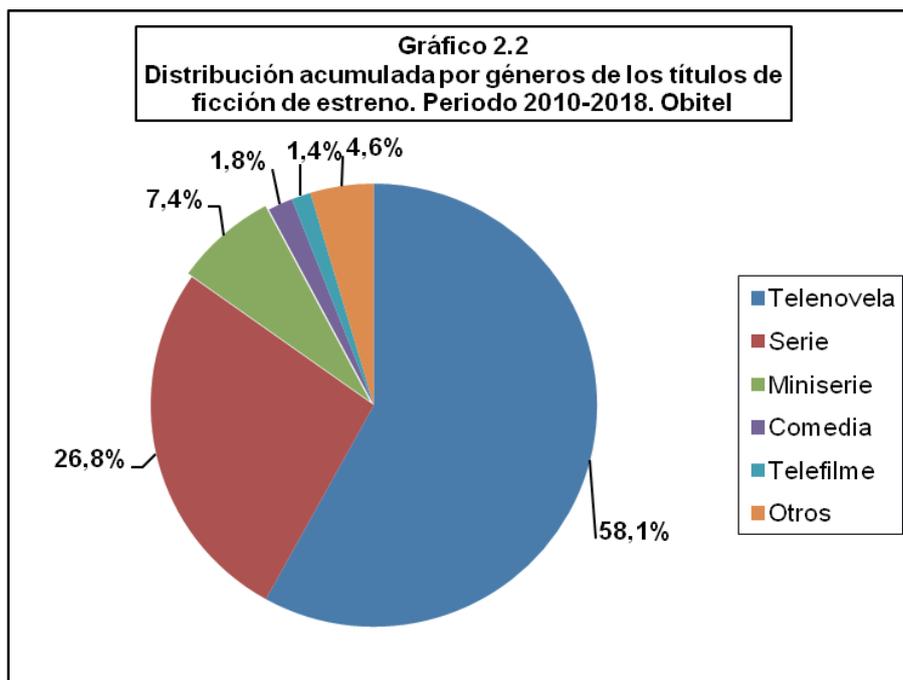
Los canales de la muestra suman un total de 2.093 títulos de ficción nacional. Este volumen representa el 45,2% frente al 54,8% del total de títulos iberoamericanos (cuadro 2.4). En todos los años analizados, excepto en 2017 y 2018, el volumen de la muestra superó los 500 títulos y el máximo se registró en 2013 con 576 títulos.

Cuadro 2.4

Títulos de Ficción de estreno en países iberoamericanos por su origen

Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total	%
Nacional	256	235	243	222	251	229	216	238	203	2.093	45,2
Iberoamericano	289	302	300	354	313	298	312	227	143	2.538	54,8
Total	545	537	543	576	564	527	528	465	346	4.631	

La distribución de los títulos de ficción por géneros, en el periodo 2010-2018 es la siguiente (gráfico 2.2): Telenovela (58,1%), Series (26,8%), Miniserie (7,4%), Comedia (1,8%) y Telefilm (1,4%).



Los países que más títulos de ficción suman en la muestra en el periodo 2010-2018 son: Chile (553) y Estados Unidos (503). Los países con más títulos de ficción nacional de estreno son Brasil con 370 títulos y España con 347 y los países con más títulos de ficción iberoamericana en dicho periodo son Estados Unidos (350) y Chile (343).

El año con más títulos de ficción tanto nacional e iberoamericana es 2013, con 257 y 319, respectivamente (cuadro 2.5).

Cuadro 2.5

Número de los títulos de Ficción por países de emisión

País de emisión	Ficción nacional									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Argentina	15	22	34	32	28	21	17	23	20	
Brasil	49	41	35	36	39	51	31	43	45	
Chile	24	25	23	25	28	27	21	20	17	
Colombia	34	22	16	27	15	11	16	18	14	
Ecuador	5	4	8	17	10	8	8	*	*	
España	48	44	33	30	60	37	32	37	26	
EE.UU.	17	11	10	14	17	21	19	24	20	
México	21	23	28	34	14	19	27	29	28	
Perú	*	*	13	15	14	12	11	12	12	
Portugal	31	28	27	22	17	15	25	23	19	
Uruguay	3	2	3	1	0	2	2	4	2	
Venezuela	9	13	13	4	9	5	7	5	*	
Total	256	235	243	257	251	229	216	238	203	

País de emisión	Ficción Iberoamericana								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Argentina	33	23	12	12	20	20	25	16	10
Brasil	6	6	0	1	5	4	9	10	4
Chile	30	46	45	48	45	27	55	27	20
Colombia	20	15	13	7	12	13	5	4	4
Ecuador	32	50	45	55	52	48	44	*	*
España	6	6	6	2	4	0	8	21	9
EE.UU.	45	47	34	31	32	47	45	37	32
México	9	5	18	17	24	13	18	27	7
Perú	*	*	27	39	47	46	28	32	27
Portugal	16	12	11	13	9	9	10	5	7
Uruguay	34	44	44	44	37	39	38	24	23
Venezuela	58	48	45	50	26	32	27	24	*
Total	289	302	300	319	313	298	312	227	143

Las emisiones anuales de los canales de televisión se sitúan en un rango entre 21.000 y casi 39.000 durante el periodo 2010-2018 y las horas de programación entre 16.000 y 33.000 horas. La muestra presenta unos valores acumulados de 311.597 emisiones y 258.367 horas de difusión. El peso de la ficción nacional frente a la iberoamericana representa el 38,7% en emisiones y el 35,6% en horas de difusión (cuadro 2.6).

Cuadro 2.6									
Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen									
Emisiones									
Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nacional	12.916	12.842	13.763	13.732	13.933	13.150	13.545	14.467	12.216
Iberoamericano	23.509	23.024	22.261	24.774	25.033	22.145	24.994	15.779	9.514
Total	36.425	35.866	36.024	38.506	38.966	35.295	38.539	30.246	21.730
Horas									
Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nacional	9.549	10.139	10.877	11.493	10.636	9.248	10.282	11.246	8.653
Iberoamericano	20.699	19.656	18.977	21.792	21.795	20.296	20.703	14.459	7.867
Total	30.248	29.795	29.854	33.285	32.431	29.544	30.985	25.705	16.520

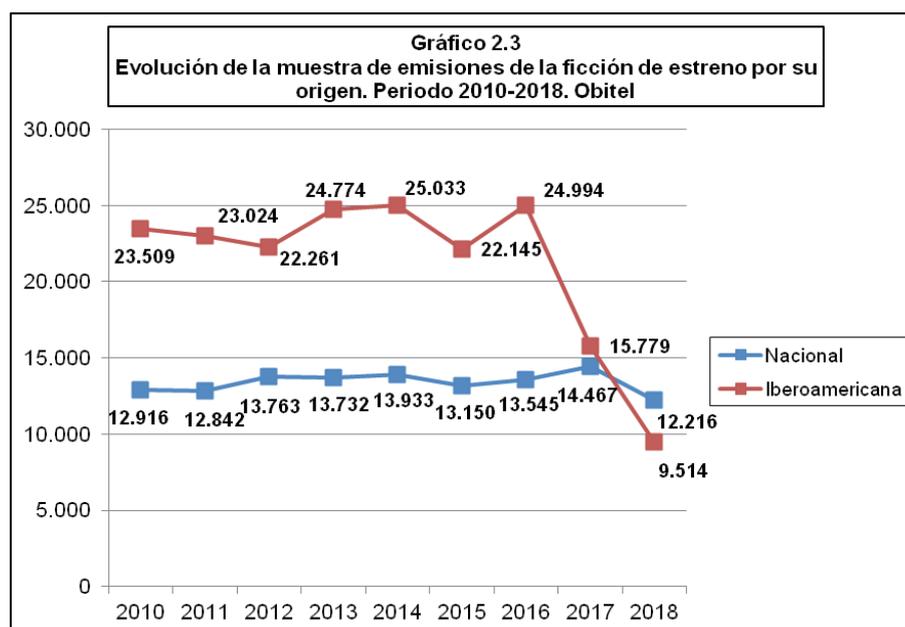
Los países con el mayor volumen de ficción en el periodo de análisis son Chile, Estados Unidos, México y Venezuela (cuadro 2.7). Los países que más emisiones de ficción nacional de estreno suman en la muestra son: Brasil (18.243), México (16.868) y Portugal (16.701) y los que suman más ficción iberoamericana entre 2010 y 2018 son Chile (29.692), Venezuela (27.208) y EE.UU. (24.070).

Cuadro 2.7
Distribución de las emisiones de Ficción por países de emisión

Países de Emisión	Número de emisiones de ficción nacional								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Argentina	1.173	1.180	1.260	1.266	1.483	675	704	716	650
Brasil	1.838	2.163	2.186	1.972	1.995	1.927	2.046	2.117	1.999
Chile	1.304	1.262	1.014	1.433	1.368	1.393	1.534	1.521	1.216
Colombia	2.630	1.501	1.533	1.414	1.510	962	1.363	1.581	871
Ecuador	313	259	358	795	725	506	554	*	*
España	793	1.104	970	828	1.597	2.087	1.472	1.970	1.695
EE.UU.	935	847	906	868	1.110	993	1.147	994	929
México	1.766	2.201	2.136	2.488	1.378	1.797	1.519	2.004	1.579
Perú	*	*	733	851	534	456	669	568	642
Portugal	1.741	1.372	1.504	1.470	1.731	1.885	1.936	2.449	2.613
Uruguay	43	54	82	26	0	29	19	28	22
Venezuela	380	899	1.081	321	502	440	582	519	*
Total	12.916	12.842	13.763	13.732	13.933	13.150	13.545	14.467	12.216

Países de Emisión	Número de emisiones de ficción iberoamericana								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Argentina	2.296	1.481	855	876	1.670	1.690	1.903	1.253	521
Brasil	447	531	0	42	360	374	720	430	276
Chile	3.138	4.157	3.961	3.526	4.500	2.130	4.459	2.532	1.289
Colombia	1.128	1.067	927	1.230	1.214	1.146	385	414	358
Ecuador	2.497	3.515	2.206	3.440	3.764	3.374	4.064	*	*
España	623	368	352	158	433	0	445	1.468	561
EE.UU.	3.262	3.249	2.226	2.235	2.484	2.909	3.226	2.513	1.966
México	676	462	1.336	1.860	1.882	1.655	1.353	1.535	542
Perú	*	*	2.279	2.388	3.490	3.073	1.879	1.807	1.714
Portugal	1.322	1.244	1.205	1.112	849	928	651	550	423
Uruguay	2.691	3.406	3.052	3.012	2.810	2.475	2.561	1.115	1.864
Venezuela	5.429	3.544	3.862	4.895	1.577	2.391	3.348	2.162	*
Total	23.509	23.024	22.261	24.774	25.033	22.145	24.994	15.779	9.514

El gráfico 2.3 refleja la evolución de la muestra de emisiones de ficción entre los años 2010 y 2018, comprobándose que la producción nacional sufre altibajos en los seis primeros años para luego descender radicalmente en los dos últimos años hasta alcanzar el mínimo de 9.514 emisiones en 2018. La muestra de ficción iberoamericana muestra un comportamiento más regular con un rango situado entre las 12.216 emisiones de 2018 y las 14.467 alcanzadas en 2017.



Los países con el mayor volumen de ficción en el periodo de análisis son Estados Unidos, Chile, Venezuela y Ecuador (cuadro 2.8). Los países que más emisiones de ficción nacional de estreno suman en la muestra son: México (14.031) y Brasil (12.467) y los que suman más ficción iberoamericana entre 2010 y 2018 son Estados Unidos (25.081), Ecuador (22.835) y Chile (22.393).

Cuadro 2.8

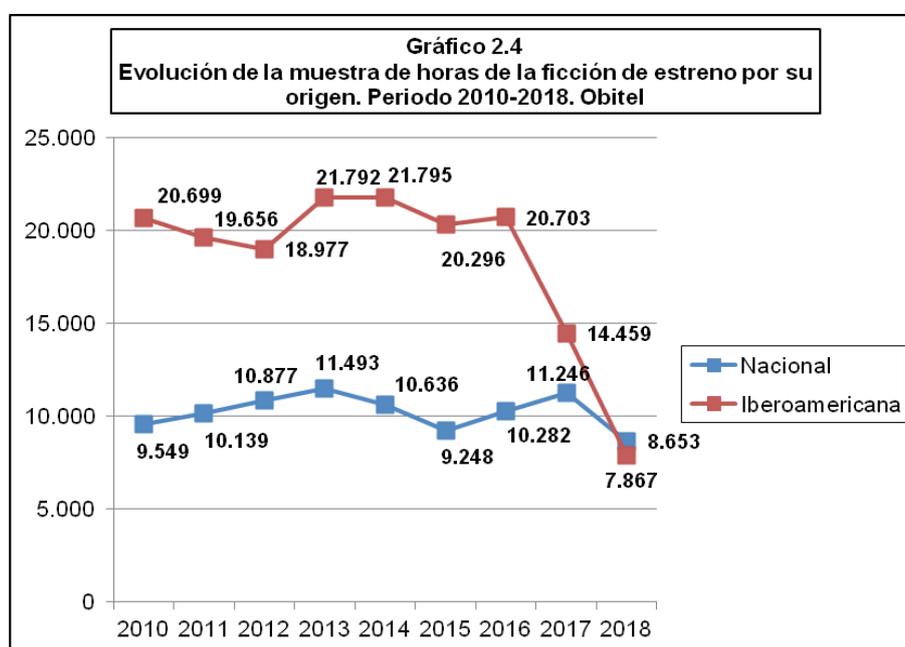
Distribución del tiempo de emisión de Ficción por países de emisión

Países de emisión	Horas de emisión de ficción nacional									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Argentina	1.034	1.094	966	1.054	1.146	528	584	756	526	
Brasil	1.288	1.462	1.504	1.338	1.346	1.364	1.435	1.431	1.299	
Chile	671	717	631	919	769	752	1.080	931	722	
Colombia	1.671	1.065	1.252	1.310	1.132	851	1.120	1.186	520	
Ecuador	305	189	234	530	415	409	520	*	*	
España	698	1.012	898	812	1.286	1.298	1.383	1.941	1.455	
EE.UU.	911	837	836	910	1.142	955	1.120	1.000	933	
México	1.194	2.133	2.020	2.333	1.399	811	705	1.629	1.807	
Perú	*	*	552	1.043	412	420	666	553	621	
Portugal	1.351	942	1.164	1.104	1.274	1.382	1.225	1.293	754	
Uruguay	47	47	37	12	0	11	8	11	16	
Venezuela	379	641	783	128	315	467	436	515	*	
Total	9.549	10.139	10.877	11.493	10.636	9.248	10.282	11.246	8.653	

Países de emisión	Horas de emisión de ficción iberoamericana									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Argentina	2.048	1.426	677	706	1.340	1.234	1.504	1.237	439	
Brasil	267	298	0	30	227	266	606	377	234	
Chile	2.103	2.966	2.983	2.900	3.185	1.810	3.469	1.956	1.021	
Colombia	952	807	683	1.179	908	962	275	310	352	
Ecuador	2.288	3.060	2.686	3.314	3.804	4.007	3.676	*	*	

España	380	284	340	154	345	37	504	1.307	109
EE.UU.	3.384	3.462	2.330	2.275	2.667	2.987	3.302	2.706	1.968
México	394	511	1.556	1.385	1.870	719	680	1.417	361
Perú	*	*	1.820	2.635	2.595	3.152	1.870	1.715	1.717
Portugal	1.032	925	836	1.064	636	714	468	396	274
Uruguay	2.629	3.211	2.188	2.272	2.962	2.582	2.457	776	1.392
Venezuela	5.222	2.706	2.878	3.878	1.256	1.826	1.892	2.262	*
Total	20.699	19.656	18.977	21.792	21.795	20.296	20.703	14.459	7.867

El gráfico 2.4 muestra la evolución de horas de programación de ficción entre los años 2010-2018, tanto nacional como iberoamericana. La producción nacional, tiene una importante caída a partir de 2016, alcanzándose las 14.459 horas en 2017 y 7.867 en 2018. Por otro lado la ficción iberoamericana oscila entre las 8.653 horas de programación de 2018 y las 11.493 alcanzadas en 2013.



La distribución acumulada por países de difusión muestra que los que más ficción de estreno suman en el periodo 2010-2018 son: Chile (535 títulos, 41.737 emisiones y 29.585 horas) y Estados Unidos (481 títulos, 32.799 emisiones y 33.725 horas), tal como figura en el cuadro 2.9.

Cuadro 2.9

Distribución acumulada de la Ficción por países de difusión. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	384	8,3	21.652	6,9	18.299	7,1
Brasil	441	9,5	21.423	6,9	14.772	5,7
Chile	535	11,6	41.737	13,4	29.585	11,5
Colombia	277	6,0	21.234	6,8	16.535	6,4
Ecuador	386	8,3	26.370	8,5	25.437	9,8
España	406	8,8	16.924	5,4	14.243	5,5
EE.UU.	481	10,4	32.799	10,5	33.725	13,1

México	423	9,1	28.169	9,0	22.924	8,9
Perú	308	6,7	21.083	6,8	19.771	7,7
Portugal	292	6,3	24.985	8,0	16.834	6,5
Uruguay	323	7,0	23.289	7,5	20.658	8,0
Venezuela	375	8,1	31.932	10,2	25.584	9,9
Total	4.631		311.597		258.367	

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en el período 2010-2018 son: México (1.161 títulos, 97.997 emisiones y 85.256 horas), Brasil (751 títulos, 47.051 emisiones y 37.674 horas) y Colombia (566 títulos, 39.823 emisiones y 33.117 horas) (cuadro 2.10).

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno producida en México, Brasil y Colombia representa el 53,5% del total de títulos, el 59,3% del total de emisiones y el 60,4% del tiempo total de emisión.

Cuadro 2.10
Distribución acumulada de la Ficción por países de origen. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	352	7,6	18.473	5,9	15.497	6,0
Brasil	751	16,2	47.051	15,1	37.674	14,6
Chile	245	5,3	14.459	4,6	9.090	3,5
Colombia	566	12,2	39.823	12,8	33.117	12,8
Ecuador	77	1,7	4.323	1,4	3.378	1,3
España	460	9,9	19.845	6,4	17.588	6,8
EE.UU.	440	9,5	30.324	9,7	26.438	10,2
México	1.161	25,1	97.997	31,4	85.256	33,0
Perú	98	2,1	4.748	1,5	4.569	1,8
Portugal	219	4,7	17.610	5,7	11.289	4,4
Uruguay	23	0,5	341	0,1	228	0,1
Venezuela	142	3,1	10.977	3,5	9.217	3,6
Otros	97	2,1	5.626	1,8	5.026	1,9
Total	4.631		311.597		258.367	

Los rankings de audiencia de 2018 indican que las emisiones de series brasileñas en Globo son las que generan los mayores éxitos, en concreto, diez difusiones del top-20 pertenecen al país carioca (cuadro 2.11). La primera serie de otro país es la chilena (*Perdona nuestros pecados*) en séptimo lugar del ranking.

Las emisiones con más audiencia son *O outro lado do paraíso* (39,9%), *Segundo sol* (33%), *Pega Pega* (30,7%), *Entre irmas* (30,5%) y *Treze días longe do sol* (27,2%).

El top-1 de audiencia en 2018 refleja que ocho títulos nacionales dominan el ranking de sus países de origen (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal) y en dos países, a la cabeza del ranking se sitúa una producción foránea, en concreto en Estados Unidos y Uruguay. En Estados Unidos, la serie mexicana *Mi marido tiene familia* y en Uruguay la serie brasileña *Querer sin límites* (cuadro 2.12).

Cuadro 2.11

Ranking de audiencia de la Ficción en países iberoamericanos. Año 2018

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	O outro lado do paraíso	Brasil	Globo	39,9	58,4	Brasil
2	Segundo sol	Brasil	Globo	33,0	49,3	Brasil
3	Pega Pega	Brasil	Globo	30,7	50,7	Brasil
4	Entre irmas	Brasil	Globo	30,5	49,4	Brasil
5	Treze dias longe do sol	Brasil	Globo	27,2	43,9	Brasil
6	O sétimo guardiao	Brasil	Globo	26,3	42,1	Brasil
7	Perdona nuestros pecados	Chile	Mega	26,3	40,0	Chile
8	Deus salve o Rei	Brasil	Globo	25,8	40,3	Brasil
9	Assedio	Brasil	Globo	25,1	42,4	Brasil
10	O tempo nao para	Brasil	Globo	24,3	39,3	Brasil
11	Mi esperanza	Perú	ATV	23,6	36,8	Perú
12	Tempo de amar	Brasil	Globo	23,2	40,9	Brasil
13	Ojitos hechiceros	Perú	ATV	22,3	34,4	Perú
14	Casa de muñecos	Chile	Mega	21,7	32,3	Chile
15	Isla Paraíso	Chile	Mega	21,6	37,0	Chile
16	De vuelta al Barrio	Perú	ATV	21,4	33,2	Perú
17	Ojitos hechiceros T2	Perú	ATV	21,2	33,6	Perú
18	Verdades ocultas	Chile	Mega	20,2	42,3	Chile
19	VQB: Empezando a vivir	Perú	ATV	17,9	28,7	Perú
20	La Rosa de Guadalupe	México	Canal 2	17,1	27,1	México

Cuadro 2.12

Top-1 de audiencia de la Ficción en televisión en cada país analizado. Año 2018

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	100 días para enamorarse	Argentina	Telefé	15,1	24,3	Argentina
1	O outro lado do paraíso	Brasil	Globo	39,9	58,4	Brasil
1	Perdona nuestros pecados	Chile	Mega	26,3	40,0	Chile
1	La reina del Flow	Colombia	Caracol	16,7	48,0	Colombia
1	Mi marido tiene familia	México	Univision	8,7	15,1	EE.UU.
1	Cuéntame cómo pasó	España	La1	6,1	17,5	España
1	La Rosa de Guadalupe	México	Canal 2	17,1	27,1	México
1	Mi esperanza	Perú	ATV	23,6	36,8	Perú
1	A Herdeira	Portugal	TVI	13,1	27,9	Portugal
1	Querer sin límites	Brasil	Teledoce	14,6	21,3	Uruguay

La novedad del estudio de 2018 es la incorporación del consumo de ficción a través de plataformas VOD. En cuanto al volumen de plataformas, los países más destacados son: Estados Unidos con 219 plataformas en total, Brasil con 78 y México con 24. Respecto al tipo de plataforma en la muestra, 64 están vinculadas a las televisiones en abierto, 218 se relacionan con las televisiones de pago, 58 están vinculadas a empresas de telecomunicación y, por último, 104 son plataformas que ofrecen servicios especializados (cuadro 2.13).

Cuadro 2.13

País	Tipo de Plataforma VOD				Total servicio VoD
	VoD vinculadas a TV abierto	VoD vinculadas a TV pago	VoD vinculadas a empresas de telecomunicación	VoD independientes	
Argentina	1	5	5	7	18
Brasil	7	39	6	26	78
Chile	9	2	4	5	20
Colombia	3	2	2	1	8
España	6	2	3	5	16
EE.UU.	26	142	16	35	219
México	1	8	3	12	24
Perú	6	6	4	4	20
Portugal	2	4	11	5	22
Uruguay	3	8	4	4	19
Total	64	218	58	104	444

El volumen de la muestra de ficción disponible en las plataformas VoD analizadas suma un total de 412 títulos y 5.937 capítulos de series. Del total de títulos de ficción en abierto el 35,4% son series nacionales y del 64,6% son series iberoamericanas y del total de capítulos disponibles un 25,2% son nacionales y el 74,8% proceden de obras iberoamericanas (cuadro 2.14).

Cuadro 2.14

Ficción estrenada en televisión en abierto en 2018

Origen	Títulos	%	Capítulos	%
Nacional	203	58,7	12.216	56,2
Iberoamericano	143	41,3	9.514	43,8
Total	346		21.730	

Ficción de estreno disponible en plataformas VoD en 2018

Origen	Títulos	%	Capítulos	%
Nacional	146	35,4	1.495	25,2
Iberoamericano	266	64,6	4.442	74,8
Total	412		5.937	

Respecto a la distribución por el origen de los títulos disponibles en VoD, el 26,5% proceden de España, el 22,1% de México y el 21,1% de Estados Unidos (cuadro 2.15).

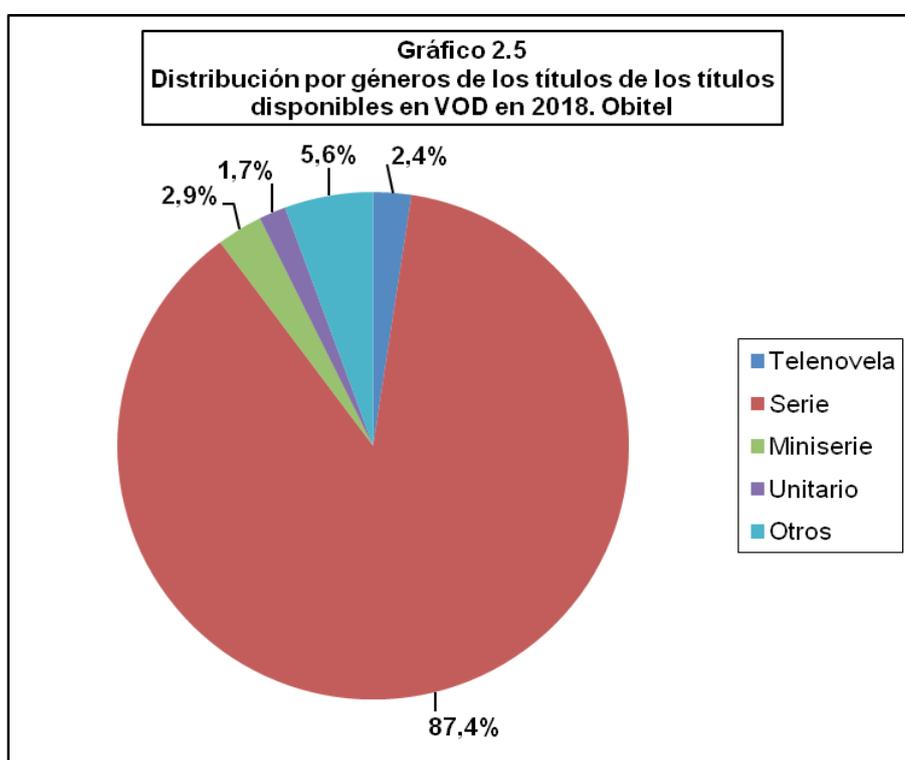
Cuadro 2.15

Distribución de los títulos de estreno por país de acceso al servicio VoD y por su origen. Año 2018

País	Títulos	Origen	%
Argentina	21	39	9,5
Brasil	43	50	12,1
Chile	45	2	0,5
Colombia	23	23	5,6

España	24	109	26,5
EE.UU.	85	87	21,1
México	24	91	22,1
Perú	30	5	1,2
Portugal	22	3	0,7
Uruguay	95	3	0,7
Total	412	412	100,0

La distribución por géneros de los títulos de ficción disponibles en plataformas VoD en 2018 pone de manifiesto que el 87,4% son series, el 2,9% son miniseries, el 2,4% son telenovelas y el 1,7% son programas unitarios (gráfico 2.5).



El ranking de títulos con mayor disponibilidad en VoD en 2018, la mayoría estuvieron accesibles en la plataforma Netflix (23 títulos) y solo uno de ellos estuvo accesible en Movistar.

Las series disponibles en todos los países de la muestra son: la producción española *Élite* y las mexicanas *Ingovernable* y *La casa de las flores* (cuadro 2.16).

Cuadro 2.16

Títulos de ficción con más disponibilidad en VoD en países iberoamericanos. Año 2018

Nº	Título	Plataforma	Origen	Países disponibles
1	Élite	Netflix	España	AR, BR, CL, CO, ES, ME, PO, PE, UG, US
2	Ingovernable	Netflix	México	AR, BR, CL, CO, ES, ME, PO, PE, UG, US
3	La casa de las flores	Netflix	México	AR, BR, CL, CO, ES, ME, PO, PE, UG, US
4	Las chicas del Cable	Netflix	España	AR, BR, CL, CO, ES, ME, PO, PE, UG
5	Diablero	Netflix	México	AR, BR, CL, CO, ME, PE, UG, US
6	Edha	Netflix	Argentina	AR, BR, CL, CO, ME, PE, UG, US
7	El Chapo	Netflix	México, EE.UU.	AR, BR, CL, ES, ME, PE, PO, UG
8	Narcos: México	Netflix	México, EE.UU.	AR, BR, CL, CO, ES, PE, PO, US
9	La balada de Hugo Sánchez	Netflix	México	AR, BR, CL, ME, PE, UG, US
10	Luis Miguel: la serie	Netflix	México, EE.UU.	AR, BR, CL, CO, ES, PE, UG
11	Paquita Salas	Netflix	España	AR, BR, CL, ES, ME, PE, US
12	Samantha	Netflix	Brasil	AR, BR, CL, CO, PE, UG, US
13	3%	Netflix	Brasil	AR, BR, CL, PE, UG, US
14	Distrito salvaje	Netflix	Colombia	BR, CL, CO, PE, UG, US
15	Encerrados	Netflix	Argentina	AR, CL, CO, PE, UG, US
16	La casa de papel	Netflix	España	AR, BR, CL, ME, UG, US
17	El mecanismo	Netflix	Brasil	AR, CL, CO, PE, UG
18	Fariña	Netflix	España	AR, ME, PE, PO, UG
19	Arde Madrid	Movistar	España	CL, CO, ES, UG
20	Borges	Netflix	Brasil	BR, CL, PE, UG
21	Club de Cuervos	Netflix	México	AR, BR, ME, UG
22	El marginal	Netflix	Argentina	BR, CL, UG, US
23	La reina del Flow	Netflix	Colombia	BR, PO, UG, US
24	Tiempos de guerra	Netflix	España	AR, BR, ME, US

Una vez configurados los datos generales más representativos de los anuarios OBITEL, se exponen a continuación algunas consideraciones que tuvieron lugar en 2018:

- La audiencia de la ficción en los canales en abierto siguen mostrando una tendencia descendente iniciada en 2017. Los países con los descensos más significativos son Argentina, Brasil, Chile, Perú, Portugal y Uruguay.
- Los programas con más presencia en las televisiones en abierto de los países analizados en 2018 son la ficción, la información y los programas de entretenimiento.
- El consumo de ficción en las televisiones de pago y en las nuevas plataformas de VoD complementa la audiencia de las televisiones en abierto. El volumen de la audiencia por uno u otro medio depende de la capacidad tecnológica de cada país y de los derechos de explotación de obras audiovisuales vigentes en cada territorio y por cada operador.
- La televisión sigue siendo el medio preferido para la inversión publicitaria a pesar del descenso de la audiencia de la televisión en abierto. Aunque los porcentajes de inversión varían de un año a otro. Brasil, Colombia, México y Portugal registraron una mayor inversión en 2018, respecto a 2017. Y por su parte, En España, Perú y Uruguay se redujo la participación publicitaria.

· El estudio del consumo de la ficción de estreno a través de plataformas VoD supone una novedad en el anuario 2018. Los detalles más importantes de este estudio son: La ficción iberoamericana tiene más peso en la oferta disponible de las plataformas que la ficción nacional; las series españolas representan la oferta más abundante respecto al total de las obras disponibles; el formato de series es el más común y Netflix y Movistar son las plataformas con más títulos en servicio de la región.

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



ARGENTINA

Los canales incluidos en la muestra de Argentina en 2018 son América 2, El Nueve, Telefé, El Trece, Net TV y el canal de la Televisión Pública (ver cuadro 2.1). Según datos de Ibope, los canales con más audiencia son Telefé (7,7%) y El Trece (6,7%).

En 2018, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el de informativos (29%). La ficción aportó un 14,2% del tiempo de emisión en dicho año y en el quinquenio 2014-2018 el promedio es del 15,9% (cuadro 2.17).

Cuadro 2.17

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión argentinos

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Ficción	20,0	11,0	18,4	16,0	14,2	15,9
Información	34,0	17,7	16,4	20,0	29,0	23,4
Entretenimiento	8,0	28,7	24,5	15,0	13,3	17,9
Deportes	6,0	3,8	5,2	3,0	3,3	4,3
Otros	32,0	38,8	35,5	46,0	40,2	38,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

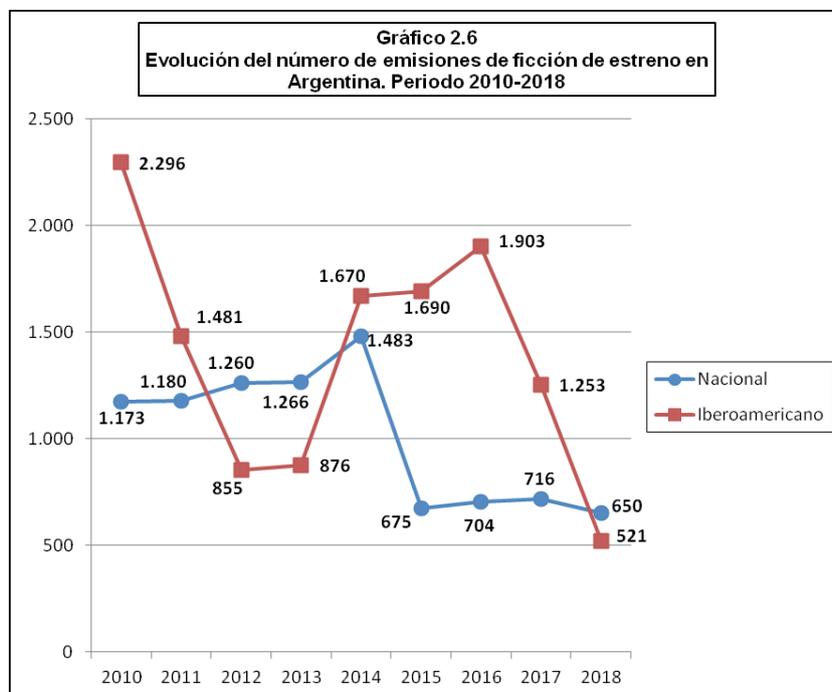
Las televisiones argentinas en 2018 suman 30 títulos de ficción de estreno, 1.171 emisiones y 965 horas de programación (cuadro 2.18). El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representa el 66,7%. Los países que, aparte de Argentina (20 títulos), aportan un mayor número de títulos son: México (5 títulos) y Brasil (3 títulos).

Cuadro 2.18

Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Argentina

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	20	650	526
Brasil	3	38	24
Chile	0	0	0
Colombia	1	54	46
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	1	45	61
México	5	384	308
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	30	1.171	965

La tendencia de la programación de la ficción nacional de estreno desde 2010 es ascendente hasta 2014, pero su volumen sufre un fuerte descenso en 2015 y luego en los tres siguientes años se mantiene constante. Por otro lado, la ficción iberoamericana tiene un máximo de emisiones en 2010 y tras un significativo descenso en 2012 y 2013, en 2014 experimenta un fuerte aumento, manteniéndose en 2015 y 2016 y descendiendo de nuevo en 2017 y 2018, hasta las 521 emisiones del último año (grafico 2.6).



La ficción nacional de estreno de los canales argentinos, en el periodo 2010-2018, representa el 42,1% sobre el total de emisiones y también el 42% en tiempo de programación (cuadro 2.19).

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Argentina fue México (29,7% del total de emisiones y 29,5% del total de tiempo). Por otra parte, Brasil, Colombia, Estados Unidos y España acumulan un volumen de ficción superior al 5% en dicho periodo.

Cuadro 2.19

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Argentina. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	212	55,4	9.107	42,1	7.688	42,0
Brasil	28	7,3	1.754	8,1	1.484	8,1
Chile	2	0,5	198	0,9	140	0,8
Colombia	26	6,8	1.407	6,5	1.223	6,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	17	4,4	1.138	5,3	1.036	5,7
EE.UU.	14	3,7	1.281	5,9	1.051	5,7
México	77	20,1	6.430	29,7	5.393	29,5
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,3	66	0,3	52	0,3
Otros	6	1,6	271	1,3	232	1,3
Total	383		21.652		18.299	

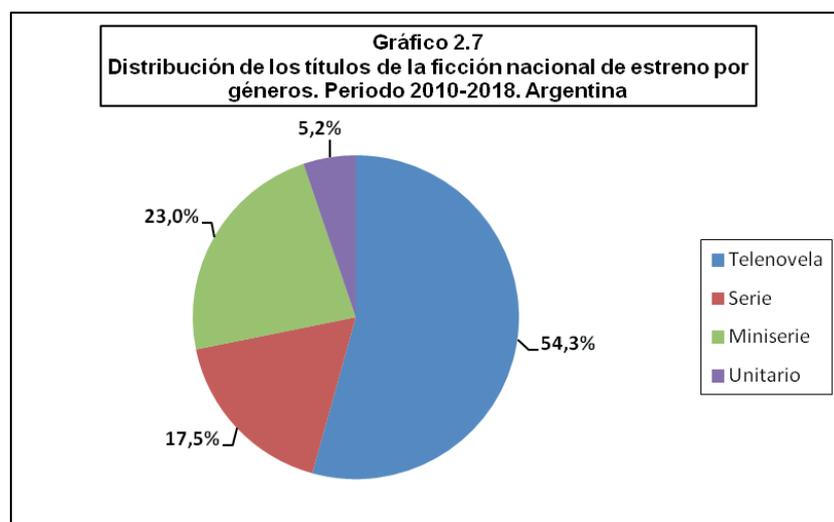
Las miniseries fue el género televisivo más común en los canales argentinos en 2018 con 12 títulos, y en cuanto a emisiones y tiempo de difusión, las telenovelas, con el 73,7% y 77% del total, respectivamente, dominaron ampliamente (cuadro 2.20).

El 50% de los títulos nacionales de estreno en 2018 corresponde a miniseries y el 25% a telenovelas. Respecto a los títulos iberoamericanos, el 60% son telenovelas.

Cuadro 2.20
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Argentina

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	5	421	389	6	442	354
Serie	3	87	55	2	61	74
Miniserie	10	108	66	2	22	11
Unitario	2	34	16	0	0	0
Total	20	650	526	10	525	439

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 54,3% telenovelas, 17,5% series, 23% miniseries y 5,2% unitario (gráfico 2.7).



Las producciones argentinas de estreno emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares en 2017. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la telenovela argentina *100 días para enamorarse* con un máximo del 15,1% de audiencia y el 24,3% de cuota de pantalla. A continuación, se sitúan las telenovelas argentinas *Sandro de América* con el 14,7% y *Simona* con el 10,5% (cuadro 2.21).

Cuadro 2.21
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. Argentina

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	100 días para enamorarse	Argentina	Telefé	15,1	24,3
2	Sandro de América	Argentina	Telefé	14,7	25,9
3	Simona	Argentina	El Trece	10,5	17,0
4	Justicia por mano propia	Brasil	Telefé	10,3	18,4
5	Las estrellas	Argentina	El Trece	10,2	19,2
6	El marginal 2	Argentina	Tv Pública	9,5	14,4
7	Mi hermano es un clon	Argentina	El Trece	8,8	14,0
8	Golpe al corazón	Argentina	Telefé	8,2	18,2
9	El lobista	Argentina	El Trece	7,6	14,2
10	Rizhoma Hotel	Argentina	Telefé	6,7	14,2

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Argentina en 2018 suman un total de 21 (cuadro 2.22). Son mayoritarios los procedentes de México (9 títulos) y España (6 títulos).

Cuadro 2.22
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Argentina

País	TV Abierto	VoD
Argentina	20	2
Brasil	3	3
Chile	0	0
Colombia	1	1
Ecuador	0	0
España	0	6
EE.UU.	1	0
México	5	9
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	30	21

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2018 es del 100% para series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana (cuadro 2.23).

Cuadro 2.23
Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. Argentina

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	2	23	19	239
Miniserie	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0
Total	2	23	19	239



BRASIL

Los canales incluidos en el estudio de Brasil son Globo, Record TV, SBT, Band, Rede TV y los canales públicos TV Brasil y TV Cultura (ver cuadro 2.1). Los canales con más audiencia son Globo (13,3%), SBT (5,5%) y Record (5,2%)

En 2018, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra son los informativos (29,7%). La ficción aportó un 13,6% del tiempo de emisión y en el quinquenio 2014-2018 un promedio del 13,5% (cuadro 2.24).

Cuadro 2.24
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión brasileños

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Informativo	25,1	25,9	26,2	29,7	29,7	27,3
Ficción	12,5	13,4	14,0	13,9	13,6	13,5
Entretenimiento	22,3	21,4	19,8	23,3	21,8	21,7
Religioso	7,6	11,0	9,1	10,3	10,0	9,6
Deportes	4,6	4,2	5,5	4,2	4,4	4,6
Educativo	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Político	1,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3
Otros	26,4	23,8	25,1	18,3	20,0	22,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

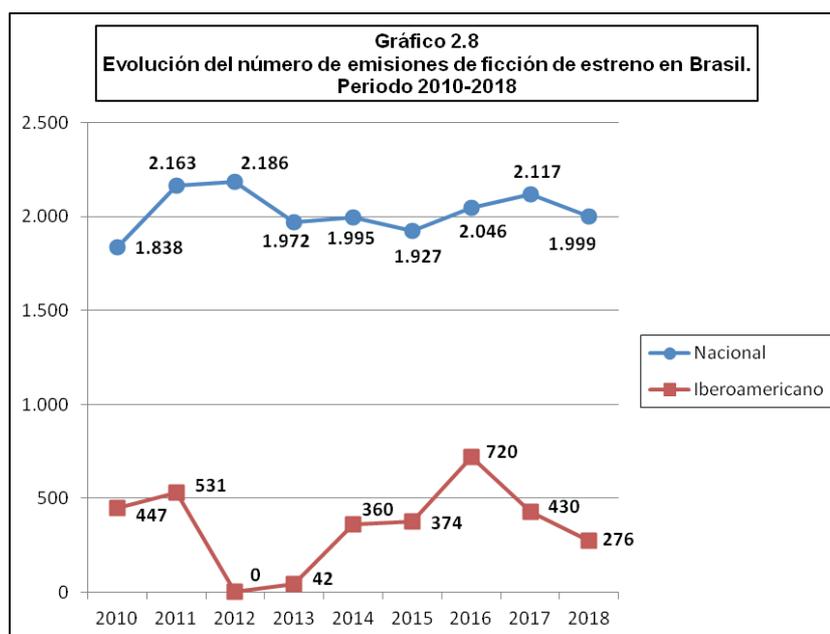
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 91,8%, en 2018. Los únicos países que aportan producciones televisivas en dicho periodo, aparte de Brasil, son México (2 títulos) y Colombia (2 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en 2018 alcanzaron el 87,9% del total de emisiones y 83,6% del tiempo total de programación (cuadro 2.25).

Cuadro 2.25
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Brasil

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	45	1.999	1.299
Chile	0	0	0
Colombia	2	160	118
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	2	116	116
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0

Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	49	2.275	1.533

La evolución del número de emisiones en el periodo 2010-2018 muestra la diferencia cuantitativa entre la ficción nacional y la iberoamericana. La ficción nacional se situó en un rango comprendido entre 1.838 emisiones (2010) y 2.186 emisiones (2012). Por su parte, las emisiones iberoamericanas obtienen su máximo en 2016 (720 emisiones) y su mínimo en 2012, año en el que no se registró ningún estreno foráneo (gráfico 2.8).



El volumen acumulado por la ficción brasileña en el periodo 2010-2018 alcanza el 85,2% del total de emisiones y 84,4% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aporta a los canales analizados en Brasil es México (cuadro 2.26).

Cuadro 2.26

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2010-2018. Brasil

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	7	1,7	550	2,6	319	2,2
Brasil	369	88,9	18.243	85,2	12.467	84,4
Chile	2	0,5	204	1,0	81	0,5
Colombia	3	0,7	201	0,9	132	0,9
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	2	0,5	25	0,1	15	0,1
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	26	6,3	1.998	9,3	1.635	11,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Portugal	3	0,7	32	0,1	26	0,2
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	0,7	170	0,8	97	0,7
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	415		21.423		14.772	

La telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en 2018 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 79,1% y el 85,4%, respectivamente. En cuanto a títulos, los más numerosos también son las telenovelas, con 19, seguidos de las series con 18 obras (cuadro 2.27).

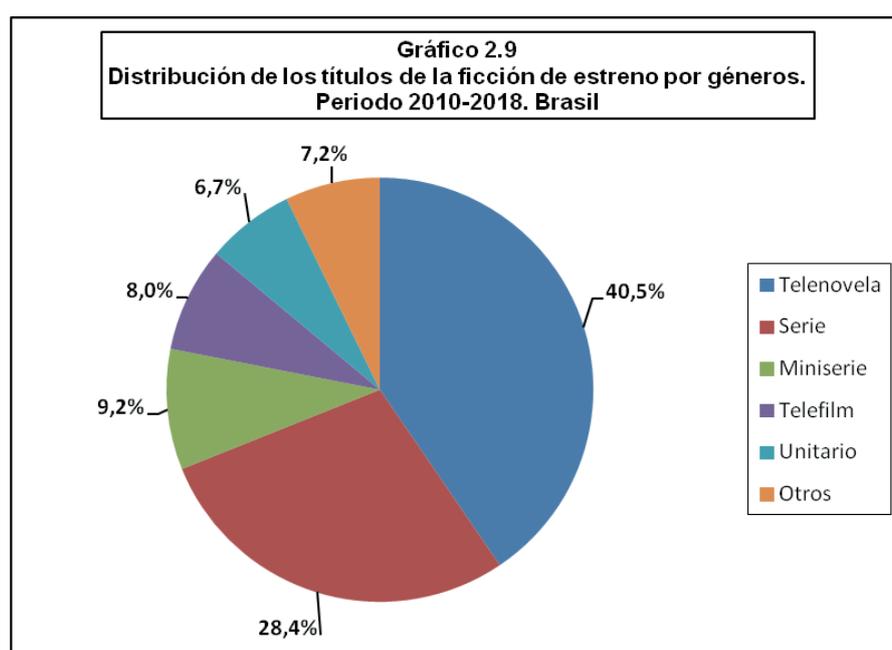
El 40% de los títulos nacionales de estreno en 2018 corresponde a series y el 33,3% a telenovelas. En títulos iberoamericanos, la totalidad son telenovelas.

Cuadro 2.27

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Brasil

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	15	1.523	1.075	4	276	234
Serie	18	177	85	0	0	0
Miniserie	5	34	20	0	0	0
Telefilme	1	1	1	0	0	0
Unitario	1	1	1	0	0	0
Otros	5	263	117	0	0	0
Total	45	1.999	1.299	4	276	234

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se reparten entre los siguientes géneros: 40,5% telenovelas, 28,4% series, 9,2% miniseries y 8% telefilm (gráfico 2.9).



Las producciones brasileñas de estreno emitidas en Globo fueron las más populares en 2018. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *O outro lado do paraíso* y *Segundo sol*, con unos porcentajes de audiencia del 39,9% y el 33%, respectivamente (cuadro 2.28).

Cuadro 2.28
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. Brasil

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	O outro lado do paraíso	Brasil	Globo	39,9	58,4
2	Segundo sol	Brasil	Globo	33,0	49,3
3	Pega Pega	Brasil	Globo	30,7	50,7
4	Entre irmas	Brasil	Globo	30,5	49,4
5	Treze dias longe do sol	Brasil	Globo	27,2	43,9
6	O sétimo guardiao	Brasil	Globo	26,3	42,1
7	Deus salve o Rei	Brasil	Globo	25,8	40,3
8	Assedio	Brasil	Globo	25,1	42,4
9	O tempo nao para	Brasil	Globo	24,3	39,3
10	Tempo de amar	Brasil	Globo	23,2	40,9

Los títulos de estreno disponibles en las plataformas VoD en Brasil en 2018 suman un total de 43 (cuadro 2.29). Mayoritariamente, corresponden a títulos nacionales (20), y en cuanto al resto de países iberoamericanos predominan las series mexicanas (9 títulos) y españolas (8 títulos).

Cuadro 2.29
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Brasil

País	TV Abierto	VoD
Argentina	0	2
Brasil	45	20
Chile	0	0
Colombia	2	3
Ecuador	0	0
España	0	8
EE.UU.	0	1
México	2	9
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	49	43

La distribución por géneros de las obras disponibles en VoD en 2018 es mayoritaria a favor del formato de series. El 75% de los títulos nacionales, el 67,7% de los capítulos de ficción nacional y el 62,5% de los capítulos de la ficción iberoamericana pertenece a este género (cuadro 2.30).

*Cuadro 2.30**Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2018. Brasil*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	1	53	3	169
Serie	15	157	19	284
Miniserie	1	10	0	0
Unitario	1	1	1	1
Otros	2	11	0	0
Total	20	232	23	454



CHILE

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Chile son los privados UCV TV, Canal 13, Telecanal, La Red, Chilevisión, Mega, y el público TVN (ver cuadro 2.1). El canal con más audiencia es Megavisión con un 8,4%.

En 2018, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales chilenos de la muestra fue el de ficción (37,9%). Además, la ficción aportó un promedio del 37,5% del tiempo total de emisión en el periodo 2014-2018 (cuadro 2.31).

Cuadro 2.31
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión chilenos

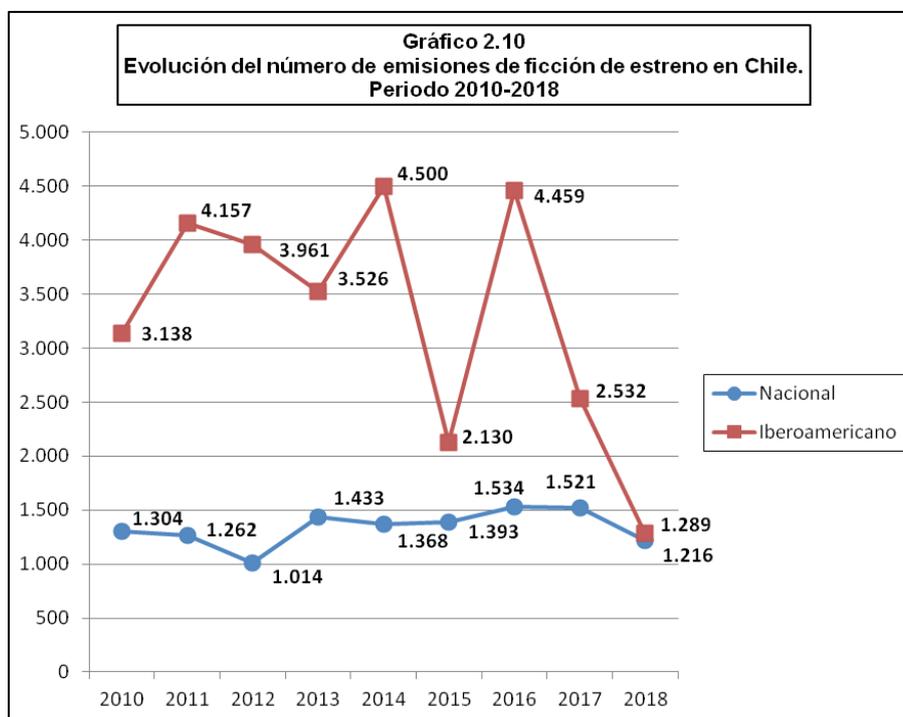
Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Ficción	37,8	36,0	34,3	41,3	37,9	37,5
Informativo	22,7	24,2	24,5	39,4	30,1	28,2
Entretenimiento	18,9	16,7	15,3	7,0	8,3	13,2
Deportes	1,6	1,7	2,4	1,1	2,2	1,8
Servicio	12,0	11,0	11,9	4,4	8,9	9,6
Otros	7,0	10,5	11,6	6,8	12,6	9,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 45,9%, en 2018. Los países que aportaron más producciones televisivas en dicho año, aparte de Chile, fueron México (9 títulos) y Brasil (6 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en 2018 alcanzaron el 48,5% del total de emisiones y el 41,4% del tiempo total de programación (cuadro 2.32).

Cuadro 2.32
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Chile

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	2	26	19
Brasil	6	363	299
Chile	17	1.216	722
Colombia	2	93	66
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	1	2	2
México	9	805	635
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	37	2.505	1.743

La evolución del número de emisiones en la muestra en el periodo 2010-2018 muestra una tendencia irregular en el mercado iberoamericano, con un máximo de 4.500 en 2014 y un mínimo de 1.289 en 2018 (gráfico 2.10). Las emisiones nacionales se mueven en un rango más estable situado entre 1.014 (2012) y 1.534 (2016).



Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 28,9% del total de emisiones y el 24,3% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Chile fue México, con el 43,4% de las emisiones y el 44,8% del tiempo de programación, seguido de Brasil, Estados Unidos (habla hispana) y Colombia (cuadro 2.33).

Cuadro 2.33

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Chile. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	10	1,8	410	1,0	321	1,1
Brasil	63	11,4	3.713	8,9	3.258	11,0
Chile	210	38,0	12.045	28,9	7.192	24,3
Colombia	37	6,7	2.794	6,7	1.972	6,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	22	4,0	1.272	3,0	1.168	3,9
EE.UU.	39	7,1	2.940	7,0	2.065	7,0
México	162	29,3	18.121	43,4	13.249	44,8
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	3	0,5	191	0,5	170	0,6
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,2	79	0,2	49	0,2
Otros	6	1,1	172	0,4	141	0,5
Total	553		41.737		29.585	

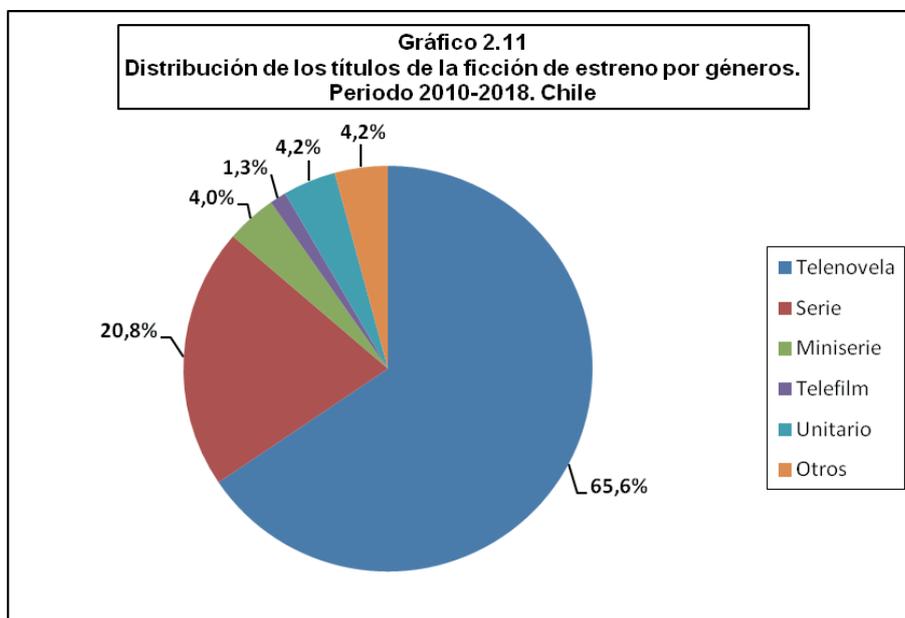
La telenovela fue el género más habitual en los canales chilenos durante 2018, sumando 25 títulos de un total de 37 estrenados. El 74,4% del total de emisiones y el 73,7% del tiempo de programación pertenecieron a este género (cuadro 2.34).

El 64,7% de los títulos nacionales de estreno en 2018 corresponde a telenovelas y el 17,6% a series. Respecto a los títulos iberoamericanos, el 70% son telenovelas (cuadro 2.34).

Cuadro 2.34
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Chile

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	11	1.079	615	14	785	671
Serie	3	18	14	3	39	29
Miniserie	2	9	8	1	2	2
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	110	85	2	463	319
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	17	1.216	722	20	1.289	1.021

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen por géneros de la siguiente forma: 65,6% telenovelas, 20,8% series, 4% miniseries y 1,3% telefilm (gráfico 2.11).



Las emisiones de ficción más populares en 2018 se programaron en Mega (diez títulos). El ranking de audiencia estuvo dominado por las series *Perdona nuestros pecados* y *Casa de muñecos*, con unos registros del 26,3% y el 21,7% de audiencia, respectivamente (cuadro 2.35).

Cuadro 2.35

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2018. Chile

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Perdona nuestros pecados	Chile	Mega	26,3	40,0
2	Casa de muñecos	Chile	Mega	21,7	32,3
3	Isla Paraíso	Chile	Mega	21,6	37,0
4	Verdades ocultas	Chile	Mega	20,2	42,3
5	Si yo fuera rico	Chile	Mega	15,8	26,1
6	Tranquilo papá	Chile	Mega	15,7	30,8
7	Martín, el hombre y la leyenda	Chile	Mega	15,5	27,7
8	La cacería	Chile	Mega	15,2	25,3
9	Querer sin límites	Brasil	Mega	10,0	22,0
10	Totalmente diva	Brasil	Mega	9,9	21,3

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Chile, en 2018, suman un total de 45, por los 37 títulos de estreno contabilizados en la televisión en abierto. Mayoritariamente son títulos españoles (15) y mexicanos (14). En cuanto a la producción chilena solo hay anotar un título (cuadro 2.36).

Cuadro 2.36

Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Chile

País	TV Abierto	VoD
Argentina	2	4
Brasil	6	6
Chile	17	1
Colombia	2	3
Ecuador	0	0
España	0	15
EE.UU.	1	2
México	9	14
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	37	45

El género preponderante en las plataformas VoD es del de la serie con 42 títulos del total disponible. Las tres obras restantes son dos miniseries y un programa unitario (cuadro 2.37).

*Cuadro 2.37**Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. Chile*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	0	0	42	618
Miniserie	1	3	1	6
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	1	1
Total	1	3	44	625



COLOMBIA

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Colombia son los privados RCN, Caracol, Canal Uno y los públicos Señal Colombia y Canal Institucional (ver cuadro 2.1). Las cadenas con más rating de audiencia son Caracol (16,7%) y RCN (7,4%).

En 2018, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales colombianos de la muestra fue los deportes (22,2%), el entretenimiento (22,1%), y la ficción (21,4%). La Ficción aportó un 19,4% de promedio en el trienio 2014-2018 (cuadro 2.38).

Cuadro 2.38

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales televisión colombianos

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Ficción	14,2	14,3	26,7	20,5	21,4	19,4
Información	10,4	10,5	27,7	17,4	18,8	17,0
Entretenimiento	30,9	30,7	27,8	26,8	22,1	27,7
Deportes	9,1	9,1	6,0	18,4	22,2	13,0
Servicio	11,1	11,3	5,2	4,8	0,0	6,5
Otros	24,3	24,1	6,6	12,1	15,5	16,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

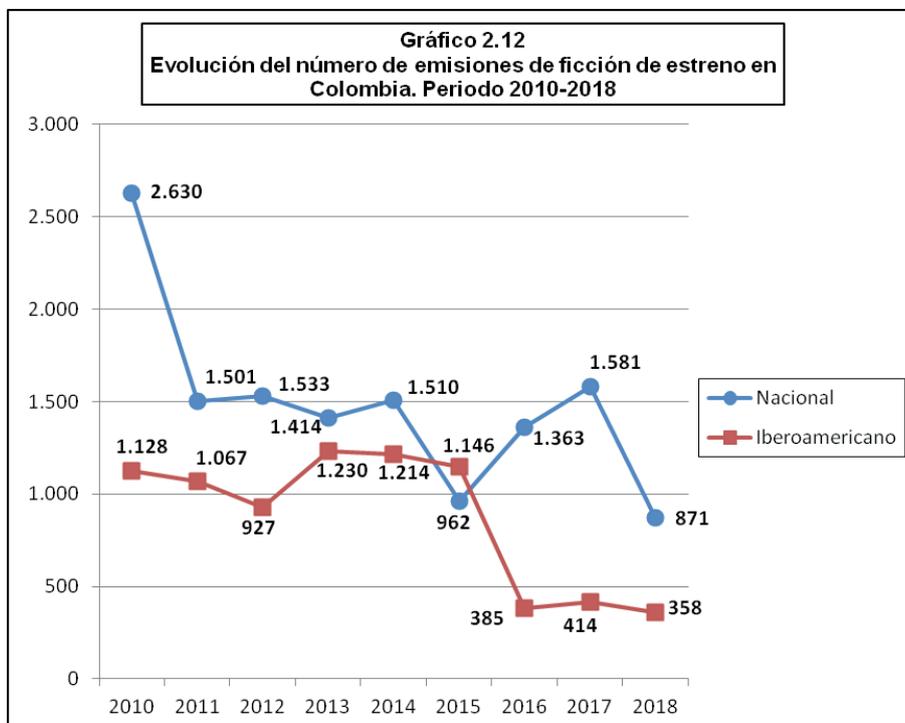
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 77,8% en 2018. Otros países que aportaron una producción de ficción en dicho periodo son Argentina, Brasil, Estados Unidos y México (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en 2018 alcanzaron el 70,8% del total de emisiones y el 59,6% del tiempo total de programación (cuadro 2.39).

Cuadro 2.39

Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Colombia

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	134	201
Brasil	1	40	13
Chile	0	0	0
Colombia	14	871	520
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	1	112	84
México	1	72	54
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	18	1.229	872

La evolución del número de emisiones de la ficción de estreno en el periodo 2010-2018, para la producción nacional se situó en un rango comprendido entre 871 emisiones (2018) y 2.630 (2010). La ficción iberoamericana se movió en unos márgenes menos amplios entre 358 (2018) y 1.230 emisiones (2013) (gráfico 2.12).



Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en el periodo 2010-2018 representan el 62,9% del total de emisiones y el 61,1% del tiempo de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales colombianos analizados fue México (cuadro 2.40).

Cuadro 2.40

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Colombia. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,8	139	0,7	201	1,2
Brasil	5	1,9	394	1,9	234	1,4
Chile	4	1,5	448	2,1	300	1,8
Colombia	173	65,5	13.365	62,9	10.107	61,1
Ecuador	1	0,4	58	0,3	44	0,3
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	17	6,4	1.207	5,7	900	5,4
México	49	18,6	4.361	20,5	3.586	21,7
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	4	1,5	153	0,7	100	0,6
Otros	9	3,4	1.109	5,2	1.063	6,4
Total	264		21.234		16.535	

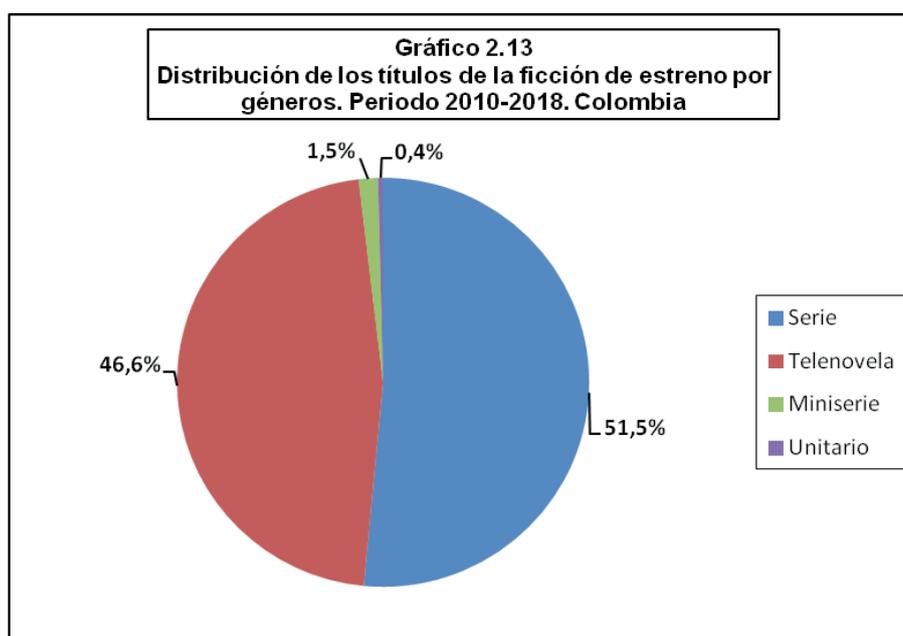
La serie fue el género más habitual en los canales colombianos durante 2018, con 13 títulos y un 95,5% de emisiones y 91% del tiempo de programación (cuadro 2.41).

El 92,9% de los títulos nacionales de estreno en 2018 corresponde a series y el 7,1% a telenovelas. En títulos iberoamericanos, el 75% son series (cuadro 2.41).

Cuadro 2.41
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Colombia

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	1	15	65	1	40	13
Serie	13	856	455	3	318	339
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	14	871	520	4	358	352

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 51,5% series, 46,6% telenovelas, 1,5% miniseries y 0,4% unitario (gráfico 2.13).



Las series colombianas emitidas en Caracol (8 emisiones) y RCN (2 emisiones) son las más populares en Colombia. El *ranking* de audiencia de 2018 estuvo dominado por la serie *La reina del Flow* con un máximo de audiencia del 16,7%, seguido de *La mamá del 10* con un 14,6% (cuadro 2.42).

Cuadro 2.42
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. Colombia

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La reina del Flow	Colombia	Caracol	16,7	48,0
2	La mamá del 10	Colombia	Caracol	14,6	43,0
3	Sin tetas no hay paraíso	Colombia	Caracol	13,9	46,8
4	Tarde lo conocí	Colombia	Caracol	13,5	39,6
5	Loquito por ti	Colombia	Caracol	13,2	42,5
6	La Piloto	Colombia, México	Caracol	10,7	38,8
7	La Cacica	Colombia	Caracol	8,1	29,2
8	El señor de los Cielos	EE.UU., México	Caracol	6,8	32,3
9	La luz de mis ojos	Colombia	RCN	5,5	16,8
10	Garzón	Colombia	RCN	5,5	16,3

Los títulos de ficción de estreno en plataformas VoD en Colombia en 2018 suman un total de 23. Los títulos colombianos ascienden a seis, seguidos por los mexicanos y españoles, con cinco cada país (cuadro 2.43).

Cuadro 2.43
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Colombia

País	TV Abierto	VoD
Argentina	1	2
Brasil	1	3
Chile	0	0
Colombia	14	6
Ecuador	0	0
España	0	5
EE.UU.	1	2
México	1	5
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	18	23

El único género disponible en el VoD chileno en 2018 es la serie de ficción (cuadro 2.44).

*Cuadro 2.44**Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. Colombia*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	6	100	17	171
Miniserie	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
Total	6	100	17	171



ESPAÑA

Los canales de televisión de ámbito nacional incluidos en el estudio de España son Antena 3, Telecinco, Cuatro, Disney Channel, Divinity, Neox, Nova y el público de Televisión Española, La 1 (ver cuadro 2.1). Los que tienen más audiencia son Telecinco (14,1%), Antena 3 (12,3%) y La 1 (10,5%).

En 2018, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales españoles incluidos en el estudio fue el de ficción (41,5%), seguido de los programas de entretenimiento (16,1%). En el periodo 2014-2018, el promedio de tiempo dedicado a la ficción registra un 37,8% (cuadro 2.45).

Cuadro 2.45

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión españoles

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Cultural	14,7	15,5	18,2	18,6	13,3	16,1
Informativos	18,2	18,5	8,9	8,9	9,1	12,7
Entretenimiento	16,1	16,7	10,9	10,6	16,1	14,1
Concurso	2,5	2,6	1,6	1,7	2,0	2,1
Deporte	7,5	6,9	12,1	13,7	14,0	10,8
Musical	6,9	7,2	5,7	4,0	2,9	5,3
Ficción	33,1	31,7	41,4	41,3	41,5	37,8
Otros	1,0	0,9	1,2	1,2	1,1	1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

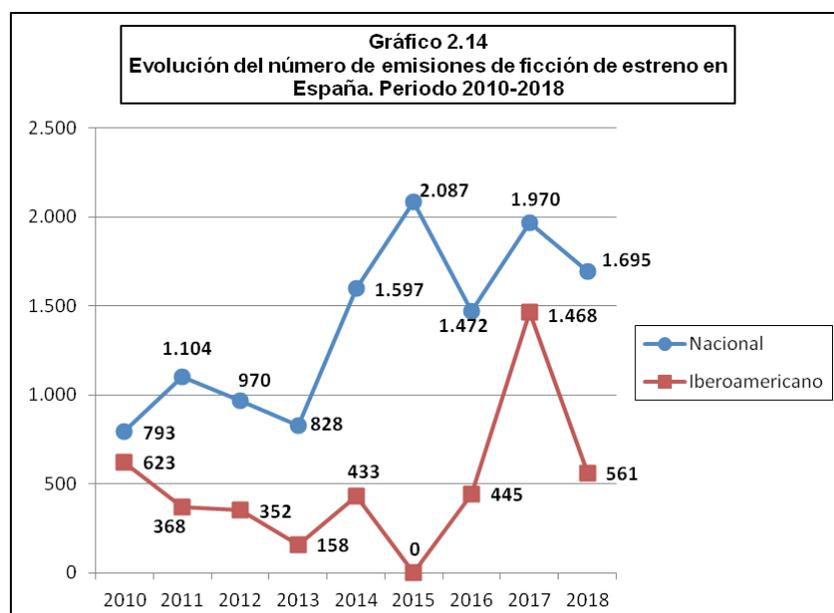
En 2018, de los 35 títulos estrenados en los canales de ámbito nacional en España, 26 son de producción autóctona. El 75,1% de las emisiones y el 93% del tiempo de programación pertenecen a series españolas (cuadro 2.46). Aparte de España, el país que más obras aportó a la parrilla fue México (7 títulos).

Cuadro 2.46

Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. España

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	50	14
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	1	111	11
Ecuador	0	0	0
España	26	1.695	1.455
EE.UU.	0	0	0
México	7	400	84
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	35	2.256	1.564

La evolución del volumen de emisiones en los canales españoles en el periodo 2010-2018, para la ficción nacional, muestra un máximo de 2.087 (2015) y un mínimo de 793 emisiones (2010). La presencia de la ficción iberoamericana en dicho periodo, en los canales de la muestra, es bastante inferior a la autóctona, con un máximo de 1.468 emisiones (2017) y cero en 2015 (gráfico 2.14).



Los porcentajes acumulados por la ficción española de estreno en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 74% del total de emisiones y el 76,6% del tiempo de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales españoles analizados fueron México, Estados Unidos y Argentina (cuadro 2.47).

Cuadro 2.47

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. España. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	9	2,1	857	5,1	539	3,8
Brasil	2	0,5	95	0,6	95	0,7
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	2	0,5	224	1,3	96	0,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	361	85,3	12.516	74,0	10.908	76,6
EE.UU.	16	3,8	1.039	6,1	800	5,6
México	29	6,9	1.893	11,2	1.556	10,9
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	4	0,9	180	1,1	105	0,7
Otros	0	0,0	120	0,7	144	1,0
Total	423		16.924		14.243	

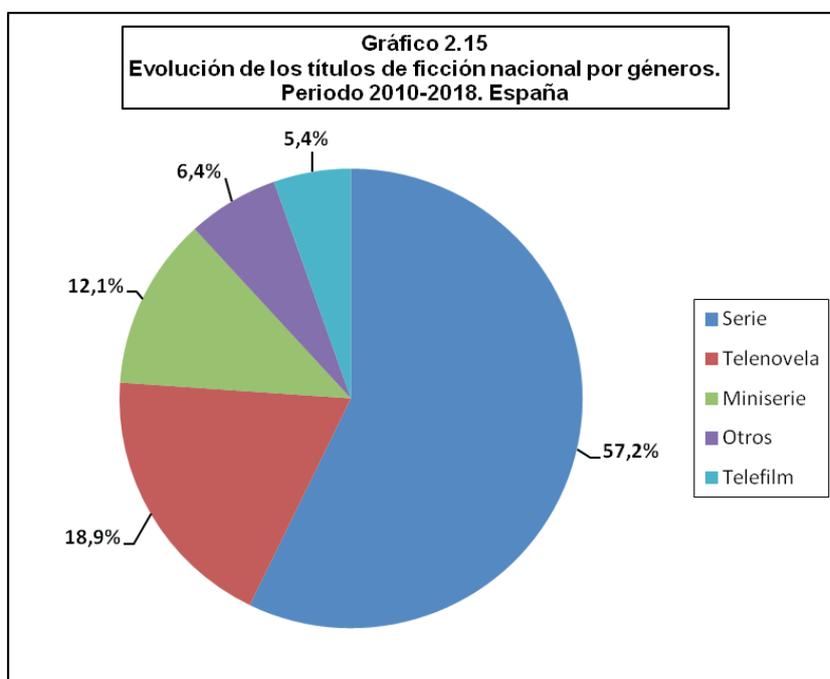
La serie fue el género más habitual en los canales españoles durante 2018 con el 75,1% de las emisiones (cuadro 2.48). De la ficción nacional, el 96,1% de los títulos corresponden a series y en el caso de la ficción iberoamericana en su totalidad son telenovelas (cuadro 2.48).

Cuadro 2.48

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. España

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	9	561	109
Serie	25	1.694	1.454	0	0	0
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	1	1	1	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	26	1.695	1.455	9	561	109

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuye entre los siguientes géneros: 57,2% series, 18,9% telenovelas, 12,1% miniseries y 5,4% *telefilm* (gráfico 2.15).



Las producciones de estreno programadas en Antena 3 (cinco títulos), Telecinco (tres títulos) y La 1 (2 títulos) fueron las más populares en 2018 en el ámbito nacional (cuadro 2.49). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie *Cuéntame cómo pasó* (La 1), con un máximo del 6,1%, seguida de *Vivir sin permiso* (Telecinco), con la misma audiencia (cuadro 2.49).

Cuadro 2.49

Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018.

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Cuéntame cómo pasó	España	La1	6,1	17,5
2	Vivir sin permiso	España	T5	6,1	19,0
3	La catedral del mar	España	A3	6,0	17,3
4	Cuerpo de élite	España	A3	6,0	16,4

5	Fariña	España	A3	5,8	16,2
6	El accidente	España	T5	5,7	15,6
7	Allí abajo	España	A3	5,0	14,4
8	Traición	España	La1	4,4	11,9
9	Presunto culpable	España	A3	4,3	13,2
10	La verdad	España	T5	4,1	12,8

Los títulos de estreno en plataformas VoD en España en 2018 suman un total de 24 (cuadro 2.50). Mayoritariamente pertenecen a títulos españoles (17), seguidos de los mexicanos (5).

Cuadro 2.50

Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. España

País	TV Abierto	VoD
Argentina	1	0
Brasil	0	0
Chile	0	1
Colombia	1	1
Ecuador	0	0
España	26	17
EE.UU.	0	0
México	7	5
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	35	24

En cuanto a los géneros en las plataformas VoD, 16 títulos de un total de 17 pertenecen a series y el 74,8% de los capítulos pertenecen a este género (cuadro 2.51).

Cuadro 2.51

Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. España

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	1	60
Serie	16	121	6	69
Miniserie	1	4	0	0
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
Total	17	125	7	129



ESTADOS UNIDOS

Los canales incluidos en el estudio de Estados Unidos (habla hispana) son Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás y Univision, todos privados (ver cuadro 2.1). Los canales con más audiencia son Univision (39,4%) y Telemundo (38,6%).

En 2018, los programas a los que más emisiones dedicaron las cadenas estadounidenses fueron los de ficción, con el 41,2% del total, seguido de los de entretenimiento con el 19,8%. El promedio de la ficción en el quinquenio 2014-2018 representa el 42,4% (cuadro 2.52).

Cuadro 2.52
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión estadounidenses (habla hispana)

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Informativos	12,3	11,7	11,9	14,6	16,8	13,5
Entretenimiento	16,7	16,0	16,2	19,1	19,8	17,6
Deporte	6,5	5,3	5,3	5,9	6,8	6,0
Educativo	0,7	2,4	0,1	0,1	0,0	0,7
Ficción	43,8	43,6	43,9	39,4	41,2	42,4
Talkshows	11,4	11,4	11,5	10,4	7,4	10,4
Concurso	1,4	1,2	1,4	2,4	0,5	1,4
Otros	7,2	8,4	9,7	8,1	7,5	8,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

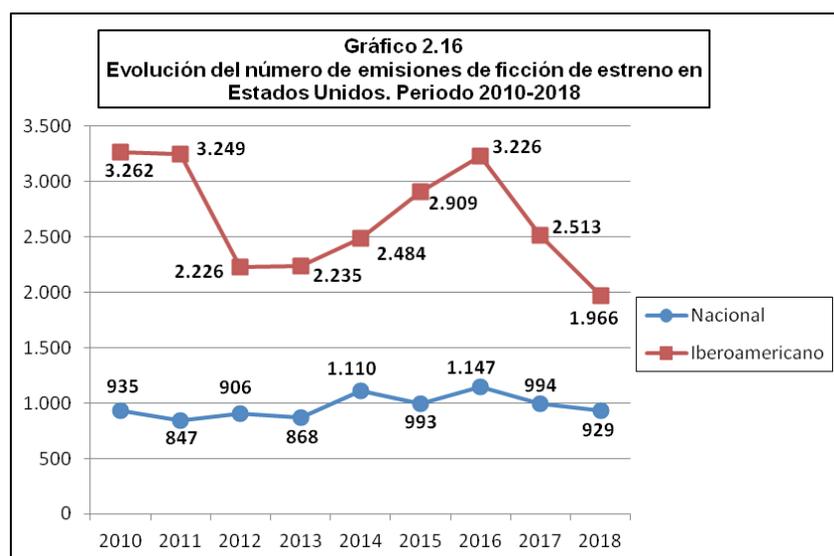
El número total de títulos nacionales representó el 38,5% (20 títulos) en 2018 (cuadro 2.53). Los países que aportaron más producciones de ficción en dicho año fueron México (24 títulos), Colombia (4) y Brasil (3). Las emisiones de la ficción americana suponen casi el 32,1% sobre el total de emisiones y el 32,2% sobre el tiempo de programación.

Cuadro 2.53
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. EE.UU.

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	3	317	320
Chile	0	0	0
Colombia	4	234	234
Ecuador	0	0	0
España	1	23	23
EE.UU.	20	929	933
México	24	1.392	1.391
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0

Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	52	2.895	2.901

La ficción nacional de estreno se mueve en un volumen de emisiones bastante constante, situándose entre un mínimo de 847 emisiones (2011) y un máximo de 1.147 emisiones (2016). La programación de obras iberoamericanas tiene un máximo de 3.249 emisiones (2011) y un mínimo de 1.966 (2018), según muestra el gráfico 2.16.



Los porcentajes acumulados por la ficción estadounidense en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 26,4% del total de emisiones y el 25,4% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de los canales de Estados Unidos fueron México, Colombia, Brasil y Venezuela (cuadro 2.54).

Cuadro 2.54

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. EE.UU. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	34	6,8	2.251	6,9	2.604	7,7
Chile	1	0,2	54	0,2	105	0,3
Colombia	57	11,3	3.656	11,1	3.651	10,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	6	1,2	133	0,4	142	0,4
EE.UU.	159	31,6	8.671	26,4	8.583	25,4
México	227	45,1	16.632	50,7	17.212	51,0
Perú	1	0,2	39	0,1	58	0,2
Portugal	1	0,2	195	0,6	180	0,5
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	15	3,0	1.138	3,5	1.135	3,4
Otros	2	0,4	30	0,1	55	0,2
Total	503		32.799		33.725	

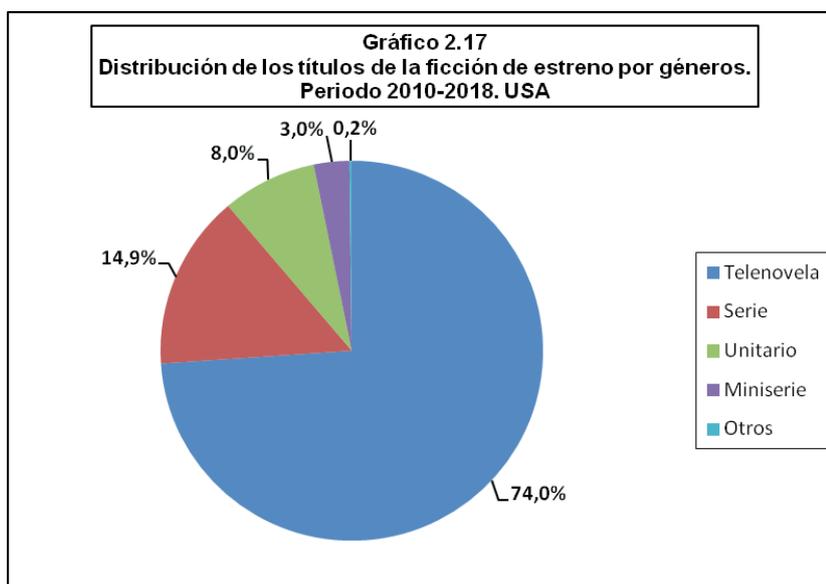
La telenovela fue el género más habitual en los canales norteamericanos durante 2018. El 79,6% del total de emisiones y el 79,4% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 2.55).

En cuanto a la ficción nacional, el 70% de los títulos corresponde a telenovelas y respecto a la iberoamericana, el 68,7% de los títulos pertenece también a este género (cuadro 2.55).

Cuadro 2.55
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. EE.UU.

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	858	860	22	1.446	1.445
Serie	5	64	66	7	133	133
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	7	7	3	387	390
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	20	929	933	32	1.966	1.968

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 74% telenovelas, 14,9% series, 8% unitario y 3% miniseries (gráfico 2.17).



Las producciones de estreno más populares en 2018 en EE.UU. fueron emitidas en Univisión (7) y Telemundo (3). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la producciones mexicanas *Mi marido tiene familia*, con un 8,7% de audiencia, y *Enamorándome de Ramón*, con un 8,3% (cuadro 2.56).

Cuadro 2.56
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. EE.UU.

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Mi marido tiene familia	México	Univision	8,7	15,1
2	Enamorándome de Ramón	México	Univision	8,3	15,8
3	El señor de los cielos	EE.UU.	Telemundo	7,7	16,9
4	El Rico y Lázaro	México	Univision	7,1	14,7
5	Papá a toda madre	México	Univision	6,8	13,2
6	La rosa de Guadalupe	México	Univision	6,6	14,4
7	Enemigo íntimo	EE.UU.	Telemundo	6,5	13,9
8	Caer en tentación	México	Univision	6,5	13,9
9	Sin senos si hay paraísos	EE.UU.	Telemundo	6,5	13,7
10	La Bella y las Bestias	EE.UU.	Univision	6,1	12,8

Los títulos de estreno en plataformas VoD de Estados Unidos en 2018 suman un total de 85 títulos (cuadro 2.57). Los títulos estadounidenses ascienden a 73, seguidos de los títulos españoles con ocho.

Cuadro 2.57
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. EE.UU.

País	TV Abierto	VoD
Argentina	0	2
Brasil	3	0
Chile	0	0
Colombia	4	2
Ecuador	0	0
España	1	8
EE.UU.	20	73
México	24	0
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	52	85

La distribución por géneros en VoD en 2018 pone de manifiesto que, el 94,5% de los capítulos de ficción nacional pertenecen al formato de series y el 60,3% de la ficción iberoamericana corresponde al género de la telenovela (cuadro 2.58).

Cuadro 2.58

Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. EE.UU.

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	2	175
Serie	65	637	10	115
Miniserie	0	0	0	0
Unitario	5	34	0	0
Otros	3	3	0	0
Total	73	674	12	290



MÉXICO

Los canales de televisión incluidos en el estudio de México son Televisa (canales 2, 5 y 9), TV Azteca (canales 1 y 7), Imagen Televisión y Multimedia y los canales públicos Once TV, Conaculta y Una voz con todos (ver cuadro 2.1).

En 2018, el tiempo dedicado por las cadenas mexicanas a los programas de ficción supuso el 16% del total, siendo el género del entretenimiento el más popular con un 40%. En el quinquenio 2014-2018 los programas de ficción alcanzaron un porcentaje promedio del 15,8% (cuadro 2.59).

Cuadro 2.59

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión mexicanos

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Informativos	21,0	21,0	15,9	17,0	18,0	18,6
Entretenimiento	44,0	43,0	37,1	36,0	40,0	40,0
Educativo	4,0	4,0	3,4	2,8	1,0	3,0
Deporte	3,0	3,0	18,7	18,0	19,0	12,3
Ficción	16,0	17,0	14,8	15,0	16,0	15,8
Otros	12,0	12,0	10,1	11,2	6,0	10,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

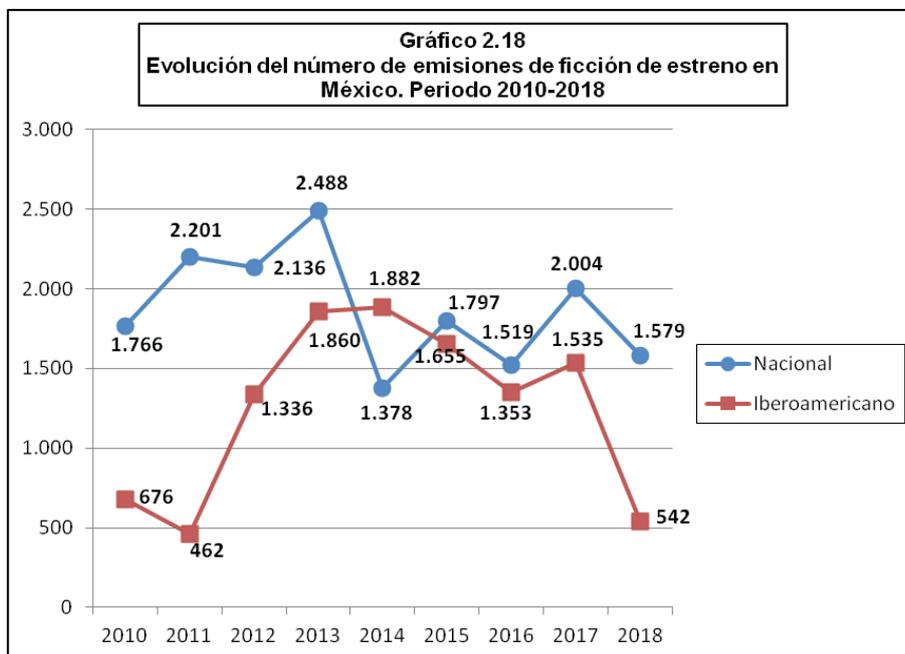
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 80% en 2018. Los países que aportaron producciones televisivas, aparte de México, en dicho periodo, fueron Estados Unidos (6 títulos) y España (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en 2018 alcanzaron el 74,4% del total de emisiones y el 83,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.60).

Cuadro 2.60

Ficción de estreno por países de origen. Año 2018. México

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	1	11	13
EE.UU.	6	531	348
México	28	1.579	1.807
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	35	2.121	2.168

La evolución del número de emisiones en los canales mexicanos en el periodo 2010-2018 figura en el gráfico 2.18. Las series nacionales se movieron en un rango situado entre las 2.488 emisiones (2013) y las 1.378 (2014). Por su parte, las iberoamericanas alcanzaron un máximo de 1.882 en 2014 y un mínimo de 462 en 2011.



Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 59,9% del total de emisiones y casi el 61,2% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos (habla hispana), Colombia, Brasil y Venezuela (cuadro 2.61).

Cuadro 2.61

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. México. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,6	88	0,3	81	0,4
Brasil	13	3,8	1.424	5,1	1.100	4,8
Chile	4	1,2	274	1,0	253	1,1
Colombia	25	7,3	2.050	7,3	1.787	7,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	10	2,9	702	2,5	556	2,4
EE.UU.	55	16,0	5.408	19,2	3.907	17,0
México	223	64,8	16.868	59,9	14.031	61,2
Perú	1	0,3	90	0,3	88	0,4
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	11	3,2	1.147	4,1	990	4,3
Otros	0	0,0	118	0,4	131	0,6
Total	344		28.169		22.924	

Las series fueron el género más habitual en los canales mexicanos durante 2018. El 59,8% del total de emisiones y el 54,6% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.62). Respecto a la ficción nacional, el 64,3% de los títulos corresponden a series, y en cuanto a la iberoamericana, la totalidad de los títulos pertenecen a telenovelas.

Cuadro 2.62
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. México

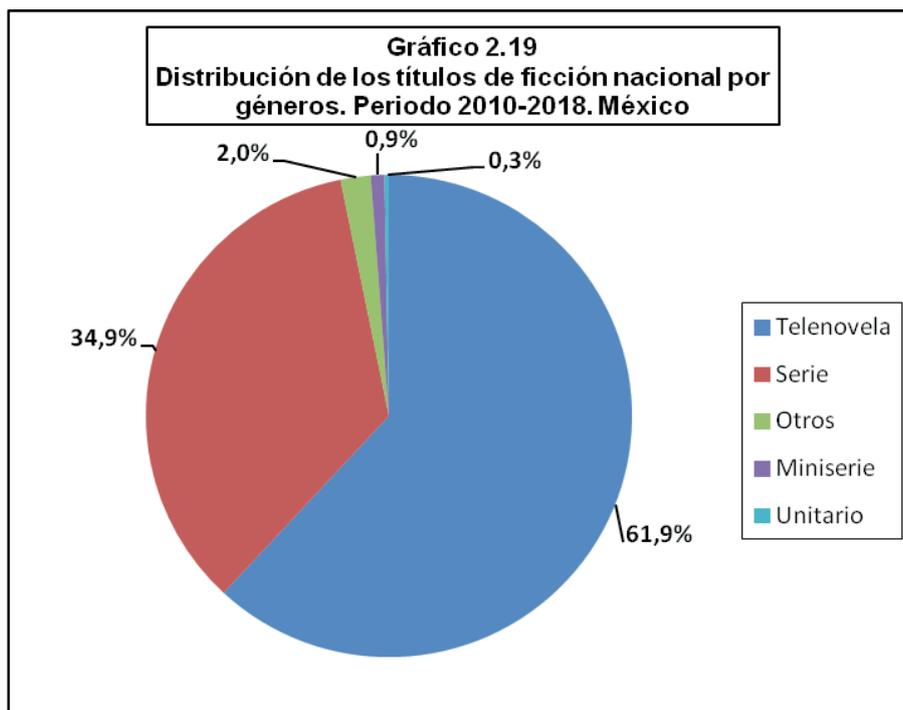
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	10	853	985	0	0	0
Serie	18	726	822	7	542	361
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	28	1.579	1.807	7	542	361

Las producciones de estreno emitidas en Canal 2 (Televisa) fueron las más populares en 2018. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *La Rosa de Guadalupe* y *Mi marido tiene familia*, con máximos del 17,1%, y del 16,5%, respectivamente (cuadro 2.63).

Cuadro 2.63
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2018. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La Rosa de Guadalupe	México	Canal 2	17,1	27,1
2	Mi marido tiene más familia	México	Canal 2	16,5	24,3
3	Tenías que ser tu	México	Canal 2	15,8	23,5
4	Por amar sin ley	México	Canal 2	15,7	23,1
5	Hijas de la Luna	México	Canal 2	15,1	24,8
6	Amar a muerte	México	Canal 2	14,4	22,0
7	Sin miedo a la verdad	México	Canal 2	13,8	20,7
8	Como dice el dicho	México	Canal 2	13,7	24,7
9	La jefa del campeón	México	Canal 2	13,3	22,8
10	La Piloto 2	México, EE.UU.	Canal 2	12,2	18,4

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 61,9% telenovelas, 34,9% series, 0,9% miniseries y 0,3% *unitario* (gráfico 2.19).



Los títulos de estreno de plataformas VoD de México en 2018 suman un total de 24, siendo mayoritarios los títulos mexicanos con 16, seguidos de los españoles con seis (cuadro 2.64).

Cuadro 2.64
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. México

País	TV Abierto	VoD
Argentina	0	1
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	0	1
Ecuador	0	0
España	1	6
EE.UU.	6	0
México	28	16
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	35	24

La distribución por géneros en VoD en 2018 en las plataformas que operan en México muestra el predominio total del formato de series tanto para la ficción nacional como la iberoamericana (cuadro 2.65).

Cuadro 2.65

Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. México

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	16	183	8	99
Miniserie	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
Total	16	183	8	99



PERÚ

Los canales de televisión de la muestra de Perú son Frecuencia Latina, América TV, Panamericana TV, ATV, Nextv y el canal público de TV Perú (ver cuadro 2.1). América TV (8%) y Frecuencia Latina (4,7%) son los canales con más audiencia.

El tiempo dedicado por las cadenas peruanas a los programas de ficción supuso el 36,4% del total, seguido de los programas informativos con el 30,4%. En el promedio del quinquenio 2014-2018, la ficción supone el 37,3% (cuadro 2.66).

Cuadro 2.66

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión peruanos

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Informativos	33,1	32,8	33,0	29,0	30,4	31,7
Entretenimiento	21,1	21,9	22,6	27,0	23,4	23,2
Deporte	3,9	3,3	2,7	3,0	3,6	3,3
Ficción	37,2	37,9	37,3	37,9	36,4	37,3
Otros	4,7	4,1	4,4	3,1	6,2	4,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

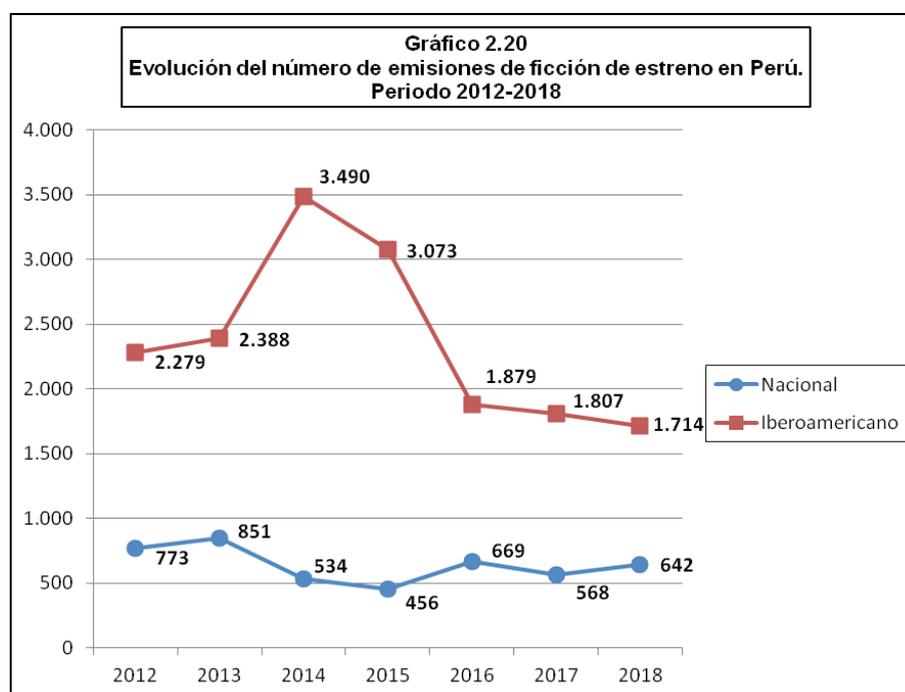
El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representó el 30,8% en 2018 (12 títulos). Los países iberoamericanos que aportaron más producciones a los canales peruanos fueron México (18 títulos), Brasil (5 títulos) y Colombia (2 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en 2018 alcanzaron el 27,2% del total de emisiones y el 26,6% del tiempo total de programación de ficción de estreno (cuadro 2.67).

Cuadro 2.67

Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Perú

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	19	19
Brasil	5	245	244
Chile	0	0	0
Colombia	2	165	165
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	1	119	119
México	18	1.166	1.170
Perú	12	642	621
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	39	2.356	2.338

La evolución del número de emisiones de Ficción en el periodo 2012-2018 muestra un máximo en 2014 de 3.490 emisiones para las obras iberoamericanas y de 851 en 2013 para las emisiones nacionales (gráfico 2.20).



Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 20,9% del total de emisiones y el 20,7% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales peruanos analizados fueron México, Brasil, Estados Unidos y Colombia (cuadro 2.68).

Cuadro 2.68

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Perú. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	6	1,8	157	0,7	150	0,7
Brasil	39	11,6	2.609	11,7	2.473	12,0
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	34	10,1	1.703	7,6	1.717	8,3
Ecuador	2	0,6	41	0,2	28	0,1
España	2	0,6	44	0,2	34	0,2
EE.UU.	37	11,0	2.478	11,1	2.473	12,0
México	116	34,6	9.065	40,6	8.079	39,2
Perú	89	26,6	4.655	20,9	4.266	20,7
Portugal	1	0,3	22	0,1	18	0,1
Uruguay	2	0,6	19	0,1	14	0,1
Venezuela	2	0,6	206	0,9	172	0,8
Otros	5	1,5	1.312	5,9	1.189	5,8
Total	335		22.311		20.613	

La telenovela fue el género más habitual en los canales peruanos durante 2018. El 66,6% del total de emisiones y el 67,2% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.69). Respecto a la ficción nacional e iberoamericana, el 66,7% de los títulos corresponden a telenovelas (cuadro 2.69).

Cuadro 2.69
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Perú

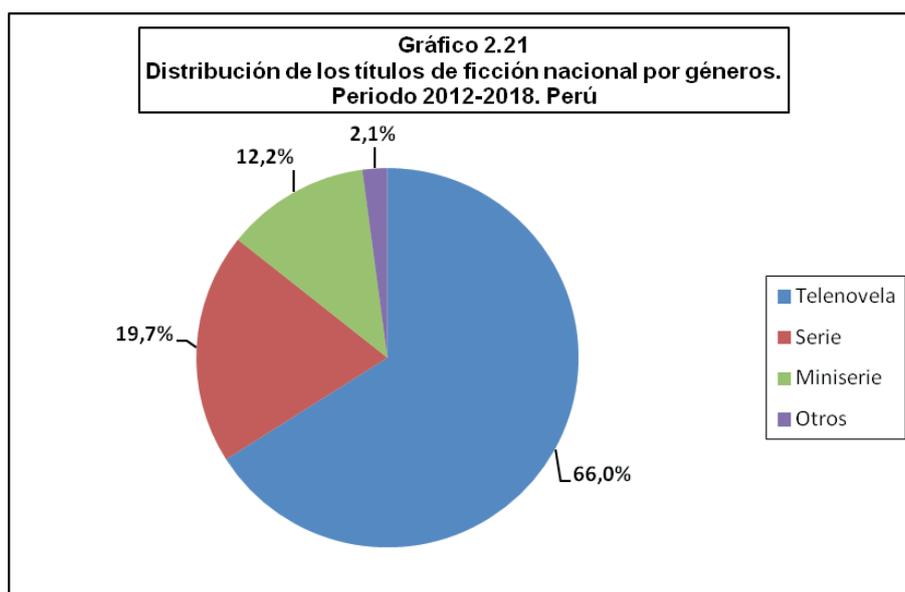
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	8	414	416	18	1.155	1.155
Serie	2	27	4	6	511	514
Miniserie	1	6	6	3	48	48
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	195	195	0	0	0
Total	12	642	621	27	1.714	1.717

Las producciones de estreno peruanas emitidas en América TV fueron las más populares en 2018. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie peruana *Mi esperanza*, con un máximo del 23,6% de audiencia, seguido de *Ojitos hechiceros* con el 22,3% y *De vuelta al barrio* con el 21,4% (cuadro 2.70).

Cuadro 2.70
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. Perú

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Mi esperanza	Perú	América TV	23,6	36,8
2	Ojitos hechiceros	Perú	América TV	22,3	34,4
3	De vuelta al barrio	Perú	América TV	21,4	33,2
4	Ojitos hechiceros 2	Perú	América TV	21,2	33,6
5	VQB: Empezando a vivir	Perú	América TV	17,9	28,7
6	Colorina, madre po siempre	Perú	América TV	14,4	23,1
7	Cumbia pop	Perú	América TV	13,6	24,4
8	La Rosa de Guadalupe	Perú	América TV	11,7	25,8
9	Jusiticia	Perú	América TV	7,5	12,6
10	La jefa del campeón	Perú	América TV	6,9	16,2

En el periodo 2012-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 66% telenovelas, 19,7% series y 12,2% miniseries (gráfico 2.21).



Los títulos de estreno de plataformas VoD que estuvieron disponibles en Perú durante 2018 suman un total de 30, siendo mayoritarios los títulos mexicanos y españoles, con 7 títulos cada uno, seguidos de los peruanos y los brasileños, con cinco títulos cada país (cuadro 2.71).

Cuadro 2.71
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Perú

País	TV Abierto	VoD
Argentina	1	3
Brasil	5	5
Chile	0	0
Colombia	2	2
Ecuador	0	0
España	0	7
EE.UU.	1	1
México	18	7
Perú	12	5
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	39	30

El formato de las series domina en el VoD peruano en 2018, con el 98% del total de capítulos disponibles en ficción nacional y del 77,7% en ficción iberoamericana (cuadro 2.72).

Cuadro 2.72

Distribución de la Ficción de estreno en VoD por su origen. Año 2018. Perú

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	1	60
Serie	4	98	22	216
Miniserie	1	2	0	0
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	2	2
Total	5	100	25	278



PORTUGAL

Los canales incluidos en el estudio de Portugal son los privados SIC, TVI y los canales públicos RTP1, RTP2, RTP3, Canal Parlamento y RTP Memoria (ver cuadro 2.1). Los canales con más audiencia son TVI (3,9%) y SIC (3,2%).

En 2018, el género que ocupó más tiempo de programación fue el de ficción (24,4%), seguido de los informativos (22,5%). En el promedio del periodo 2014-2018, la ficción supuso el 23,8% (cuadro 2.73).

Cuadro 2.73

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión portugueses

Género	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Ficción	23,8	22,3	23,7	24,7	24,4	23,8
Información	25,1	24,7	24,3	21,9	22,5	23,7
Entretenimiento	22,5	22,9	21,7	22,2	21,6	22,2
Deportes	3,1	2,6	4,1	2,3	2,2	2,9
Culturales	8,4	9,7	9,6	10,9	10,2	9,8
Publicidad	6,6	6,8	4,7	5,4	5,9	5,9
Otros	10,5	11,0	11,9	12,6	13,2	11,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

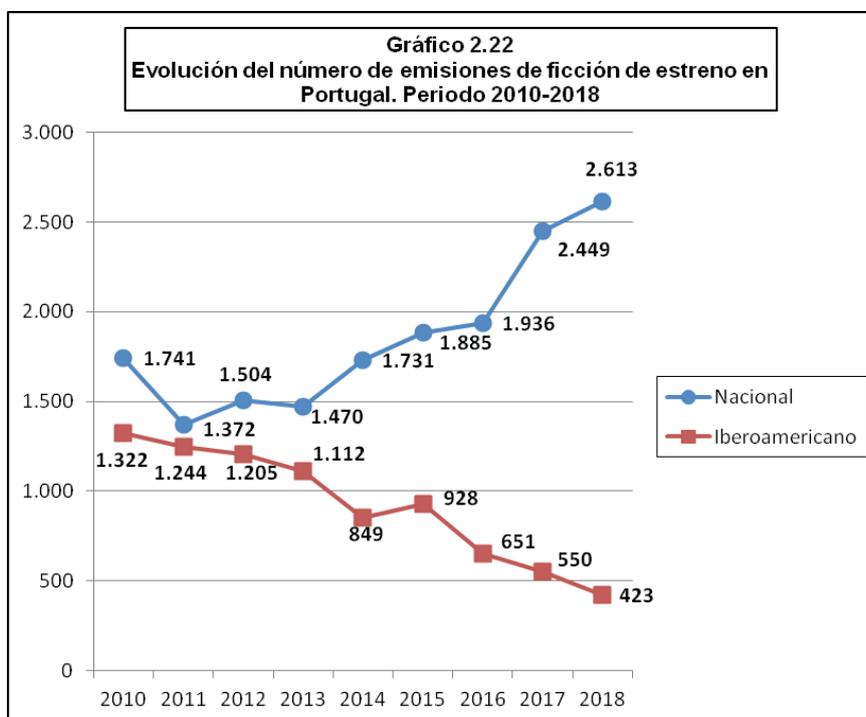
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 73,1% en el año 2018 (19 títulos). Otros países que aportaron producciones televisivas fueron Brasil (6 títulos) y Argentina (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en 2018 alcanzaron el 86,1% del total de emisiones y el 73,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.74).

Cuadro 2.74

Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Portugal

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	40	15
Brasil	6	383	259
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	0	0	0
Perú	0	0	0
Portugal	19	2.613	754
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	26	3.036	1.028

La evolución del número de emisiones de Ficción en el periodo 2010-2018 muestra un máximo en 2018 de 2.613 emisiones para las obras nacionales y otro de 1.322 para las emisiones iberoamericanas en 2010 (gráfico 2.22).



Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 66,8% del total de emisiones y el 62,4% del tiempo total de programación (cuadro 2.75). Tras Portugal, en este periodo, el país que aportó más ficción a la parrilla de los canales portugueses analizados fue Brasil (34,3% del tiempo total).

Cuadro 2.75

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Portugal. Periodo 2010-2018

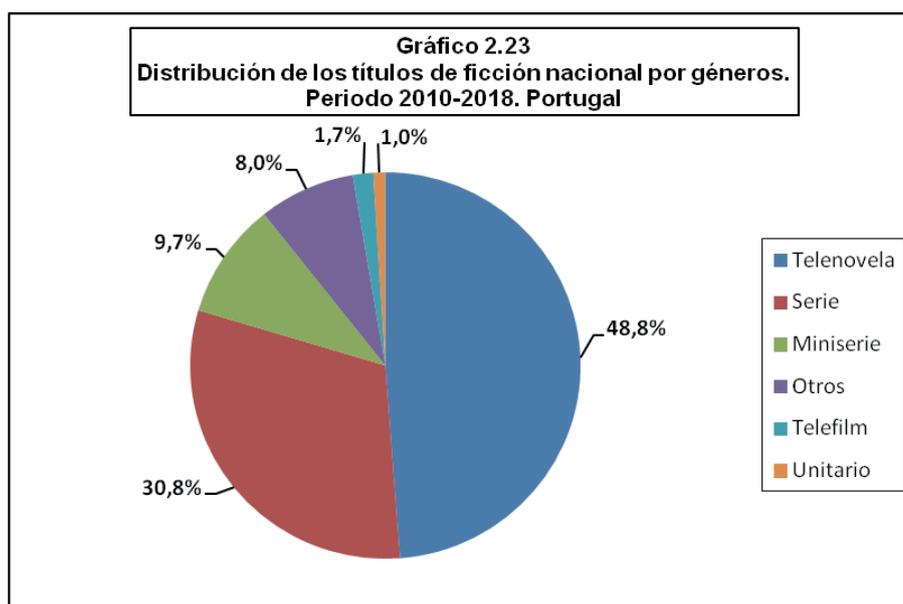
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5	1,7	444	1,8	374	2,2
Brasil	82	27,4	7.588	30,4	5.781	34,3
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	3	1,0	48	0,2	19	0,1
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	207	69,2	16.701	66,8	10.497	62,4
Uruguay	1	0,3	10	0,0	18	0,1
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	1	0,3	194	0,8	145	0,9
Total	299		24.985		16.834	

La telenovela fue el género más habitual en los canales portugueses durante 2018. El 92,2% del total de emisiones y el 87,2% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.76). No obstante, el número de títulos de series de estreno fue más elevado (13 títulos) que el de telenovelas (12 títulos).

Cuadro 2.76
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Portugal

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	9	2.439	652	3	359	245
Serie	9	171	100	4	64	29
Miniserie	1	3	2	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	19	2.613	754	7	423	274

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 48,8% telenovelas, 30,8% series y 9,7% miniseries (gráfico 2.23).



Las producciones seriadas de estreno emitidas en TVI y SIC fueron las más populares en 2018 (cuadro 2.77). El ranking de ficción estuvo dominado por la telenovela portuguesa *A Herdeira* con un máximo del 13,1% de audiencia y un 27,9% de share.

Cuadro 2.77
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	A Herdeira	Portugal	TVI	13,1	27,9
2	Valor da vida	Portugal	TVI	11,1	24,4
3	Paixao	Portugal	SIC	11,0	23,7
4	Alma e coração	Portugal	SIC	9,6	21,0
5	Espelho d'água	Portugal	SIC	8,5	23,0
6	Jogo Duplo	Portugal	TVI	8,4	23,4
7	A teia	Portugal	TVI	8,0	23,6
8	Vidas opostas	Portugal	SIC	7,5	21,1
9	O outro lado do paraíso	Brasil	SIC	5,8	23,3
10	Soldado milhoes	Portugal	RTP	5,3	11,4

Los títulos de estreno en plataformas VoD en Portugal durante 2018 suman un total de 22, siendo mayoritarios los títulos mexicanos y españoles, con 6 títulos ambos, seguidos de los portugueses y estadounidenses, con tres cada país (cuadro 2.78).

Cuadro 2.78
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Portugal

País	TV Abierto	VoD
Argentina	1	1
Brasil	6	1
Chile	0	0
Colombia	0	2
Ecuador	0	0
España	0	6
EE.UU.	0	3
México	0	6
Perú	0	0
Portugal	19	3
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	26	22

La distribución por géneros en el VoD portugués en 2018 refleja el dominio del formato de serie, con el 100% de los capítulos disponibles en la ficción nacional y el 61,9% en la ficción iberoamericana (cuadro 2.79).

*Cuadro 2.79**Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2018. Portugal*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	2	173
Serie	3	27	17	281
Miniserie	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
Total	3	27	19	454



URUGUAY

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Uruguay son los privados Montecarlo, Saeta y Teledoce, y los canales públicos Televisión Nacional de Uruguay (TNU) y Canal de la Intendencia de Montevideo (TV Ciudad) (ver cuadro 2.1). Los canales con más audiencia son Saeta (7,9%) y Teledoce (6,2).

En 2018, el género al que más tiempo dedicaron las cadenas uruguayas fue el de informativos (31%), seguido de la ficción (27%). El porcentaje promedio de la ficción en el periodo 2014-2018 se sitúa en el 27,6% (cuadro 2.80).

Cuadro 2.80
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión uruguayos

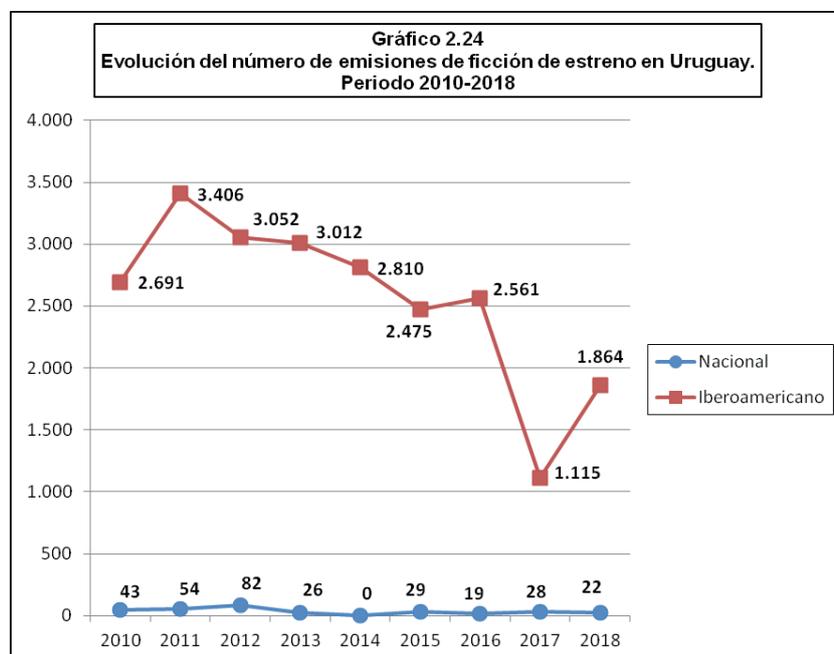
Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Ficción	28,3	30,6	25,9	26,0	27,0	27,6
Información	23,3	24,7	26,9	28,0	31,0	26,8
Entretenimiento	27,6	27,2	32,0	25,0	22,0	26,8
Deportivo	3,6	2,9	3,1	2,0	5,0	3,3
Servicio	11,7	11,6	10,2	19,0	15,0	13,5
Otros	5,5	3,0	1,9	0,0	0,0	2,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los países con mayor número de títulos de estreno en los canales uruguayos son Brasil (6 títulos), Argentina (5) y España (4). En 2018 hubo dos títulos de estreno de series uruguayas, lo que supone un 1,2% del total de emisiones y un 1,1% del tiempo de programación (cuadro 2.81).

Cuadro 2.81
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2018. Uruguay

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	5	424	324
Brasil	6	570	391
Chile	2	217	166
Colombia	3	234	152
Ecuador	0	0	0
España	4	242	235
EE.UU.	0	0	0
México	3	177	124
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	2	22	16
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	25	1.886	1.408

La gráfica de la evolución de las emisiones de ficción en el periodo 2010-2018 muestra la reducida producción nacional (con un máximo de 82 emisiones en 2012). Respecto a las series iberoamericanas, existe un máximo de 3.406 emisiones en 2011 y un mínimo de 1.115 en 2017 (gráfico 2.24).



Los porcentajes acumulados por la ficción uruguaya en el periodo 2010-2018 tan solo alcanzaron el 1,3% del total de emisiones y el 0,9% del tiempo total de programación. En este periodo, los países con más volumen de programación en la parrilla de los canales uruguayos son Argentina, Brasil, México y España (cuadro 2.82).

Cuadro 2.82

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Uruguay. Periodo 2010-2018

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	81	23,4	5.202	22,3	4.694	22,7
Brasil	62	17,9	4.764	20,5	3.937	19,1
Chile	16	4,6	872	3,7	666	3,2
Colombia	28	8,1	1.837	7,9	1.542	7,5
Ecuador	0	0,0	825	3,5	0	0,0
España	45	13,0	2.956	12,7	3.657	17,7
EE.UU.	19	5,5	1.102	4,7	1.027	5,0
México	49	14,2	3.752	16,1	3.478	16,8
Perú	1	0,3	28	0,1	17	0,1
Portugal	1	0,3	179	0,8	200	1,0
Uruguay	19	5,5	303	1,3	190	0,9
Venezuela	5	1,4	427	1,8	417	2,0
Otros	20	5,8	1.042	4,5	833	4,0
Total	346		23.289		20.658	

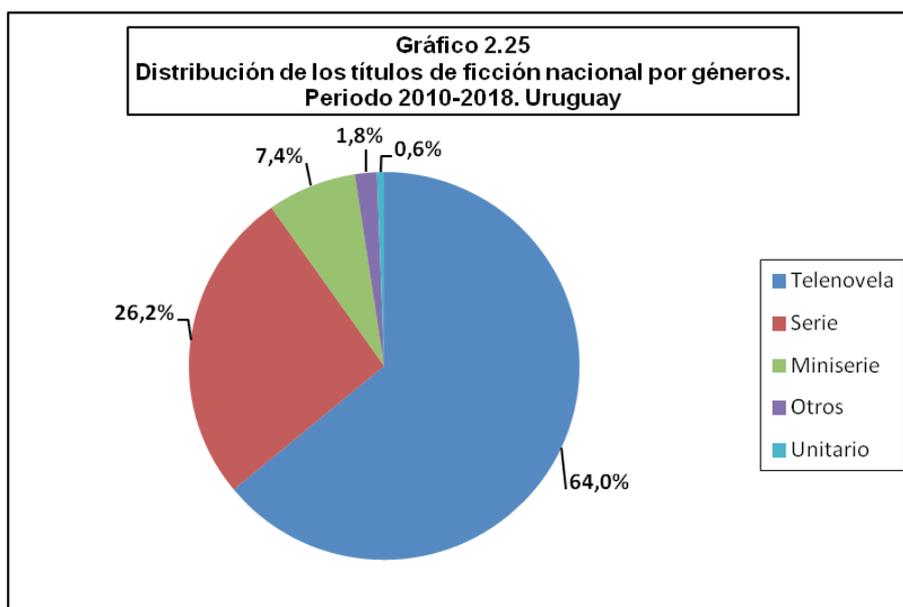
La telenovela fue el género más habitual en los canales uruguayos durante 2018. El 79% del total de emisiones y el 76,2% del tiempo total de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.83).

El número de títulos de telenovelas de estreno también fue el más elevado (15 títulos), seguido de las series (7 títulos).

Cuadro 2.83
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2018. Uruguay

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	15	1.491	1.073
Serie	0	0	0	7	357	307
Miniserie	1	10	8	1	16	12
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	12	8	0	0	0
Total	2	22	16	23	1.864	1.392

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 64% telenovelas, 26,2% series, 7,4% miniseries y 0,6% unitarios (gráfico 2.25).



Las producciones de estreno iberoamericanas emitidas en Saeta y Teledoce fueron las más populares en 2018 en los canales uruguayos (cuadro 2.84). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la telenovela brasileña *Querer sin límites* (14,6%) y por la argentina *Las estrellas* (12,2%).

Cuadro 2.84
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2018. Uruguay

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Querer sin límites	Brasil	Teledoce	14,6	21,3
2	Las Estrellas	Argentina	Teledoce	12,2	19,6
3	Josué, la Tierra Prometida	Brasil	Saeta	11,1	23,6

4	Perdona nuestros pecados	Chile	Teledoce	10,9	20,4
5	Verdades ocultas	Chile	Teledoce	10,1	16,4
6	El Rico y Lázaro	Brasil	Saeta	9,7	21,1
7	Justicia	Brasil	Teledoce	9,0	15,6
8	100 días para enamorarse	Argentina	Montecarlo	9,0	13,2
9	Paquita, la del barrio	México	Teledoce	8,5	16,2
10	En tierras salvajes	México	Teledoce	7,3	18,1

Los títulos de estreno de plataformas VoD en Uruguay durante 2018 suman un total de 95, siendo mayoritarios los españoles con 31 títulos, seguido de los argentinos con 22 y los mexicanos con 20. Los títulos uruguayos ascienden a tres (cuadro 2.85).

Cuadro 2.85
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2018. Uruguay

País	TV Abierto	VoD
Argentina	5	22
Brasil	6	12
Chile	2	0
Colombia	3	2
Ecuador	0	0
España	4	31
EE.UU.	0	5
México	3	20
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	2	3
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	25	95

La distribución por géneros en el VoD uruguayo en 2018 refleja que en el caso de la ficción nacional el 35,7% de los capítulos pertenece a miniseries, y en el caso de la iberoamericana el 90,6% del total de capítulos pertenece al formato de series (cuadro 2.86).

Cuadro 2.86
Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2018. Uruguay

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	0	0	73	1.543
Miniserie	1	10	6	44
Unitario	0	0	0	0
Otros	2	18	13	116
Total	3	28	92	1.703



aribsan

Agencia Iberoamericana
del Registro ISAN

Identificamos
tus obras

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

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

correo@aribsan.org
www.aribsan.org

A stylized orange outline map of Venezuela is centered on a black background. The map shows the country's borders, including the northern coast, the northern plains, and the southern tip. The text is positioned in the lower-middle part of the map's outline.

DOCUMENTAL "VENEZUELA. CRÓNICAS DE UN GENOCIDIO"

DOCUMENTAL “VENEZUELA. CRÓNICAS DE UN GENOCIDIO”

Por Caupolican Ovalles

El documental “*Venezuela. Crónicas de un genocidio*”, nace de la necesidad de dejar un registro audiovisual sobre las causas que condujeron a la destrucción de una nación. Conversando con mi hijo Diego, nos dimos cuenta que había poca información en este sentido, que la juventud venezolana y la comunidad internacional en general tenía pocas referencias, cada día vemos muchas noticias, las redes están llenas de información en muchos casos reales, pero también hay falsas y especulativas, los “*fake news*” son una constante y una estrategia actual para desinformar y crear confusión, existen de hecho las llamadas “*Troll Farms*”, que son organizaciones cibernéticas creadas específicamente para generar estas falsas noticias.

Igualmente hay una variedad de reportajes pero pocos documentales que informen sobre el origen o las posibles causas de la tragedia venezolana. Al percatarme de lo grave de la situación, me propuse realizar un documental para ayudar a paliar esta falta y generar elementos para la comprensión de esta problemática en procura de generar una solución.

Para llevar a cabo este proyecto, en primera instancia comencé a investigar que material existe disponible en las redes. En este particular ubiqué los siguientes documentales:

- En Amazon es donde existe mayor número de documentales, entre otros destacan:
 - “*Anatomy of a coup*”. Bentley Dean. Pro Chavez.
 - 2008. “*Venezuela. Revolution from the inside out*”. Clifton Ross. Pro Chávez.
 - 2013. “*Chavez*”. Biografía. Steve Edwin y Luis Castro. Pro Chávez.
 - 2018 “*In the shadow of the revolution*”. De Clifton Ross. Una visión crítica desde el punto de vista de ex chavistas y movimientos de izquierda.
 - Amazon-Docurama. “*Speaking Freely. Hugo Chávez*”. Chávez explica las ventajas del Socialismo frente al capitalismo. Pro Chávez.
- En Netflix: Actualmente no hay documentales sobre Venezuela. Antes estaban:
 - 2008. “*Venezuela. Revolution from the inside out*”.
 - “*Chávez Inside the Coup*”.
- Telesur - 2016. “*Mi amigo Hugo*”. Oliver Stone. Pro Chávez.

DW, RCN, CNN, El Tiempo, El Trece TV y otros medios realizaron diferentes reportajes sobre temas específicos, éxodo, salud, educación, etc. Entre otros significativos trabajos tenemos:

- DW: *“El Éxodo Venezolano”*. *“La crisis humanitaria y la lucha por el poder”*. *“El colapso del sistema de salud”*.
- RCN: *“Los caminantes. La travesía de los venezolanos”*.
- El Trece TV: *“Malditos”*. Especial Hugo Chávez. Jorge Lanata.
- El Tiempo: *“Venezuela a la fuga. Los Sueños a veces duelen”*.

Fue un arduo e interesante trabajo de visualización de muchos documentales, reportajes y noticias. Es menester destacar que hasta ese momento solo se habían producido cuatro documentales críticos al chavismo:

- *“Chávez, La peste del siglo XXI”*. De Gustavo Tovar, emitido por You Tube. 2018.
- *“El Pueblo soy yo”*. De Carlos Oteyza y Enrique Krauze. 2018.
- *“Venezuela. The Truth”*. De Natalia Denegri, Stephanie Rodrigues y Henry Zakka. 2019.
- *“Todo está bien”*. De Tuki Jencquel. 2019.

Estos últimos tres documentales Hasta el momento solo han tenido difusión en salas de cine, festivales y eventos especiales. Salvo *“Todo está Bien”* que además fue difundida por la DW y *“Venezuela. The Truth”*, emitida por *La Mega Tv*. El resto de estos documentales, críticos al chavismo, no ha encontrado hasta los momentos difusión en los medios de comunicación.

Me puse en contacto con algunos de los realizadores de estos documentales, los visualicé con la intención de analizarlos, hacer algo diferente que fuese fundamentalmente complementario a lo planteado en cada uno de ellos. Era inevitable repetir algunos conceptos y acontecimientos para la comprensión del tema, estamos ante una situación muy particular que nunca había sucedido en el mundo: la instauración de un estado criminal que está cometiendo un genocidio latente contra su población para mantenerse en el poder para siempre y propiciar este modelo en la región.

Decidí hacer una serie documental con varios formatos de exhibición y difusión, hablamos de cuatro capítulos de 45 minutos cada uno y dos largometrajes de 70 minutos. Los episodios de 45 minutos son para televisión e internet y los largometrajes para espacios cerrados, salas de cine, auditorios especializados, universidades, etc.

Sabemos que el público no tolera mucho tiempo si no está cómodamente en una sala, por este motivo hicimos las versiones más cortas para su visualización en otros espacios y sistemas. Así mismo, está programado realizar cápsulas con temas más precisos y puntuales, micros que pueden ir de 3 a 8 minutos para ser difundidos en las redes.

Paralelamente, investigué las causas y orígenes del conflicto a través de una extensa bibliografía, que incluye el informe de la OEA ante la Corte Penal Internacional y el Informe de la Comisión de los Derechos Humanos de ONU preparado por Michelle Bachelet. Como resultado establecí un concepto y una estructura con los temas a tratar, los cuales eran inicialmente:

PREMISA

Realizar una serie documental que exponga los procesos que llevaron a la destrucción de Venezuela basados en el Informe presentado por la OEA a la CPI, entrevistas y otras investigaciones. La idea es mostrar el problema y presentar soluciones.

ARGUMENTO

Basados en una exhaustiva investigación, apoyados en el informe sobre Venezuela, que presentara ante la Corte Penal Internacional el Secretario General de la OEA Luis Almagro, el 29 de mayo de 2018, el informe de la CDH de la ONU, realizado por Michelle Bachelet y por medio de entrevistas a diferentes personalidades de Iberoamérica y del mundo, expertos

y estudiosos de la realidad venezolana, documentaremos como fue planificada la toma y el secuestro de una nación occidental, cristiana, democrática, próspera, en plena vía de desarrollo. Estas intervenciones serán apoyadas con datos estadísticos, gráficos e imágenes de apoyo que refuercen los testimonios.

Luego de una serie de artimañas se llega a la Constituyente de 1999 que permite la penetración y la transformación de las instituciones para lograr el control del estado y sus cuantiosas riquezas, cuya finalidad es la de apoderarse de un país estratégicamente ubicado y con las reservas de petróleo más grandes del mundo entre otros grandes recursos naturales, un viejo proyecto que nace desde los inicios de la revolución cubana, apoyado por la Rusia actual, China, Irán y varios grupos terroristas Islámicos.

Venezuela, otrora una de las sociedades más dinámicas de América del Sur, con una pujante y próspera población abierta al mundo, un país en desarrollo, receptor de inmigrantes de Europa, el Medio Oriente, Asia y América Latina, una sociedad pre-industrializada, multicultural, donde la mezcla de razas tiene los índices más altos del mundo, ha sido acechada por un discurso violento, racista, clasista y lleno de odio propiciado por el propio gobierno para enfrentar a su población, dividirla y generar el caos, mediante el enfrentamiento entre razas y clases, en vez de unir, la política del estado es acabar con la población disidente, el genocidio y la diáspora.

Después de acabar con todo el parque industrial petrolero, las empresas básicas, las empresas privadas, los medios de comunicación, la educación, la actividad agropecuaria, propiciar la destrucción de la producción en general, forzar intencionalmente la diáspora de gran parte de sus habitantes al exterior, generando el desplazamiento más impresionante del hemisferio occidental, con la finalidad de mantener al país sumiso al régimen, según los mismos esquemas instaurados en la extinta URSS, la actual Rusia, China y Cuba.

Se han destruido los pilares fundamentales de la sociedad democrática:

- 1.- El aparato productivo: empresarios, productores, obreros, técnicos, agricultores, etc.
- 2.- La clase media: médicos, ingenieros, profesores, comerciantes, artistas, periodistas, empleados públicos, etc.
- 3.- La destrucción de clase política, la oposición. No existe en Venezuela.
- 4.- Destruyeron la moneda nacional, el Bolívar no tiene valor.

El régimen ha creado grupos paramilitares para enfrentar a sus opositores, ha empleado la tortura, la violación y el encarcelamiento para generar el miedo entre la población. Además ha utilizado el hambre como forma de control político: perversamente entrega comida y medicinas a quien le es fiel y se la niega a la oposición, bajo un sistema denominado CLAP. El régimen ha instaurado un *apartheid* contra los ciudadanos que no le son afectos, llegando a situaciones comparables solo con el genocidio, ha armado gran parte de la población y desarmado a la otra para que sea objeto de ataques: la seguridad del estado y la justicia no existe, hablamos de más de 20.000 muertes anuales desde el año 2.000, lo que nos da una cifra aproximada de más de 300.000 muertes en los últimos 15 años. Esto sin contar los muertos por desnutrición, por enfermedades y por falta de medicinas, innegablemente producto de una política de estado que busca controlar por medio del empobrecimiento y dependencia de la población. Estos métodos son solo comparables con las masacres realizadas en la URSS, Ucrania, China, Cuba y Camboya el siglo pasado. Dentro de los lineamientos del PSUV se establece destruir al enemigo interno: quienes no comulgan con el régimen. Se está modelando una sociedad totalitaria criminal, que avanza en el genocidio de una nación para convertirla en una masa de seres paupérrimos dependientes del estado a través de un sistema digital, de alta tecnología, llamado el Carnet de la Patria, una fórmula moderna de control de los ciudadanos, estos mecanismos se están desarrollando en China de una manera impresionante, el control de gastos en las tarjetas de crédito donde se establecen castigos o premios según su uso, el control facial digital de los habitantes en las actividades cotidianas son una muestra de ello.

Todo esto forma parte de una estrategia política internacional apoyada por los estados totalitarios del mundo: Rusia, China, Irán, Turquía, Bielorrusia, Cuba, Nicaragua, y la propia Venezuela. Quienes son contrarios y enemigos de la cultura occidental y de la democracia y cuya intención es ampliar su poder al resto de América Latina y del mundo.

Venezuela es actualmente el mayor desastre económico y social de la humanidad. La democracia de Venezuela está muerta!

CARACTERÍSTICAS GENERALES

DURACIÓN

Cuatro (4) episodios de media hora (30 minutos) para televisión e internet.

Dos (2) largometrajes (70 minutos) para salas de cine, auditorios, televisión e internet.

FORMATO

Video 4k

IDIOMAS

Español, inglés, portugués y francés.

CONTENIDO EPISODIO 1 - LISTO

- PLANTEAMIENTO DEL CONFLICTO
- NACIMIENTO DE LA DEMOCRACIA CIVIL
- VENEZUELA COMO ERA? LOGROS DE LA DEMOCRACIA CIVIL
- COMO FUE APETICIDA POR FIDEL CASTRO EN LOS ANOS 60
- VÍNCULOS CON LAS FARC/ELN
- NACIMIENTO DEL NARCOESTADO CRIMINAL

EPISODIO 2 - LISTO

- PLAN DE DESTRUCCIÓN Y CONTROL
- GENOCIDIO Y DIÁSPORA
- EL NEOTOTALITARISMO EN EL MUNDO. MILITARISMO CRIMINAL
- CONTROL SOCIAL SEGÚN MODELOS NEOTOTALITARIOS. CHINA, RUSIA, IRÁN TURQUÍA, ETC.
- CORRUPCIÓN SECTOR MILITAR. MODELO SOVIÉTICO, CUBANO, IRANÍ, ETC.
- GUERRA RACIAL Y CLASES. DISCRIMINACIÓN. APARTHEID.
- PENETRACIÓN Y DESTRUCCIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

EPISODIO 3 - EN PROCESO

- SISTEMA ELECTORAL FRAUDOLENTO
- CREACIÓN OPOSICIÓN FICTICIA, COMPRADA Y PREFABRICADA
- DESTRUCCIÓN DE LAS EMPRESAS DE PRODUCCION AGRO/ALIMENTARIA
- CONTROL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- CONFLICTO RELIGIOSO. CRISTIANISMO EN AMÉRICA. ISLAM, SANTERISMO. BABALAO, ETC.
- DESTRUCCIÓN DE LA FAMILIA Y DE LA CLASE MEDIA

EPISODIO 4 - EN PROCESO

- PROYECTO MINERO. EL PAÍS DE LOS ZOMBIES
- PAÍSES QUE SE BENEFICIAN DE LA DESTRUCCIÓN DE VZLA
- CÓMPLICES INTERNACIONALES: NARCOS, LAVADO, ETC.
- EL PETRO Y OTRAS FALACIAS FINANCIERAS
- SOLUCIONES Y PROPUESTAS DE RECONSTRUCCION

Una vez planteada esta estructura, identifiqué los posibles entrevistados, especialistas en los diferentes temas. No entrevisté a personas sencillas, víctimas, o del pueblo llano, pues quise darle

un carácter más académico. Ya en los otros documentales críticos al chavismo este recurso narrativo se había usado notablemente. Preferí ubicar especialistas y proporcionar datos estadísticos, una información más académica que emotiva.

La serie documental está dirigida a todo público, nacional e internacional con versiones en inglés y español con miras a realizar otras al portugués y al francés.

Los elementos para contar la historia serían: entrevistas a reconocidas personalidades en las áreas presentadas, material fotográfico y en video como apoyo visual, gráficos explicativos, todo esto con la intención de realizar un producto atractivo e interesante visualmente. El público actualmente necesita elementos que atrapen su atención y los documentales por lo general resultan poco atractivos. La banda sonora también tendría un rol fundamental y creamos música original para tal efecto.

Realicé un proyecto para buscar financiamiento, se evidenció un gran interés, sin embargo no ha habido decisiones concretas. Lo presenté en diferentes instancias, en el NATPE 2019 y 2020, a televisoras, instituciones, etc. Noté interés y temor. Muchos respondían que les resultaba muy interesante pero no querían tener problemas políticos.

Finalmente conseguimos el apoyo de *Demos of the Americas*, una asociación que apoya el fortalecimiento de la democracia en las Américas, liderada por Jose Gregorio Tovar, aunado a ello, la empresa *58 Films LLC*, que llevo con mis hijos Diego e Ilich, financiaría esta parte inicial. Decidimos realizar el primer capítulo para presentarlo y tener fortaleza para conseguir el financiamiento que nos ayudaría a culminar la serie documental.

El *Interamerican Institute for Democracy, IID*, cuyos integrantes son reconocidos luchadores por la democracia nos apoyaron con las entrevistas y bibliografía. Allí contactamos con Beatrice Rangel, el escritor cubano Carlos Alberto Montaner y el político boliviano Carlos Sánchez Berzain.

Entre los entrevistados logramos ubicar a ilustres intelectuales venezolanos como Asdrubal Aguiar, presidente de IDEA (Iniciativa Democrática de España y las Américas), el embajador Diego Arria, el economista Gerver Torres, el cineasta Rodolfo Izaguirre, la política venezolana María Corina Machado, el embajador Humberto Calderón Berti, el ex gobernador venezolano José Gregorio Briceño, el investigador Casto Ocando, el escritor veterano de guerra americano Eduardo Hurtado, el periodista ecuatoriano Juan Carlos Calderón, los jóvenes políticos venezolanos Rafaela Requesens y Erick Izaguirre, entre otras grandes personalidades.

Realizamos las entrevistas en: New York City, Washington, Miami, Houston, San José de Costa Rica, Caracas, Bogotá y Quito. Escribí un cuestionario para guiar y coordinar las entrevistas con la finalidad de tener cubiertos los temas desde diversos puntos de vista. Una vez concluidas las entrevistas, las analizamos, y realizamos un premontaje para ir estructurando el discurso narrativo del documental. Posteriormente procedimos a ubicar las imágenes para ilustrar la información que estábamos proporcionando. Para ello teníamos los clásicos materiales de apoyo localizados en la prensa internacional, Internet, etc. Igualmente contamos con el apoyo de NTN24, EVTU, RCTV, Diario de las Américas, CineArchivos, Wikipedia-Commos, y mi archivo personal.

Con la finalidad de llevar el mensaje/contenido de una manera efectiva desarrollamos una estética gráfica para el documental. En este sentido contraté un diseñador gráfico para realizar una propuesta de estructuras narrativas que explicasen el mensaje que estábamos presentando, una fórmula de “*Slide Shows*”, algo en el estilo de los sintagmas narrativos descritos por Christian Metz, los cuales son estructuras audiovisuales que contienen información gráfica y sonora del tema tratado, estadísticas, fechas y frases claves para apoyar los conceptos; con estas estructuras gráfico-narrativas generamos un elemento audiovisual adicional a las fotografías o videos de apoyo, enriqueciendo el discurso narrativo en general. El proceso de creación de los “*Slides Show*” fue largo y complicado, al principio utilizamos paquetes gráficos que ya vienen listos, preconcebidos, hicimos muchas pruebas con diferentes diseñadores gráficos: luego decidimos crear nuestros propios “*Slide Shows*” en función de una propuesta gráfica específica, llegamos a una idea que nos satisfizo y es

la que presentamos. Procedimos a la edición y postproducción de los dos primeros episodios, los cuales conformaron también el largometraje No1. Se compuso la música original, se grabaron las locuciones en inglés y castellano y los respectivos subtítulos en ambos idiomas. Se realizó la mezcla de sonido y la colorimetría. Concluimos el primer documental.

Una consideración importante era la de realizar un producto que se mantuviese en el tiempo: no estábamos realizando un programa noticioso, ni un reportaje, estamos realizando un documental; conceptualmente, lograr un consenso sobre la definición de lo que es un documental puede ser una tarea muy complicada y difícil. Pudiéramos revisar algunas reflexiones como:

CONCEPTOS DOCUMENTAL

“... un género que está más asociado al registro de acontecimientos humanos, de procesos humanos,”.

“... el término documental se relaciona con “documentar e interpretar la realidad”. Pero la pregunta a tratar es la documentación e interpretación de esos eventos reales, por medio de imágenes y sonidos, a diferencia de los medios masivos de comunicación que solo se preocupan por mostrar el “suceso” (entiéndase como el acontecimiento o noticia del día, con cubrimiento y metodología de investigación, en muchos casos, superficial y banal), el género documental tiene la responsabilidad estética y conceptual de profundizar, contar, develar, exponer, cuestionar, indagar, explorar, conservar, recuperar, reelaborar, reinventar, retratar e interpretar subjetivamente –con dignidad y respeto– todo el “proceso” investigativo que se ha llevado a cabo para registrar y narrar con un lenguaje cinematográfico, lo que hasta ahora era oculto, olvidado, marginado, desconocido, ignorado, subvalorado e invisible, sobre algún aspecto relevante del ser viviente, su entorno social y todo aquello que connota su existencia y su realidad. (Marta Rodríguez).

“... según Lindsay Anderson, el documental es ‘una forma que enfatiza las relaciones sociales’; para Grierson es ‘crear una interpretación de la vida’; Paul Rotha coincide en que se trata de una interpretación pero ‘de sentimientos y pensamientos filosóficos’; para Jean Rouch se trata de ‘la historia cotidiana porque trata como viven las personas, lo que quieren y como tratan de alcanzarlo’” (Mendoza, 1999: 7-8).

Adicionalmente, como señala Óscar Campo: “... si nos atenemos a los criterios de Eric Barnow, el documental se hace explorador con Flaherty, reportero con Dziga Vertov, pintor con Léger, Ruttman y Calvacanti, abogado con Grierson y Leni Riefenstahl, acusador con Alain Resnais y Jerzy Bossak, observador con Wiseman y Rouch y guerrillero con Santiago Álvarez...” (Campo, 2002: 90).

Por parte de los documentalistas tradicionales, se puede citar a Carlos Álvarez, quien opina que: “... El documental permite un acercamiento a una realidad problemática, un contacto mucho más directo, un análisis de esa realidad y la posibilidad de que ese objeto audiovisual y cultural se ponga en contacto con el público, donde finalmente se termina el proceso mucho más rápido...”.

Nuestro documental, tal como lo referimos anteriormente busca revisar y exponer algunas de las causas de esta problemática. No pretendemos en pocas horas explicar y/o resolver un conflicto que lleva décadas, es simplemente aportar y alertar sobre esta particular situación. Consideramos que, una vez concluida esta primera fase, lo verdaderamente importante de un producto audiovisual es su distribución, su difusión y, en el caso de esta serie documental, su divulgación es fundamental.

Para la distribución, establecimos un acuerdo con *LatinMedia Inc.*, quienes entusiastas, presentaron el proyecto en diferentes instancias, la respuesta era recurrente y muy parecida: los posibles exhibidores tenían temor de la “*posición política*”. El régimen establecido en Venezuela tiene muchas ramificaciones a nivel mundial y la gente en el fondo tiene miedo.

CONCEPTO DEL DOCUMENTAL POLITICO

“...el cine documental político es un género cinematográfico articulado alrededor de formas narrativas, expresivas, estilísticas y argumentativas particulares, es una práctica ideológica-política -fundada en una

idea de promesa que busca imponer un modelo alternativo de sociedad o refrendar el paradigma social dominante a través de un proceso de verificación que tensiona la relación verdadero-falso para provocar adhesión o rechazo en la conciencia del espectador.” (Rubén Dittus Benavente).

En este caso nos encontramos con una situación muy particular puesto que consideramos que esta serie documental más que pertenecer al subgénero de documental político, es una denuncia de un crimen de lesa humanidad que se está cometiendo en Venezuela. Nos encontramos prácticamente ante una agresión del crimen organizado vinculado a regímenes totalitarios que están atentando contra las democracias occidentales.

Luego de constatar que era complicada la distribución, decidimos hacer un estreno en salas comerciales de cine en Miami, realizamos una campaña para ello. La intención era dar a conocer el proyecto, conocer la reacción del público, invitar a personalidades y procurar financiamiento para concluir la serie. Para la exhibición establecimos un acuerdo con *Silverspot Cinema*, hicimos un DCP para nuestro estreno del largometraje No 1 en Miami, en noviembre de 2019. Posteriormente el canal de televisión *La Mega TV* transmitió el episodio 1 de la serie, y luego se realizó otro estreno del largometraje en el *Museo Americano de la Diáspora Cubana*, el 11 de marzo de 2020. Hasta los momentos la reacción del público ha sido muy positiva.

Seguimos trabajando para concluir la serie, tenemos mucho material grabado y estamos atentos a los acontecimientos que se están generando, ya que están surgiendo muchas informaciones que apoyan y confirman nuestro planteamiento en el documental.

Nos encontramos ante una situación muy difícil, donde una nación ha sido sometida a una *“particular forma de genocidio”*, a un éxodo sin parámetros en la historia del hemisferio occidental, frente a los ojos de todo el mundo y hasta los momentos no ha habido forma de detenerlo, debido fundamentalmente a las profundas complicidades nacionales e internacionales que denotan una corrupción gigantesca, espantosa. Es lamentable la terrible condición inmoral, inhumana, que estamos presenciando ante esta situación.

En los últimos 15 años, según el *Observatorio Venezolano de Violencia, OVV*, en Venezuela han sido asesinadas más de 300.000 personas. En la actualidad, los hospitales no funcionan y la gente muere por enfermedades o por falta de atención, enfermedades erradicadas hace décadas han regresado, la crisis en el sistema educativo es galopante; destruyeron la ganadería y la agricultura, las actividades empresariales, comerciales, e industriales, no hay trabajo, escasean los alimentos; la prostitución es alarmante, el nivel de suicidios es el más alto de la región; la familia y una gran parte de la sociedad han sido destruidas.

Todo esto ha sido intencional, el régimen chavista/madurista desde hace años ha desarrollado una *“guerra genocida de tipo no convencional”* contra la nación venezolana, con el apoyo de sus aliados internacionales, invocan la soberanía nacional, defienden la autodeterminación de los pueblos, crean un falso enemigo imperialista; proponen un falso diálogo y rechazan la injerencia en sus asuntos internos, luego de destruir y debilitar intencionalmente a la indefensa sociedad civil. Las Fuerzas Armadas Nacionales que tienen el deber de proteger a la ciudadanía han sido transformadas en un ejército genocida y traidor, que enfrenta una población débil y desarmada que lucha heroicamente desde hace años por su libertad.

Esta situación solo es comparable a un país que ha pasado por una cruenta guerra, y en efecto lo es: el régimen instaurado en Venezuela le declaró la guerra a sus habitantes. Podemos recordar y hacer referencia a los genocidios de China, URSS y Camboya del siglo pasado, donde los regímenes también acabaron con la población disidente. Se vislumbra una posición común de los regímenes totalitarios del mundo para la conformación de estados dictatoriales que dominan sofisticadas tecnologías de control social digital y pretenden establecerse en el poder para siempre.



Caupolicán Ovalles. Director de Digivisión Producciones, C.A. en Venezuela y de 58 Films LLC en Miami.

Estudió Dirección y Producción de Cine y Televisión en el Centro di Formazione Professionale per la Técnica Cinetelevisiva en Milán, Italia y Fotografía en el Istituto Europeo di Design de la misma ciudad, es Licenciado en Educación Audiovisual de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, Venezuela, tiene un Master en Dirección y Producción de Cine Digital de la Universidad de la Laguna, Tenerife, España.

Fue Presidente de la Cámara Venezolana de Productores de Películas de Largometraje, CAVEPROL, desde del 2012 hasta el 2017. Fue representante de Venezuela ante la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales, FIPCA, por el periodo 2014-2018. Fue Chairperson por Venezuela ante los Premios Oscar entre 2008 y 2011. Es miembro del Consejo Directivo de los Premios Platino del Cine Iberoamericano, desde su fundación en el 2014. Fundador y actual Presidente de la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas de Venezuela, ACACV. Fundador y miembro de la junta directiva de la Federación Iberoamericana de Academias de Cine, FIACINE, con sede en Ciudad de México. Fundador y Presidente de la HIPA, Hispanic Independent Producers of America, con sede en Miami, USA.



CAPITULO III

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

CAPITULO III

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN: LA EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA (2015-2019)

El capítulo estudio del cine iberoamericano más allá de sus fronteras tiene su punto de partida en los datos socio-económicos y de la capacidad de producción y exhibición cinematográfica en los países iberoamericanos. Estos datos enlazan con el análisis de los estrenos iberoamericanos en los mercados iberoamericanos no nacionales, los principales mercados europeos y el mercado USA.

Los países incluidos en el estudio del Panorama Cinematográfico 2020 suman 669,5 millones de habitantes y un PIB conjunto superior a 12 billones de dólares en 2019. El número de pantallas cinematográficas instaladas en la región rebasa las 20.500. La audiencia anual se sitúa en 1,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,5 dólares (cuadro introducción 1).

Cuadro Introducción 1

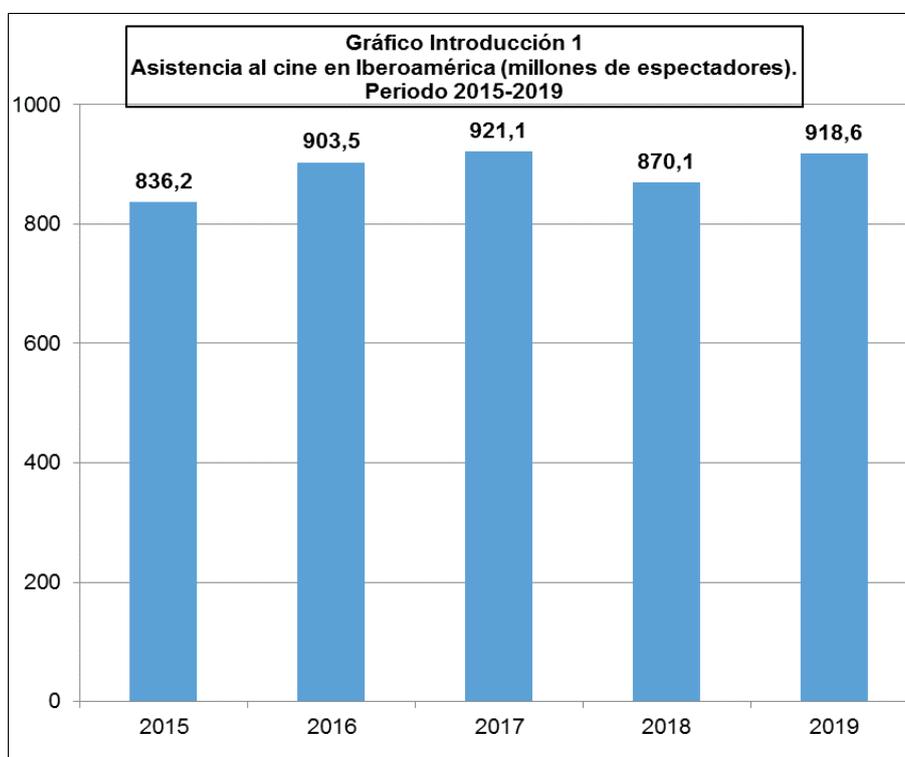
Panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	643,4	648,6	654,4	660,0	669,5
PIB-PPA (billones USD)	11,17	11,3	11,64	11,92	12,47
PIB per capita (USD)	15.565	15.850	16.340	16.700	17.100
Número de pantallas de cine	17.608	18.242	18.861	19.782	20.578
Ingresos cine (millones USD)	3.345,90	3.292,40	3.616,20	3.354,90	3.518,90
Espectadores cine (millones)	836,2	903,5	921,1	870,1	918,6
Espectadores cine nacional (millones)	83,1	101,3	75,6	92,5	85,3
Cuota de mercado cine nacional (%)	10,0	11,2	8,2	10,6	9,3
Número de estrenos totales	5.154	5.786	5.668	6.271	5.506
Número de estrenos extranjeros	4.373	4.966	4.755	4.839	4.594

Número de estrenos nacionales	781	822	913	1.432	912
Asistencia anual por habitante	1,3	1,4	1,4	1,3	1,2
Precio medio entrada (USD)	4,7	4,5	4,0	4,0	4,5

La evolución de la asistencia de espectadores en el periodo comprendido entre 2015 y 2019 refleja un mínimo de 836,2 millones de 2015 y una máximo de 921,1 de 2017. No obstante, la asistencia de 2019 posiblemente se sitúe en el entorno de los 930 millones de espectadores si dispusiéramos de los datos de exhibición de la República Dominicana y Venezuela (gráfico introducción 1).

Los ingresos de los cines iberoamericanos en 2019 superan los 3.500 millones de dólares. El cine nacional acumula 85,3 millones de espectadores y la cuota de mercado representa el 9,3%. El número de estrenos totales asciende a 5.506 y el porcentaje de estrenos nacionales representa el 16,5% (912 estrenos). En esta edición del Panorama no se disponen de los datos de exhibición de República Dominicana y Venezuela (cuadro Introducción 2).



Cuadro Introducción 2

Datos cinematográficos desglosados. Año 2019. Iberoamérica

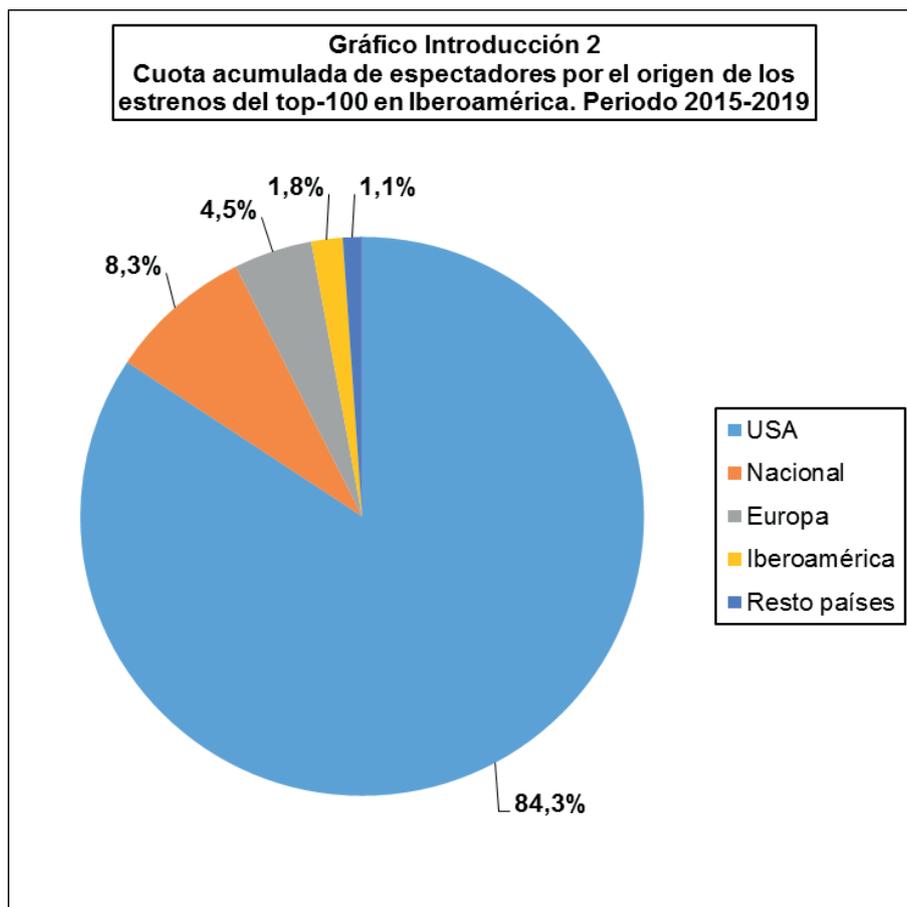
País	Pantallas	Número de estrenos		Espectadores		Ingresos (\$)
		Totales	Nacionales	Totales	Cine Nacional	
Argentina	982	485	217	48.782.448	3.933.467	185.088.434
Bolivia	124	266	18	8.012.214	68.273	40.379.334
Brasil	3.477	433	171	175.195.818	23.861.943	706.375.928
Chile	472	232	20	29.132.601	298.417	141.160.917
Colombia	1.217	352	48	73.110.000	2.513.000	199.035.449
Costa Rica	151	232	13	8.154.833	123.235	41.727.427
Ecuador	356	230	10	20.022.360	371.289	94.970.029

El Salvador	66	175	1	4.207.132	3.986	17.220.597
España	3.593	770	191	106.730.176	16.050.136	705.547.920
Guatemala	172	189	5	7.226.886	13.397	34.189.471
Honduras	111	167	3	4.816.844	59.078	16.562.447
México	7.619	497	108	348.953.463	34.600.000	988.246.393
Nicaragua	55	147	0	1.741.963	262	6.741.986
Panamá	167	220	7	7.172.162	69.992	36.043.613
Paraguay	76	180	6	2.214.577	77.315	10.501.495
Perú	661	325	36	53.434.972	2.644.337	178.994.918
Portugal	580	398	41	16.509.701	635.535	97.713.821
R. Dominicana	198	*	*	*	*	*
Uruguay	102	208	17	3.221.916	26.678	18.409.003
Venezuela	399	*	*	*	*	*
Totales	20.578	5.506	912	918.640.066	85.350.340	3.518.909.182

Los datos del top-100 cinematográfico de los 18 países iberoamericanos analizados, en el presente capítulo, durante el periodo 2015-2019 reflejan una asistencia acumulada a las salas de cine de más de 4.000 millones de espectadores y la venta de entradas suma en conjunto casi 16.000 millones de dólares de ingresos. En dicho periodo, la cuota de espectadores del cine USA se sitúa en el 84,3% y la del cine iberoamericano (nacional y no nacional) se encuentra en el 10,1% (cuadro introducción 3 y gráfico introducción 2).

Cuadro Introducción 3
Distribución acumulada por el origen de los estrenos del top-100. Periodo 2015-2019.
Iberoamérica

Origen	Espectadores	%	Ingresos	%
USA	3.449.193.130	84,3	13.299.835.775	84,0
Nacional	339.774.870	8,3	1.326.826.085	8,4
Iberoamérica	74.018.615	1,8	281.797.747	1,8
Europa	184.250.934	4,5	774.950.433	4,9
Resto países	42.282.235	1,0	151.011.993	1,0
Total	4.089.519.784		15.834.422.033	

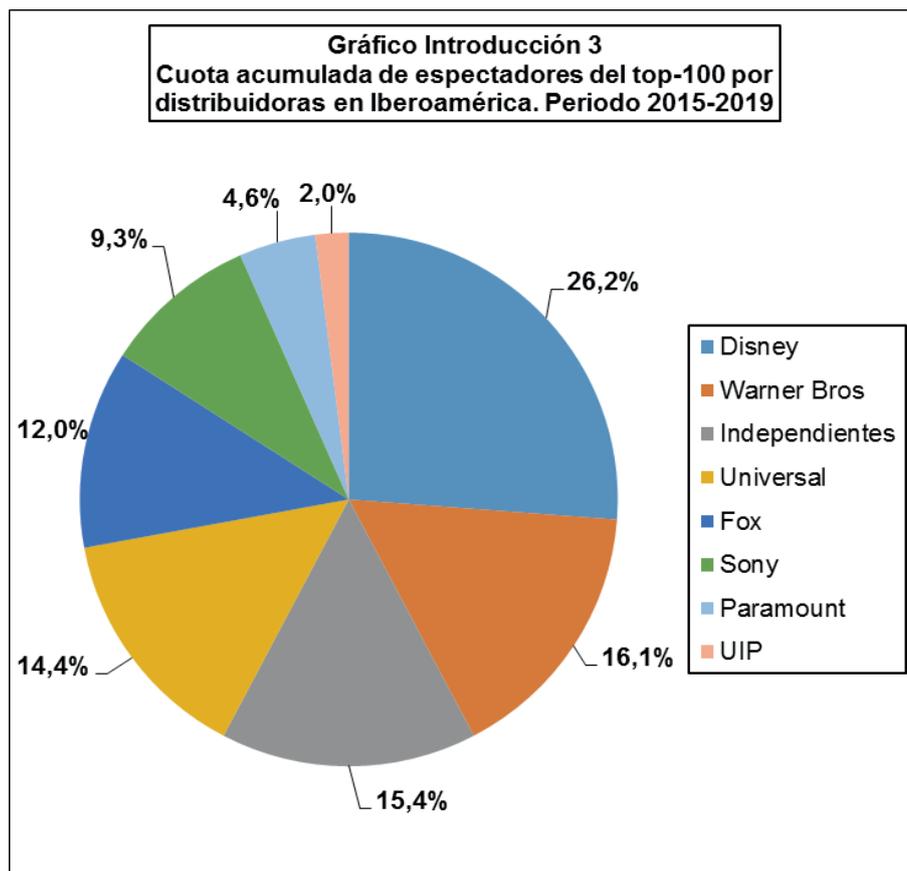


Respecto a las distribuidoras, en el quinquenio 2015-2019 las *Majors* americanas acumulan más de 3.400 millones de espectadores y más 13.600 millones de dólares de ingresos en el conjunto de los top-100 analizados. Los *Estudios* con mayor cuota cinematográfica de espectadores son Disney, con un 26,2% y Warner con un 16,2% (cuadro introducción 4).

Las distribuidoras independientes sumaron casi 630 millones de entradas vendidas y más de 2.100 millones de dólares de ingresos. Respecto a la cuota acumulada de espectadores en el quinquenio, las *Majors* obtienen el 84,6% y las independientes el 15,4% restante (gráfico introducción 3).

Cuadro Introducción 4
Distribución acumulada por las distribuidoras de los estrenos del top-100.
Periodo 2015-2019. Iberoamérica

Distribuidora	Espectadores	%	Ingresos	%
Disney	1.070.963.844	26,2	4.255.637.801	26,9
Warner Bros	660.245.934	16,1	2.557.866.036	16,2
Universal	588.392.485	14,4	2.332.169.155	14,7
Fox	492.320.712	12,0	1.918.164.720	12,1
Sony	380.721.464	9,3	1.442.616.037	9,1
Paramount	186.635.296	4,6	684.726.126	4,3
UIP	81.229.397	2,0	466.681.996	2,9
Independientes	629.010.652	15,4	2.176.560.161	13,7
	4.089.519.784		15.834.422.033	



Del total de los 1.800 estrenos del top-100 de los 18 países analizados en 2019, el 74,6% pertenecen a producciones estadounidenses, el 9,6% a películas iberoamericanas (nacionales y no nacionales) y el 11,3% a estrenos europeos (cuadro introducción 5).

Los 1.800 estrenos de la muestra se corresponden con 296 títulos. De ellos, un 41,2% son estadounidenses, un 40,2% iberoamericanos y un 13,2% europeos. En cuanto al tipo de producción, de los 119 títulos de estreno iberoamericanos, el 26,9% se realizaron en coproducción con otros países y 73,1% son producciones de un solo país.

De las 32 coproducciones iberoamericanas, 20 (62,5%) se realizaron entre países iberoamericanos y 12 (16,8%) con otros países. En estos 32 títulos, participan 14 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, México, Paraguay, Perú, R. Dominicana y Uruguay.

Cuadro Introducción 5
Análisis de los estrenos y títulos del top-100.
Año 2019. Iberoamérica

<i>Distribución de los estrenos por su origen</i>		
Origen	Estrenos	%
USA	1.342	74,6
Iberoamérica	172	9,6
Europa	204	11,3
Resto países	82	4,6
Total	1.800	

<i>Distribución de los títulos por su origen</i>		
Origen	Títulos	%
USA	122	41,2
Iberoamérica	119	40,2
Europa	39	13,2
Resto países	16	5,4
Total	296	

<i>Distribución de los títulos por el tipo de producción y origen</i>		
<i>Iberoamérica</i>		
Tipo	Títulos	%
No coproducción	87	73,1
Coproducción	32	26,9
Total	119	

<i>Resto de países</i>		
Tipo	Títulos	%
No coproducción	103	58,2
Coproducción	74	41,8
Total	177	

En 2019, el estreno más popular es la producción *Vengadores: Endgame*, con un total de 73 millones de espectadores acumulados en el conjunto de los 18 países iberoamericanos analizados. En segundo lugar, con 60,3 millones, *El Rey León* y en tercer lugar *Toy Story 4* con 59,8 millones de espectadores (cuadro Introducción 6).

En el top-20 cinematográfico hay 19 producciones estadounidenses, de las cuales, nueve están en coproducción con otros países (Australia, Canadá, China, Francia y Reino Unido). La producción restante procede de Japón. La cuota de espectadores del top-10 cinematográfico en Iberoamérica respecto al total es del 43,2% (397 millones).

<i>Cuadro Introducción 6</i>				
<i>Ranking acumulado de estrenos cinematográficos. Año 2019. Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	73.071.559	307.617.177
2	El Rey León	USA	60.325.550	246.718.968
3	Toy Story 4	USA	59.855.634	219.515.973
4	Joker	USA, Canadá	44.315.384	173.477.511
5	Capitana Marvel	USA, Australia	33.714.461	130.582.002
7	Aladdin	USA	30.497.347	116.564.430
6	Spider-Man: Lejos de casa	USA	28.106.618	110.158.275
8	Maléfica: Maestra del mal	USA, UK	26.291.761	94.035.752
9	Frozen II	USA	21.054.634	76.693.495
10	Cómo entrenar a su dragón 3	USA, Japón	19.813.310	69.793.544
11	It: Capítulo 2	USA, Canadá	19.249.196	70.420.561
12	Dumbo	USA	18.779.531	69.657.108
13	Fast & Furious: Hobbs & Shaw	USA	16.317.523	63.394.181
14	Mascotas 2	USA, Francia	14.203.997	51.819.831
15	Annabelle vuelve a casa	USA	14.025.868	49.517.602

16	Shazam!	USA, Canadá	12.694.435	46.411.088
17	Dragon Ball Super: Broly	Japón	11.380.662	37.229.698
18	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	11.203.666	56.610.639
19	Aquaman	USA, Australia	10.392.818	39.632.039
20	Pokemon. Detective Pikachu	USA, Japón	10.143.095	35.846.402

El *ranking* acumulado de estrenos iberoamericanos de 2019 está liderado por la película brasileña *Nada a perder – Parte 2* (Alexandre Avanzini, Sylvie Yarza), con un total de 6,69 millones de espectadores, seguida de las mexicanas *No manches, Frida 2* (Nacho G. Velilla), también con 6,68 millones, y *Mirreyes contra Godínez* (Chava Cartas) con 4,5 millones de espectadores (cuadro introducción 7).

Las producciones del top-20 de audiencia cinematográfica provienen de México (7 títulos), España (6 títulos), Brasil (6 títulos) y Argentina (1 título).

<i>Cuadro Introducción 7</i>				
<i>Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Nada a Perder - Parte 2	Brasil	6.695.998	16.485.524
2	No manches Frida 2	México, USA	6.685.038	17.540.326
3	Mirreyes contra Godínez	México	4.582.038	12.419.570
4	Minha vida em Marte	Brasil	4.115.222	16.087.634
5	El Parque Mágico	España, USA	3.964.119	14.406.869
6	Tod@s Caen	México	2.694.307	7.175.987
7	Padre no hay más que uno	España	2.495.863	15.950.239
8	Dulce familia	México, Chile	2.226.206	5.849.063
9	Turma da Mônica - Laços	Brasil	2.117.603	7.767.764
10	Mientras dure la guerra	España	1.907.356	12.317.717
11	La boda de mi mejor amigo	México	1.892.002	5.123.437
12	Lo dejo cuando quiera	España	1.890.794	12.741.244
13	La odisea de los giles	Argentina, España	1.873.519	5.998.113
14	Minha mãe é uma peça 3	Brasil	1.868.808	7.669.766
15	Si yo fuera rico	España	1.866.195	12.740.157
16	De pernas pro ar 3	Brasil	1.782.629	7.214.037
17	Dolor y gloria	España	1.440.111	8.782.483
18	Día de muertos	México	1.410.879	3.481.976
19	Os Parças 2	Brasil	1.306.547	4.422.017
20	Solteras	México	1.242.856	3.416.690

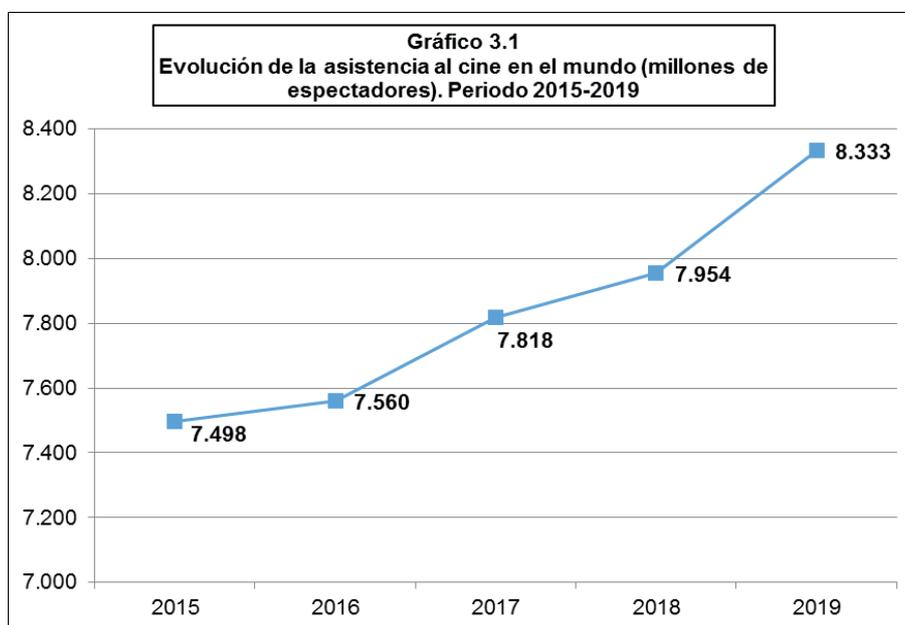
PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN EL MUNDO

La asistencia a los cines en el mundo en 2019 suma 8.333 millones de espectadores y 42.500 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 186.859. La frecuencia de asistencia se sitúa en una película por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,1 dólares (cuadro 3.1).

Cuadro 3.1
Panorama cinematográfico mundial

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	7.376	7.433	7.556	7.672	7.718
PIB-PPA (billones USD)	118,9	122,6	127,0	134,9	142,0
PIB per capita (USD)	16.800	16.900	17.300	17.500	18.000
Pantallas	152.142	163.928	171.755	186.859	*
Ingresos cine (millones USD)	38.400	38.800	40.600	41.100	42.500
Espectadores cine (millones)	7.498	7.560	7.818	7.954	8.333
Producciones estrenadas	7.648	7.893	8.026	8.204	*
Precio entrada (USD)	5,1	5,1	5,2	5,1	5,1
Asistencia por habitante	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2015-2019 muestra una continua tendencia ascendente. El incremento más significativo se produce en 2019 respecto a 2018, sobrepasando la barrera de los 8.000 millones de espectadores (gráfico 3.1).



En 2019 la película estadounidense *Vengadores: Endgame* fue la más vista en el mundo, con casi 529 millones de espectadores y casi 2.700 millones de dólares de recaudación, seguida de *El Rey León*, con 316,9 millones y *Frozen 2* con 242 millones de espectadores. Las tres producciones en conjunto superan los 1.000 millones de espectadores (cuadro 3.2)

De los estrenos del top-10, siete producciones superan los 1.000 millones de dólares de recaudación y todas son estadounidenses (una en coproducción con Australia y otra con Canadá). La cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 29,1% de la asistencia total de espectadores (2.426 espectadores).

Cuadro 3.2
Ranking mundial de estrenos cinematográficos

Nº	Título	Origen	Espectadores (Est. 5,1\$)	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	528.799.998	2.696.879.990
2	El Rey León	USA	316.986.922	1.616.633.300
3	Frozen 2	USA	242.010.000	1.234.250.998
4	Spider-Man: Lejos de casa	USA	215.085.927	1.096.938.225
5	Capitana Marvel	USA, Australia	213.680.144	1.089.768.733
6	Toy Story 4	USA	206.622.960	1.053.777.097
7	Aladdin	USA	201.896.022	1.029.669.712
8	Joker	USA, Canadá	194.122.651	990.025.518
9	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	161.186.307	822.050.165
10	Fast & Furious: Hobbs & Shaw	USA	145.648.950	742.809.644

Los estrenos iberoamericanos en el mundo superaron los 1.100 y la taquilla acumulada de estos estrenos se situó en 406,7 millones de dólares. Respecto al ranking iberoamericano mundial, en 2019 la película española *Dolor y gloria* (Pedro Almodóvar) fue la más vista en el mundo, con 6,7 millones de espectadores y 34,5 millones de dólares de ingresos. El segundo lugar en el ranking se sitúa la mexicana *No manches, Frida 2* con 5,2 millones de espectadores y 26,8 millones de dólares (cuadro 3.3).

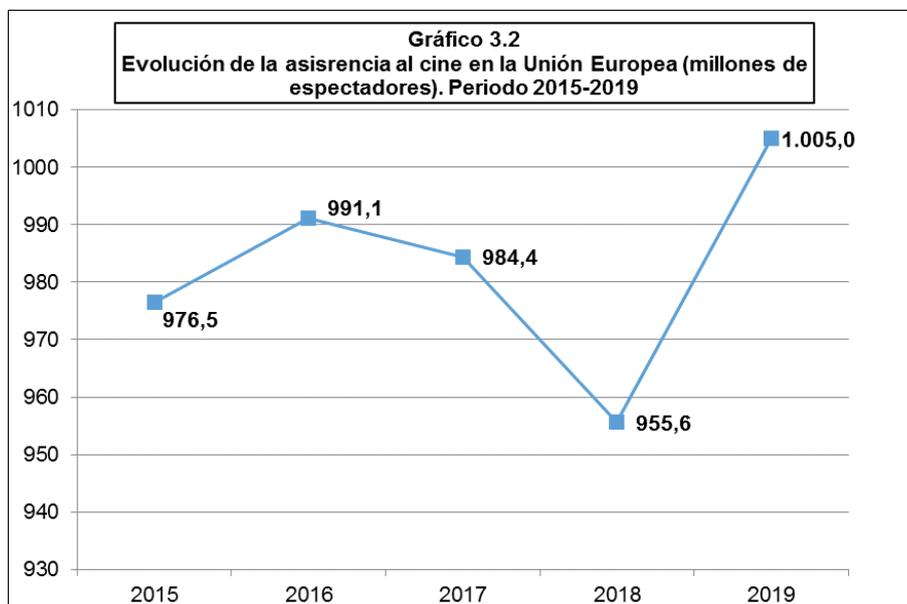
Los estrenos que componen el ranking proceden de España (6 títulos), México (2 títulos) y Brasil (1 título) y Chile (1 título). Los ingresos de todas las producciones en el top-10 superan los 10 millones de dólares y la cuota sobre la taquilla total de los estrenos iberoamericanos supone el 42,5% (172,8 millones).

Cuadro 3.3
Ranking mundial de estrenos iberoamericanos. Año 2019

Nº	Título	Origen	Espectadores (Est 5,1\$)	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	6.782.573	34.591.122
2	No manches, Frida 2	México, USA	5.259.734	26.824.644
3	Nada a perder - Parte 2	Brasil	3.605.824	18.389.704
4	Durante la tormenta	España	3.190.463	16.271.363
5	Padre no hay más que uno	España	3.127.498	15.950.239
6	Si yo fuera rico	España	2.548.177	12.995.703
7	Lo dejo cuando quiera	España	2.502.063	12.760.523
8	Mirreyes contra Godínez	México	2.435.210	12.419.570
9	Mientras dure la guerra	España	2.422.406	12.354.269
10	Gloria Bell	Chile, USA	2.020.640	10.305.262

EL CINE IBEROAMERICANO EN LA UNIÓN EUROPEA

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas europeas, en los últimos cinco años, muestra un máximo en 2019 con 1.005 millones de espectadores y un mínimo de 955,6 en 2018 (gráfico 3.2).



El Panorama Audiovisual 2019 incluye un análisis del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. Los mercados analizados son: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rusia y Turquía.

Esta muestra abarca un total de 83 estrenos, se corresponde con 42 títulos, suma una asistencia conjunta de 5,5 millones de espectadores y 42 millones de dólares de recaudación (cuadro 3.4). El 64,2% (27 títulos) del total se realizó en régimen de coproducción y un 22,2% (6 títulos) se produjo entre países iberoamericanos.

Cuadro 3.4

Muestra del top-10 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2019

Mercados Analizados	9	Número de títulos de la muestra	42
Nº estrenos de la muestra	83	Número de coproducciones	27
Espectadores top-10	5.581.999	Coproducciones internacionales	21
Ingresos top-10 (\$)	40.796.170	Coproducciones iberoamericanas	6

El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra asciende a 205, siendo Francia (69), Italia (33) y Alemania (32) los que estrenaron un mayor número de producciones en 2019. El total de espectadores asciende a 6,5 millones y la recaudación total supera los 47,4 millones de dólares (cuadro 3.5).

Los países con un mayor número de consumidores de cine iberoamericano son Francia (2,8) e Italia (1,9 millones) y sus respectivos ingresos totales en taquilla son 20,4 millones de dólares y 13,1 millones de dólares.

Cuadro 3.5

Datos totales del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2019

Nº	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	32	480.374	4.227.537
2	Austria	15	63.099	575.236
3	Francia	69	2.819.560	20.400.081
4	Italia	33	1.935.434	13.180.980
5	Países Bajos	13	204.098	2.102.213
6	Polonia	3	148.250	770.898
7	Reino Unido	18	499.360	4.843.788
7	Rusia	10	257.073	1.046.009
8	Turquía	12	120.259	327.212
	Total	205	6.527.507	47.473.954

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de cada uno de los ocho mercados, conforme figura en el cuadro 3.6, también se produjo en Francia (2 millones de espectadores y 14,8 millones de dólares) e Italia (1,7 millones de espectadores y 12,3 millones de dólares).

Cuadro 3.6

Distribución de espectadores e ingresos del top-10 de los estrenos de cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2019

Nº	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	463.896	4.092.605
2	Austria	10	62.414	569.864
3	Francia	10	2.054.661	14.865.883
4	Italia	10	1.790.432	12.307.854
5	Países Bajos	10	198.822	2.047.871
6	Polonia	3	148.250	770.898
7	Reino Unido	10	493.490	4.786.856
8	Rusia	10	257.073	1.046.009
9	Turquía	10	112.961	308.330
	Total	83	5.581.999	40.796.170

El mayor número de estrenos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados europeos analizados provino de España (15), acumulando un total de 3,1 millones de espectadores y con presencia en todos los mercados (cuadro 3.7). Los siguientes países iberoamericanos en número de estrenos son Argentina, Brasil y México con seis títulos cada país.

Cuadro 3.7

Distribución de los títulos iberoamericanos de estreno presentes en los top-10 de mercados europeos por países de origen. Año 2019

Nº	País de origen	Nº títulos IB	Espectadores totales	Mercados de estreno
1	Argentina	6	137.080	AT, IT, PB, RU, TQ, UK
2	Brasil	6	1.317.745	AL, FR, IT, PB, RU
3	Chile	2	425.821	AL, AT, FR, IT, PB, PL, TQ, UK
4	Colombia	2	237.826	AL, AT, FR, IT, PB, TQ, UK
5	España	15	3.189.201	AL, AT, FR, IT, PB, PL, RU, TQ, UK
6	Guatemala	1	3.686	PB
6	México	6	166.471	AL, IT, PB, RU, UK
7	Perú	1	6.852	TQ
8	Portugal	2	67.572	AT, FR
9	Uruguay	1	29.745	IT
	Total	42	5.581.999	

El *ranking* acumulado de estrenos iberoamericanos en 2019 en mercados europeos está encabezado por tres producciones de diferentes países: *Dolor y gloria* de España, con 2 millones de espectadores; *El traidor* (Marco Bellocchio) de Brasil con 1,1 millones y *Gloria Bell* (Sebastián Lelio) de Chile con casi 360.000 espectadores (cuadro 3.8).

Los países iberoamericanos representados en el *ranking* de estrenos son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España y México. La cuota espectadores acumulados por estas producciones representa el 85,4% sobre el total sumado por los 42 títulos.

Cuadro 3.8

Ranking de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	2.095.487	15.738.459
2	El traidor	Brasil, Francia, Italia	1.101.260	7.784.398
3	Gloria Bell	Chile, USA	358.819	2.691.114
4	Yuli	España, Alemania, UK	270.686	2.078.300
5	El reino	España, Francia	254.216	1.864.439
6	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	227.560	1.935.131
7	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	175.579	1.369.845
8	Todos lo saben	España, Francia, Italia	107.348	782.926
9	El hombre que compró la luna	Argentina, Italia	99.617	686.567
10	Bacurau	Brasil, Francia	99.237	718.000

De los 42 títulos iberoamericanos estrenados, los que se han estrenado en un mayor número de mercados europeos son: *Dolor y gloria* con 9, *Gloria Bell* con 8 mercados y *Pájaros de verano* (Ciro Guerra y Cristina Gallego) con 6 mercados. En cuanto a la distribución por títulos, 14 se exhibieron en dos o más mercados y 28 títulos se estrenaron en un solo mercado (cuadro 3.9).

Cuadro 3.9

Títulos iberoamericanos presentes en el top-10 de mercados europeos. Año 2019

Nº	Título definitivo	Origen	Mercados	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	ES	9	2.095.487	15.738.459
2	El traidor	ES, AL, FR, IT	2	1.101.260	7.784.398
3	Gloria Bell	CL, USA	8	358.819	2.691.114
4	Yuli	ES, AL, UK	5	270.686	2.078.300
5	El reino	ES, FR	2	254.216	1.864.439
6	Los hermanos Sisters	ES, FR, USA	5	227.560	1.935.131
7	Pájaros de verano	CO, MEX, FR	6	175.579	1.369.845
8	Todos lo saben	ES, FR, IT	3	107.348	782.926
9	El hombre que compró la luna	AR, IT	1	99.617	686.567
10	Bacurau	BR, FR	1	99.237	718.000
11	El silencio de otros	ES, USA	1	97.847	707.943
12	A vida invisível	BR, AL	3	94.367	665.061
13	Día de muertos	MEX	1	82.280	232.886
14	Santiago, Italia	CL, FR, IT	1	67.002	484.773
15	Frankie	PO, FR	1	66.607	481.915
16	Monos	AR, CO, UG	4	62.247	570.778
17	Los informes sobre Sarah y Saleem	MEX, AL, PT	1	57.414	388.410
18	Deep	ES	1	45.198	292.950
19	La noche de 12 Años	AR, ES, UG	1	29.744	176.367
20	El mayor regalo	ES	2	21.535	197.542
21	Bikes the movie	AR, ES	2	20.916	55.055
22	Paradise Hills	ES	1	20.861	86.280
23	Como la vida misma	ES, USA	2	17.352	126.265
24	Morto não fala	BR	1	13.798	59.251
25	Campeones	ES	1	11.191	25.686
26	La camarista	MEX, USA	1	9.527	92.416
27	Belzebuth	MEX	1	8.383	36.205
28	Lino	BR	1	7.001	47.935
29	Condorito: La película	PE	1	6.852	15.816
30	Framed	ES	1	5.854	15.968
31	Los dos Papas	AR, IT, UK	1	5.627	57.959
32	Rojo	AR, BR, AL	1	5.552	53.857
33	La daga en el corazón	MEX, FR, SU	2	5.238	48.115
34	Fátima, el último Misterio	ES	1	5.096	48.447
35	4x4	AR, ES	1	4.872	23.579
36	Renzo Piano	ES	1	4.599	36.464
37	7 razones para huir	ES	1	4.371	21.744
38	Temblores	GU, FR	1	3.686	37.970
39	Vuelven	MEX	1	3.629	37.377
40	Divino amor	BR, CL, FR	1	2.082	10.284
41	Diamantino	PO, FR	1	965	8.052
42	La flor	AR	1	496	3.643
				5.581.999	40.796.170

El cuadro 3.10 muestra el histórico de datos de la muestra de mercados europeos en el periodo 2015-2019. El número de estrenos iberoamericanos totales registrados a lo largo de estos cinco años en los nueve mercados suma 928 y los estrenos del top-10 suman 401. Respecto a estos estrenos, el número de títulos alcanza los 191. El porcentaje de coproducciones representa el 66% (126 títulos). Las coproducciones iberoamericanas sobre el total de los 126 títulos supone el 18,3% (35 títulos).

Cuadro 3.10
Top-10 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Periodo 2015-2019

Datos	2015	2016	2017	2018	2019
Países de muestra	8	8	9	8	9
Número de estrenos totales	*	233	147	182	205
Número de estrenos de muestra	75	80	83	80	83
Espectadores totales	*	7.794.998	4.948.486	7.761.330	6.527.507
Ingresos totales (\$)	*	54.574.526	31.638.078	57.231.254	47.473.954
Espectadores top-10	8.686.609	6.658.583	4.530.261	7.128.922	5.581.999
Ingresos top-10 (\$)	56.130.736	46.654.475	28.733.942	50.923.542	40.796.170
Número de títulos muestra	33	37	43	36	42
Número de coproducciones	25	24	25	25	27
Coproducciones internacionales	17	16	17	20	21
Coproducciones iberoamericanas	8	8	8	5	6

Los espectadores totales acumulados por los top-10 europeos en el periodo 2015-2019 alcanzan los 32,5 millones y los ingresos acumulados superan los 220 millones de dólares. En este caso faltarían los datos totales de 2015 y, por tanto, los datos globales de los top-10 serían más elevados (cuadro 3.11).

Cuadro 3.11
Datos acumulados del top-10 iberoamericano en mercados europeos. Periodo 2015-2019

Datos	Total
Nº estrenos totales	928
Nº estrenos muestra	401
Espectadores totales	27.032.322
Ingresos totales (\$)	190.917.812
Espectadores top-10	32.586.374
Ingresos top-10 (\$)	223.238.865
Número de títulos muestra	191
Número de coproducciones	126
Coproducciones internacionales	91
Coproducciones iberoamericanas	35

Los países europeos con un mayor número de estrenos iberoamericanos exhibidos en los últimos cinco años son Francia (275), Alemania (143), Italia (134) y Reino Unido (103). A la cabeza de espectadores se encuentran Francia (9,2 millones), Italia (6,4 millones) y Rusia (3,4 millones). El país con más ingresos es Francia con más de 70 millones de dólares (cuadro 3.12).

Cuadro 3.12

Datos acumulados por los estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Periodo 2015-2019

Países	Nº de estrenos totales	Espectadores totales	Ingresos totales (\$)	Espectadores top-10	Ingresos top-10 (\$)
Alemania	143	2.344.216	19.882.498	2.938.874	24.707.478
Austria	81	341.139	3.035.043	430.886	3.850.601
Francia	275	9.704.783	70.601.560	9.272.017	65.479.755
Italia	134	6.458.836	44.331.468	7.405.685	51.762.179
Países Bajos	57	1.114.477	11.119.556	1.196.322	11.869.011
Polonia	7	359.948	1.829.387	359.948	1.829.387
Reino Unido	103	2.605.740	25.463.687	3.024.951	30.136.697
Rusia	65	3.441.836	12.530.836	7.143.928	30.799.708
Turquía	63	661.347	2.123.777	813.763	2.804.049
Total	928	27.032.322	190.917.812	32.586.374	223.238.865

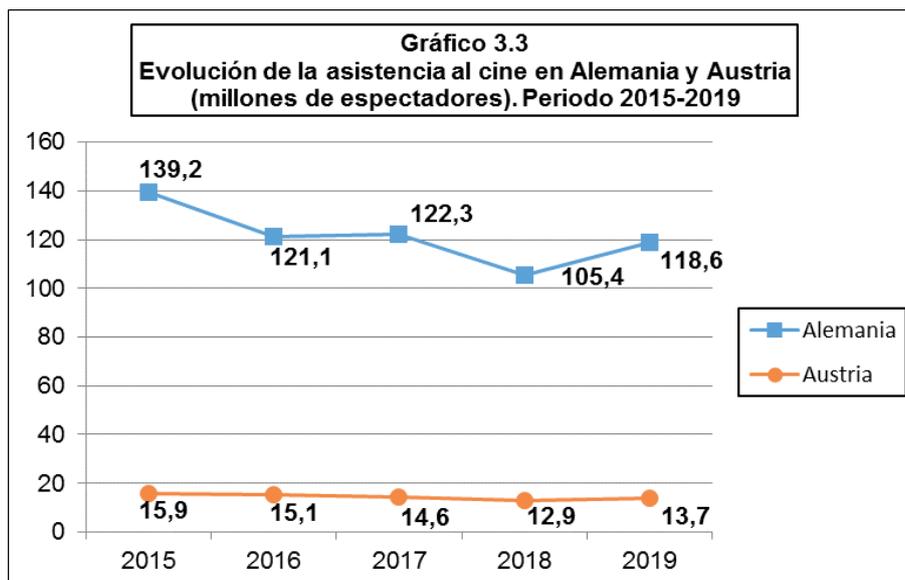
El ranking histórico de estrenos iberoamericanos en el periodo 2015-2019 en los mercados europeos está dominado por tres películas españolas: *Exodus: Dioses y Reyes* (Ridley Scott) con 3,9 millones de espectadores, *Dolor y gloria* con 2 millones de espectadores y *Julieta* (Pedro Almodóvar) con 1,5 millones de espectadores. El top-10 histórico está compuesto por seis títulos españoles, dos brasileños y dos argentinos (capítulo 3.13).

Cuadro 3.13

Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	3.916.051	22.339.043	2015
2	Dolor y gloria	España	2.095.487	15.738.459	2019
3	Julieta	España	1.523.600	10.878.016	2016
4	Todos lo saben	España, Francia, Italia	1.301.708	9.785.688	2018
5	Loving Pablo	España	1.259.582	8.905.120	2018
6	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia	1.131.958	8.900.035	2018
7	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	1.101.260	7.784.398	2019
8	Relatos salvajes	Argentina, España	882.736	6.602.452	2015
9	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	754.667	5.473.411	2016
10	Un monstruo viene a verme	España	717.263	5.747.184	2017

La evolución de la asistencia a los cines en Alemania es irregular en el periodo 2015-2019, con un máximo de 139,2 millones de espectadores (2015) y un mínimo de 105,4 millones (2018). Por otra parte, Austria muestra una evolución más estable y se mantiene en un rango comprendido entre 15,9 millones (2015) y 12,9 (2018), según se refleja en el gráfico 3.3.



Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Alemania en 2019, los dos primeros lugares los ostentan dos producciones españolas: *Dolor y gloria*, con 207.618 espectadores, y *Yuli* (Iciar Bollain), con 122.103 espectadores (cuadro 3.14).

La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que cinco estrenos están producidos por España (tres íntegramente y dos en coproducción con Alemania, Reino Unido, Francia y USA). Los estrenos restantes son dos producciones brasileñas, una producción chilena y otra colombiana-mexicana.

Cuadro 3.14

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Alemania

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	207.618	1.903.537
2	Yuli	España, Alemania, UK	122.103	1.024.279
3	Gloria Bell	Chile, USA	53.483	456.640
4	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	35.012	314.871
5	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	13.982	123.554
6	El mayor regalo	España	8.931	79.988
7	A vida invisible	Brasil, Alemania	8.816	85.231
8	Lino	Brasil	7.001	47.935
9	Renzo Piano	España	4.599	36.464
10	La daga en el corazón	México, Francia, suiza	2.351	20.106

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito en Alemania en el periodo 2015-2019 refleja que tres producciones superaron los 200.000 espectadores: *Tini, el gran cambio de Violetta* (Juan Pablo Buscarini) con 263.318, *Dolor y gloria* con 207.616 espectadores y *Esperando al Rey* (Tom Tykwer) con 207.616. La primera es una coproducción entre Argentina y España, la segunda es una obra íntegramente española y la tercera es una coproducción de México, con Reino Unido y USA (cuadro 3.15).

Aparte de los anteriores países mencionados, también Brasil y Chile cuentan con estrenos en el ranking histórico: *Llámame por tu nombre* (Luca Guadagnino) y *Knock Knock* (Eli Roth), respectivamente.

Cuadro 3.15

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Alemania

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Tini, el gran cambio de Violetta	Argentina, España	263.318	1.968.191	2016
2	Dolor y gloria	España	207.618	1.903.537	2019
3	Esperando al Rey	México, UK, USA	207.616	1.824.318	2016
4	Relatos salvajes	Argentina, España	186.202	1.516.509	2015
5	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia, UK	179.482	1.744.546	2018
6	Caza al asesino	España, Francia, UK	123.275	1.042.418	2015
7	Yuli	España, Alemania, UK	122.103	1.024.279	2019
8	Atrapa la bandera	España	105.831	800.537	2016
9	Knock Knock	Chile, USA	96.213	804.436	2015
10	La bruja	Brasil, UK, USA	93.411	849.336	2016

Como en el caso de Alemania, también en Austria triunfó *Dolor y gloria* con casi 21.000 espectadores. En segunda posición se situó la también española *El mayor regalo* (Juan Manuel Coteló) con más de 12.000 espectadores y en tercer lugar la producción chilena *Gloria Bell* con 8.211 (cuadro 3.16).

La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que cinco estrenos están producidos por España (dos íntegramente y tres en coproducción con Alemania, Francia, Reino Unido y USA). Los estrenos restantes son dos producciones argentinas (una en coproducción con Colombia y Uruguay), una chilena, una obra colombiana (en coproducción con México) y una producción portuguesa.

Cuadro 3.16

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	20.919	190.124
2	El mayor regalo	España	12.604	117.554
3	Gloria Bell	Chile, USA	8.211	75.240
4	Fátima, el último Misterio	España	5.096	48.447
6	Yuli	España, Alemania, UK	5.087	43.860
5	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	4.808	45.334
7	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	3.047	28.302
8	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	1.181	9.306
9	Diamantino	Portugal, Francia	965	8.052
10	La flor	Argentina	496	3.643

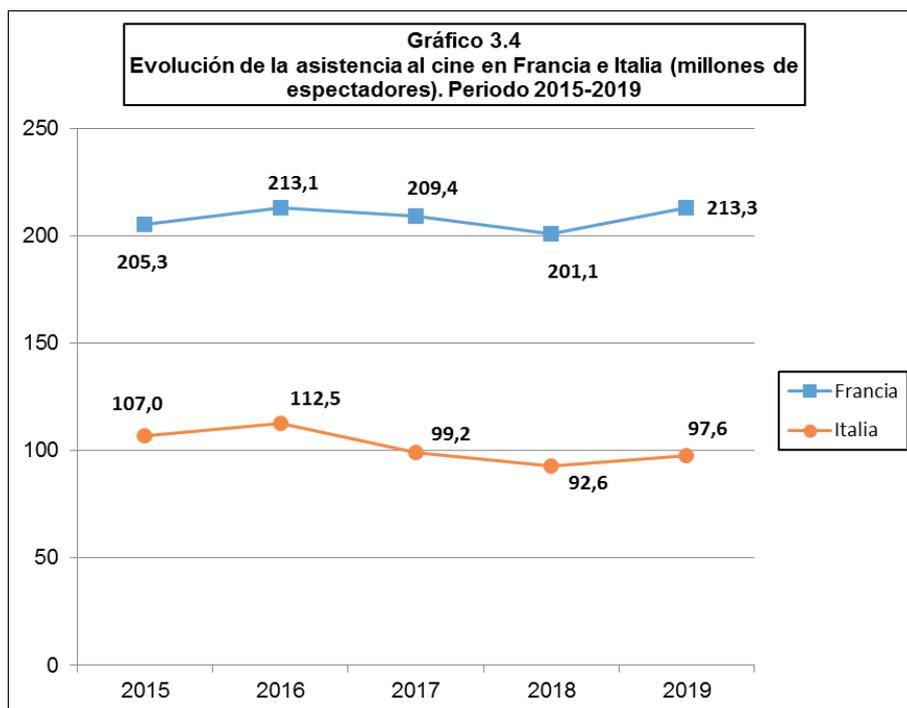
El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito en Austria en el periodo 2015-2019 refleja que dos producciones superaron los 38.000 espectadores: *Knock Knock* y *Tini, el gran cambio de Violetta*. La primera es una coproducción entre Chile y USA y la segunda es una coproducción entre Argentina y España (cuadro 3.17). Aparte de los anteriores países mencionados, también Brasil cuenta con estrenos en el ranking histórico: *Llámame por tu nombre*.

Cuadro 3.17

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Knock Knock	Chile, USA	38.677	364.305	2015
2	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	38.219	315.663	2016
3	Tierra de María	España	27.154	239.369	2016
4	Dolor y gloria	España	20.919	190.124	2019
5	Atrapa la bandera	España	18.946	154.445	2016
6	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia, UK	18.154	185.074	2018
7	La librería	España, UK	17.184	162.414	2018
8	Relatos Salvajes	Argentina, España	17.066	147.267	2015
9	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	17.052	156.885	2015
10	Julieta	España	13.468	117.669	2016

Las gráficas de la evolución de la asistencia de espectadores a los cines de Francia e Italia siguieron prácticamente una misma pauta de incrementos y descensos en el periodo 2015-2019 (gráfico 3.4). En Francia, la asistencia se mueve entre un rango mínimo de 201,1 millones de espectadores (2018) y un máximo de 213,3 millones (2019). En Italia el mínimo se registra en 2018 (92,6 millones de espectadores) y el máximo en 2016 (112,5 millones).



El ranking de estrenos iberoamericanos en Francia en 2019, está liderado por *Dolor y gloria* con 794.720 espectadores, seguido de la producción brasileña *El traidor* con más de 330.000 espectadores y de la producción española *El reino* (Rodrigo Sorogoyen) con casi 250.000 espectadores (cuadro 3.18). Los primeros cinco estrenos superaron los 100.000 espectadores y aparte de España y Brasil, en este top-10, también hay obras de Chile, Colombia, México y Portugal.

Cuadro 3.18

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	794.720	5.749.958
2	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	333.787	2.415.016
3	El reino	España, Francia	246.016	1.779.975
4	Yuli	España, Alemania, UK	131.650	952.514
5	Gloria Bell	Chile, USA	121.713	880.618
6	Bacurau	Brasil, Francia	99.237	718.000
7	El silencio de otros	España, USA	97.847	707.943
8	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	96.082	695.172
9	Santiago, Italia	Chile, Francia, Italia	67.002	484.773
10	Frankie	Portugal, Francia	66.607	481.915

El ranking histórico de estrenos iberoamericanos con más éxito en Francia en el periodo 2015-2019 refleja que tres producciones superaron los 750.000 espectadores: *Todos lo saben* (España, Francia, Italia), *Dolor y gloria* (España) y *Julieta* (España). Todas las obras del ranking superaron al menos los 240.000 espectadores (cuadro 3.19). Aparte de los anteriores países mencionados, también Brasil cuenta con dos estrenos en el ranking histórico: *El traidor* y *Llámame por tu nombre* y Argentina cuenta con otra película en coproducción con España: *Relatos salvajes* (Damián Szifron).

Cuadro 3.19

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Todos lo saben	España, Francia, Italia	829.221	5.796.023	2018
2	Dolor y gloria	España	794.720	5.749.958	2019
3	Julieta	España	774.065	5.184.584	2016
4	Relatos salvajes	Argentina, España	525.845	3.593.123	2015
5	Loving Pablo	España, Bulgaria	431.009	3.012.632	2018
6	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	333.787	2.415.016	2019
7	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia, UK	325.849	2.277.593	2018
8	La isla Mínima	España	323.911	2.322.636	2015
9	Ozzy	España, Canadá	246.348	1.796.700	2017
10	El reino	España, Francia	246.016	1.779.975	2019

El ranking de estrenos iberoamericanos en Italia en 2019, está liderado con por la coproducción italo-brasileña *El traidor* con 767.473 espectadores, seguida de la producción española *Dolor y gloria* con más de 500.000 espectadores (cuadro 3.20). Aparte de Brasil y España en este top-10 también hay obras de Argentina, Chile, Colombia y México.

Cuadro 3.20

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Italia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	767.473	5.369.383
2	Dolor y gloria	España	513.786	3.624.715
3	El hombre que compró la luna	Argentina, Italia	99.617	686.567
4	Gloria Bell	Chile, USA	95.166	566.944
5	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	77.428	533.186
6	A vida invisible	Brasil, Alemania	77.135	493.141
7	Los informes sobre Sarah y Saleem	México, Alemania, Palestina	57.414	388.410
8	Deep	España	45.198	292.950
9	La noche de 12 Años	Argentina, España, Uruguay	29.744	176.367
10	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	27.471	176.190

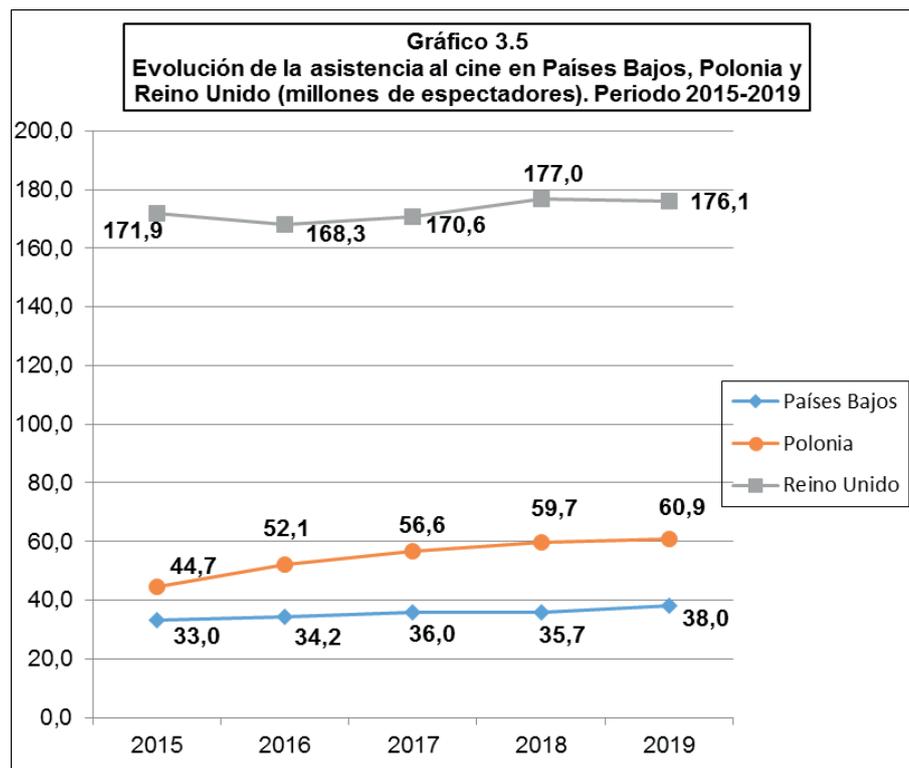
El *ranking* histórico de estrenos iberoamericanos con más éxito en Italia en el periodo 2015-2019 refleja que cinco producciones superaron los 500.000 espectadores: *Exodus: Dioses y Reyes* (España), *El traidor* (Brasil), *Loving Pablo* (Fernando León de Aranoa, España), *Dolor y Gloria* (España) y *Llámame por tu nombre* (Brasil). Además de las producciones antes mencionadas, hay que reflejar la presencia en el ranking de otras cuatro obras españolas y una mexicana (cuadro 3.21).

Cuadro 3.21

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Italia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, UK, USA	884.189	6.802.499	2015
2	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	767.473	5.369.383	2019
3	Loving Pablo	España, Bulgaria	520.990	4.101.362	2018
4	Dolor y gloria	España	513.786	3.624.715	2019
5	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia, UK	502.619	3.743.633	2018
6	Julieta	España	364.903	2.461.029	2016
7	Todos lo saben	España, Francia, Italia	299.234	2.239.751	2018
8	Ahí viene Cascarrabias	México, UK	272.936	1.966.810	2018
9	Mine	España, Italia, USA	250.577	1.555.689	2016
10	Ozzy	España, Canadá	236.149	1.427.594	2017

Las gráficas de la evolución de la asistencia de espectadores a los cines de Países Bajos y Polonia siguieron una pauta parecida de crecimiento en el periodo 2015-2019. En Polonia en 2015, se registró el mínimo de asistencia de 44,7 millones y en 2019 el máximo con una asistencia del 60,9 millones. En los Países Bajos, también se produjo un mínimo de 33 millones en 2015 y un máximo de 38 millones en 2019. Por su parte, en Reino Unido tampoco hubo un rango de variación significativo entre el mínimo y el máximo. El mínimo tuvo lugar en 2016 con 168,3 millones y el máximo en 2018 con 177 millones (gráfico 3.5).



El *ranking* de estrenos iberoamericanos en Países Bajos en 2019, está liderado, con mucha diferencia, por la producción española *Dolor y Gloria* con más de 110.000 espectadores. Aparte de España en este top-10 también hay obras de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay y, mención aparte merece el estreno guatemalteco *Temblores* (Jayro Bustamante) que con casi 3.700 espectadores consiguió formar parte de este top-10 (cuadro 3.22).

Cuadro 3.22

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Países Bajos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	111.046	1.143.775
2	Gloria Bell	Chile, USA	29.005	298.751
3	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	13.649	140.588
4	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	11.932	122.902
5	A vida invisible	Brasil, Alemania	8.416	86.689
6	El reino	España, Francia	8.200	84.464
7	Los dos Papas	Argentina, Italia, UK, USA	5.627	57.959
8	Temblores	Guatemala, Francia	3.686	37.970
9	Yuli	España, Alemania, UK	3.631	37.396
10	Vuelven	México	3.629	37.377

El *ranking* histórico de estrenos iberoamericanos en Países Bajos en el periodo 2015-2019 refleja que dos producciones españolas superaron los 100.000 espectadores: *Tadeo Jones 2* (Enrique Gato) y *Dolor y Gloria*. El resto del top-10 histórico está dominado por siete obras españolas, destacando también la presencia de una producción brasileña: *Llámame por tu nombre* (cuadro 3.23).

Cuadro 3.23

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Países Bajos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Años
1	Tadeo Jones 2	España	140.949	1.451.770	2018
2	Dolor y gloria	España	111.046	1.143.775	2019
3	Todos lo saben	España, Francia, Italia	94.619	974.573	2018
4	Atrapa la bandera	España	86.318	802.761	2016
5	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia, UK	85.430	879.934	2018
6	Deep	España	75.708	779.795	2018
7	Loving Pablo	España, Bulgaria	67.866	699.021	2018
8	Caza al asesino	España, Francia, UK	43.584	405.331	2015
9	La librería	España, UK	32.544	335.202	2018
10	Julieta	España	30.807	286.505	2016

El *ranking* de estrenos iberoamericanos en Polonia en 2019 solo lo componen tres producciones, en concreto dos españolas y una chilena. El liderazgo de este top-3 recae en la producción española *Dolor y gloria* con casi 131.000 espectadores (cuadro 3.24).

Cuadro 3.24

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Polonia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	130.935	680.860
2	Como la vida misma	España, USA	9.344	48.588
3	Gloria Bell	Chile, USA	7.971	41.449

El *ranking* histórico de estrenos iberoamericanos con más éxito en Polonia en el periodo 2017-2019 refleja que dos producciones superaron los 100.000 espectadores: *Ozzy* (Alberto Rodríguez, España) y *Dolor y Gloria* (España). Este ranking solo está formado por siete obras y lo completan otras tres obras españolas más una producción chilena y otra colombiana (cuadro 3.25).

Cuadro 3.25

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2017-2019. Polonia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Ozzy	España, Canadá	176.101	880.507	2017
2	Dolor y gloria	España	130.935	680.860	2019
3	Deep	España	19.394	96.970	2017
4	La promesa	España, USA	13.224	66.119	2017
5	Como la vida misma	España, USA	9.344	48.588	2019
6	Gloria Bell	Chile, USA	7.971	41.449	2019
7	La jungla	Colombia, Australia	2.979	14.893	2017

El *ranking* de estrenos iberoamericanos en Reino Unido, en 2019, está liderado por dos producciones españolas: *Dolor y gloria* con casi 200.000 espectadores y *Los hermanos Sisters* (Jacques Audiard), con más de 105.000. Este top-10 muestra una gran variabilidad en la procedencia de los estrenos en el que aparte de España también hay obras de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México (cuadro 3.26).

Cuadro 3.26

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Reino Unido

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	195.054	1.892.025
2	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	106.245	1.030.581
3	Todos lo saben	España, Francia, Italia	66.110	641.269
4	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	41.786	405.320
5	Gloria Bell	Chile, USA	35.256	341.979
6	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	23.064	223.724
7	La camarista	México, USA	9.527	92.416
8	Como la vida misma	España, USA	8.008	77.677
9	Rojo	Argentina, Brasil, Alemania	5.552	53.857
10	La daga en el corazón	México, Francia, suiza	2.887	28.008

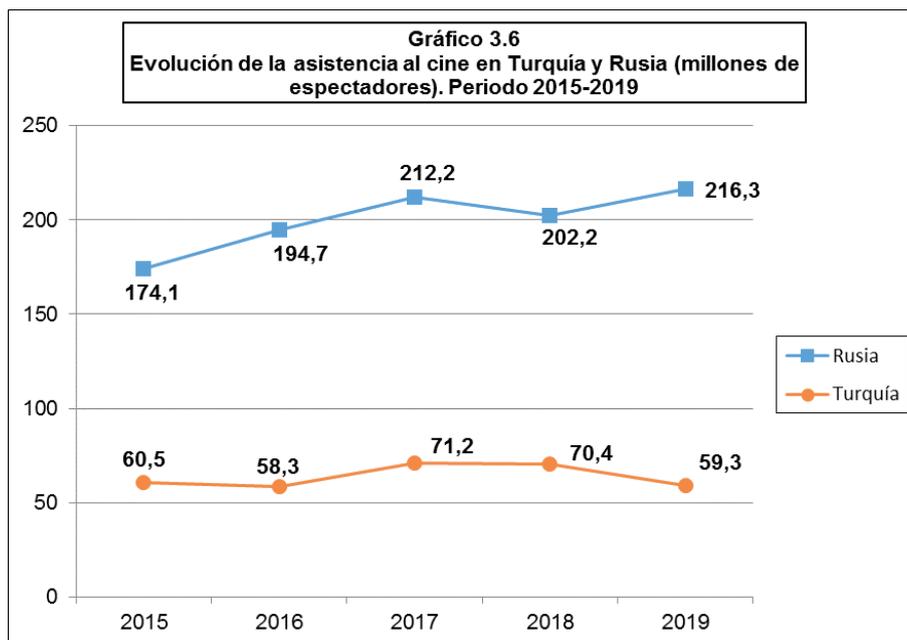
El ranking histórico de estrenos iberoamericanos con más éxito en Reino Unido, en el periodo 2015-2019, refleja que todas las producciones superaron los 100.000 espectadores. El liderazgo lo ostentaron *Un monstruo viene a verme* (Juan Antonio Bayona, 393.092 espectadores), *Atrapa la bandera* (Enrique Gato, 292.553 espectadores), *Llámame por tu nombre* (199.441 espectadores) y *Dolor y gloria* (195.054 espectadores). Este top-10 histórico está dominado por siete estrenos españoles, dos brasileños y uno mexicano (cuadro 3.27).

Cuadro 3.27

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Reino Unido

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Un monstruo viene a verme	España	393.092	3.812.992	2017
2	Atrapa la bandera	España	292.553	2.896.279	2016
3	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia, UK	199.441	1.934.582	2017
4	Dolor y gloria	España	195.054	1.892.025	2019
5	La bruja	Brasil, UK, USA	177.077	1.753.067	2016
6	Julieta	España	174.828	1.730.797	2016
7	Tadeo Jones 2	España	167.612	1.625.835	2018
8	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	126.411	1.390.523	2015
9	Esperando al Rey	México, UK, USA	119.781	1.185.833	2016
10	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	106.245	1.030.581	2019

La evolución de la asistencia a los cines en Rusia en el periodo 2015-2019, muestra un mínimo en 2015 de 174,1 millones de espectadores y un máximo en 2019 de 216,3 millones. En Turquía el rango de variación es de menor amplitud, con un mínimo de 58,3 millones de espectadores en 2016 y un máximo de 71,2 millones en 2017 (gráfico 3.6).



El *ranking* de estrenos iberoamericanos en Rusia, en 2019, está liderado por la producción española *Dolor y gloria* con más de 96.000 espectadores y por la obra mexicana *Día de Muertos* (Carlos Gutiérrez Medrano) con 82.280 espectadores. Este top-10 lo componen también dos estrenos argentinos (en coproducción con España), dos brasileños, otros tres estrenos españoles y otro mexicano (cuadro 3.28).

Cuadro 3.28

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Rusia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dolor y gloria	España	96.224	464.130
2	Día de Muertos	México	82.280	232.886
3	Paradise Hills	España	20.861	86.280
5	Morto não fala	Brasil	13.798	59.251
4	Todos lo saben	España, Francia, Italia	12.995	75.314
6	Bikes the movie	Argentina, España	11.207	36.335
7	Belzebuth	México	8.383	36.205
9	4x4	Argentina, España	4.872	23.579
8	7 razones para huir	España	4.371	21.744
10	Divino amor	Brasil, Chile, Francia	2.082	10.284

El *ranking* histórico de estrenos iberoamericanos con más éxito en Rusia en el periodo 2015-2019 refleja el dominio de tres producciones españolas: *Exodus: Dioses y Reyes* con más de 3 millones de espectadores, *Deep* con casi 600.000 y *Ozzy* con 360.078 espectadores. En este top-10 histórico todos los estrenos superan los 150.000 espectadores y, otros cuatro estrenos españoles, una producción argentina, una brasileña y otra colombiana (cuadro 3.29).

Cuadro 3.29

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Rusia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, UK, USA	3.031.862	15.536.544	2015
2	Deep	España	586.745	1.740.357	2017
3	Ozzy	España, Canadá	360.078	1.082.250	2016
4	Futbolín (Metegol)	Argentina, España	314.514	1.316.998	2015
5	Lino	Brasil	313.788	1.014.712	2018
6	Tadeo Jones 2	España	250.555	812.692	2017
7	Loving Pablo	España, Bulgaria	179.455	899.311	2018
8	Un monstruo viene a verme	España	157.991	640.243	2017
9	Atrapa la bandera	España	154.971	405.906	2016
10	La jungla	Colombia, Australia	151.982	692.165	2017

El ranking de estrenos iberoamericanos en Turquía, en 2019, está liderado por las producciones españolas *Todos lo saben* y *Dolor y gloria* con más de 28.000 y 25.000 espectadores, respectivamente. Este top-10 también muestra una cierta variabilidad en cuanto a la procedencia de las obras con un total de cinco estrenos españoles, dos producciones argentinas (una en coproducción con España y otra en coproducción con Colombia y Uruguay), una obra chilena y otra peruana (cuadro 3.30).

Cuadro 3.30

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2019. Turquía

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Todos lo saben	España, Francia, Italia	28.243	66.344
2	Dolor y gloria	España	25.185	89.332
3	Campeones	España	11.191	25.686
5	Bikes the movie	Argentina, España	9.709	18.720
4	Yuli	España, Alemania, UK	8.215	20.251
6	Gloria Bell	Chile, USA	8.014	29.492
7	Condorito: La película	Perú	6.852	15.816
8	Framed	España	5.854	15.968
9	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	5.631	15.564
10	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	4.067	11.159

El ranking histórico de estrenos iberoamericanos con más éxito en Turquía en el periodo 2015-2019 refleja el dominio de tres producciones: la española *Deep* (Julio Soto Gúrpide) con más de 86.000 espectadores, la coproducción hispano-cubana *Meñique* (Ernesto padrón) con 75.475 y la obra española *Loving Pablo* con más de 60.000 espectadores (cuadro 3.31).

En este top-10 histórico todos los estrenos superan los 25.000 espectadores y aparte de las obras antes mencionadas, el ranking lo completan otros tres estrenos españoles, tres mexicanos y uno argentino (en coproducción con España).

Cuadro 3.31

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Periodo 2015-2019. Turquía

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Deep	España	86.258	189.594	2018
2	Meñique	Cuba, España	75.475	288.257	2015
3	Loving Pablo	España, Bulgaria	60.262	192.794	2018
4	En el corazón del mar	España, Canadá, UK, USA	45.736	238.052	2016
5	Ahí viene Cascarrabias	México, UK	40.534	102.536	2018
6	Ozzy	España, Canadá	38.406	123.820	2017
7	Fútbolín (Metegol)	Argentina, España	34.566	149.946	2015
8	Un gallo con muchos huevos	México	30.754	107.745	2016
9	Todos lo saben	España, Francia, Italia	28.243	66.344	2019
10	Esperando al Rey	México, UK, USA	27.987	137.447	2016

EL CINE IBEROAMERICANO EN IBEROAMERICA

La muestra que se utiliza para el estudio de la exhibición de los estrenos cinematográficos iberoamericanos en Iberoamérica, proviene de los top-100 de 17 países iberoamericanos más toda la programación de estrenos exhibidos en España en 2019. En el caso de España, la selección de los títulos iberoamericanos se ha realizado a partir de toda la muestra de estrenos exhibidos en 2019. Hay que reseñar que los estrenos contabilizados no incluyen sus mercados de origen, incluidas las coproducciones entre dos o más países iberoamericanos cualquiera que sea su peso en la producción y que toda la información de partida proviene de ComScore-Rentrak.

El número total de estrenos de los 18 países incluidos en la muestra suma 73 (cuadro 3.32). Este número de producciones se corresponde con 34 títulos, acumulan una asistencia de 6,5 millones de espectadores y 22,2 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38,2% (13 títulos) y más de la mitad se realizan entre países iberoamericanos (9 títulos).

Cuadro 3.32

Muestra de estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos. Año 2019

Mercados Analizados	18	Número de títulos de la muestra	34
Nº estrenos de la muestra	73	Número de coproducciones	13
Espectadores totales	6.499.632	Coproducciones internacionales	4
Ingresos totales (\$)	22.224.924	Coproducciones iberoamericanas	9

La distribución de los 73 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que España (12), Bolivia (8), Uruguay (8) y Paraguay (6) son los países que más obras iberoamericanas exhibieron.

Por espectadores, los mercados que aglutinan una mayor asistencia a estrenos iberoamericanos son México (2,4 millones) y Brasil (un millón). Otros mercados con cifras significativas son Argentina con más de 700.000 espectadores y Colombia y Perú, ambos con más de 400.000 espectadores (cuadro 3.33).

Cuadro 3.33

Distribución de los estrenos iberoamericanos del top-100 por países de estreno. Año 2019

Nº	País estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	3	739.107	2.368.860
2	Bolivia	8	150.993	589.174
3	Brasil	2	1.015.021	4.209.088
4	Chile	3	139.480	661.101
5	Colombia	2	463.688	1.081.619
6	Costa Rica	3	47.393	211.109
7	Ecuador	3	203.674	817.006
8	El Salvador	3	28.629	107.519
9	España	12	175.957	1.139.128
10	Guatemala	3	42.969	188.646
11	Honduras	3	30.998	86.406
12	México	2	2.399.526	6.294.426

13	Nicaragua	3	17.690	54.144
14	Panamá	3	61.880	274.187
15	Paraguay	6	25.544	102.197
16	Perú	3	432.208	1.269.054
17	Portugal	3	276.208	1.486.337
18	Uruguay	8	248.667	1.284.923
Total		73	6.499.632	22.224.924

La distribución de títulos en los mercados iberoamericanos por países de origen refleja que Argentina (10 títulos - 4 mercados), México (9 títulos - 9 mercados), España (5 títulos - 18 mercados) y Brasil (3 títulos - 8 mercados) son los países que más producciones iberoamericanas no nacionales distribuyeron entre los 18 países analizados en 2019.

Por espectadores, los títulos españoles aglutinaron un total de 4,7 millones de espectadores, los brasileños más de 610.000, los títulos mexicanos 546.429 espectadores, las producciones argentinas casi 250.000 y los títulos colombianos casi 210.000 espectadores (cuadro 3.34).

Cuadro 3.34

Distribución de los títulos de estreno iberoamericanos en Iberoamérica por países de origen. Año 2019

N°	País origen	Títulos	Espectadores	Ingresos	Mercados de estreno
1	Argentina	10	248.666	1.335.606	CL, ES, PG, UG
2	Brasil	3	610.309	2.053.670	AR, ES, HO, NI, PG, PO, UG
3	Chile	1	36.316	251.180	ES
4	Colombia	2	208.428	654.248	BO, ES, PE
5	Ecuador	1	5.673	21.272	PG
6	España	5	4.771.180	15.813.205	AR, BR, BO, BR, CL, CO, CR, EC, EL, GU, HO, ME, NI, PA, PG, PE, PO, UG
7	México	9	546.429	1.700.274	CO, CR, EC, EL, ES, GU, HO, PA, PE
8	Paraguay	1	32.701	214.523	ES
9	Portugal	1	2.160	13.259	ES
10	R. Dominicana	1	37.770	167.687	BO, PA
Total		34	6.499.632	22.224.924	

Los estrenos iberoamericanos presentes en los *top-100* en un mayor número de mercados en 2019 son *El Parque Mágico* (Dylan Brown, 17 países), *Dolor y gloria* (7 países) *Nada a perder – Parte 2* (6 países) y *Día de Muertos* (5 países).

Las películas que aglutinan un mayor número de espectadores y recaudación en taquilla son: *El Parque Mágico* (3,4 millones de espectadores), *Perfectos desconocidos* (793.962 espectadores), *Nada a perder – Parte 2* (559.025 espectadores) y *Dolor y gloria* (492.885). En 2019 hubo ocho estrenos iberoamericanos que acumularon más de 100.000 espectadores en la muestra y cuatro que aglutinan más de un millón de dólares de recaudación (cuadro 3.35).

Cuadro 3.35

Títulos Iberoamericanos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	País de estreno
1	El Parque Mágico	ES, USA	3.478.776	11.229.707	AR, BO, BR, CL, CO, CR, EC, EL, GU, HO, ME, NI, PA, PG, PE, PO, UG
2	Perfectos desconocidos	ES	793.962	2.240.169	ME
3	Nada a perder - parte 2	BR	559.025	1.744.695	AR, HO, NI, PG, PO, UG
4	Dolor y gloria	ES	492.885	2.323.582	AR, BR, CL, CR, NI, PO, UG
5	Ya veremos	MEX	209.389	632.339	EL, GU, HO, PE
6	Dedicada a mi ex	CO, EC	196.204	577.890	BO, PE
7	Día de muertos	MEX	145.896	357.566	CO, CR, EL, GU, PA
8	La odisea de los giles	AR, ES	132.280	673.188	CL, PG, UG
9	Mamá se fue de viaje	MEX	76.570	274.746	BO, EC
10	Te juro que yo no fui	MEX	44.183	164.699	EC
11	Greta	BR	43.678	262.055	ES
12	Qué león	RD	37.770	167.687	BO, PA
13	Gloria Bell	CL	36.316	251.180	ES
14	No manches Frida 2	MEX, USA	33.924	160.120	BO
15	El cuento de las comadreas	AR, ES	32.842	167.097	UG
16	Las Herederas	PG, BR, UG	32.701	214.523	ES
17	No soy tu mami	AR	29.532	155.520	UG
18	Tod@s caen	MEX	18.175	81.505	BO
19	Rojo	AR, BR	17.614	122.193	ES
20	El amor menos pensado	AR	14.252	89.897	ES
21	Pájaros de verano	CO, MEX	12.224	76.358	ES
22	Belzebuth	MEX	9.150	10.248	BO
23	La misma sangre	AR, CL	8.359	43.628	UG
24	A vida invisível de Eurídice Gusmão	BR, AL	7.606	46.920	ES
25	Porno para principiantes	MEX	7.481	8.379	BO
26	Yo, mi mujer y mi mujer muerta	AR, ES	6.042	32.012	UG
27	Oscuridad	EC	5.673	21.272	PG
28	La quietud	AR	4.661	30.109	ES
29	El mayor regalo	ES	2.933	9.777	PG
30	El misterio del padre Pío	ES, IT	2.624	9.969	PG
31	Fin de siglo	AR	2.244	16.766	ES
32	A portuguesa	PG	2.160	13.259	ES
33	Las niñas bien	MEX	1.661	10.673	ES
34	Araña	AR, BR, CL	840	5.197	ES
			6.499.632	22.224.924	

El cuadro 3.36 refleja la distribución de los estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales por país de origen. Los estrenos españoles son los más numerosos con 28, seguidos de los mexicanos con 16, los argentinos con 12 y los brasileños con ocho estrenos.

Cuadro 3.36

Estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno
1	El amor menos pensado	Argentina	14.252	España
2	La quietud	Argentina	4.661	España
3	Fin de siglo	Argentina	2.244	España
4	No soy tu mami	Argentina	29.532	Uruguay
5	Rojo	Argentina, Brasil	17.614	España
6	Araña	Argentina, Brasil, Chile	840	España
7	La misma sangre	Argentina, Chile	8.359	Uruguay
8	La odisea de los giles	Argentina, España	15.363	Chile
9	La odisea de los giles	Argentina, España	1.607	Paraguay
10	La odisea de los giles	Argentina, España	115.310	Uruguay
11	El cuento de las comadreas	Argentina, España	32.842	Uruguay
12	Yo, mi mujer y mi mujer muerta	Argentina, España	6.042	Uruguay
13	Nada a perder - parte 2	Brasil	403.858	Argentina
14	Greta	Brasil	43.678	España
15	Nada a perder - Parte 2	Brasil	11.925	Honduras
16	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.372	Nicaragua
17	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.073	Paraguay
18	Nada a perder - Parte 2	Brasil	113.411	Portugal
19	Nada a perder - Parte 2	Brasil	11.386	Uruguay
20	A vida invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	7.606	España
21	Gloria Bell	Chile	36.316	España
22	Dedicada a mi ex	Colombia, Ecuador	26.174	Bolivia
23	Dedicada a mi ex	Colombia, Ecuador	170.030	Perú
24	Pájaros de verano	Colombia, México	12.224	España
25	Oscuridad	Ecuador	5.673	Paraguay
26	Dolor y gloria	España	172.286	Argentina
27	Dolor y gloria	España	227.065	Brasil
28	Dolor y gloria	España	23.727	Chile
29	Dolor y gloria	España	5.930	Costa Rica
30	Día de muertos	España	5.278	Costa Rica
31	Perfectos desconocidos	España	793.962	México
32	Dolor y gloria	España	1.391	Nicaragua
33	El mayor regalo	España	2.933	Paraguay
34	Dolor y gloria	España	41.219	Portugal
35	Dolor y gloria	España	21.267	Uruguay
36	El misterio del padre Pío	España, Italia	2.624	Paraguay
37	El parque mágico	España, USA	162.963	Argentina
38	El parque mágico	España, USA	23.712	Bolivia
39	El parque mágico	España, USA	787.956	Brasil
40	El parque mágico	España, USA	100.390	Chile
41	El parque mágico	España, USA	343.383	Colombia
42	El parque mágico	España, USA	36.185	Costa Rica
43	El parque mágico	España, USA	96.732	Ecuador
44	El parque mágico	España, USA	19.471	El Salvador
45	El parque mágico	España, USA	21.937	Guatemala

46	El parque mágico	España, USA	14.904	Honduras
47	El parque mágico	España, USA	1.605.564	México
48	El parque mágico	España, USA	6.927	Nicaragua
49	El parque mágico	España, USA	33.690	Panamá
50	El parque mágico	España, USA	3.634	Paraguay
51	El parque mágico	España, USA	75.821	Perú
52	El parque mágico	España, USA	121.578	Portugal
53	El parque mágico	España, USA	23.929	Uruguay
54	Tod@s caen	México	18.175	Bolivia
55	Mamá se fue de viaje	México	13.811	Bolivia
56	Belzebuth	México	9.150	Bolivia
57	Porno para principiantes	México	7.481	Bolivia
58	Día de muertos	México	120.305	Colombia
59	Mamá se fue de viaje	México	62.759	Ecuador
60	Te juro que yo no fui	México	44.183	Ecuador
61	Ya veremos	México	5.376	El Salvador
62	Día de muertos	México	3.782	El Salvador
63	Las niñas bien	México	1.661	España
64	Ya veremos	México	13.487	Guatemala
65	Día de muertos	México	7.545	Guatemala
66	Ya veremos	México	4.169	Honduras
67	Día de muertos	México	8.986	Panamá
68	Ya veremos	México	186.357	Perú
69	No manches Frida 2	México, USA	33.924	Bolivia
70	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	32.701	España
71	A portuguesa	Portugal	2.160	España
72	Qué león	R. Dominicana	18.566	Bolivia
73	Qué león	R. Dominicana	19.204	Panamá
			6.499.632	

El estudio histórico de la muestra de estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales, en el periodo 2015-2019, abarca un total de 402 estrenos y 222 títulos. Los espectadores acumulados suman 29,6 millones y los ingresos totales superan los 100 millones de dólares. El porcentaje de coproducción representa un 37,8% y más de la mitad se realizan entre países iberoamericanos (cuadro 3.37).

Cuadro 3.37

Datos de la muestra de los estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales

Datos	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Mercados analizados	19	20	20	20	18	97
Nº estrenos de la muestra	83	65	87	94	73	402
Espectadores totales	4.416.018	4.352.512	7.201.846	7.142.908	6.499.632	29.612.916
Ingresos totales (\$)	16.405.255	14.859.382	24.982.784	24.559.318	22.224.924	103.031.663
Número de títulos de la muestra	45	45	44	54	34	222
Número de coproducciones	18	13	17	23	13	84
Coproducciones internacionales	7	6	8	12	4	37
Coproducciones Iberoamericanas	11	7	9	11	9	47

La distribución de los estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales por país de estreno refleja que en España se exhibieron 87 películas, si bien en este caso se incluye el análisis de todos los estrenos y no solo el top-100. El segundo país que contabiliza un mayor número de estrenos iberoamericanos es Uruguay con 51 y el tercero es Bolivia con 34 (cuadro 3.38).

Cuadro 3.38

Distribución de los estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales por país de estreno

N°	País estreno	2015	2016	2017	2018	2019	Total
1	Argentina	2	3	2	4	3	14
2	Bolivia	8	6	6	6	8	34
3	Brasil	*	1	1	1	2	5
4	Chile	4	3	2	4	3	16
5	Colombia	2	*	3	2	2	9
6	Costa Rica	2	1	4	2	3	12
7	Ecuador	4	5	3	5	3	20
8	El Salvador	5	3	4	4	3	19
9	España	16	12	21	26	12	87
10	Guatemala	5	2	7	2	3	19
11	Honduras	5	1	3	4	3	16
12	México	2	2	3	4	2	13
13	Nicaragua	6	2	3	2	3	16
14	Panamá	3	1	3	3	3	13
15	Paraguay	2	3	2	3	6	16
16	Perú	4	3	2	2	3	14
17	Portugal	2	*	2	4	3	11
18	R. Dominicana	*	2	3	1	*	6
19	Uruguay	8	12	11	12	8	51
20	Venezuela	3	3	2	3	*	11
Total		83	65	87	94	73	402

La distribución de espectadores del cine iberoamericano por países de estreno en el periodo 2015-2019 refleja que México es el mercado que reportó más éxito a las producciones iberoamericanas no nacionales con un total de 12,2 millones de espectadores. A mucha distancia se situaron con más de dos millones de espectadores el mercado argentino, colombiano y peruano. Y finalmente con más de un millón de espectadores se encuentran el mercado brasileño, uruguayo, español y chileno (cuadro 3.39).

Cuadro 3.39

Espectadores del cine iberoamericano en mercados iberoamericanos no nacionales

N°	País estreno	2015	2016	2017	2018	2019	Total
1	Argentina	129.224	542.843	543.530	931.633	739.107	2.886.337
2	Bolivia	119.276	143.188	118.590	70.225	150.993	602.272
3	Brasil	*	198.537	312.006	348.640	1.015.021	1.874.204
4	Chile	159.085	164.507	505.675	110.348	139.480	1.079.095
5	Colombia	212.117	*	1.335.396	196.576	463.688	2.207.777
6	Costa Rica	26.357	27.827	148.459	23.901	47.393	273.937
7	Ecuador	91.043	155.279	209.078	281.606	203.674	940.680

8	El Salvador	36.189	13.833	52.729	28.874	28.629	160.254
9	España	548.072	84.952	231.398	346.807	175.957	1.387.186
10	Guatemala	64.861	17.753	155.471	16.356	42.969	297.410
11	Honduras	27.059	5.103	30.601	31.784	30.998	125.545
12	México	1.761.875	1.919.186	2.410.480	3.737.542	2.399.526	12.228.609
13	Nicaragua	39.757	11.855	24.848	6.633	17.690	100.783
14	Panamá	35.135	16.442	114.562	32.035	61.880	260.054
15	Paraguay	9.478	29.440	14.436	25.530	25.544	104.428
16	Perú	635.032	420.412	409.493	262.096	432.208	2.159.241
17	Portugal	58.105	*	137.885	252.211	276.208	724.409
18	R. Dominicana	*	12.251	34.215	11.339	*	57.805
19	Uruguay	287.858	409.132	327.751	362.142	248.667	1.635.550
20	Venezuela	175.496	179.971	85.243	66.630	*	507.340
Total		4.416.019	4.352.511	7.201.846	7.142.908	6.499.632	29.612.916

Ranking por países

El *ranking* histórico de estrenos argentinos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que todas las producciones superaron los 100.000 espectadores (cuadro 3.40). El estreno con más éxito fue *Un novio para mi mujer* (Julia Rezende) con 1,2 millones de espectadores en México, seguido de *Mamá se fue de viaje* (Ariel Winograd) con más de 251.000 espectadores en Perú y *El desafío* (Juan Manuel Rampoldi) con 176.590 espectadores en España. En este top-10 hay cuatro coproducciones (tres con España y una con Brasil).

Cuadro 3.40

Ranking de estrenos argentinos en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	Un novio para mi mujer	Argentina	1.288.352	México	2016
2	Mamá se fue de viaje	Argentina	251.279	Perú	2017
3	El desafío	Argentina	176.590	España	2015
4	Me casé con un boludo	Argentina	129.272	Uruguay	2016
5	La odisea de los giles	Argentina, España	115.310	Uruguay	2019
6	Sin hijos	Argentina, España	114.882	Perú	2015
7	Amor a última vista	Argentina	111.649	España	2018
8	Re-Loca	Argentina	109.333	Uruguay	2018
9	Corazón de León	Argentina, Brasil	105.067	Colombia	2015
10	El Clan	Argentina, España	100.188	Uruguay	2015

El *ranking* histórico de estrenos brasileños en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que tres producciones superaron los 400.000 espectadores y otras cuatro las 100.000 espectadores. Los tres estrenos brasileños con más éxito en el mercado iberoamericano se exhibieron en Argentina (cuadro 3.41).

El estreno más popular fue *Nada a perder – Parte 1* (Alexandre Avanzini) con más de 625.000 espectadores, seguido de *Moisés y los diez mandamientos* con 470.375 espectadores y *Nada a perder – Parte 2* con 403.858 espectadores.

Cuadro 3.41

Ranking de estrenos brasileños en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	Nada a perder - Parte 1	Brasil	625.678	Argentina	2018
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	470.375	Argentina	2017
3	Nada a perder - Parte 2	Brasil	403.858	Argentina	2019
4	Llámame por tu nombre	Brasil	154.371	España	2018
5	Nada a perder - Parte 2	Brasil	113.411	Portugal	2019
6	Corazón de León	Brasil, Argentina	105.067	Colombia	2015
7	Nada a perder - Parte 1	Brasil	101.462	Colombia	2018
8	Nada a perder - Parte 1	Brasil	78.938	Portugal	2018
9	Un novio para mi mujer	Brasil	50.512	Chile	2017
10	Nada a perder - Parte 1	Brasil	47.089	Ecuador	2018

El *ranking* histórico de estrenos chilenos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que el estreno con más éxito fue *Los 33* (Patricia Riggen) con 1,1 millones de espectadores en México, seguido de *Jackie* (Pablo Larraín) con casi 134.000 espectadores en España. En este top-10 hay nueve estrenos en coproducción y solo una obra íntegramente chilena (cuadro 3.42).

Cuadro 3.42

Ranking de estrenos chilenos en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.154.610	México	2015
2	Jackie	Chile, USA	133.756	España	2017
3	Los 33	Chile, Colombia, USA	78.671	Venezuela	2015
4	Los 33	Chile, Colombia, USA	63.696	Argentina	2015
5	Los 33	Chile, Colombia, USA	57.529	Ecuador	2015
6	El Club	Chile	44.798	España	2015
7	Gloria Bell	Chile, USA	36.316	España	2019
8	Jackie	Chile, USA	36.022	Portugal	2017
9	Knock, knock	Chile, USA	26.456	Venezuela	2015
10	La novia del desierto	Chile, Argentina	20.053	España	2018

El *ranking* histórico de estrenos colombianos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que el estreno con más éxito fue *Los 33* con 1,1 millones de espectadores en México, seguido de *Dedicada a mi ex* (Jorge Ulloa) con 170.030 espectadores en Perú. En este top-10 hay nueve estrenos en coproducción y solo una obra íntegramente colombiana (cuadro 3.43).

Cuadro 3.43

Ranking de estrenos colombianos en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	Los 33	Colombia, Chile, USA	1.154.610	México	2015
2	Dedicada a mi ex	Colombia, Ecuador	170.030	Perú	2019
3	Los 33	Colombia, Chile, USA	78.671	Venezuela	2015
4	Encerrada	Colombia, USA	65.528	Argentina	2015
5	Los 33	Colombia, Chile, USA	63.696	Argentina	2015
6	Los 33	Colombia, Chile, USA	57.529	Ecuador	2015

7	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	28.502	Chile	2015
8	Dedicada a mi ex	Colombia, Ecuador	26.174	Bolivia	2019
9	Los 33	Colombia, Chile, USA	18.416	Bolivia	2015
10	El abrazo de la serpiente	Colombia	17.161	España	2016

El *ranking* histórico de estrenos españoles en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que todas las producciones superaron los 600.000 espectadores y, además, tres estrenos rebasaron el millón (cuadro 3.44).

Los estrenos con más éxito fueron *El parque mágico* (Dylan Brown) con 1,6 millones de espectadores, *Perfectos desconocidos* con 1,4 millones y *Lo que de verdad importa* con 1,1 millones. Las tres producciones tuvieron este éxito en México. En este top-10 solo hay dos coproducciones.

Cuadro 3.44

Ranking de estrenos españoles en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	El parque mágico	España, USA	1.605.564	México	2019
2	Perfectos desconocidos	España	1.417.802	México	2018
3	Lo que de verdad importa	España	1.120.573	México	2017
4	Tadeo Jones 2	España	807.870	México	2018
5	Perfectos desconocidos	España	793.962	México	2019
6	Lo que de verdad importa	España	788.625	Colombia	2017
7	El parque mágico	España, USA	787.956	Brasil	2019
8	Ozzy	España	653.750	México	2017
9	Un monstruo viene a verme	España	636.157	México	2017
10	Summer Camp	España	630.834	México	2016

El *ranking* histórico de estrenos mexicanos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que siete producciones superaron los 100.000 espectadores. El estreno con más éxito fue *El gran pequeño* (Alejandro Gómez Monteverde) con 243.475 espectadores en Perú, seguido de *El libro de la vida* (Jorge R. Gutiérrez), con 206.656 espectadores en España y *Don Gato 2* (Andrés Couturier) con 200.550 espectadores en Perú (cuadro 3.45).

Cuadro 3.45

Ranking de estrenos mexicanos en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	El gran pequeño	México, USA	243.475	Perú	2015
2	El libro de la vida	México, USA	206.656	España	2015
3	Don Gato 2	México	200.550	Perú	2016
4	Un gallo con muchos huevos	México	190.403	Perú	2015
5	Ya veremos	México	186.357	Perú	2019
6	Día de muertos	México	120.305	Colombia	2019
7	Ya veremos	México	113.094	Ecuador	2018
8	Guardianes de Oz	México	86.272	Perú	2015
9	Mamá se fue de viaje	México	62.759	Ecuador	2019
10	Te juro que yo no fui	México	44.183	Ecuador	2019

El *ranking* histórico de estrenos peruanos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que dos producciones superaron los 400.000 espectadores y otras dos rebasaron los 100.000 espectadores. El estreno con más éxito fue *Condorito: la película* (Álex Orrelle) en Chile (455.163 espectadores), Colombia (428.456 espectadores) y Ecuador (114.862 espectadores). El otro estreno que consiguió superar los 100.000 espectadores fue *El Cascanueces* (Eduardo Schuldt) en Colombia (cuadro 3.46).

Cuadro 3.46
Ranking de estrenos peruanos en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	Condorito: la película	Perú	455.163	Chile	2017
2	Condorito: la película	Perú	428.456	Colombia	2017
3	Condorito: la película	Perú	114.862	Ecuador	2017
4	El Cascanueces	Perú	107.050	Colombia	2015
5	Condorito: la película	Perú	73.155	Argentina	2017
6	Condorito: la película	Perú	48.641	Bolivia	2017
7	No estamos solos	Perú	39.821	Ecuador	2016
8	Cementerio General	Perú	25.823	Bolivia	2015
9	Condorito: la película	Perú	25.438	Panamá	2017
10	Locos de amor	Perú	23.885	Ecuador	2016

El *ranking* histórico de estrenos del resto de países iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja la presencia de 29 estrenos de 12 países diferentes (cuadro 3.47). El estreno con más éxito de este cuadro fue la obra dominicana *Cómplices* (Luis Eduardo Reyes) con casi 995.000 espectadores, seguida de la también dominicana *Todos los hombres sois iguales* (Manuel Gómez Pereira) con más de 120.000 espectadores en Perú. Otros dos estrenos que consiguieron cifras significativas fueron la producción panameña *Manos de piedra* (Jonathan Jakubowicz) con casi 85.000 espectadores en Venezuela y la obra hispano-cubana *Meñique* (Ernesto Padrón) con más de 70.000 espectadores también en Venezuela.

En cuanto a la distribución de los 29 estrenos por su origen, Costa Rica contabiliza seis estrenos, Portugal cinco, República Dominicana cuatro estrenos, Puerto Rico y Venezuela tres estrenos cada país, Cuba y Ecuador dos estrenos cada país y, por último, también están representados en este cuadro Bolivia, Panamá, Paraguay y Uruguay.

El número total de mercados de estreno suma 13 y los países de estreno más habituales para estas obras fueron España y Venezuela. El resto de mercados también con presencia en el top-100 de producciones iberoamericanas no nacionales en el periodo 2015-2019 son: Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y República Dominicana.

Cuadro 3.47
Estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	País de estreno	Año
1	Boliviana	Bolivia	220	España	2018
2	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	8.758	Guatemala	2015
3	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	4.117	Honduras	2015
4	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	2.871	Nicaragua	2015

5	Hombre de fe: Keylor Navas	Costa Rica	3.084	El Salvador	2018
6	Hombre de fe: Keylor Navas	Costa Rica	2.825	Nicaragua	2018
7	Hombre de fe: Keylor Navas	Costa Rica	522	España	2018
8	Conducta	Cuba	13.472	España	2015
9	Meñique	Cuba, España	70.368	Venezuela	2015
10	Translúcido	Ecuador	7.242	Venezuela	2018
11	Oscuridad	Ecuador	5.673	Paraguay	2019
12	Manos de piedra	Panamá	84.912	Venezuela	2016
13	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	32.701	España	2019
14	Las Mil y una noches Vol.1	Portugal	3.096	España	2016
15	Las Mil y una noches Vol.2	Portugal	1.318	España	2016
16	Cartas da Guerra	Portugal	7.160	España	2017
17	Correspondencias	Portugal	404	España	2017
18	A portuguesa	Portugal	2.160	España	2019
19	Vico C: la vida de un filósofo	Puerto Rico	8.885	R. Dominicana	2017
20	47 meters down	Puerto Rico	37.971	Ecuador	2018
21	Héctor el Father	Puerto Rico	11.339	R. Dominicana	2018
22	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007	Perú	2016
23	Cómplices	R. Dominicana	994.843	México	2018
24	Qué león	R. Dominicana	18.566	Bolivia	2019
25	Qué león	R. Dominicana	19.204	Panamá	2019
26	Mi Mundial	Uruguay, Argentina, Brasil	1.129	España	2018
27	Desde allá	Venezuela	8.122	España	2016
28	Papita 2da Base	Venezuela	162	España	2017
29	El pueblo soy yo	Venezuela	1.159	España	2018

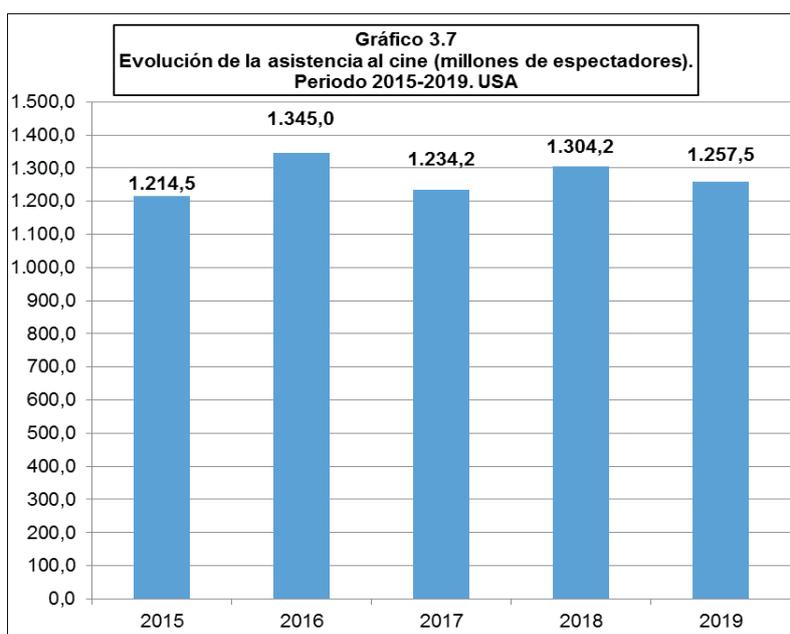
EL CINE IBEROAMERICANO EN ESTADOS UNIDOS

La asistencia a los cines de Estados Unidos en 2019 suma 1.257,5 millones de espectadores y 11.317,5 millones de dólares de recaudación. El número total de estrenos suma 786 de los cuales el 45,4% son autóctonos. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9 dólares (cuadro 3.48).

Cuadro 3.48
Panorama cinematográfico en USA

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019
Población (millones)	321,3	324,0	325,4	327,9	330,3
PIB-PPA (billones USD)	18,22	18,71	19,48	20,54	21,34
PIB per capita (USD)	56.800	57.900	59.900	62.100	62.700
Número de pantallas de cine	40.547	40.392	40.393	40.317	*
Ingresos cinematográficos (millones USD)	10.201,4	11.567,4	11.108,5	11.868,3	11.317,5
Espectadores cine (millones)	1.214,5	1.345,0	1.234,2	1.304,2	1.257,5
Espectadores cine nacional (millones)	1.109,0	1.261,7	1.179,3	1.190,6	1.169,5
Cuota de mercado cine nacional (%)	91,3	93,8	96,0	91,3	92,6
Número de estrenos totales	684	712	749	714	786
Número de estrenos extranjeros	323	409	402	320	429
Número de estrenos nacionales	361	303	347	394	357
Asistencia anual por habitante	3,8	4,1	3,8	3,9	3,8
Precio medio entrada (USD)	8,4	8,6	9,0	9,1	9,0

La evolución de la asistencia al cine en los últimos cinco años tiene un comportamiento irregular, con un máximo de 1.345 millones de espectadores en 2016 y un mínimo de 1.214,5 millones de espectadores en 2015 (gráfico 3.7).



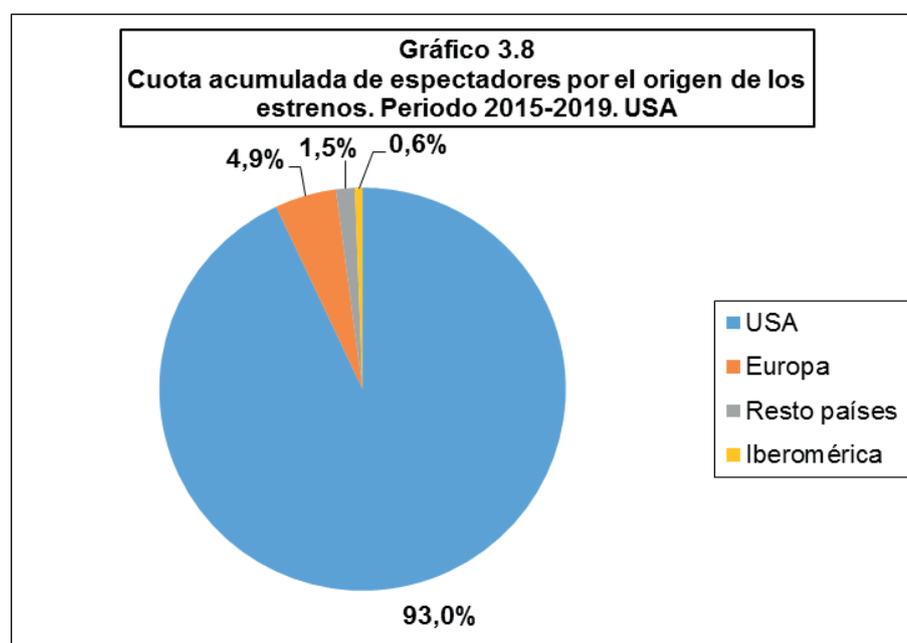
La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2019 en un 93% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 4,4%, la del resto de países en un 2,4% y la del cine iberoamericano en solo un 0,2% (cuadro 3.49).

Cuadro 3.49
Distribución por el origen de los estrenos. USA

ESPECTADORES						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	1.184.352.528	96,0	1.190.634.718	91,3	1.169.524.161	93,0
Iberoamérica	3.928.870	0,3	4.562.015	0,3	2.104.728	0,2
Europa	24.557.171	2,0	89.356.967	6,9	55.420.809	4,4
Resto países	21.440.178	1,7	19.658.001	1,5	30.451.600	2,4
Total	1.234.278.747		1.304.211.701		1.257.501.298	

INGRESOS						
Origen	2017	%	2018	%	2019	%
USA	10.659.172.756	96,0	10.834.775.932	91,3	10.525.717.452	93,0
Iberoamérica	35.359.828	0,3	41.514.340	0,3	18.942.549	0,2
Europa	221.014.543	2,0	813.148.399	6,9	498.787.285	4,4
Resto países	192.961.599	1,7	178.887.814	1,5	274.064.396	2,4
Total	11.108.508.726		11.868.326.485		11.317.511.682	

La distribución de la cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos en el periodo 2015-2019 en Estados Unidos es la siguiente en USA: el 93% cine USA, el 4,9% cine europeo, el 1,5% cine del resto de países y el 0,6% cine iberoamericano (gráfico 3.8).



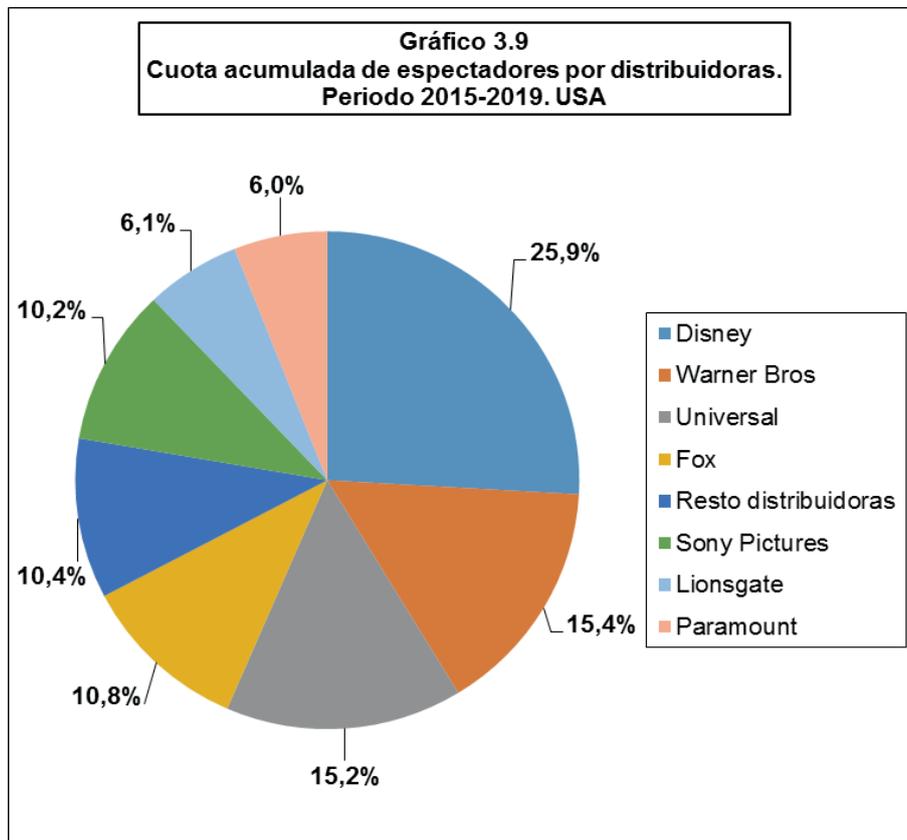
Las distribuidoras de los grandes Estudios americanos, en 2019, representan una cuota conjunta de espectadores del 80,5% y las independientes el 19,5% restante. El *Estudio* con más entradas

vendidas es Disney con 420,4 millones, seguido de Warner con 171 millones, Sony con 153 millones y Universal con 143,9 millones de entradas (cuadro 3.50).

Cuadro 3.50
Cuota de espectadores por distribuidoras. USA

Origen	2017	%	2018	%	2019	%
Disney	266.937.732	21,6	335.242.287	25,7	420.456.039	33,4
Warner Bros	225.102.739	18,2	219.617.436	16,8	171.085.373	13,6
Sony Pictures	118.878.926	9,6	143.777.326	11,0	153.029.909	12,2
Universal	173.023.630	14,0	196.502.899	15,1	143.934.713	11,4
Fox	161.731.859	13,1	134.349.455	10,3	63.398.497	5,0
Paramount	59.745.681	4,8	84.368.987	6,5	61.124.485	4,9
Lionsgate	101.445.564	8,2	42.343.823	3,2	87.458.538	7,0
Resto Distribuidoras	127.412.616	10,3	148.009.489	11,3	157.013.744	12,5
Total	1.234.278.747		1.304.211.702		1.257.501.298	

La cuota acumulada de espectadores por distribuidoras en el periodo 2015-2019 es la siguiente: Disney (25,9%), Warner (15,4%), Universal (15,2%), Fox (10,8%) y Sony Pictures (10,2%). Las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota acumulada del 16,5% (gráfico 3.9).



En 2019, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Vengadores: Engame* (95,9 millones espectadores), *El Rey León* (60 millones) y *Frozen 2* (49,3 millones de espectadores).

Las producciones del ranking de provienen en su totalidad, de Estados Unidos (tres en coproducción con Australia y Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 39% (491,5 millones) del total de espectadores (cuadro 3.51).

Cuadro 3.51
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2019. USA (est. 9\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vengadores: Endgame	USA	95.914.907	863.234.162
2	El rey León	USA	60.078.874	540.709.863
3	Frozen 2	USA	49.324.164	443.917.474
4	Toy Story 4	USA	47.820.715	430.386.439
5	Capitana Marvel	USA, Australia	47.433.575	426.902.174
6	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	46.656.880	419.911.921
7	Spider-Man: Lejos de casa	USA	43.058.331	387.524.978
8	Aladdin	USA	39.561.059	356.049.529
9	Joker	USA, Canadá	37.855.850	340.702.649
10	It 2	USA, Canadá	23.863.203	214.768.830

El ranking de estrenos iberoamericanos en Estados Unidos en 2019 está encabezado por la producción española *El parque Mágico*, con 4,9 millones de espectadores, y la chilena *Gloria Bell* con más de 620.000 espectadores. Ambas se benefician de su coproducción con USA. A continuación se sitúan dos estrenos íntegramente iberoamericanos, la película española *Dolor y gloria* con 435.010 espectadores y la mexicana *Tod@s caen* (Ariel Winograd) con más de 300.000 espectadores (cuadro 3.52).

Este top-10 cuenta también con otros tres estrenos españoles, dos colombianos (uno en coproducción con México y otro con Argentina y Uruguay) y un estreno brasileño. El total de coproducciones son seis. Además de los espectadores asistentes a los cuatro primeros, hay que anotar que una obra más superó los 200.000 espectadores (*Todos lo saben*) y otras dos producciones rebasaron los 100.000 espectadores (*Nada a Perder - Parte 2* y *Perfectos desconocidos*).

Cuadro 3.52
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2019. USA (est. 9\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El parque Mágico	España, USA	4.976.107	\$5.573.240
2	Gloria Bell	Chile, USA	623.564	\$698.391
3	Dolor y gloria	España	435.010	\$487.212
4	Tod@s caen	México	300.528	\$336.592
5	Todos lo saben	España, Francia, Italia	293.892	\$329.159
6	Nada a Perder - Parte 2	Brasil	131.082	\$146.812
7	Perfectos desconocidos	España	109.717	\$122.883
8	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	55.499	\$62.158
9	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	45.752	\$51.242
10	El hombre que mató a D. Quijote	España, Francia, Bélgica	38.676	\$43.317

El total de títulos iberoamericanos estrenados en USA en 2019 suma 24, acumulan una asistencia de 2,1 millones de espectadores y 18,9 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 58,3% (14 títulos) y las realizadas entre países iberoamericanos suponen aproximadamente una tercera parte (5 títulos).

Cuadro 3.53
Estrenos iberoamericanos en el mercado USA. Año 2019

Nº estrenos iberoamericanos	24	Número de títulos iberoamericanos	24
Espectadores totales	2.104.728	Número de coproducciones	14
Ingresos totales (USD)	18.942.549	Coproducciones internacionales	9
Cuota del Cine Iberoamericano (%)	0,2	Coproducciones iberoamericanas	5

Por el origen de los estrenos, el país que más películas exhibió en Estados Unidos en 2019 fue España con siete títulos, seguido de México con cuatro y Argentina y Chile con tres cada país. Aparte de estos, también tuvieron presencia en la cartelera americana las producciones brasileñas, colombianas, guatemaltecas, paraguayas y portuguesas (cuadro 3.54).

Cuadro 3.54
Distribución de los estrenos por países de origen. Año 2019

Nº	Países de origen	Estrenos
1	Argentina	3
2	Brasil	2
3	Chile	3
4	Colombia	2
5	España	7
6	Guatemala	1
7	México	4
8	Paraguay	1
9	Portugal	1
		24

La producción chilena *Gloria Bell*, con más de 620.000 espectadores y 5,6 millones de dólares de recaudación, seguida de la película española *Dolor y gloria* con 435.010 espectadores y 3,9 millones de dólares, la mexicana *Tod@s caen* con 300.528 espectadores y 2,7 millones de dólares y de la también española *Todos lo saben* (Asghar Farhadi) con más de 290.000 espectadores y 2,6 millones de dólares, son las obras iberoamericanas más populares en los cines de Estados Unidos en 2019 (cuadro 3.55).

Otros dos estrenos iberoamericanos superaron los 100.000 espectadores en el mercado estadounidense: *Nada a Perder - Parte 2* (Brasil) y *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia, España). Entre los 24 títulos estrenados hay que destacar el estreno guatemalteco *Temblores*, el paraguayo *Las Herederas* (Marcelo Martinessi) y el portugués *Diamantino* (Gabriel Abrantes).

Cuadro 3.55
Estrenos iberoamericanos en USA. Año 2019

Nº	Título estreno	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gloria Bell	Chile, USA	623.564	5.612.074
2	Dolor y Gloria	España	435.010	3.915.093
3	Tod@s caen	México	300.528	2.704.753
4	Todos lo saben	España, Francia, Italia	293.892	2.645.029
5	Nada a Perder - Parte 2	Brasil	131.082	1.179.742
6	Perfectos desconocidos	España	109.717	987.452
7	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	55.499	499.487
8	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	45.752	411.766
9	El hombre que mató a D. Quijote	España, Francia, Bélgica	38.676	348.081
10	Vuelven	México	19.686	177.176
11	Rojo	Argentina, Brasil, Francia	10.031	90.282
12	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Alemania	6.864	61.776
13	Fin de siglo	Argentina	6.382	57.438
14	The Bounty Killer	España, USA	5.370	48.330
15	Diamantino	Portugal, Brasil, Francia	4.394	39.546
16	La Camarista	México	4.079	36.709
17	Buñuel en el laberinto de las tortugas	España, Alemania	3.581	32.233
18	A vida invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	3.103	27.928
19	Temblores	Guatemala, Francia	1.920	17.282
20	Urgencias en México DF	México	1.858	16.720
21	Tarde para morir joven	Chile, Argentina, Brasil	1.855	16.694
22	La quietud	Argentina	1.200	10.801
23	Un día más con vida	España, Polonia, Alemania	359	3.232
24	La telenovela errante	Chile	325	2.926
			2.104.728	18.942.549

El estudio histórico de la muestra de estrenos iberoamericanos en el mercado USA, en el periodo 2015-2019, abarca un total de 152 estrenos. Los espectadores acumulados suman 20,2 millones y los ingresos totales superan los 177,5 millones de dólares. El porcentaje de coproducción representa un 61,8% y aproximadamente una cuarta parte se realizan entre países iberoamericanos (cuadro 3.56).

Cuadro 3.56
Datos de los estrenos iberoamericanos en USA. Periodo 2015-2019

Datos	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Nº estrenos de la muestra	26	45	20	37	24	152
Espectadores totales	5.698.270	3.934.577	3.928.870	4.562.015	2.104.728	20.228.460
Ingresos totales (\$)	47.865.467	33.837.364	35.359.828	41.514.340	18.942.549	177.519.548
Número de títulos de la muestra	26	45	20	37	24	152
Número de coproducciones	17	28	14	21	14	94
Coproducciones internacionales	13	24	12	14	9	72
Coproducciones iberoamericanas	4	4	2	7	5	22

La distribución de los estrenos iberoamericanos en el mercado USA refleja que se exhibieron 40 películas españolas en el periodo 2015-2020, 33 mexicanas, 26 brasileñas, 14 chilenas y 13

argentinas. Un total de 16 países iberoamericanos consiguieron estrenar al menos una producción en el mercado americano (cuadro 3.57).

Cuadro 3.57
Distribución de los estrenos iberoamericanos en USA por países de origen

Países de origen	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Argentina	1	5	2	2	3	13
Bolivia	1	0	0	0	0	1
Brasil	6	7	1	10	2	26
Chile	3	3	3	2	3	14
Colombia	1	1	0	1	2	5
Cuba	0	1	1	2	0	4
España	5	12	3	13	7	40
Guatemala	0	1	0	0	1	2
México	6	9	10	4	4	33
Panamá	0	1	0	0	0	1
Paraguay	0	0	0	0	1	1
Perú	0	0	0	2	0	2
Portugal	1	4	0	0	1	6
Puerto Rico	1	0	0	0	0	1
R. Dominicana	1	0	0	0	0	1
Venezuela	0	1	0	1	0	2
Total	26	45	20	37	24	152

El cuadro 3.58 incluye todos los títulos iberoamericanos estrenados entre 2015 y 2019 en el mercado USA. Las cuatro producciones que superaron el millón de espectadores son: *Los 33*, *Llámame por tu nombre*, *No manches, Frida* (Nacho G. Velilla) y *Un gallo con muchos huevos* (Gabriel Riva Palacio Alatríste). En este sentido otros siete estrenos, superaron los 500.000 espectadores, diez superaron los 250.000 espectadores y otros 14 estrenos rebasaron los 100.000 espectadores.

Cuadro 3.58
Títulos iberoamericanos estrenados en USA. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.472.668	12.370.408	2015
2	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia	1.391.341	12.661.207	2018
3	No manches, Frida	México, USA	1.325.136	11.396.173	2016
4	Un gallo con muchos huevos	México	1.078.612	9.060.337	2015
5	La promesa	España, USA	962.757	8.664.815	2017
6	El infierno verde	Chile, USA	850.132	7.141.105	2015
7	Jackie	Chile, Francia, USA	815.313	7.337.815	2017
8	El gran pequeño	México, USA	792.561	6.657.510	2015
9	Gloria Bell	Chile, USA	623.564	5.612.074	2019
10	2	Brasil	573.847	5.222.005	2018
11	Manos de piedra	Panamá, USA	537.448	4.622.049	2016
12	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia	492.853	4.435.677	2017
13	Esperando al rey	México, UK, USA	480.249	4.130.144	2016
14	Ya veremos	México	463.911	4.221.593	2018

15	Como la vida misma	España, USA	451.745	4.110.882	2018
16	Un monstruo viene a verme	España	440.852	3.967.666	2017
17	Dolor y Gloria	España	435.010	3.915.093	2019
18	A la mala	México	428.126	3.596.258	2015
19	Ladrones	Dominicana, USA	358.755	3.013.542	2015
20	Compadres	México	356.585	3.066.628	2016
21	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	346.694	3.154.914	2018
22	Relatos salvajes	Argentina, España	344.456	2.893.434	2015
23	Tod@s caen	México	300.528	2.704.753	2019
24	La boda de Valentina	México	294.919	2.683.760	2018
25	Todos lo saben	España, Francia, Italia	293.892	2.645.029	2019
26	Hazlo como hombre	México	266.921	2.402.287	2017
27	Papillon	España, USA	262.890	2.392.301	2018
28	Un padre no tan padre	México	253.169	2.278.522	2017
29	Desierto	México, Francia	233.248	2.005.932	2016
30	En el corazón del mar	España, Canadá, USA	230.164	1.979.411	2016
31	Todos queremos a alguien	México	225.197	2.026.772	2017
32	Una mujer fantástica	Chile, España, Alemania	207.948	1.892.323	2018
33	Un novio para mi mujer	Argentina	201.844	1.735.862	2016
34	O sal da terra	Brasil, Francia	161.625	1.357.646	2015
35	Julieta	España	155.449	1.399.041	2017
36	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia, Venezuela	153.546	1.320.492	2016
37	3 idiotas	México	139.751	1.257.761	2017
38	Nada a perder - Parte 2	Brasil	131.082	1.179.742	2019
39	La librería	España, R. Unido	123.114	1.120.335	2018
40	Moses	España, R. Unido, USA	122.852	1.117.952	2018
41	Perfectos desconocidos	España	109.717	987.452	2019
42	Nada a perder - Parte 1	Brasil	106.665	970.653	2018
43	Neruda	Argentina, Chile, España	92.616	833.545	2017
44	Tierra de Cárteles	México, USA	82.114	689.757	2015
45	El Jeremías	México	76.609	658.837	2016
46	Remember	México, Canadá	73.433	631.522	2016
47	Foxtrot	México, R. Unido	61.466	559.342	2018
48	Pájaros de verano	Colombia, México, Francia	55.499	499.487	2019
49	Condorito: La película	Perú	48.287	439.410	2018
50	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	45.752	411.766	2019
51	Que horas ela volta?	Brasil	44.292	372.056	2015
52	El hombre que mató a D. Quijote	España, Francia, Bélgica	38.676	348.081	2019
53	Aquarius	Brasil	33.312	286.486	2016
54	Ixcanul	Guatemala, Francia	30.854	265.346	2016
55	Julieta	España	30.453	261.896	2016
56	Jeremiah Tower	México, USA	26.708	240.374	2017
57	Escobar: Paraíso perdido	España, Francia	23.095	193.997	2015
58	El Clan	Argentina, España	22.890	196.855	2016
59	Neruda	Argentina, Chile, España	21.173	182.088	2016
60	Zama	Argentina, Brasil, España	21.133	192.311	2018
61	Verano 1993	España	20.599	187.450	2018
62	Viva	Cuba, Irlanda	20.176	173.511	2016

63	Vuelven	México	19.686	177.176	2019
64	Buen día, Ramón	México	18.015	151.329	2015
65	Museo	México	15.902	144.710	2018
66	Poesía sin fin	Chile, Francia	15.875	142.873	2017
67	Chavela	México, España, USA	15.318	137.859	2017
68	Campanadas a medianoche	España, Suiza	15.022	129.192	2016
69	Buena Vista Social Club: Adiós	Cuba, USA	13.814	124.325	2017
70	O menino e o mundo	Brasil	13.158	113.160	2016
71	Un tango más	Argentina, Alemania, Italia	11.433	98.321	2016
72	Un monstruo viene a verme	España	11.283	97.033	2016
73	El Ángel	Argentina, España	10.795	98.237	2018
74	Rojo	Argentina, Brasil, Francia	10.031	90.282	2019
75	Güeros	México	7.170	60.227	2015
76	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Alemania	6.864	61.776	2019
77	Fin de siglo	Argentina	6.382	57.438	2019
78	Regresión	España, Canadá	6.326	54.404	2016
79	No llores, vuela	España, Francia	6.313	53.032	2015
80	El Club	Chile	6.064	52.152	2016
81	Loreak (Flores)	España	5.884	49.428	2015
82	El Rey del Once	Argentina	5.799	49.874	2016
83	Django	Perú	5.671	51.608	2018
84	Ma Ma	España, Francia	5.429	46.692	2016
85	The Bounty Killer	España, USA	5.370	48.330	2019
86	Hermia & Helena	Argentina, USA	4.801	43.210	2017
87	Diamantino	Portugal, Brasil, Francia	4.394	39.546	2019
88	Knock, knock	Chile, USA	4.255	35.743	2015
89	El botón de nácar	Chile, España	4.165	34.988	2015
90	La Camarista	México	4.079	36.709	2019
91	Eisenstein en Guanajuato	México, Bélgica, Países Bajos	3.940	33.887	2016
92	Rio, eu te amo	Brasil, USA	3.653	31.418	2016
93	Buñuel en el laberinto de las tortugas	España, Alemania	3.581	32.233	2019
94	Desde allá	México, Venezuela	3.470	29.838	2016
95	La novia del desierto	Chile, Argentina	3.262	29.686	2018
96	Memorias del subdesarrollo	Cuba	3.197	29.097	2018
97	A vida invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	3.103	27.928	2019
98	Brimstone and Glory	México, USA	3.094	27.846	2017
99	Boi Neon	Brasil, Uruguay, Países Bajos	2.988	25.696	2016
100	La región salvaje	México, Francia	2.977	26.790	2017
101	A Ciambra	Brasil, Francia, Italia	2.919	26.560	2018
102	Evolution	España, Bélgica, Francia	2.869	24.676	2016
103	Olvidados	Bolivia, Canadá	2.831	23.777	2015
104	Psiconautas	España	2.827	25.726	2018
105	Un monstruo de mil cabezas	México	2.813	24.189	2016
106	As boas maneiras	Brasil, Alemania, Francia	2.755	25.067	2018
107	Cosmos	Portugal, Francia	2.645	22.744	2016
108	Vazante	Brasil, Portugal	2.576	23.441	2018
109	No intenso Agora	Brasil	2.534	23.061	2018
110	Loving Pablo	España, Bulgaria	2.483	22.596	2018

111	Praia do futuro	Brasil, Alemania	2.390	20.075	2015
112	O menino e o mundo	Brasil	2.122	17.826	2015
113	Eva	España, Francia	2.082	17.487	2015
114	Gabriel e a montanha	Brasil, Francia	2.068	18.819	2018
115	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	2.047	17.199	2015
116	Temblores	Guatemala, Francia	1.920	17.282	2019
117	Urgencias en México DF	México	1.858	16.720	2019
118	Tarde para morir joven	Chile, Argentina, Brasil	1.855	16.694	2019
119	Zonda: Folclore argentino	Argentina, España	1.700	14.622	2016
120	Blackwood	España, USA	1.663	15.138	2018
121	La vida y nada más	España	1.516	13.794	2018
122	Arábia	Brasil	1.481	13.480	2018
123	Kiki, el amor se hace	España	1.391	11.964	2016
124	Loreak (Flores)	España	1.295	11.136	2016
125	Mala, mala	Puerto Rico, USA	1.277	10.728	2015
126	La quietud	Argentina	1.200	10.801	2019
127	Gabo, la magia de lo real	España	1.142	9.590	2015
128	As mil e una noites 1	Portugal	1.096	9.209	2015
129	Madre solo hay una	Brasil	1.072	9.216	2016
130	Nao pare na pista	Brasil, España	1.045	8.779	2015
131	El último paciente: Chronic	México, Francia	1.038	8.929	2016
132	Tenemos la carne	México, Francia	997	8.974	2017
133	Un traductor	Cuba, Canadá	979	8.905	2018
134	Gabo: la magia de lo real	España	870	7.480	2016
135	O caseiro	Brasil	706	6.075	2016
136	El botón de nácar	Chile, España, Francia	607	5.221	2016
137	Un día perfecto	España	593	5.100	2016
138	Quest	Brasil, R. Unido	593	5.394	2018
139	Pet	España, USA	584	5.018	2016
140	Chavela	España, México, USA	576	5.244	2018
141	La familia	Venezuela, Chile	414	3.771	2018
142	Un día más con vida	España, Polonia, Alemania	359	3.232	2019
143	La telenovela errante	Chile	325	2.926	2019
144	Las mil y una noches 1 - Inquieto	Portugal, Alemania, Francia	322	2.765	2016
145	Sueño en otro Idioma	México, Holanda	294	2.646	2017
146	El pacto	España	166	1.510	2018
147	Las mil y una noches 2 - El desolado	Portugal, Alemania, Francia	148	1.274	2016
148	El secreto de Marrowbone	España	145	1.320	2018
149	Las mil y una noches 3 - O encantado	Portugal, Alemania, Francia	123	1.057	2016
150	This is Bossa Nova	Brasil	116	999	2016
151	The Penguin Counters	Argentina, USA	114	1.028	2017
152	El día de la cabra	Colombia	82	740	2018
			20.228.460	177.519.548	

El registro de autoría, producción y demás derechos específicos y conexos es la mejor protección frente a:

PLAGIO
USO INDEBIDO
USURPACIÓN
DISTRIBUCIÓN Y DIFUSIÓN
NO AUTORIZADA
COMPETENCIA
DESLEAL



¿QUÉ SUPONE REALIZAR UN MÁSTER DE PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL EN LA CARRERA DE UN ESTUDIANTE?

¿QUÉ SUPONE REALIZAR UN MÁSTER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA CARRERA DE UN ESTUDIANTE?

Por Ángela Sánchez Orti

Podríamos comparar el hecho de cursar un Máster de Producción Audiovisual con el viaje del héroe que Joseph Campbell planteó en el año 1949 en su libro 'El héroe de las mil caras'. En el libro, el autor formula el concepto de viaje del héroe (o monomito), una serie de etapas en las que se basan casi todos los relatos épicos clásicos. Años más tarde, el ejecutivo de desarrollo y consultor de guion Christopher Vogler realizó unos apuntes para los guionistas de Disney, tomando como base el libro de Campbell. Esta guía se popularizó entre el resto de los estudios de Hollywood, por lo que podríamos decir que en los años 80 y 90 'El viaje del héroe' fue trending topic. En el monomito, el héroe, o en este caso "el/la estudiante del máster de producción", parte de un mundo ordinario y es llamado a emprender una nueva aventura. Esa aventura le lleva a adentrarse en otro mundo desconocido en el que nuestro estudiante, no tiene ni idea de que va a suceder.

Como suelen denominar el 99% de los artículos y los libros de autoayuda: el protagonista de la historia sale de la zona de confort.

La llamada a la aventura

En esta historia, nos remontamos a mayo de 2018, cuando la estudiante de Comunicación Audiovisual que está escribiendo este texto, acepta la llamada para empezar, en enero del año siguiente, el Máster de Producción Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid (MPA). En el momento en el que empieza la aventura tiene que enfrentarse a una serie de tareas y pruebas, normalmente con ayuda de otras personas, pero a veces en solitario. Y la última etapa, tal y como apunta Campbell, la del retorno, es aquella en la cual la estudiante vuelve a su espacio original con nuevos conocimientos y una transformación. En este retorno, 'el héroe', transmite su conocimiento a la comunidad y tiene más posibilidades de que le contraten que cuando empezó. Se produce una metamorfosis.

Ahora es cuando vosotros, queridos lectores, me decís que todos los másteres del mundo, todas las etapas profesionales y toda la experiencia humana podría explicarse con esta misma teoría. Pues efectivamente, tenéis toda la razón. De hecho, podría resumir el Erasmus que realicé en el año 2017 en Salerno, una ciudad en el sur de Italia, en la costa Amalfitana, con la teoría de Campbell. Y

tengo muy claro que, si lo hiciera, la mayoría de las pruebas tuvieron lugar cuando me enfrenté a la ‘cotidiana-y-aparentemente-fácil’ misión de coger un bus en esa zona del país.

El encuentro con el mentor

En el viaje del héroe, una de las etapas iniciales es el ‘encuentro con el mentor’, que inicia al protagonista en este nuevo mundo, le prepara para lo que va a ocurrir y le ofrece herramientas y amuletos de protección.

Precisamente el Máster de Producción Audiovisual que he cursado se fundamenta en contar entre su profesorado con profesionales en activo, que son una especie de mentores exprés durante sus clases, ya que explican su experiencia en el mundo audiovisual y ofrecen consejos y herramientas para que los estudiantes nos enfrentemos a la realidad de la industria audiovisual. Esta figura del “mentor” ha sido siempre clave en el mundo del audiovisual, y no solo en la disciplina de la producción, sino en todas las áreas que la rodean. Normalmente, la figura se suele asociar a la relación entre una persona joven y su jefe, pero creo que los profesionales que me han dado clase a lo largo de este último año, han sido efectivamente mentores.

Pienso en todo lo que supone para cualquier estudiante la oportunidad de conocer a profesionales del mundo de la producción, la distribución, la dirección y el guion, mentores que inspiran como Montserrat Gil (Paramount España), José G. Jacoste (Productor Cinematográfico), Inés París (directora y guionista), Peter Andermatt (Oficina MEDIA España), Pilar Cousido (UCM), Carlos de Dorremocha (Director Artístico), Oscar Berrendo (EGEDA) o María del Puy (MALVALANDA), por nombrar algunos.

Si preguntáramos a los productores del Hollywood clásico qué tipo de formación necesita un productor o qué formación recibieron ellos, muchos nos dirían que fueron totalmente autodidactas y que aprendieron en función de las necesidades de cada proyecto. Otros nos dirían que las cosas simplemente se hicieron siempre así en el contexto de la industria y la producción de cine en cadena. En cualquier caso, seguro que ni siquiera se plantearían la posibilidad de que pudiera existir una formación académica superior en producción. Sin embargo, a lo largo de estos años, los productores de cine han ido creando escuela, diseñando unas normas, un protocolo y unas tendencias únicas y generalmente muy personales, pero extrapolables a otras personas, otros casos y otros productos audiovisuales. Establecer una serie de pautas, transformarlas en conocimiento y compartirlas es imprescindible para que la profesión crezca y se desarrolle.

El primer umbral

Hablando con Verónica Orueta, directora de producción durante más de 30 años en la productora de cine publicitario Tesauro, fue cuando me di cuenta del cambio tecnológico que ha sufrido el sector en muy pocos años. Me contó que antes las órdenes de rodaje se entregaban el mismo día de rodaje en el set, que a veces le había tocado ir a buscar a actores que no se presentaban en el rodaje y que evidentemente para llegar a su dirección había usado mapas físicos, y les había llamado desde una cabina telefónica. Imaginaos la reacción de alguien que no ha usado una cabina telefónica nunca y que solo ha utilizado mapas analógicos alguna vez haciendo turismo y en el colegio haciendo alguna excursión.

Unos meses después de mi conversación con Verónica, uno de los ejercicios de la era analógica que tuvimos que hacer en el Máster, fue realizar a la antigua usanza dos planes de rodaje en una carpeta de producción. Al principio no entendí muy bien por qué realizar un plan de rodaje introduciendo tiras físicamente dentro de una carpeta iba a ser útil, si actualmente se utilizan programas (que a mi parecer ahorran tiempo) como Movie Magic o Shot Lister. Pero mientras lo estaba haciendo, me di cuenta de que sí que era importante entender cómo se hacían los planes de rodaje a mano y, que además, hacerlo así, como mínimo una vez en la vida, servía para comprender

mejor el funcionamiento de esos programas informáticos. No obstante, esta reflexión no tiene un final feliz, ya que un día me olvidé en el aula del máster la carpeta de producción con todo el trabajo realizado, y nunca más volví a saber nada de ella.

El primer día del Máster, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Información la Universidad Complutense de Madrid, Jorge Clemente, nos hizo aprender las siguientes tres normas básicas del productor Ralph Singleton: no dar nada por sentado; en caso de duda, pregunta; y cúbrete siempre las espaldas.

A mi parecer, estas tres normas pueden parecer básicas para muchas profesiones, pero la capacidad que creo que es fundamental en el mundo de la producción es la improvisación. A pesar de que la mayoría de proyectos cuenten con unos *timings* muy ajustados y de que haya tantas personas implicadas en un rodaje, en un programa de televisión o en un evento, es imprescindible saber reaccionar a los imprevistos y pensar en alternativas rápidamente si las cosas no salen bien a la primera.

He aprendido que algunas de las características principales que todo productor (y en realidad todo profesional del audiovisual) debe tener son: curiosidad, saber relacionarse con la gente, capacidad de reaccionar ante situaciones nuevas e inesperadas, tolerancia a la frustración y a la presión, y tener ganas de aprender cosas nuevas constantemente. También he entendido el valor de las conexiones (*networking*) y la importancia de buscar oportunidades continuamente y aprovechar al máximo todas las que vengan.

Las pruebas

Cuando solo llevaba un mes cursando el Máster una de las pruebas que se me presentó en “el viaje” fue la de llevar a cabo unas prácticas de cuatro meses en LaSexta Noticias. La experiencia fue enriquecedora y el aprendizaje fue constante. Las prácticas me ayudaron a aclarar y definir mi orientación profesional y adquirir conocimientos prácticos en el ámbito de la comunicación y la industria televisiva. Entender y ver desde dentro cómo está estructurada la redacción de unos informativos es algo que no me podía ni imaginar que haría hace un año y medio.

El Departamento de Producción de los informativos de LaSexta, departamento en el que realicé las prácticas, es esencial para que puedan emitirse dos informativos cada día a la misma hora. Este departamento se encarga de gestionar los tiempos de salida, asignarle un cámara a cada redactor, organizar los viajes de los redactores que acuden a cada noticia y mantener un contacto constante con la redacción de las otras delegaciones de La Sexta, entre muchas otras cosas. Por otra parte, la productora de los informativos participa en el desarrollo y puesta en marcha del programa, en la captación y organización de recursos, el diseño y en la localización de los informativos. Además, elabora y controla el presupuesto.

A nivel personal, la experiencia más fructífera fue poder estar presente en algunas ocasiones en la reunión de escaleta. Esta reunión se realiza diariamente en un horario de 8:00 a 9:30 de la mañana y su objetivo principal es la configuración de la escaleta, donde se deciden qué contenidos saldrán en el informativo. Esto me permitió ver como se lleva a cabo la toma de decisiones en cuanto a los contenidos informativos, como se reparte el trabajo entre los distintos departamentos y como se realiza la puesta en común de ideas y sugerencias por parte del equipo allí reunido.

El don final

Considero que haber cursado el Máster de Producción Audiovisual me ha proporcionado la oportunidad de desarrollar mis conocimientos en varios ámbitos de la producción que desconocía: *branded content*, *realities*, informativos, deportes, web, videojuegos... Pero también en otros ámbitos como derecho audiovisual, guion, dirección artística o distribución.

Además, **he comprendido** que el mercado actual está buscando y se está nutriendo de gente dinámica, creativa y con habilidades muy variadas. Es imprescindible que los profesionales que aspiren a ser productores de cine y televisión se sientan también cómodos desarrollando formatos cortos y piezas digitales (publicidad, *branded content*, videoclips...). Por encima de todo, la industria necesita *storytellers* y mentes despiertas, capaces de crear contenido significativo para cualquier contexto. Cualquier máster debe tener como objetivo ofrecer al mercado a egresados con pensamiento crítico, preparados para los cambios que está sufriendo industria y conscientes de los problemas que conlleva crear contenido para todo tipo de pantallas.

Ver cómo funciona la producción de un *reality show* como Gran Hermano, la redacción de los informativos de Mediaset, el programa Espejo Público, Pasapalabra o una retransmisión deportiva (entre otros) me ha servido para conocer el funcionamiento de estos productos audiovisuales y ser consciente de la responsabilidad individual de cada uno de los miembros de los distintos equipos de trabajo, y entender cómo puede afectar en el trabajo de los demás en su funcionamiento en el día a día.

Desde el inicio de los proyectos hasta el final, los productores son la fuerza impulsora detrás de los proyectos en la industria del cine y la televisión. El papel del productor se ha transformado con la llegada de la globalización, la tecnología digital y el entorno multicanal. Ahora más que nunca, las industrias del entretenimiento necesitan un liderazgo creativo.

Además, realizando el Máster, he sido consciente de la cantidad de personas que intervienen en el proceso de producción de todo tipo de proyectos audiovisuales y de que, a pesar de que realicen un trabajo y unas tareas que tienen muy interiorizadas, cada día pueden surgir imprevistos y todo puede cambiar. En este sentido, poder escuchar y analizar casos reales de profesionales rodeados de un equipo de personas versátiles y capaces de reaccionar a los cambios, ha sido una experiencia de gran valor formativo.

El umbral del retorno

¿Una persona a los 17 años está preparada para saber a qué quiere dedicarle 4 años de estudio? Puede que a veces sí. En mi caso, en 2014 les contaba a algunos de mis familiares la carrera que quería hacer, muy pocos entendían que no era lo mismo que periodismo. Al explicarles las salidas profesionales de mi carrera algunos me decían que era algo demasiado genérico, que no había mucho trabajo en el sector y que me centrara en algo más específico. Yo, por el contrario, estaba convencida de que algo genérico como “Comunicación Audiovisual” me permitiría sentar las bases de una formación amplia, siempre y cuando asumiera el reto de ir concretándola.

En mi etapa universitaria pude observar distintos campos de la producción con un objetivo estándar, que iba de los 24 a los 70mm, sabía que a los lados había más cosas, pero ha sido ahora cuando he podido ver el sector con un gran angular, con un ángulo de visión y una profundidad de campo mucho más amplia. Este nuevo objetivo, me ha ofrecido la posibilidad de tener muchas más cosas a foco, y poco a poco iré decidiendo en cuál de ellas quiero hacer zoom.

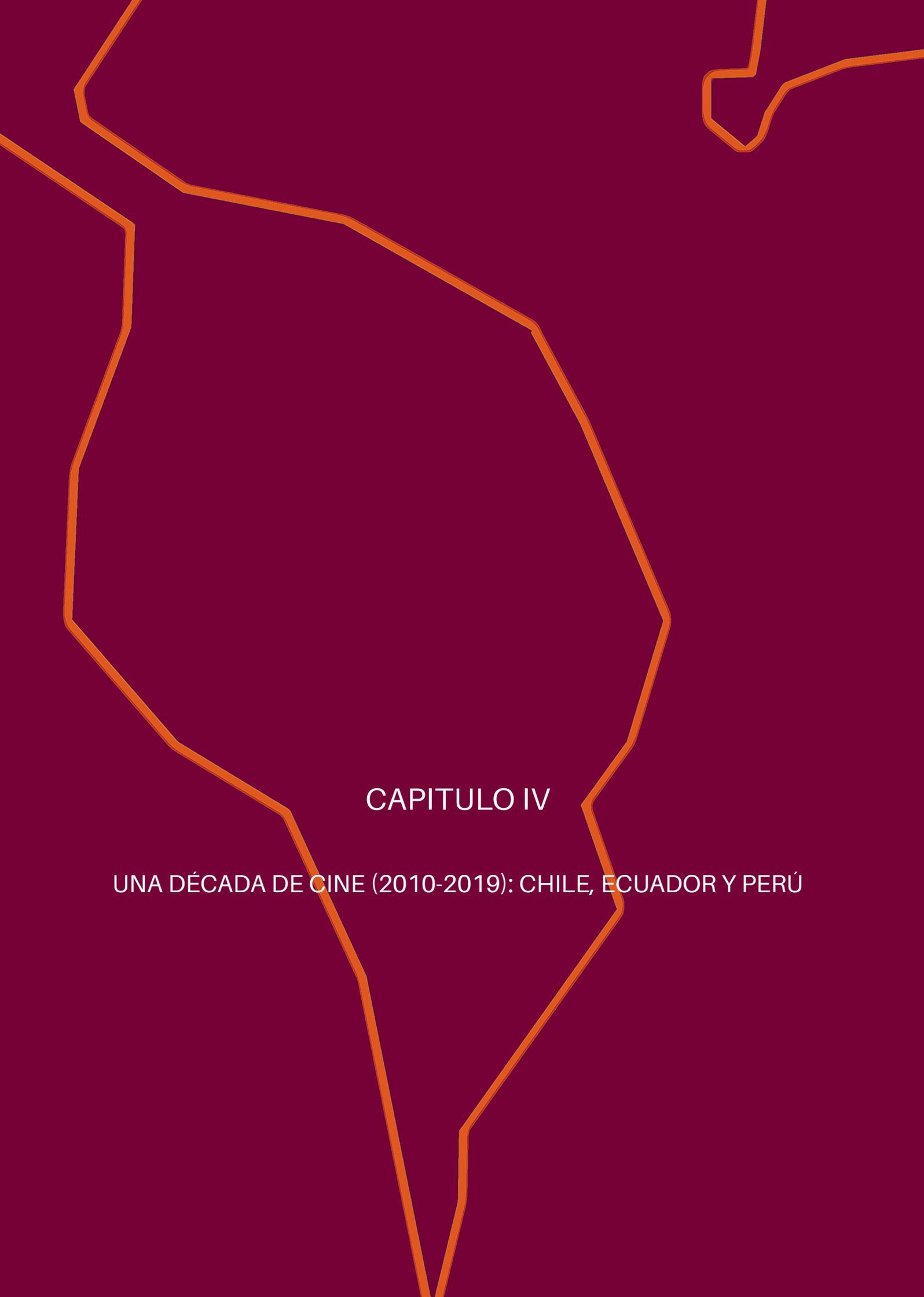
Seis años más tarde, aún no tengo del todo claro si he tomado una buena decisión o no. Lo que sí que tengo claro es que estoy enganchada a las enormes posibilidades expresivas que hacen que el audiovisual sea arte, entretenimiento e industria, y a todos los efectos positivos que el audiovisual tiene en nosotros: nos permite evadirnos a través de la narración de historias, nos hace sentir más vivos, nos inspira a soñar y a viajar, cura heridas y crea vínculos entre personas. En definitiva, es extraordinario para conocer al ser humano y su mundo, y más allá de esforzarme para continuar expandiendo mis conocimientos y habilidades a lo largo de toda mi vida, sé que quiero saber más del ser humano y de su mundo.



Ángela Sánchez Orti. Graduada en Comunicación Audiovisual en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y Máster en Producción Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid.

Anteriormente ha trabajado de Coordinadora de Producción en el Serializados Fest Madrid, un festival de series que tras cinco ediciones en Barcelona, el pasado septiembre de 2019 aterrizó en Madrid, y de Auxiliar de Producción en la productora de cine publicitario Tesouro. Además, ha realizado prácticas en los informativos de LaSexta, en la productora de cine Life and Pictures y en la productora service Inezz Productions. En 2016 fue becaria en la agencia de promoción del audiovisual catalán, Catalan Films & TV.

Asimismo, ha participado en dos programas de movilidad internacional, con estancias en la Università degli Studi di Salerno y en la University of California Los Angeles (UCLA), donde se ha formado en distribución, producción y dirección de cine.



CAPITULO IV

UNA DÉCADA DE CINE (2010-2019): CHILE, ECUADOR Y PERÚ

CAPITULO IV

UNA DÉCADA DE CINE (2010-2019): CHILE, ECUADOR Y PERÚ

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

Una vez terminada la década comprendida entre los años 2010 y 2019 y como se ha hecho en anteriores Panoramas Audiovisuales en el caso de Colombia, Portugal y Brasil, se presenta en esta edición un estudio cinematográfico, centrado fundamentalmente en la exhibición en Chile, Ecuador y Perú.

El objetivo de este análisis no es detallar la legislación audiovisual y las políticas de estos países, porque ambos temas se han publicado o se irán publicando en los próximos Panoramas, bien a través de artículos realizados por autores sectoriales o bien a través de monográficos más amplios. No obstante, en esta introducción si queremos reflejar brevemente los órganos más importantes que detentan la responsabilidad de la producción, exhibición y distribución en estos países.

En **Chile**, el primer organismo de referencia es el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), aprobado en 2003. Este Consejo autónomo, asumió el objetivo de participar en el fomento y promoción de la creación artística y cultural de Chile y, para ello, se dotó de hasta cinco fondos concursables para el estímulo de la creación cultural. En 2017, el Ministerio de Cultura, las Artes y el Patrimonio es el organismo que absorbe al CNCA.

La política activa cultural chilena más vanguardista se lleva a cabo mediante la Política Nacional del Campo Audiovisual (2017-2022). Este programa se estructura en tres ejes: Participación, Desarrollo y Derechos. La participación establece como se involucran todos los agentes implicados (ciudadanía, creadores culturales e instituciones públicas o privadas sectoriales). El desarrollo establece las estrategias que van a estimular la creación cultural (Desarrollo sostenible, fortalecimiento de la industria, educación e investigación). Por último, el eje de Derechos está encaminado a poner en valor la normativa legal para facilitar la libertad de creación y la protección de los derechos de autor.

Respecto a **Ecuador**, la primera entidad pública destinada al desarrollo cultural audiovisual fue el Consejo Nacional de Cinematografía (CNCINE). La principal facultad de este Consejo fue administrar el Fondo de Fomento del Cine Nacional, lo cual, posibilitó un crecimiento significativo

de la producción audiovisual ecuatoriana. En 2016, la Ley Orgánica de Cultura de Ecuador derogó el Consejo en favor del Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA).

El objetivo del ICCA es el fomento de la creación audiovisual y producción cinematográfica, estímulo de la coproducción audiovisual internacional, promoción de la circulación de obras ecuatorianas en todos los estratos del mercado y promoción de la diversidad cultural ecuatoriana. La principal herramienta financiera que sostiene todos estos principios es el Fondo de Fomento de la Producción Cinematográfica y Audiovisual.

En **Perú**, el Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE) fue creado en 1994 a través de la Ley de Cinematografía Peruana y dependiente del Ministerio de Educación. Los objetivos del Consejo eran el fomento de la producción del cine peruano, el impulso de la difusión del cine peruano nacional e internacionalmente, el estímulo de la coproducción internacional y la protección del patrimonio fílmico de Perú.

El CONACINE se disolvió en 2011 y a partir de ese momento sus funciones son asumidas por la Dirección Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios dependiente del Ministerio de Cultura. En 2019 se aprueba la Ley de Promoción de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual cuya financiación no cuenta con un Fondo autónomo para la producción sino que depende del presupuesto que fije el Estado. No obstante si contempla beneficios fiscales para los inversores.

La última iniciativa del Ministerio de Cultura de Perú es la Propuesta de Política Nacional de Cultura al 2030 cimentada en seis puntos estratégicos:

1. Fortalecimiento de la participación de la población en la vida cultural.
2. Aseguramiento de incentivos para la creación y promoción cultural.
3. Gestión sostenible del patrimonio cultural.
4. Transmisión del patrimonio cultural.
5. Creación de mecanismos para garantizar los derechos culturales de los grupos étnicos.
6. Fortalecimiento de la diversidad cultural.

A continuación se incluyen algunos cuadros resúmenes de la actividad cinematográfica en los tres países analizados. Aunque se aprecian diferencias en el volumen de población y equipamiento, los tres países tuvieron una asistencia anual por encima de un habitante por año (Cuadro Intro 4.1).

<i>Población y pantallas de cine en 2019</i>			
País	Población	Pantallas	Asistencia anual por habitante
Chile	19.107.216	472	1,5
Ecuador	17.267.986	356	1,2
Perú	32.131.400	661	1,7

Los datos acumulados por la venta de entradas de las salas de cine en la década 2010-2019 reflejan que en el conjunto de los tres países el número de espectadores ascendió a 787,5 millones, los ingresos rebasaron los 3.300 millones de dólares y el cine nacional acumuló un total de 47,2 millones de espectadores. Perú es el país con los datos más elevados en todos los apartados, destacando el 8,7% en la cuota de cine nacional (cuadro Intro 4.2).

Cuadro Intro 4.2
Ingresos y espectadores cinematográficos acumulados en la década 2010-2019

País	Ingresos totales acumulados (\$)	Espectadores totales acumulados	Espectadores cine nacional acumulado	Cuota promedio del cine nacional (%)
Chile	1.232.841.274	233.894.443	10.095.344	4,3
Ecuador	665.391.411	148.873.089	2.027.191	1,4
Perú	1.418.489.941	404.751.908	35.115.290	8,7

El número acumulado de estrenos entre los tres países roza la cifra de 7.200 y casi el 8% son nacionales. En este apartado, Chile es el que más películas estrenó en las salas de los cines en la década 2010-2019 (cuadro Intro 4.3).

Cuadro Intro 4.3
Estrenos cinematográficos acumulados en la década 2010-2019

País	Estrenos totales acumulados	Estrenos cine nacional acumulados	Promedio de estrenos cine nacional (%)
Chile	2.153	239	11,1
Ecuador	2.240	128	5,7
Perú	2.792	201	7,2

La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 refleja el dominio del cine USA con casi un 79% en Perú y un máximo del 91,1% en Ecuador. El cine nacional en Perú es el que más peso tiene en comparación con los otros dos países estudiados y en el que menos mercado tienen las distribuidoras de los *Estudios* americanos (cuadro Intro 4.4).

Cuadro Intro 4.4
Cuota acumulada por espectadores en la década 2010-2019

País	Cuota acumulada de cine USA (%)	Cuota acumulada de cine nacional (%)	Cuota acumulada por distribuidoras USA (%)
Chile	89,1	3,4	89,2
Ecuador	91,1	0,6	88,9
Perú	78,9	10,9	74,8

Para finalizar esta introducción, se adjunta el top-1 cinematográfico en cada país, el top-1 de cine nacional y el top-1 de cine íntegramente iberoamericano en Chile, Ecuador y Perú, durante la década 2010-2019 (cuadro Intro 4.5).

*Cuadro Intro 4.5**Ranking cinematográfico en la década 2010-2019*

<i>Top-1 cinematográfico</i>				
País	Título	Origen	Espectadores	Año
Chile	Toy Story 4	USA	3.180.115	2019
Ecuador	Vengadores: Endgame	USA	1.854.277	2019
Perú	Vengadores: Endgame	USA	3.861.988	2019
<i>Top-1 cine nacional</i>				
País	Título	Origen	Espectadores	Año
Chile	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	2012
Ecuador	Rock N' Cola	Ecuador	300.117	2019
Perú	Asu Mare 2	Perú	3.062.023	2015
<i>Top-1 cine iberoamericano (100%)</i>				
País	Título	Origen	Espectadores	Año
Chile	Condorito	Perú	455.163	2017
Ecuador	Cantinflas	México	121.142	2014
Perú	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2013



CHILE

Los datos socio-económicos de Chile muestran un crecimiento poblacional de más de 2 millones de personas en la década 2010-2019, un aumento del PIB-ppa de 0,197 billones de dólares (63,7%) y de 160 pantallas de cine. El aumento del equipamiento cinematográfico en dicho periodo sobrepasó el 51% (cuadro 4.1).

Cuadro 4.1

Datos socio-económicos y de equipamiento cinematográfico. Periodo 2010-2019. Chile

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas
2010	17.063.927	0,309	312
2011	17.254.159	0,350	320
2012	17.443.491	0,374	324
2013	17.611.902	0,394	340
2014	17.787.617	0,404	348
2015	17.971.423	0,407	379
2016	18.167.147	0,416	388
2017	18.419.192	0,447	426
2018	18.751.405	0,472	455
2019	19.107.216	0,506	472

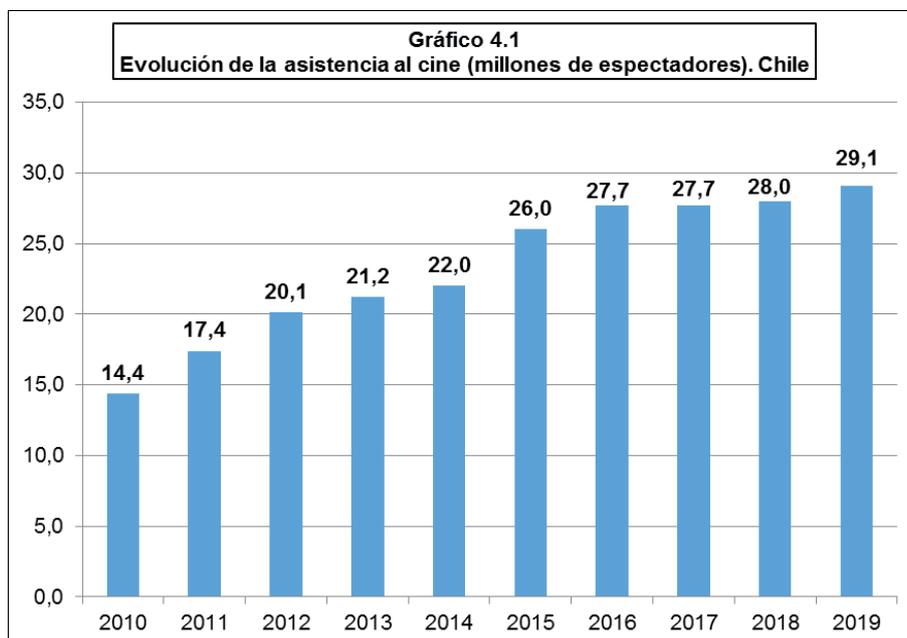
Los ingresos cinematográficos alcanzaron su máximo en 2018 y 2019 superando los 141 millones de dólares. Los espectadores también registraron el record de asistencia en 2019 con más de 29,1 millones de entradas vendidas, lo que representa un aumento superior al 100% con respecto a 2010.

Por su parte, la asistencia al cine chileno se comportó de forma más irregular. Su máximo se alcanzó en 2012 con más de 2,5 millones de espectadores y el mínimo en 2017 con 242.252. En 2013 y 2016 también se registraron cifras significativas con más de 1,7 millones de entradas vendidas por los estrenos nacionales. La cuota de pantalla récord del cine autóctono se produjo en 2012 con un 12,6% sobre el total de espectadores cinematográficos y la cuota promedio de la década se sitúa en un 4,3% (cuadro 4.2).

Cuadro 4.2

Año	Ingresos cine (USD)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota de pantalla cine nacional (%)
2010	78.026.573	14.442.596	353.160	2,4
2011	105.297.015	17.429.409	900.341	5,1
2012	124.450.308	20.122.604	2.552.079	12,6
2013	123.910.693	21.200.044	1.702.552	8,0
2014	122.278.664	22.015.883	586.677	2,7
2015	128.366.652	26.036.426	932.054	3,6
2016	133.692.329	27.702.903	1.738.335	6,5
2017	134.366.738	27.744.674	242.252	1,0
2018	141.291.385	28.067.303	789.477	2,8
2019	141.160.917	29.132.601	298.417	1,0
Total	1.232.841.274	233.894.443	10.095.344	4,3

El gráfico 4.1 muestra la asistencia a los cines chilenos en la década 2010-2019, apreciándose el aumento progresivo desde los 14,4 millones de 2010 hasta los 29,1 de 2019.

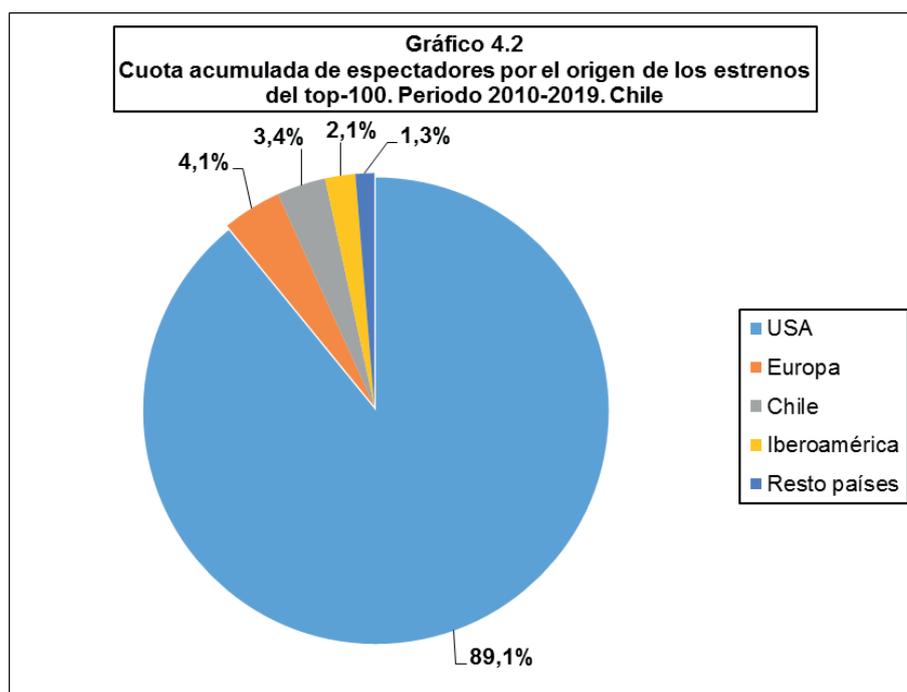


El número de estrenos comerciales totales en la década 2010-2019 sumó 2.153, de los cuales el 11,1% (239) pertenecen a lanzamientos de cine chileno. El promedio de la asistencia anual por habitante se situó en 1,3 y el coste medio de la entrada en 5,3 dólares (cuadro 4.3).

Cuadro 4.3

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio de la entrada (USD)
2010	178	15	0,8	5,4
2011	187	23	1,0	6,0
2012	229	23	1,1	6,2
2013	178	26	1,2	5,8
2014	229	40	1,2	5,5
2015	220	26	1,4	4,9
2016	216	18	1,5	4,8
2017	230	26	1,5	4,9
2018	254	22	1,5	5,0
2019	232	20	1,5	4,8
Total	2.153	239	1,3	5,3

La cuota acumulada por el origen de los estrenos del top-100 refleja el dominio del cine americano con el 89,1% del total de espectadores, por el 5,5% conjunto registrado por el cine chileno y el cine iberoamericano (gráfico 4.2).



El cuadro 4.4 incluye el total de estrenos chilenos presentes en el top-10 de cada año de la década. La película con más éxito es *Stefan vs Kramer* (Leonardo Prieto, Stefan Kramer y Sebastián Freund, 2012) con más de 2 millones de espectadores, seguida de *Sin filtro* (Nicolás López, 2016) con casi 1,3 millones).

El ranking pone de manifiesto que en la década 2010-2019 dos producciones superaron el millón de espectadores, otras dos el medio millón y 14 películas más rebasaron los 100.000 espectadores. De los 100 estrenos, 32 se realizaron en régimen de coproducción, la mayoría con Argentina y España. También hay que señalar las producciones conjuntas con Brasil, Colombia y México.

Cuadro 4.4

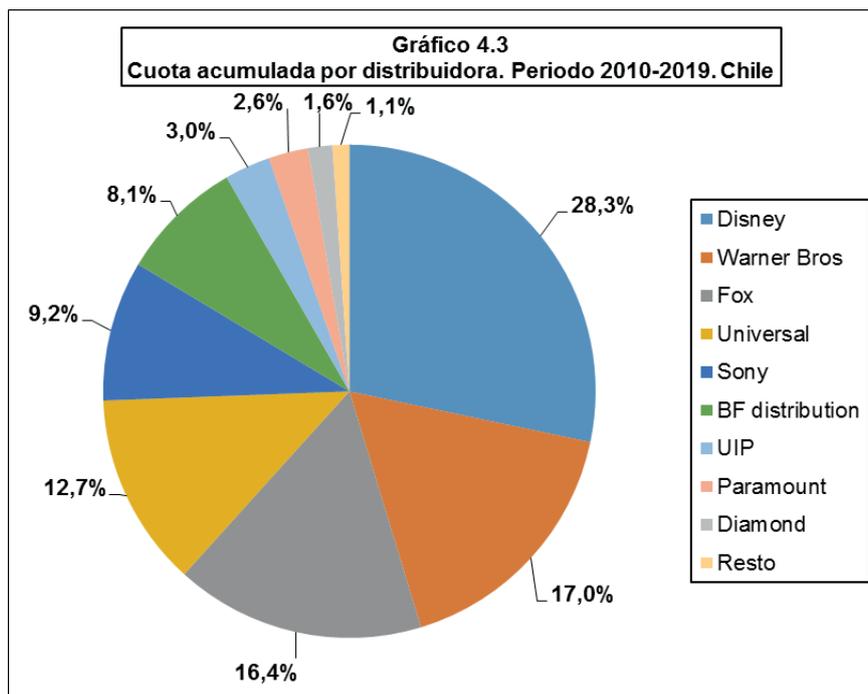
Estrenos del cine chileno con más éxito en la década 2010-2019

N°	Título	Origen	Año	Espectadores
1	Stefan vs Kramer	Chile	2012	2.081.409
2	Sin filtro	Chile	2016	1.290.926
3	El ciudadano Kramer	Chile	2013	722.506
4	No estoy loca	Chile	2018	592.872
5	Violeta se fue a los cielos	Chile, Argentina, Brasil	2011	392.802
6	Barrio Universitario	Chile	2013	362.869
7	Fuerzas especiales	Chile	2014	321.146
8	El bosque de Karadima	Chile, Argentina	2015	307.695
9	Argentino QL	Chile	2016	272.735
10	No, la película	Chile, México	2012	216.727
11	Alma	Chile, Argentina	2015	199.415
12	Qué pena tu boda	Chile	2011	199.342
13	Qué pena tu familia	Chile	2013	191.768
14	03:34. Terremoto en Chile	Chile	2011	181.691
15	Gloria	Chile, España	2013	144.717

16	Mi amigo Alexis	Chile	2019	144.674
17	Ojos rojos	Chile	2010	118.945
18	El rechazazo	Chile	2013	109.473
19	Qué pena tu vida	Chile	2010	95.381
20	Neruda	Chile, Argentina, España	2016	94.429
21	La memoria del agua	Chile, España, Argentina	2015	87.509
22	El babysitter	Chile	2013	81.988
23	Mamá, ya crecí	Chile	2014	75.251
24	Fuerzas especiales 2	Chile	2015	69.546
25	Araña	Chile, Argentina, Brasil	2019	69.224
26	Paseo de oficina	Chile	2012	69.085
27	Caleuche: el llamado del mar	Chile	2012	63.210
28	Mis peores amigos	Chile	2013	54.875
29	Lusers, los amigos no se eligen	Chile, Argentina, Perú	2015	54.663
30	Contra el demonio	Chile	2018	52.831
31	Se busca novio para mi mujer	Chile, Argentina	2017	51.794
32	Héroes: el asilo contra la opresión	Chile	2015	49.751
33	La esmeralda 1879	Chile	2010	46.279
34	El Club	Chile	2015	45.118
35	Una mujer fantástica	Chile, España	2017	43.842
36	El limpiapiscinas	Chile	2011	40.960
37	Jackie	Chile, Francia, USA	2017	39.434
38	Joven y alocada	Chile	2012	38.148
39	No quiero ser tu hermano	Chile	2019	36.022
40	El sueño de todos	Chile	2014	35.875
41	Una mujer fantástica	Chile, España	2018	35.829
42	La vida de los peces	Chile, France	2010	34.679
43	Selkirk	Chile, Argentina, Uruguay	2012	33.699
44	Allende en su laberinto	Chile, Venezuela	2015	32.932
45	Prueba de actitud	Chile	2016	28.960
46	Brillantes	Chile	2014	28.115
47	Madre	Chile	2017	23.335
48	Santiago 73, post mortem	Chile, Alemania, México	2010	21.372
49	¿Cómo andamos por casa?	Chile	2018	20.588
50	Ema	Chile	2019	18.199
51	Videoclub	Chile	2014	16.699
52	Perla	Chile	2015	16.318
53	La Once	Chile	2015	16.268
54	Bombal	Chile	2012	15.688
55	Un concierto inolvidable	Chile	2014	14.926
56	Sanfic 2013	Chile	2013	14.229
57	Maldito amor	Chile	2014	14.198
58	Cabros de mierda	Chile	2017	14.048
59	Aquí no ha pasado nada	Chile, Francia, USA	2016	12.801
60	Swing	Chile	2018	12.609
61	Rara	Chile, Argentina	2016	12.325
62	Mandrill	Chile	2010	12.143
63	Gatos viejos	Chile, USA	2011	11.998

64	Un día cualquiera	Chile	2017	11.331
65	Como bombo en fiesta	Chile	2016	11.133
66	La danza de la realidad	Chile	2014	10.906
67	El tío	Chile	2013	9.599
68	Mitos y leyendas	Chile	2010	9.586
69	Gloria Bell	Chile, USA	2019	9.269
70	Neruda	Chile	2014	8.604
71	Niñas araña	Chile	2017	8.597
72	Y de pronto el amanecer	Chile	2018	8.463
73	Los niños	Chile, Francia	2017	8.196
74	Miguel San Miguel	Chile	2012	7.942
75	The passion of Michelangelo	Chile	2013	7.939
76	Drama	Chile	2010	7.544
77	Mala Junta	Chile	2017	7.104
78	O9	Chile	2014	6.564
79	La mentirita blanca	Chile	2017	6.032
80	Un caballo llamado elefante	Chile, Colombia, México	2016	5.491
81	Lemebel	Chile, Colombia	2019	5.417
82	Sal	Chile, Argentina	2012	4.604
83	Dios me libre	Chile	2011	4.508
84	Bonsai	Chile, Argentina, Portugal	2012	4.345
85	Nostalgia de la luz	Chile, Alemania, Francia	2011	4.158
86	Los perros	Chile, Argentina	2018	4.153
87	A un metro de ti	Chile, España	2010	3.893
88	Vida sexual de las plantas	Chile	2016	3.776
89	La casa Lobo	Chile	2018	3.462
90	Dry Martina	Chile, Argentina	2018	3.446
91	Talión	Chile	2016	3.303
92	La isla de los pingüinos	Chile	2018	3.221
93	Tarde para morir joven	Chile, Argentina, Brasil	2019	3.135
94	Locas mujeres	Chile	2011	3.087
95	Los Reyes	Chile	2019	3.030
96	Tendida, mirando las estrellas	Chile	2010	1.699
97	Marilyn	Chile	2019	1.462
98	Musica campesina	Chile, USA	2011	1.409
99	Ella es Cristina	Chile	2019	1.333
100	El mocito	Chile	2011	1.277

El 89,2% del total de espectadores del top-100 compraron entradas para disfrutar de estrenos distribuidos por los Estudios estadounidenses, frente al 10,8% de distribuidoras independientes (gráfico 4.3). Disney (28,3%) fue la distribuidora cuyas películas tuvieron más éxito en Chile en la década 2010-2019 y dentro de las independientes hay que destacar a BF Distribution (8,1%).



En la década 2010-2019, la producción estadounidense *Toy Story 4* lidera el *ranking* de audiencia en Chile, con 3,1 millones de espectadores, seguida de *Vengadores: Endgame*, con 3 millones de espectadores (cuadro 4.5).

Las producciones de este *ranking* provienen, casi en su totalidad, de Estados Unidos, con nueve películas. La única excepción corresponde a la obra chilena *Stefan vs. Kramer* con 2 millones de personas. La cuota de mercado de estas diez producciones (22.222.441 espectadores) supone el 9,5% del total de espectadores acumulados en el periodo 2010-2019.

Cuadro 4.5

Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2010-2019. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Toy Story 4	USA	3.180.115	15.150.274	2019
2	Vengadores: Endgame	USA	3.079.897	19.137.328	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	2.338.642	14.585.873	2018
4	El rey león	USA	2.326.040	11.954.256	2019
5	Los Minions	USA	2.088.803	10.642.800	2015
6	Stefan vs. Kramer	Chile	2.081.409	11.835.442	2012
7	La Edad de Hielo 4	USA	2.069.898	12.808.804	2012
8	Los Increíbles 2	USA	1.832.336	9.164.799	2018
9	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.646.915	7.267.971	2017
10	Del revés (Inside out)	USA	1.578.386	7.375.204	2015

En el *ranking* nacional, aparte de la producción anteriormente mencionada, en segundo lugar figura *Sin filtro*, con 1,2 millones de espectadores. En tercer y cuarto lugar, se encuentran *El ciudadano Kramer* (Stefan Kramer) con 722.506 espectadores y *No estoy loca* (Nicolás López) con 592.872. En este *ranking*, siete obras son íntegramente chilenas y tres son coproducciones, con Argentina, Brasil y México (cuadro 4.6).

Cuadro 4.6
Ranking de estrenos chilenos. Periodo 2010-2019. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	11.835.442	2012
2	Sin filtro	Chile	1.290.926	5.476.534	2016
3	El ciudadano Kramer	Chile	722.506	4.129.304	2013
4	No estoy loca	Chile	592.872	2.853.658	2018
5	Violeta se fue a los cielos	Chile, Argentina, Brasil	392.802	2.107.448	2011
6	Barrio Universitario	Chile	362.869	1.954.771	2013
7	Fuerzas especiales	Chile	321.146	1.329.428	2014
8	El bosque de Karadima	Chile, Argentina	307.695	1.485.551	2015
9	Argentino QL	Chile	272.735	1.181.557	2016
10	No, la película	Chile, México	216.727	1.280.547	2012

Los estrenos iberoamericanos más exitosos de la década 2010-2019 son las coproducciones con Estados Unidos *Los 33* (Patricia Riggen) y *Fast & Furious 6* (Justin Lin). La primera superó el millón de espectadores y la segunda acumuló 903.591 espectadores. En cuanto al régimen de producción, siete estrenos son coproducciones, en su mayoría con Estados Unidos (cuadro 4.7).

Cuadro 4.7
Ranking de estrenos iberoamericanos. Periodo 2010-2019. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Los 33	Colombia, USA	1.059.578	5.128.561	2015
2	Fast & Furious 6	España, USA	903.591	5.597.222	2013
3	Condorito: la película	Perú	455.163	1.952.878	2017
4	Lo imposible	España, USA	294.821	1.654.392	2013
5	Un dios salvaje	España, Alemania, Francia	210.082	1.254.118	2012
6	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	162.622	816.847	2015
7	Las aventuras de Tadeo Jones	España	143.880	914.436	2013
8	Tomorrowland	España, USA	133.604	751.045	2015
9	Tengo ganas de ti	España	129.310	701.438	2012
10	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	126.633	799.138	2014

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en la década 2010-2019 en Chile y en los que solo participan países iberoamericanos, son la obra peruana *Condorito* (Alex Orrelle), con 455.163 espectadores, seguida de las españolas *Las aventuras de Tadeo Jones* (Enrique Gato) con 143.880 y *Tengo ganas de ti* (Fernando González Molina) con 129.310 espectadores (cuadro 4.8).

Cuadro 4.8
Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Periodo 2010-2019. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Condorito: la película	Perú	455.163	1.952.878	2017
2	Las aventuras de Tadeo Jones	España	143.880	914.436	2013
3	Tengo ganas de ti	España	129.310	701.438	2012
4	Relatos salvajes	Argentina, España	116.887	632.889	2014
5	El hilo rojo	Argentina	96.730	435.173	2016

6	El secreto de sus ojos	Argentina, España	88.501	471.500	2010
7	El Clan	Argentina, España	78.574	356.899	2015
8	Un novio para mi mujer	Brasil	50.512	248.743	2017
9	Metegol	Argentina, España	45.588	265.366	2013
10	Atrapa la bandera	España	38.817	166.440	2016

Los siguientes cuadros reflejan el recorrido de los estrenos chilenos en diferentes mercados internacionales en el quinquenio 2015-2019. En el mercado de países iberoamericanos no nacionales, el estreno con más éxito es *Jackie* (Pablo Larraín) con 133.756 espectadores en España (cuadro 4.9). Los países con estrenos de cine chileno, aparte de España, son Bolivia, Portugal, Uruguay y Venezuela. Las coproducciones son mayoritarias y destacan las realizadas con Argentina, Francia y USA.

Cuadro 4.9
El cine chileno en países iberoamericanos. Periodo 2015-2019

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Año
1	España	Jackie	Chile, Francia	133.756	2017
2	España	El Club	Chile	44.798	2015
3	España	Gloria Bell	Chile, USA	36.316	2019
4	Portugal	Jackie	Chile, Francia	36.022	2017
5	Venezuela	Knock, knock	Chile, USA	26.456	2015
6	España	La novia del desierto	Chile, Argentina	20.053	2018
7	Bolivia	Lusers	Chile, Argentina, Perú	14.270	2015
8	Portugal	Knock, knock	Chile, USA	12.125	2015
9	Uruguay	La misma sangre	Argentina, Chile	8.359	2019
10	España	Rara	Chile	3.843	2017
11	España	Los perros	Chile, Argentina	2.240	2018
12	España	Araña	Argentina, Brasil, Chile	840	2019
13	España	Las plantas	Chile	267	2017

En el mercado estadounidense las obras más exitosas del cine chileno, en la década 2015-2019, son *El infierno verde* (Eli Roth) con 850.132 espectadores, *Jackie* con 815.313, *Gloria Bell* (Sebastián Lelio) con 623.564 y *Una mujer fantástica* (Sebastián Lelio) con 207.948. La mayoría de las películas están realizadas en el régimen de la coproducción (cuadro 4.10).

Cuadro 4.10
El cine chileno en USA. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	Año
1	El infierno verde	Chile, USA	850.132	2015
2	Jackie	Chile, Francia	815.313	2017
3	Gloria Bell	Chile, USA	623.564	2019
4	Una mujer fantástica	Chile, España, Alemania	207.948	2018
5	Neruda	Argentina, Chile, España	92.616	2017
6	Poesía sin fin	Chile, Francia	15.875	2017
7	El Club	Chile	6.064	2016
8	Knock, knock	Chile, USA	4.255	2015
9	El botón de Nácar	Chile, España	4.165	2015

10	La novia del desierto	Chile, Argentina	3.262	2018
11	Tarde para morir joven	Chile, Argentina, Brasil	1.855	2019
12	El botón de nácar	Chile, España, Francia	607	2016
13	La familia	Venezuela, Chile	414	2018
14	La telenovela errante	Chile	325	2019

En el mercado europeo las obras más exitosas del cine chileno, en la década 2015-2019, son Neruda (Pablo Larraín) con 236.017 espectadores, *Knock Knock* (Eli Roth) con más de 100.000 espectadores en Rusia y Francia y también superando esta cifra hay que señalar a *Gloria Bell* en Francia (cuadro 4.11).

Cuadro 4.11
El cine chileno en Europa. Periodo 2015-2019

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Francia	Neruda	Argentina, Chile, España	236.017	2017
2	Rusia	Knock Knock	Chile, USA	123.245	2015
3	Francia	Gloria Bell	Chile, USA	121.713	2019
4	Francia	Knock Knock	Chile, USA	120.524	2015
5	Italia	Neruda	Argentina, Chile, España	115.197	2016
6	Alemania	Knock Knock	Chile, USA	96.213	2015
7	Italia	Gloria Bell	Chile, USA	95.166	2019
8	Francia	Una mujer fantástica	Chile, España	80.559	2017
9	Francia	El botón de Nácar	Chile, España, Francia	78.510	2015
10	R. Unido	Knock Knock	Chile, USA	76.364	2015
11	Italia	Santiago, Italia	Chile, Francia, Italia	75.828	2018
12	Francia	Poesía sin fin	Chile, Francia, UK	74.650	2016
13	Rusia	El habitante	Chile, México	73.624	2018
14	Francia	Santiago, Italia	Chile, Francia, Italia	67.002	2019
15	Italia	Una mujer fantástica	Chile, España	64.493	2017
16	Alemania	Gloria Bell	Chile, USA	53.483	2019
17	R. Unido	Una mujer fantástica	España, Chile	47.295	2018
18	Alemania	Neruda	Argentina, Chile, España	42.467	2017
19	Austria	Knock Knock	Chile, USA	38.677	2015
20	R. Unido	Gloria Bell	Chile, USA	35.256	2019
21	P. Bajos	Gloria Bell	Chile, USA	29.005	2019
22	P. Bajos	Una mujer fantástica	Chile, España	22.492	2017
23	Alemania	Una mujer fantástica	Chile, España	20.018	2017
24	R. Unido	Neruda	Argentina, Chile, España	19.036	2017
25	P. Bajos	Neruda	Argentina, Chile, España	13.820	2016
26	Italia	Poesía sin fin	Chile, Francia	13.041	2017
27	Turquía	Neruda	Argentina, Chile, España	12.916	2017
28	P. Bajos	Knock Knock	Chile, USA	8.883	2015
29	R. Unido	El botón de Nácar	Chile, España, Francia	8.455	2016
30	Austria	Gloria Bell	Chile, USA	8.211	2019
31	Turquía	Gloria Bell	Chile, USA	8.014	2019
32	Polonia	Gloria Bell	Chile, USA	7.971	2019
33	Austria	Neruda	Argentina, Chile, España	6.639	2017

34	R. Unido	Poesía sin fin	Chile, Francia	6.630	2017
35	P. Bajos	Poesía sin fin	Chile, Francia	5.589	2017
36	Turquía	Una mujer fantástica	España, Chile	5.479	2018
37	Turquía	El Club	Chile	3.501	2016
38	R. Unido	La danza de la realidad	Chile, Francia	2.848	2015
39	Rusia	Divino amor	Brasil, Chile, Francia	2.082	2019
40	Austria	Una mujer fantástica	Chile, España	2.043	2017

Al analizar los tres mercados internacionales (iberoamericano, europeo y estadounidense) podemos destacar a los siguientes estrenos: *Gloria Bell* (1.018.698 espectadores), *Jackie* (985.091 espectadores), *El infierno verde* (850.132 espectadores), *Neruda* (538.708 espectadores) y *Knock Knock* (506.742 espectadores) y *Una mujer fantástica* (450.327 espectadores). El total de espectadores acumulado por el cine chileno en los mercados internacionales analizados, en el quinquenio 2015-2019, suma 4,8 millones de espectadores (cuadro 4.12).

Cuadro 4.12
El cine chileno en los mercados internacionales. Periodo 2015-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	Mercado
1	Gloria Bell	Chile, USA	1.018.698	EU, IB, USA
2	Jackie	Chile, Francia	985.091	IB, USA
3	El infierno verde	Chile, USA	850.132	USA
4	Neruda	Argentina, Chile, España	538.708	EU, USA
5	Knock Knock	Chile, USA	506.742	EU, IB, USA
6	Una mujer fantástica	Chile, España	450.327	EU, USA
8	Santiago, Italia	Chile, Francia, Italia	142.830	EU
9	Poesía sin fin	Chile, Francia	115.785	EU, USA
10	El botón de Nacar	Chile, España, Francia	91.738	EU, USA
11	El habitante	Chile, México	73.624	EU
12	El Club	Chile	54.363	EU, IB, USA
13	La novia del desierto	Chile, Argentina	23.315	IB, USA
14	Lusers	Chile, Argentina, Perú	14.270	IB
15	La misma sangre	Argentina, Chile	8.359	IB
16	Rara	Chile	3.843	IB
17	La danza de la realidad	Chile, Francia	2.848	EU
18	Los perros	Chile, Argentina	2.240	IB
19	Divino amor	Brasil, Chile, Francia	2.082	EU
20	Tarde para morir joven	Chile, Argentina, Brasil	1.855	USA
21	Araña	Argentina, Brasil, Chile	840	IB
22	La familia	Venezuela, Chile	414	USA
23	La telenovela errante	Chile	325	USA
24	Las plantas	Chile	267	IB
			4.888.696	



ECUADOR

Los datos socio-económicos de Ecuador muestran un crecimiento poblacional de más 2 millones de personas en la década 2010-2019, un aumento del PIB-ppa de 0,066 billones de dólares (48,5%) y de 172 pantallas de cine. El aumento del equipamiento cinematográfico en dicho periodo sobrepasó el 90% (cuadro 4.13).

Cuadro 4.13

Datos socio-económicos y de equipamiento cinematográfico. Periodo 2010-2019. Ecuador

Año	Población	PIB-PPA (Bn \$)	Pantallas
2010	15.012.228	0,136	184
2011	15.266.431	0,150	196
2012	15.520.973	0,162	225
2013	15.774.749	0,173	264
2014	16.027.466	0,183	300
2015	16.278.844	0,185	302
2016	16.528.730	0,185	302
2017	16.776.977	0,193	302
2018	17.023.408	0,200	324
2019	17.267.986	0,202	356

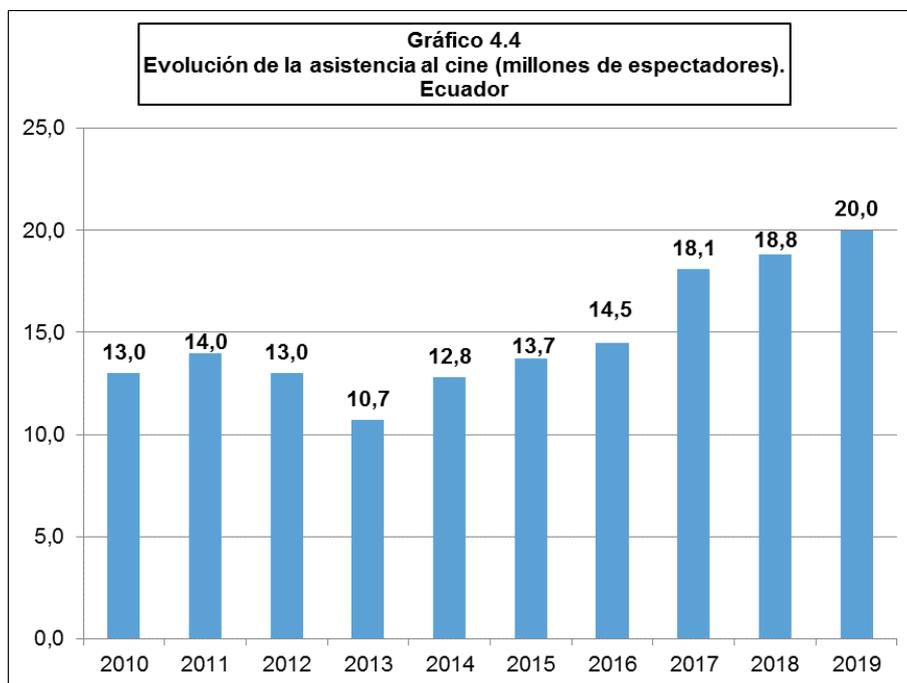
Los ingresos cinematográficos alcanzaron su máximo en 2019 con casi 95 millones de dólares. Los espectadores también registraron el record de asistencia en 2019 con 20 millones de entradas vendidas, lo que representa un aumento del 54% con respecto a 2010.

Por su parte la asistencia al cine ecuatoriano se comportó de forma más irregular. Su máximo se alcanzó también en 2019 con más de 371.000 espectadores y el mínimo en 2015 con casi 74.000. En 2011 también se registraron cifras significativas con 360.595 entradas vendidas por los estrenos nacionales. La cuota de pantalla récord del cine autóctono se produjo en dicho año con un 2,6% sobre el total de espectadores cinematográficos y la cuota promedio se situó en el 1,4% (cuadro 4.14).

Cuadro 4.14

Año	Ingresos cine (USD)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota de pantalla cine nacional (%)
2010	57.850.000	13.000.000	285.863	2,2
2011	62.300.000	14.000.000	360.595	2,6
2012	54.200.000	13.000.000	251.167	2,0
2013	48.588.493	10.797.443	240.926	2,1
2014	57.744.860	12.831.716	84.084	0,7
2015	54.922.240	13.730.560	73.934	0,5
2016	67.510.254	14.549.109	130.808	0,9
2017	82.539.271	18.119.763	102.246	0,6
2018	84.766.264	18.822.138	126.279	0,7
2019	94.970.029	20.022.360	371.289	1,9
Total	665.391.411	148.873.089	2.027.191	1,4

El gráfico 4.4 muestra la asistencia a los cines ecuatorianos en la década 2010-2019, apreciándose un mínimo de 10,7 millones de espectadores en 2013 y un máximo de 20 millones en 2019.

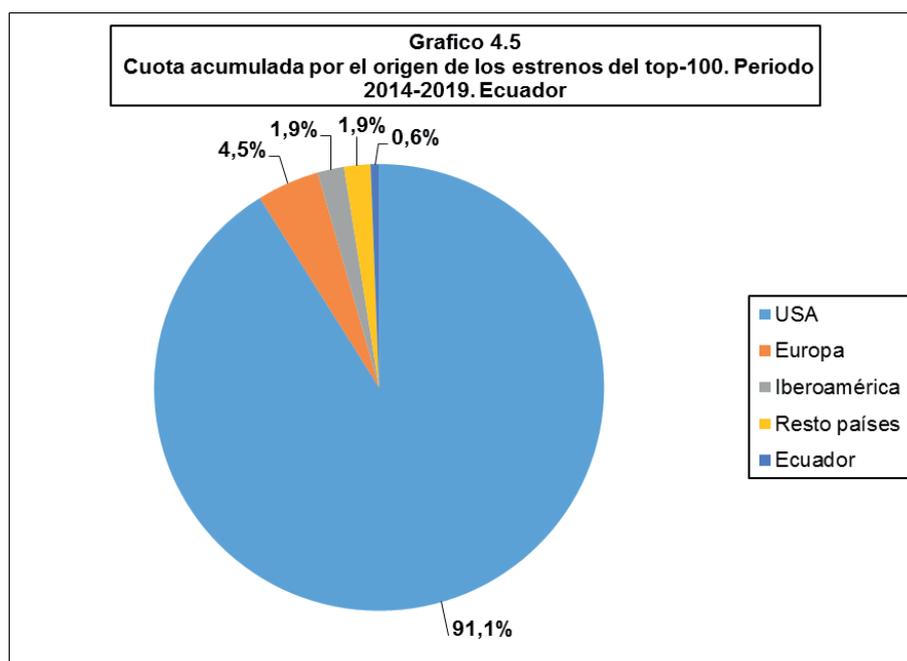


El número de estrenos comerciales totales en la década 2010-2019 sumó 2.240, de los cuales el 5,7% (128) pertenecen a lanzamientos de cine ecuatoriano. El promedio de la asistencia anual por habitante se situó en 1,0 y el coste medio de la entrada en 4,2 dólares (cuadro 4.15).

Cuadro 4.15

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio de la entrada (USD)
2010	223	19	0,9	3,8
2011	219	9	0,9	3,8
2012	220	5	0,9	3,8
2013	209	13	0,9	3,9
2014	177	17	0,9	3,9
2015	211	13	0,9	4,0
2016	258	10	0,9	4,6
2017	243	14	1,1	4,6
2018	250	18	1,1	4,5
2019	230	10	1,2	4,7
Total	2.240	128	1,0	4,2

La cuota acumulada por el origen de los estrenos del top-100 refleja el dominio del cine americano con el 91,1% del total de espectadores, por el 2,5% conjunto registrado por el cine ecuatoriano y el cine iberoamericano (gráfico 4.5).



El cuadro 4.16 incluye el total de estrenos ecuatorianos con más éxito en cada año de la década. La película más popular es *Rock N' Cola* (Jorge Ulloa, 2019) con más de 300.000 espectadores.

El ranking pone de manifiesto que en la década 2010-2019 que, aparte del estreno anterior, cinco producciones superaron los 100.000 espectadores y otras tres más rebasaron los 50.000 espectadores. De los 75 estrenos, 16 se realizaron en régimen de coproducción, la mayoría con Argentina, Colombia, México y Venezuela (cuadro 4.16).

Cuadro 4.16

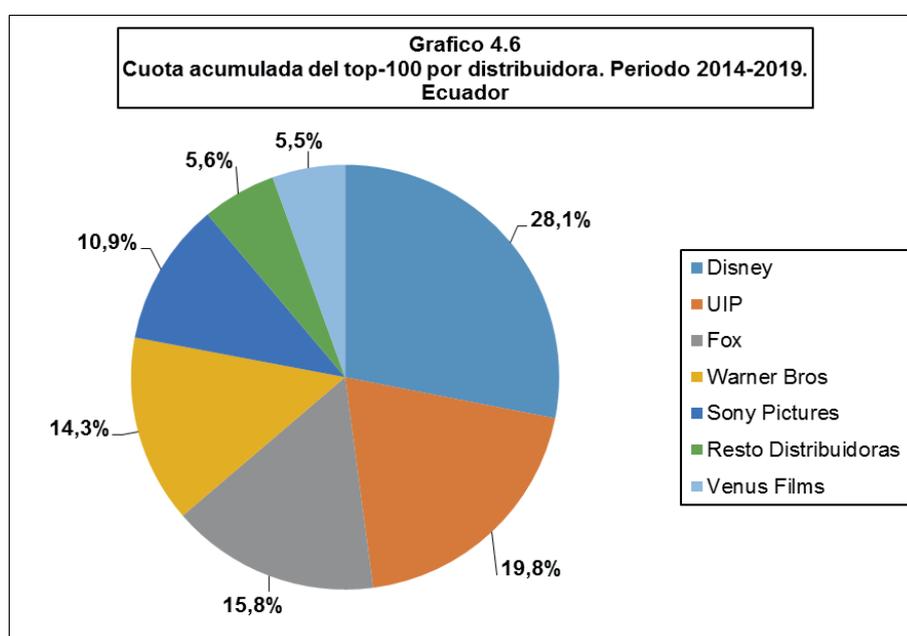
Estrenos del cine ecuatoriano con más éxito en la década de 2010-2019

Nº	Título	Origen	Año	Espectadores
1	Rock N' Cola	Ecuador, Colombia	2019	300.117
2	Con mi corazón en Yambo	Ecuador	2011	165.000
3	Prometeo deportado	Ecuador, Venezuela	2010	162.000
4	Zuquillo Express	Ecuador	2010	123.863
5	A tus espaldas	Ecuador, Venezuela	2011	110.335
6	Pescador	Ecuador, Colombia	2012	105.000
7	En el nombre de la hija	Ecuador	2011	85.260
8	La muerte de Jaime Roldós	Ecuador	2013	54.823
9	Mejor no hablar de ciertas cosas	Ecuador	2013	53.000
10	Adolescentes	Ecuador	2015	49.690
11	Con alas pa' volar	Ecuador	2016	46.375
12	Sin muertos no hay carnaval	Ecuador, México, Alemania	2016	39.155
13	A son of Man	Ecuador, Francia, USA	2019	38.325
14	Tal vez mañana	Ecuador	2017	35.513
15	No robarás	Ecuador	2013	35.000
16	Mono con gallinas	Ecuador	2013	33.791
17	No todo es trabajo	Ecuador	2018	26.284

18	Estrella 14	Ecuador	2013	20.000
19	La mala noche	Ecuador, México	2019	19.733
20	3-03. Rescate	Ecuador	2018	16.409
21	La Dama Tapada	Ecuador	2018	15.704
22	Agujero negro	Ecuador	2018	15.673
23	El facilitador	Ecuador	2013	15.000
24	Dos papás en Navidad	Ecuador	2017	14.404
25	Sexy montañita	Ecuador	2014	14.000
26	Feriado	Ecuador, Argentina	2014	13.774
27	Ochentaisiete	Ecuador, Argentina, Alemania	2014	13.500
28	Alba	Ecuador, México, Grecia	2016	11.872
29	Sólo es una más	Ecuador	2017	11.665
30	Noche amarilla	Ecuador	2016	11.296
31	Tayos	Ecuador	2017	10.986
32	Rómpete una pata	Ecuador	2013	10.000
33	Distante cercanía	Ecuador	2013	10.000
34	Translúcido	Ecuador, USA	2016	9.955
35	Horas exhaustas	Ecuador	2017	9.622
36	Saudade	Ecuador, Argentina, Canadá	2014	9.344
37	Medardo	Ecuador	2015	9.272
38	Verano no miente	Ecuador	2018	8.866
39	Del Núcleo al Sol	Ecuador	2018	8.228
40	Propagandia	Ecuador	2018	7.162
41	Si yo muero primero	Ecuador	2017	6.499
42	Quito 2023	Ecuador	2014	6.458
43	Silencio en la tierra de los sueños	Ecuador, Alemania	2014	5.630
44	Ciudad sin sombra	Ecuador, Colombia	2014	5.500
45	Siguiente Round	Ecuador	2018	5.331
46	A estas alturas de la vida	Ecuador	2014	4.200
47	Minuto Final	Ecuador	2018	4.095
48	Azules turquesas	Ecuador	2019	4.073
49	Spencer	Ecuador	2014	4.000
50	Sed	Ecuador	2016	3.845
51	Cuento sin hadas	Ecuador	2013	3.800
52	Travesía	Ecuador	2015	3.469
53	Torero	Ecuador	2019	3.363
54	El Gobernador	Ecuador	2015	3.200
55	Ecuadorian Shetta	Ecuador	2018	3.157
56	La Tola Box	Ecuador	2014	3.014
57	52	Ecuador	2017	2.999
58	Mi tía Toty	Ecuador	2017	2.992
59	Carlitos	Ecuador	2015	2.674
60	Generación invisible	Ecuador	2019	2.596
61	Entre sombras: averno	Ecuador	2016	2.512
62	Intanstánea	Ecuador	2016	2.312
63	El grill de César	Ecuador, Alemania	2015	2.173
64	Acariciando a mi niño	Ecuador	2016	2.045
65	Chuquiragua	Ecuador	2017	1.799

66	Muerte en Berruecos	Ecuador, Venezuela, USA	2019	1.797
67	Contragolpe	Ecuador	2017	1.749
68	Travesía	Ecuador	2016	1.441
69	El secreto de Magdalena	Ecuador	2015	1.168
70	La trampa	Ecuador	2015	1.090
71	Polar Station: Mamá Vudú	Ecuador	2019	747
72	Vengo volviendo	Ecuador	2015	603
73	Juego x juego	Ecuador	2015	483
74	Amarukan	Ecuador	2019	278
75	Ventaja	Ecuador	2019	260

El 88,9% del total de espectadores del top-100 compraron entradas para disfrutar de estrenos distribuidos por los Estudios estadounidenses, frente al 11,1% de distribuidoras independientes (gráfico 4.6). Disney (28,1%) fue la distribuidora cuyas películas tuvieron más éxito en Ecuador en la década 2010-2019 y dentro de las independientes destaca Venus Films (5,5%).



En la década 2010-2019, la producción estadounidense *Vengadores: Endgame* lidera el ranking de audiencia en Ecuador, con 1,8 millones de espectadores, seguida de *Vengadores: Infinity War*, con 1,4 millones, y *Los vengadores* con 1,4 millones de espectadores (cuadro 4.17).

Las producciones de este ranking provienen en su totalidad de Estados Unidos. La cuota de mercado de estas diez producciones (12.072.817 espectadores) supone el 8,1% del total de espectadores acumulados en el periodo 2010-2019.

Cuadro 4.17

Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2010-2019. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	1.854.277	9.916.212	2019
2	Vengadores: Infinity War	USA	1.432.071	7.504.374	2018
3	Los Vengadores	USA	1.423.763	5.410.298	2012
4	El rey león	USA	1.175.354	5.878.489	2019
5	Toy story 4	USA	1.116.546	5.654.515	2019
6	Fast & Furious 7	USA	1.107.080	4.428.319	2015
7	Coco	USA	1.015.922	4.738.571	2018
8	La Edad de Hielo 4	USA	1.014.178	3.853.878	2012
9	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.005.001	5.237.455	2017
10	Capitana Marvel	USA, Australia	928.625	4.472.999	2019

En el *ranking* nacional aparte de la producción anteriormente mencionada, *Rock N' Cola*, a continuación figuran *Con mi corazón en Yambo* (María Fernanda Restrepo, 2019), con 165.000 espectadores, *Prometeo deportado* (Fernando Mieles, 2010) con 162.000 espectadores, *Zuquillo Express* (Carl West, 2010) con 123.863, *A tus espaldas* (Tito Jara, 2011) con 110.335 espectadores y *Pescador* (Sebastián Cordero, 2011) con 105.000. En este *ranking*, seis obras son íntegramente ecuatorianas y cuatro son coproducciones con Colombia y Venezuela (cuadro 4.18).

Cuadro 4.18

Ranking de estrenos ecuatorianos. Periodo 2010-2019. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Rock N' Cola	Ecuador, Colombia	300.117	1.282.056	2019
2	Con mi corazón en Yambo	Ecuador	165.000	627.000	2011
3	Prometeo deportado	Ecuador, Venezuela	162.000	615.600	2010
4	Zuquillo Express	Ecuador	123.863	470.679	2010
5	A tus espaldas	Ecuador, Venezuela	110.335	419.273	2011
6	Pescador	Ecuador, Colombia	105.000	399.000	2012
7	En el nombre de la hija	Ecuador	85.260	323.988	2011
8	La muerte de Jaime Roldós	Ecuador	54.823	219.292	2013
9	Mejor no hablar de ciertas cosas	Ecuador	53.000	212.000	2013
10	Adolescentes	Ecuador	49.690	198.760	2015

Los estrenos iberoamericanos más exitosos de la década 2010-2019 en Ecuador son las coproducciones entre España y Estados Unidos *Exodus: Dioses y Reyes*, *Tomorrowland* y *Fast & Furious 6* (cuadro 4.19). Estas tres obras superaron los 125.000 espectadores en las salas. En cuanto al régimen de producción, seis estrenos son coproducciones (cuatro entre España y Estados Unidos, una entre Argentina y España y una entre Argentina, Canadá e Italia).

Cuadro 4.19

Ranking de estrenos iberoamericanos. Periodo 2010-2019. Ecuador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	142.790	571.161	2015
2	Tomorrowland	España, USA	135.094	540.376	2015
3	Fast & Furious 6	España, USA	126.981	507.923	2013
4	Cantinflas	México	121.142	472.453	2014
5	Condorito: la película	Perú	114.862	129.679	2017
6	Ya veremos	México	113.094	438.290	2018
7	El parque mágico	España, USA	96.732	393.030	2019
8	El inventor de juegos	Argentina, Canadá, Italia	72.966	284.568	2014
9	Metegol	Argentina, España	70.275	274.072	2014
10	Mamá se fue de viaje	México	62.759	259.278	2019

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en la década 2010-2019 en Ecuador, y en los que solo participan países iberoamericanos, son la obra mexicana *Cantinflas* (Sebastián Del Amo, 2014) con 121.142 espectadores, la producción peruana *Condorito* (Alex Orrelle, 2017) y la también mexicana *Ya veremos* (Pedro Pablo Ybarra, 2018) con 113.094 espectadores (cuadro 4.20).

Cuadro 4.20

Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Periodo 2010-2019. Ecuador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Cantinflas	México	121.142	472.453	2014
2	Condorito: la película	Perú	114.862	129.679	2017
3	Ya veremos	México	113.094	438.290	2018
4	Metegol	Argentina, España	70.275	274.072	2014
5	Mamá se fue de viaje	México	62.759	259.278	2019
6	Tadeo Jones 2	España	52.281	208.070	2018
7	Nada a perder	Brasil	47.089	118.445	2018
8	Te juro que yo no fui	México	44.183	164.699	2019
9	No estamos solos	Perú	39.821	121.795	2016
10	Verónica	España	34.527	38.981	2017



PERÚ

Los datos socio-económicos de Perú muestran un crecimiento poblacional de más 2,6 millones de personas en la década 2010-2019, un aumento del PIB-ppa de 0,197 billones de dólares (68,8%) y de 315 pantallas de cine. El aumento del equipamiento cinematográfico en dicho periodo sobrepasó el 91% (cuadro 4.21).

Cuadro 4.21

Datos socio-económicos y de equipamiento cinematográfico. Periodo 2010-2019. Perú

Año	Población	PIB-PPA (\$)	Pantallas
2010	29.462.000	0,286	346
2011	29.798.000	0,311	396
2012	30.135.875	0,336	425
2013	30.475.144	0,362	474
2014	30.814.175	0,378	555
2015	31.151.643	0,397	571
2016	31.237.385	0,414	613
2017	31.380.000	0,433	625
2018	31.562.130	0,461	657
2019	32.131.400	0,483	661

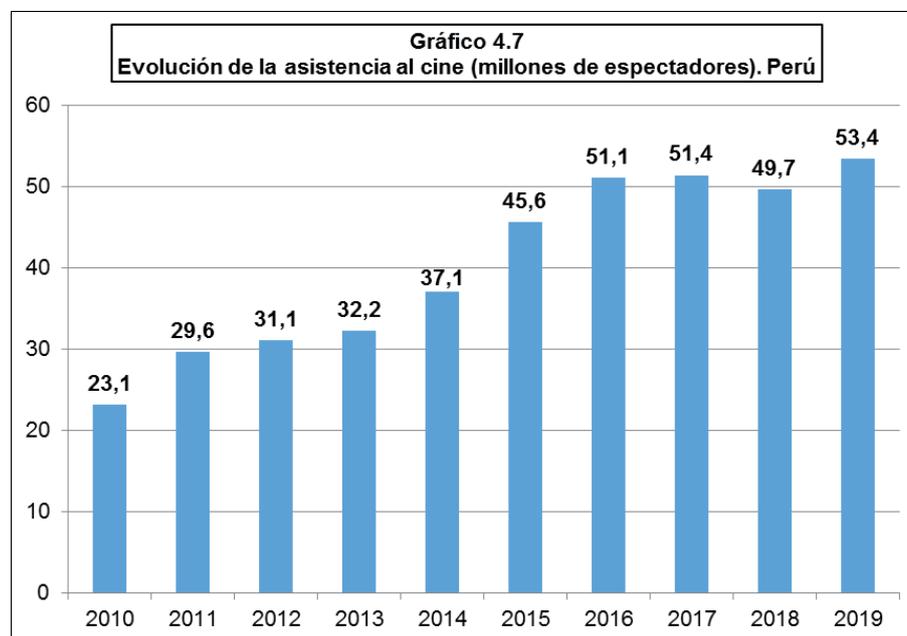
Los ingresos cinematográficos alcanzaron su máximo en 2019 con casi 179 millones de dólares. Los espectadores también registraron el record de asistencia en 2019 con 53,4 millones de entradas vendidas, lo que representa un aumento de más del 100% con respecto a 2010.

Por su parte la asistencia al cine peruano se comportó de forma más irregular. Su máximo se alcanzó en 2018 con 7,3 millones de espectadores y el mínimo en 2010 con solo 100.000. La cuota de pantalla récord del cine autóctono se produjo en 2018 con un 14,7% sobre el total de espectadores cinematográficos y la cuota promedio de la década se situó en el 8,7% (cuadro 4.22).

Cuadro 4.22

Año	Ingresos cine (USD)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota de pantalla cine nacional (%)
2010	75.400.000	23.100.000	100.000	0,4
2011	102.200.000	29.600.000	200.000	0,7
2012	125.000.000	31.100.000	470.000	1,5
2013	132.227.775	32.287.641	4.026.943	12,5
2014	142.098.575	37.192.093	3.835.921	10,3
2015	158.336.680	45.663.101	5.603.087	12,3
2016	163.831.630	51.113.035	5.702.078	11,2
2017	173.732.044	51.472.988	5.221.811	10,2
2018	166.668.318	49.788.078	7.311.113	14,7
2019	178.994.918	53.434.972	2.644.337	4,9
Total	1.418.489.941	404.751.908	35.115.290	8,7

El gráfico 4.7 muestra la asistencia a los cines peruanos en la década 2010-2019, apreciándose un mínimo de 23,1 millones de espectadores en 2010. A partir de ese año se produce un incremento progresivo de espectadores hasta superar la barrera de los 50 millones en 2016 y llegar al máximo de 53,4 millones de espectadores cinematográficos en 2019.

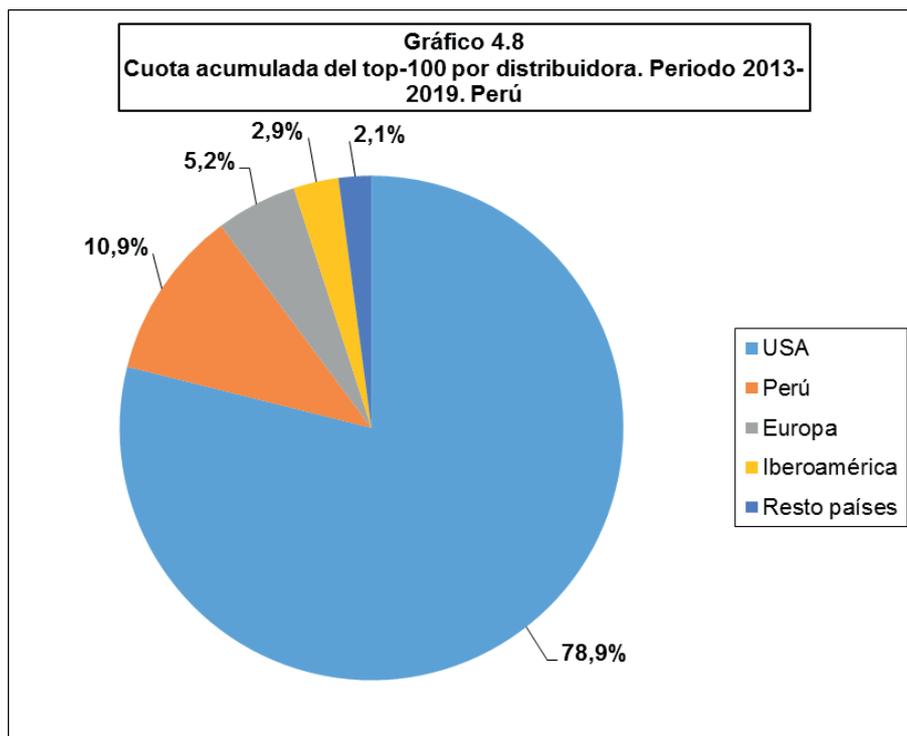


El número de estrenos comerciales totales en la década 2010-2019 sumó 2.792, de los cuales el 7,1% (201) pertenecen a lanzamientos de cine peruano. El promedio de la asistencia anual por habitante se situó en 1,3 y el coste medio de la entrada en 3,6 dólares (cuadro 4.23).

Cuadro 4.23

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio de la entrada (USD)
2010	214	9	0,8	3,3
2011	247	9	0,9	3,8
2012	248	9	1,0	4,0
2013	289	14	1,1	4,0
2014	287	17	1,2	3,8
2015	268	29	1,5	3,5
2016	320	26	1,6	3,2
2017	267	25	1,6	3,3
2018	327	27	1,6	3,3
2019	325	36	1,7	3,3
Total	2.792	201	1,3	3,6

La cuota acumulada por el origen de los estrenos del top-100 refleja el dominio del cine americano con el 78,9% del total de espectadores, por el 13,8% conjunto registrado por el cine peruano y el cine iberoamericano (gráfico 4.8).



El cuadro 4.24 incluye el total de estrenos peruanos con más éxito en cada año de la década. Las películas más populares son *Asu Mare 2* (2015) y *Asu Mare* (2013) ambas con más de 3 millones de espectadores, dirigidas por Ricardo Maldonado.

El ranking pone de manifiesto que en la década 2010-2019 que, aparte de los estrenos anteriores, otras tres producciones superaron el millón de espectadores y otras 18 más rebasaron los 500.000 espectadores. De los 84 estrenos tan solo cuatro se realizaron en régimen de coproducción (Argentina, Chile, España y Venezuela).

Cuadro 4.24

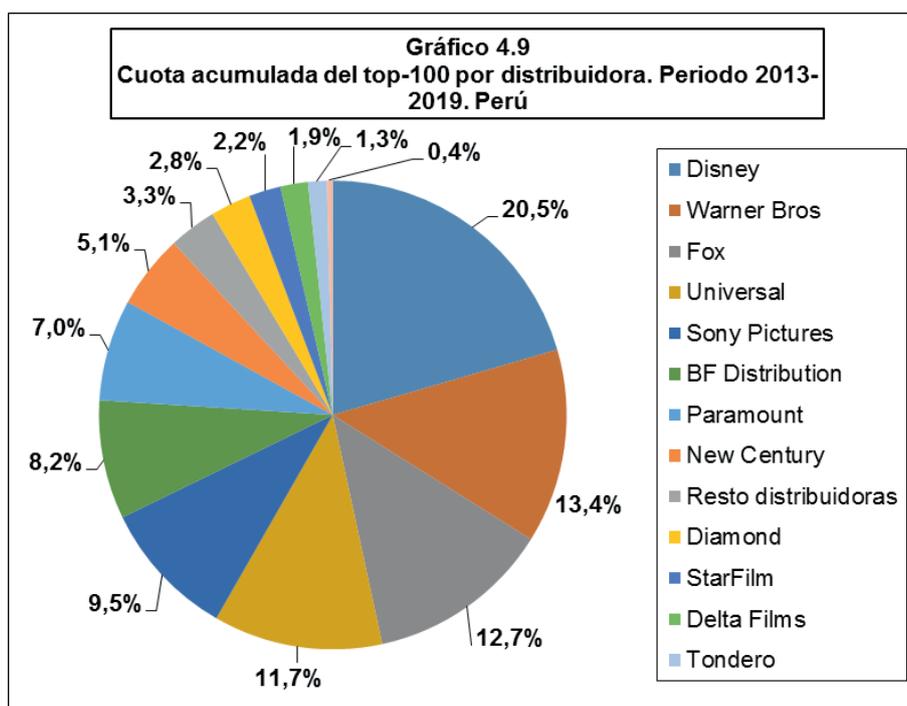
Estrenos del cine peruano con más éxito en la década 2010-2019

Nº	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Asu Mare 2	Perú	3.062.023	2015
2	Asu Mare	Perú	3.023.606	2013
3	Asu Mare 3	Perú	1.997.078	2018
4	A los 40	Perú	1.675.972	2014
5	Locos de Amor	Perú	1.221.816	2016
6	Calichín	Perú	916.111	2016
7	Locos de amor 2	Perú	877.222	2018
8	No me digas solterona	Perú	868.257	2018
9	Guerrero, la película	Perú	848.706	2016
10	Once machos	Perú	803.353	2017
11	Cebiche de tiburón	Perú	784.538	2017
12	Av. Larco, la película	Perú	774.959	2017
13	Cementerio General	Perú	749.869	2013
14	Lusers, los amigos no se eligen	Perú, Argentina, Chile	740.934	2015

15	La peor de mis bodas	Perú	722.490	2016
16	Condorito: La Película	Perú	676.019	2017
17	La paisana Jacinta	Perú	655.857	2017
18	Once machos 2	Perú	655.473	2019
19	Siete semillas	Perú	608.858	2016
20	Utopía, la película	Perú	560.919	2018
21	Margarita	Perú	550.370	2016
22	Very crazy	Perú	524.052	2019
23	Soltera codiciada	Perú	501.408	2018
24	Viejos amigos	Perú	454.644	2014
25	Secreto matusita	Perú	437.291	2014
26	Django, sangre de mi sangre	Perú	431.977	2018
27	El gran león	Perú	391.959	2018
28	Sobredosis de amor	Perú	364.207	2018
29	Caiga quien caiga	Perú	363.924	2018
30	Cementerio general 2	Perú	339.793	2015
31	Gemelos sin cura	Perú	312.139	2017
32	Somos néctar	Perú	306.599	2017
33	El gran León	Perú	299.959	2017
34	Margarita 2	Perú	259.379	2018
35	Hasta que la suegra nos separe	Perú	252.474	2016
36	No estamos solos	Perú	228.491	2016
37	Como en el cine	Perú	227.503	2015
38	La hora final	Perú	225.017	2017
39	Los Ilusionautas	Perú	214.679	2012
40	La cara del diablo	Perú	211.119	2014
41	Papá Youtuber	Perú, Argentina	206.661	2019
42	La peor de mis bodas 2	Perú	201.654	2019
43	Django 3	Perú	189.569	2019
44	Macho peruano que se respeta	Perú	177.572	2015
45	Intercambiadas	Perú	168.536	2019
46	Al filo de la ley	Perú	167.334	2015
47	La Entidad	Perú	163.950	2015
48	Rodencia y el diente de la princesa	Perú	160.497	2012
49	El vientre	Perú	151.066	2014
50	Perro guardián	Perú	139.686	2014
51	La herencia	Perú	127.646	2015
52	Loco cielo de abril	Perú	117.070	2014
53	Atacada, la teoría del todo	Perú	116.996	2015
54	Jay Ending	Perú	113.764	2014
55	El candidato	Perú	108.693	2016
56	Papá x tres	Perú	105.727	2019
57	Mi novia es él	Perú	105.369	2019
58	El pequeño seductor	Perú	96.500	2015
59	Maligno	Perú	89.900	2016
60	Rocanrol 68	Perú	89.073	2013
61	La revolución y la tierra	Perú	87.254	2019
62	Una comedia macabra	Perú	83.807	2017

63	Un amor hasta las patas	Perú	83.060	2019
64	El demonio de los Andes	Perú	77.534	2014
65	El Guachimán	Perú	75.011	2011
66	Lars y el misterio del Portal	Perú	72.011	2011
67	El evangelio de la carne	Perú	61.301	2013
68	Quizas Mañana	Perú	35.888	2013
69	Bolero de noche	Perú	33.718	2011
70	Sigo siendo (Kachkaniraqmi)	Perú, España	31.161	2013
71	Cielo oscuro	Perú	29.251	2012
72	El buen Pedro	Perú	28.116	2012
73	Las malas intenciones	Perú	23.424	2011
74	Coliseo	Perú	18.958	2012
75	Lima 13	Perú	15.758	2012
76	Sueños de gloria	Perú	14.959	2013
77	Cuchillos en el cielo	Perú, Venezuela	5.648	2013
78	Chicama	Perú	4.121	2013
79	The cleaner	Perú	4.010	2013
80	El Inca, la boba y el hijo del ladrón	Perú	3.672	2011
81	Casadentro	Perú	2.809	2012
82	Quiero saber	Perú	2.567	2012
83	Y si te vi, no me acuerdo	Perú	1.624	2011
84	Reshinn, sangre de anaconda	Perú	1.131	2011

El 74,8% del total de espectadores del top-100 compraron entradas para disfrutar de estrenos distribuidos por los Estudios estadounidenses, frente al 25,2% de distribuidoras independientes (gráfico 4.9). Disney (20,5%) fue la distribuidora cuyas películas tuvieron más éxito en Perú en el periodo 2013-2019 y dentro de las independientes destaca BF Distribution (8,2%).



En la década 2010-2019, la producción estadounidense *Vengadores: Endgame* lidera el *ranking* de audiencia en Perú, con 3,8 millones de espectadores, seguida de *El rey león* con 3,4 millones, *Vengadores: Infinity War*, con 3,1 millones, y *Asu Mare 2* y *Asu Mare*, ambas con 3 millones de espectadores (cuadro 4.25).

Las producciones de este *ranking* provienen en su mayoría de Estados Unidos (siete estrenos) y el resto son obras peruanas. La cuota de mercado de estas diez producciones (28.289.977 espectadores) supone el 7% del total de espectadores acumulados en el periodo 2010-2019.

Cuadro 4.25
Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2010-2019. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	3.861.988	15.864.403	2019
2	El rey león	USA	3.449.434	12.502.553	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	3.139.056	11.909.279	2018
4	Asu Mare 2	Perú	3.062.023	11.234.680	2015
5	Asu Mare	Perú	3.023.606	12.751.600	2013
6	Toy story 4	USA	2.788.398	9.281.802	2019
7	Joker	USA, Canadá	2.391.901	8.739.643	2019
8	Ice Age 4	USA	2.319.824	9.279.296	2012
9	Ice Age 5	USA	2.256.669	7.377.307	2016
10	Asu mare 3	Perú	1.997.078	6.795.417	2018

En el *ranking* nacional aparte de *Asu Mare* y *Asu Mare 2*, hay que señalar la presencia, con 1,9 millones de espectadores, de la tercera parte de *Asu Mare* (cuadro 4.26). También superando el millón de espectadores en este top-10 figuran las comedias *A los 40* (Bruno Ascenzo) y *Locos de amor* (Frank Pérez-Garland, 2016).

Cuadro 4.26
Ranking de estrenos peruanos. Periodo 2010-2019. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Asu Mare 2	Perú	3.062.023	11.234.680	2015
2	Asu Mare	Perú	3.023.606	12.751.600	2013
3	Asu Mare 3	Perú	1.997.078	6.795.417	2018
4	A los 40	Perú	1.675.972	6.184.969	2014
5	Locos de Amor	Perú	1.221.816	3.757.702	2016
6	Calichín	Perú	916.111	2.789.385	2016
7	Locos de amor 2	Perú	877.222	2.854.284	2018
8	No me digas solterona	Perú	868.257	2.816.653	2018
9	Guerrero, la película	Perú	848.706	2.710.926	2016
10	Once machos	Perú	803.353	2.380.505	2017

Los estrenos iberoamericanos más exitosos de la década 2010-2019 en Perú son las coproducciones entre España y Estados Unidos *Fast & Furious 6*, con 925.061 espectadores, y *Exodus: Dioses y Reyes*, con 535.489 espectadores (cuadro 4.27). En cuanto al régimen de producción, seis estrenos son coproducciones (cuatro entre España y Estados Unidos, una entre España y Canadá y una entre México y Estados Unidos).

Cuadro 4.27

Ranking de estrenos iberoamericanos. Periodo 2010-2019. Perú

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	925.061	4.294.155	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	535.489	2.019.385	2015
3	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2.090.976	2013
4	No se aceptan devoluciones	México	409.072	1.502.681	2014
5	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	347.975	1.187.078	2015
6	Tomorrowland	España, USA	299.207	1.041.710	2015
7	Mamá	España, Canadá	280.150	1.111.413	2013
8	Mamá se fue de viaje	Argentina	251.279	936.902	2017
9	Rec 4: Apocalipsis	España	246.565	795.361	2014
10	El gran pequeño	México, USA	243.475	775.937	2015

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en la década 2010-2019 en Perú, y en los que solo participan países iberoamericanos, son la obra española *Las aventuras de Tadeo Jones* (Enrique Gato, 2012) con 464.139 espectadores, la obra mexicana *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2014), con 409.072 espectadores y la producción argentina *Mamá se fue de viaje* (Ariel Winograd, 2017), con 251.279 espectadores (cuadro 4.28).

Cuadro 4.28

Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Periodo 2010-2019. Perú

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2.090.976	2013
2	No se aceptan devoluciones	México	409.072	1.502.681	2014
3	Mamá se fue de viaje	Argentina	251.279	936.902	2017
4	Rec 4: Apocalipsis	España	246.565	795.361	2014
5	Don Gato 2	México	200.550	586.929	2016
6	F-27	México	198.060	784.968	2014
7	Free Birds	Argentina	195.968	691.179	2013
8	Pancho, el perro millonario	España	190.526	553.571	2014
9	Un gallo con muchos huevos	México	190.403	487.582	2015
10	Ya veremos	México	186.357	549.790	2019

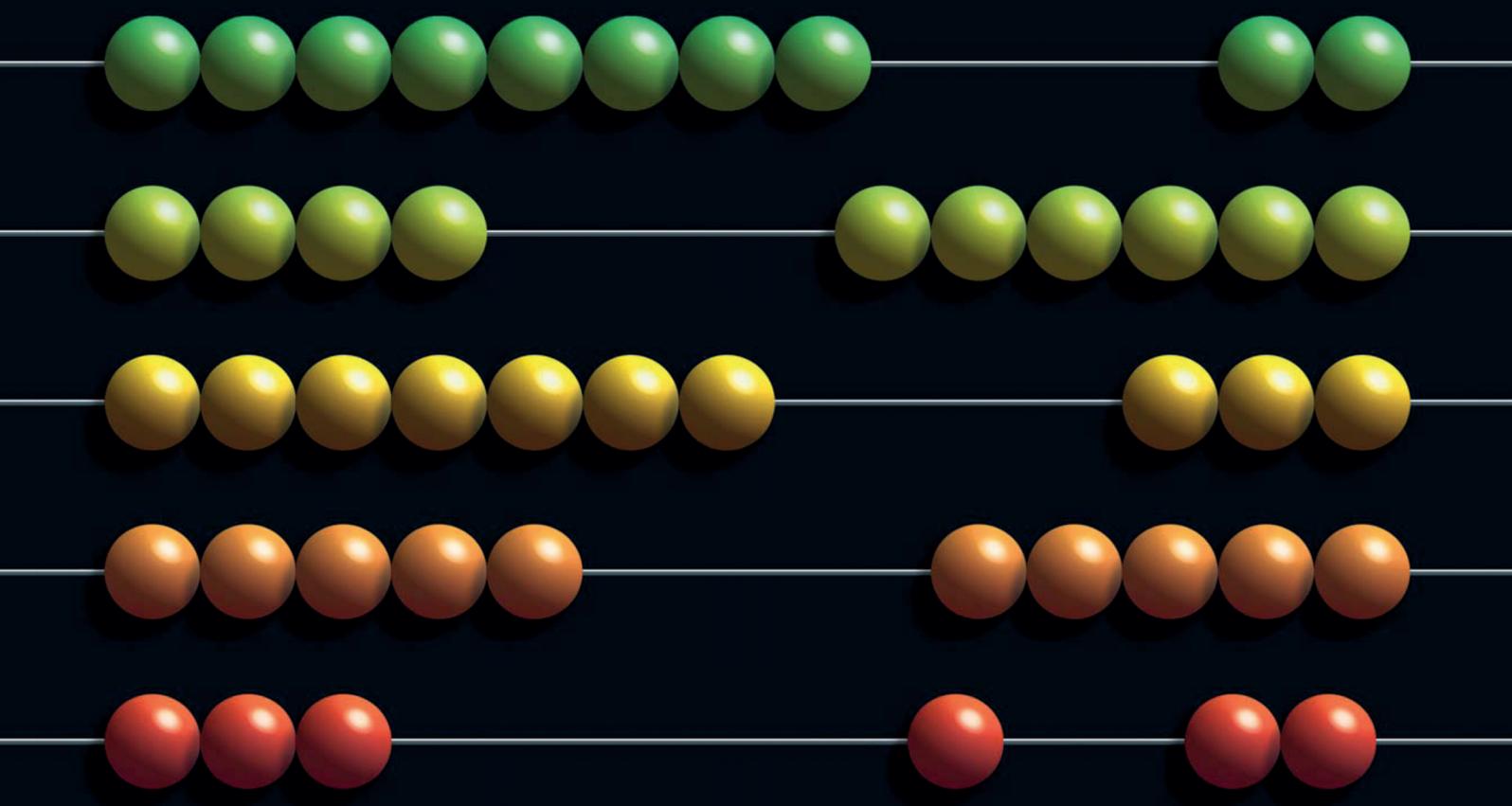
El cuadro 4.29 incluye los estrenos del cine peruano en los mercados iberoamericanos, europeo y estadounidense en el quinquenio 2015-2019. La película de animación *Condorito* es la gran dominadora en este apartado, consiguiendo vender más de 400.000 entradas/boletos en Chile y Colombia, entrando en el top-100 de un total de 16 países y siendo estrenada en Estados Unidos.

El total de títulos que tuvieron un recorrido internacional en este periodo asciende a 11 y los países en los que se registró la exhibición de cine peruano suman 18. Prácticamente, la totalidad son producciones peruanas y tan solo hay que señalar una coproducción con Argentina y Chile. Por último, el total de espectadores que acumularon los 31 estrenos peruanos suman 1,6 millones de espectadores.

Cuadro 4.29

El cine peruano en Iberoamérica, Europa y USA. Periodo 2015-2019

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Chile	Condorito: la película	Perú	455.163	2017
2	Colombia	Condorito: la película	Perú	428.456	2017
3	Ecuador	Condorito: la película	Perú	114.862	2017
4	Colombia	El Cascanueces	Perú	107.050	2015
5	Argentina	Condorito: la película	Perú	73.155	2017
6	Bolivia	Condorito: la película	Perú	48.641	2017
7	USA	Condorito: la película	Perú	48.287	2018
8	Ecuador	No estamos solos	Perú	39.821	2016
9	Rusia	El Cascanueces	Perú	27.319	2015
10	Bolivia	Cementerio general	Perú	25.823	2015
11	Panamá	Condorito: la película	Perú	25.438	2017
12	Ecuador	Locos de amor	Perú	23.885	2016
13	Costa Rica	Condorito: la película	Perú	20.862	2017
14	Guatemala	Condorito: la película	Perú	18.575	2017
15	Bolivia	No estamos solos	Perú	18.362	2016
16	Bolivia	Cementerio general 2	Perú	16.465	2016
17	Bolivia	Lusers	Perú, Argentina, Chile	14.270	2015
18	R. Dominicana	Condorito: la película	Perú	13.798	2017
19	Honduras	Condorito: la película	Perú	13.703	2017
20	Bolivia	Poseídas	Perú	12.594	2015
21	Turquía	Los Ilusionautas	Perú	11.676	2017
22	El Salvador	Condorito: la película	Perú	10.438	2017
23	Nicaragua	Condorito: la película	Perú	9.130	2017
24	Uruguay	Condorito: la película	Perú	8.542	2017
25	Bolivia	La Entidad	Perú	8.453	2015
26	Guatemala	Cementerio General 2	Perú	8.305	2017
27	Turquía	Condorito: la película	Perú	6.852	2019
28	USA	Django	Perú	5.671	2018
29	R. Dominicana	El Cascanueces	Perú	5.301	2016
30	Paraguay	Condorito: la película	Perú	4.286	2017
31	España	Condorito: la película	Perú	1.550	2018
				1.626.733	



Una sociedad de servicios



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales



EVOLUCIÓN DE LA FINANCIACIÓN PÚBLICA
DEL CINE EN EL PERÚ

EVOLUCIÓN DE LA FINANCIACIÓN PÚBLICA DEL CINE EN EL PERÚ

*Por Carmen Rossana Díaz Costa
Profesora universitaria y cineasta*

Es a inicios de los años 70 que se promulga por primera vez en el Perú una ley que tenía como fin el desarrollo del cine peruano. En 1968, el golpe militar de Juan Velasco termina con el gobierno democrático de Fernando Belaúnde y se ponen en marcha una serie de medidas de naturaleza reformista y nacionalista, algunas llenas de contradicciones. Pero, entre todos estos cambios, el gobierno militar de Velasco, como parte de este carácter nacionalista y de cambio social, impulsó y promulgó por primera vez una ley de promoción industrial del cine. El Decreto Ley 19327, de fomento de la industria cinematográfica, se promulga finalmente después de muchos años de intentos por lograr una legislación que sea pertinente, promovidos principalmente por los grupos más ligados a la escasa producción cinematográfica del país en esos años. Una vez que el reglamento de la ley fue promulgado en 1973, con todos los errores y aciertos que tenía, se desató una “fiebre” del cortometraje, ya que la ley permitía el financiamiento de los mismos y luego la exhibición obligatoria de ellos. Hasta mediados de 1978 se habían aprobado cerca de 250 cortos.

Hay que resaltar que algunos de los cineastas jóvenes que se formaron a través del cortometraje en ese momento llegaron luego a convertirse en directores de largometrajes importantes, tal es el caso, por ejemplo, de Francisco Lombardi, nuestro cineasta más representativo a lo largo de los años, que con esa ley pudo financiar cinco cortos y fundó con otros cineastas la empresa productora Inca Films, que empezaba en esa época a ser sólida y con la cual se produjeron más adelante varios largometrajes importantes de la cinematografía nacional.

Lo cierto es que esta primera ley, al no contemplar el financiamiento de largometrajes, tenía claras limitaciones. Es recién en 1994 que se promulga una segunda ley de cine, la Ley 26370, durante el primer gobierno de Alberto Fujimori, cuya intención era promocionar y desarrollar el cine peruano, una ley que tampoco estuvo ajena a las contradicciones y a los incumplimientos y a la cual se le han hecho diversas modificatorias a lo largo de los años, pero que sí contemplaba la financiación de largometrajes, aunque de manera muy limitada. Es en 1996 que se establece un presupuesto de 500,000 soles para el desarrollo del cine peruano a través de concursos. El presupuesto era limitado pero poco a poco fue en aumento, ya que al año siguiente, en 1997, el presupuesto asignado fue de 1'000,000 y en 1998 fue de 2'000,000. Lamentablemente, no hubo una continuidad en este aumento y en los 5 años siguientes, que coinciden con los últimos años del gobierno de Fujimori, en medio de una grave crisis política y social, y los primeros años del

gobierno de Alejandro Toledo, el presupuesto destinado al cine volvió a ser de 1'000,000 de soles. En los años 2004 y 2005, el presupuesto destinado al cine incluso decreció, llegó a ser de 927,200 y 915,930 soles, respectivamente. En el año 2006, nuevamente el presupuesto vuelve a aumentar y llega a ser de 1'173,080. En el año 2007, ya en el segundo gobierno de Alan García, el presupuesto nuevamente baja a los 800,000 soles.

Es recién en el año 2008, que el presupuesto asignado para el cine empieza a ir en aumento, aunque aún con sus altas y bajas. Ese año el presupuesto asignado fue de 2'800,000 soles; al año siguiente, en el 2009, el presupuesto aumentó y llegó a los 3'800,000 y, en el 2010, llegó a los 4'200,000. En el 2011, el presupuesto asignado al cine siguió aumentando y llegó a los 5'200,000. Pero una vez más, cuando se pensaba que ya había una continuidad y se podía mantener un presupuesto que permitiera la producción de varios largometrajes al año financiados por el estado peruano, en el año 2012 volvió a caer el presupuesto asignado al cine, que llegó solo a los 2'000,000. Esto ya se dio en el gobierno de Ollanta Humala, época en la que se creó el Ministerio de Cultura y se generó en este una Dirección del Audiovisual que podía velar directamente por el desarrollo del cine (DAFO). (Hasta antes, existía el Consejo Nacional de Cinematografía-Conacine).

Es a raíz de la creación de este nuevo Ministerio y de la existencia de la DAFO que empezaron a soplar mejores vientos para el cine peruano. En el 2013, el presupuesto llegó a los 5'369,000; en el 2014, a los 7'429,600 (que era el verdadero presupuesto establecido en la Ley 26370 y que nunca se había hecho realmente efectivo); en el 2015, a los 7'630,400; en el 2016, a los 7'730,800 y, en el 2017, a los 7'931,600, estos dos últimos años ya en el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski.

Es en el 2018, que se suma al presupuesto que había por ley un presupuesto adicional establecido por una "ley de presupuesto" y las ayudas de cine se duplican. Ese año, el presupuesto para el cine peruano fue de 20'783,200 soles, lo que permitió no solo la producción de más largometrajes, sino también la existencia de más ayudas a todo nivel, de formación, de post producción, de cortometrajes, de desarrollo, de gestión cultural para el cine, entre otras. Gracias a esta "ley de presupuesto" unida a la Ley 26370 con todas sus modificatorias, en el 2019 el presupuesto fue de 21'403,200 y en el 2020, el presupuesto es de 21'586,000. Todo esto ya en el gobierno del actual presidente Martín Vizcarra.

En este momento, estamos a la espera de la promulgación de una nueva ley de cine, que al fin asegure un presupuesto definitivo para el cine que permita una continuidad en las ayudas y estímulos, sin depender de los buenos ánimos del Ministerio de Economía, en manos del cual está cada año el adicional de la "ley de presupuesto", sin tener nunca la seguridad de recibirlo. La nueva ley de cine no solo asegura este presupuesto, sino también contempla la posibilidad de que la empresa privada participe en la financiación del cine peruano, a través de la obtención de crédito fiscal, lo cual sería todo regulado por el Ministerio de Cultura.

Esta nueva ley de cine, al igual que las anteriores, tiene aún varios vacíos, ya que no contempla la educación de cine, ni la existencia de una Cinemateca nacional, ni la existencia de una escuela de cine pública, ni la protección del cine peruano cuando este llega a cartelera, entre otras necesidades que son importantes para el desarrollo del cine en un país, pero al menos nos aseguraría un presupuesto hasta antes volátil, lo cual sería un gran avance. Ninguna ley es perfecta y, de ser promulgada, se espera que en el futuro, a través de diversas modificatorias, se pueda ir construyendo un país con una cinematografía más protegida por el estado y con más unión con la educación. El cine, no nos olvidemos, ayuda a la construcción de identidad y memoria de los pueblos, de ahí su necesidad e importancia en la construcción de un país.



Carmen Rossana Díaz Costa. Profesora universitaria y cineasta.

Rossana Díaz Costa (Lima, 1970) estudió Literatura en la Universidad Católica. Hizo los cursos de doctorado en la Universidad de La Coruña (España) y estudió Realización de Audiovisuales en la Escuela de Imagen y Sonido de la misma ciudad. También se especializó como guionista en la ECAM (Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid).

Sus cuentos han ganado premios literarios en el Perú y España, además de haber sido seleccionados para varias antologías. Su libro de cuentos *Los Olvidados (no los de Buñuel, los míos)* ganó el segundo lugar en el Premio Nacional de Narrativa en el 2005. Este libro fue publicado en el 2006 y reeditado en el 2009.

Su documental *En Camino* (1996) ganó el Premio One World de la BBC de Londres y su documental *Travesía de Extramares* (1998) fue emitido en Televisión Española. Su primer largometraje de ficción, *Viaje a Tombuctú*, del cual fue guionista, directora y productora, fue estrenado en el 2014 y ha ganado varios premios como Mejor Largometraje de Ficción y Premios del Público, además de haber participado en la Selección Oficial de diversos festivales del mundo.

En la actualidad, se encuentra en la etapa de post producción de su segundo largometraje: la adaptación de la novela *Un Mundo para Julius*, de Alfredo Bryce Echenique. También, se dedica a la docencia universitaria en la Universidad Católica del Perú.



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL

“El éxito no es una gran ocurrencia sino miles de detalles bien realizados días a día”. (Jeffrey Pfeffer)



**Estrategia
Empresarial
Audiovisual**



**Análisis del
mercado
audiovisual**



**Posicionamiento e
identidad de
marca**



**Programación y
contenidos**



Marketing Integral



**Audiencias
Offline y Online**



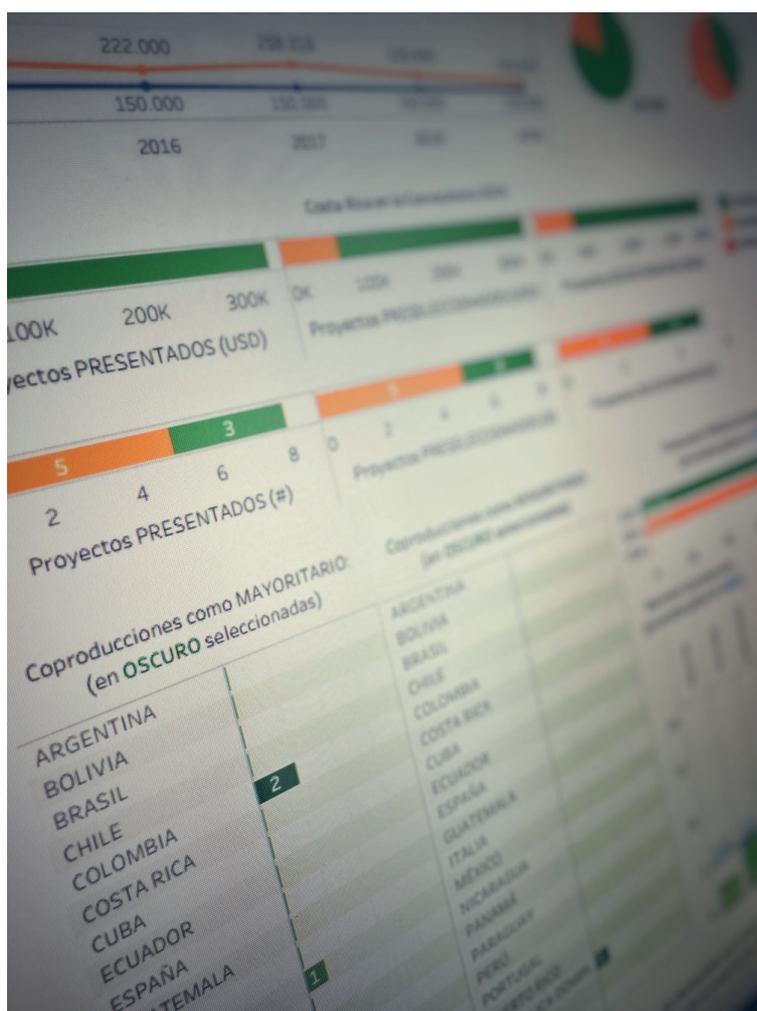
CAPITULO V

PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2019

CAPITULO V

PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2019

Por Victor Sánchez



Introducción

Presentamos el informe más completo realizado hasta la fecha de una convocatoria del Programa IBERMEDIA; en este caso, la de 2019. Consideramos que al compartir estos datos aportamos información sobre el estado del sector cinematográfico y audiovisual iberoamericano desde la perspectiva particular del funcionamiento de un fondo financiero en el que participan 22 países, promovido por un espíritu de cooperación y creado para apuntalar una base para el desarrollo de la cinematografía y el audiovisual de la región.

El Programa IBERMEDIA inició su historia en 1998 con nueve países entre sus miembros, y hoy en día, con la incorporación de El Salvador en 2020, cuenta con 22 países. Está representado prácticamente todo el mapa iberoamericano, a falta de Honduras, que ya ha mostrado su interés por sumarse a corto plazo, e Italia es un miembro invitado desde 2017.

A través de todos estos años, el programa ha continuado con su compromiso de manera constante a pesar de las distintas crisis que han atravesado los países participantes, y ha constatado cómo un proyecto orientado al fomento de la coproducción ha favorecido la institucionalización del sector audiovisual en muchos de los países de la región. Cuando empezó el programa, no todos los países tenían instituciones específicas para trazar las políticas audiovisuales del país y ahora las tienen; no todos los países tenían una normativa específica para el cine y el audiovisual y ahora una mayoría la tienen, y los que no, han redactado borradores para aprobarlos pronto o están trabajando en ello; no todos superaban medio centenar de películas en su historia y ahora han acelerado y activado una producción más o menos regular; y no todos los países tenían fondos específicos de apoyo al audiovisual y muchos ya tienen sus propias líneas nacionales de ayudas, incluso a coproducciones minoritarias. De hecho, en principio unos pocos países lideraban y protagonizaban la mayoría de las coproducciones, y ahora se coproduce de una manera más heterogénea. Por otro lado, han empezado a establecerse alianzas entre productoras de distintos países que gracias a la confianza generada en proyectos previos se intercambian los roles de productora mayoritaria y minoritaria en sucesivas producciones.

En noviembre de 2018, tras su veinte aniversario, se redactó un nuevo reglamento, que incluía la creación de la figura de la presidencia de IBERMEDIA, y la recuperación de un comité ejecutivo, con el fin de impulsar una actualización de las líneas de trabajo. Entre las nuevas iniciativas, en 2019 se estableció un apoyo más decidido al desarrollo de proyectos de animación y en 2020 sumamos una nueva línea de ayudas para el desarrollo de series. En el primer caso, el impacto ha resultado llamativo pues se ha pasado de destinar \$22.000 a proyectos de animación en 2018, a destinar \$342.854 en 2019; es decir, un 1.558% más. En 2018, solo se seleccionaron dos de ocho proyectos en desarrollo y no se presentó ningún proyecto a la línea de coproducción; y en 2019, se seleccionaron diez de veintidós proyectos en desarrollo, y dos de tres en coproducción. En el horizonte está el objetivo de dar una mayor visibilidad al programa y estimular la circulación de las producciones de una manera más efectiva por las distintas pantallas y los distintos territorios.

A día de hoy, resulta difícil imaginar qué habría sido de la producción audiovisual iberoamericana si no hubiera existido el Programa IBERMEDIA, tan necesario también para acrecentar nuestra autoestima. Produce satisfacción la presencia y trayectoria de las películas iberoamericanas en festivales y premios de prestigio, sobre todo en los casos de cinematografías más emergentes como el de la película guatemalteca *Ixcánul* (Jayro Bustamante, 2015), premio Alfred Bauer en Berlinale; la dominicana *Cocote* (Nelson Carlo de los Santos Arias, 2017) Leopardo de Oro de la sección *Signs of Life* en el Festival de Locarno; la paraguaya *Las herederas* (Marcelo Martinessi, 2019), dos Osos de Plata en Berlinale; o la nicaragüense en proceso *La hija de todas las rabias* (Laura Baumeister), ganadora de los principales premios de la sección Cine en Construcción del Festival de San Sebastián, y la que mayor puntuación obtuvo en 2019 entre las películas preseleccionadas del Programa IBERMEDIA.

Aprovechamos las últimas palabras de esta introducción para desear el mejor porvenir a todos los proyectos que se presentaron a la convocatoria de 2019 y que son objeto de este informe.

Beatriz Navas
Directora General del
Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales



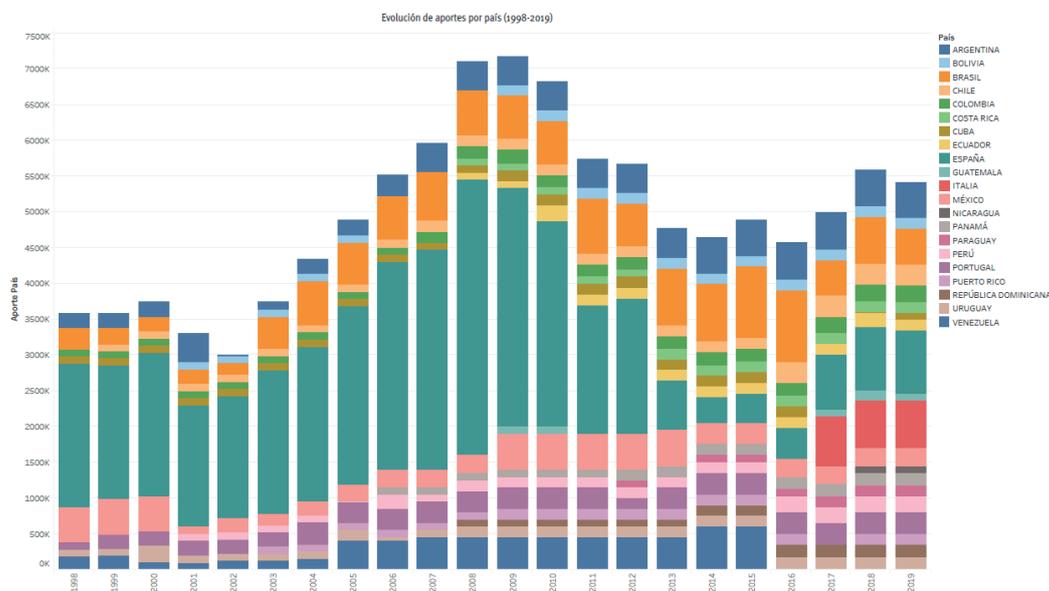
PRESIDENTA DEL PROGRAMA IBERMEDIA

Aportes

Marco histórico

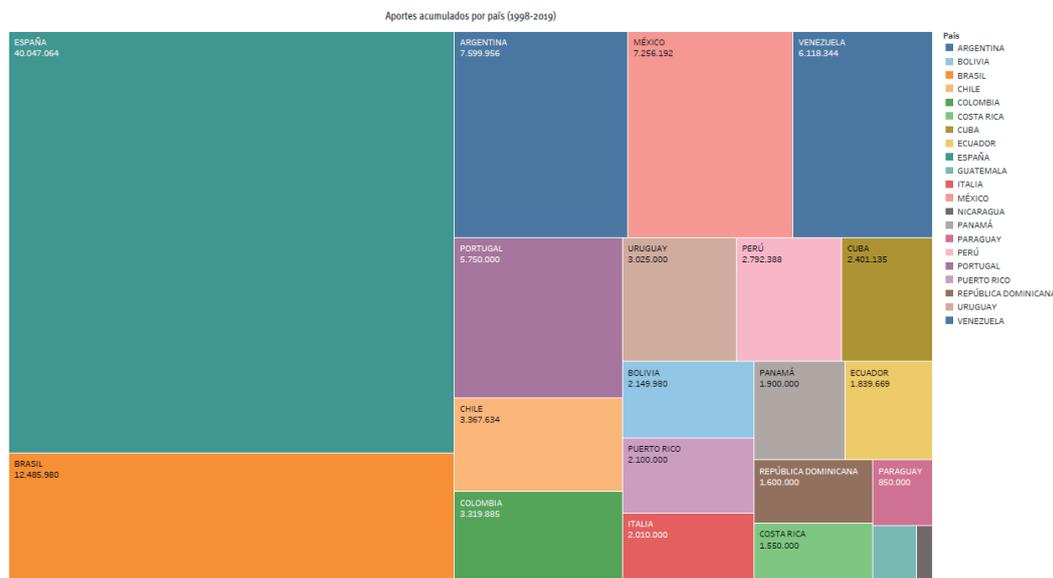
Desde su creación en 1998, el Programa IBERMEDIA ha gestionado 29 convocatorias de apoyo financiero, en las que se han otorgado 948 ayudas a la Coproducción de largometrajes iberoamericanos (con más de 700 obras ya estrenadas); 1.022 ayudas al Desarrollo de proyectos audiovisuales; ayudas a la Promoción y Distribución de 283 películas y a la Exhibición de 298; se han otorgado más de 2.842 becas de formación a profesionales del sector; bajo la modalidad de IBERMEDIA TV fueron otorgadas 416 ayudas financieras a la adquisición de derechos de películas para su difusión en televisoras públicas latinoamericanas.

La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, por parte los 21 países miembros a lo largo de estos 22 años, **asciende a 108.913.227 USD** y su distribución, a lo largo de los 22 ejercicios, es la siguiente:



Los países que se han adherido al Programa desde su creación, son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Desde 2020 contaremos, además, con la incorporación de El Salvador.

El siguiente gráfico muestra la distribución de los aportes acumulados por cada país, desde la creación del Programa:



Países donantes y países receptores

El siguiente gráfico muestra cuán **donante** o **receptor** ha sido un país en cada uno de los ejercicios en los que ha participado. Esta definición se basa en la ratio entre el Aporte realizado y las ayudas obtenidas por un mismo país en un ejercicio determinado (coeficiente Aportes realizados / Ayudas recibidas)

Las celdas vacías (en blanco) corresponden a ejercicios en los que un determinado país no ha participado realizando aporte al fondo o está pendiente de realizarlo a día de hoy.



El cuadro de donantes y receptores permite observar las tendencias de cambio entre países con cinematografías más consolidadas, donde por regla general suelen pasar de ser receptores a ser donantes, tales son los casos de Argentina (a partir de 2014), Brasil (a partir de 2005), Chile (a partir de 2016), México (2006-2017), Portugal (a partir de 2009) y Venezuela (2005, 2008 y 2012-2015).

La condición de donante en países que tradicionalmente no lo son, no necesariamente tiene por qué interpretarse en sentido favorable cuando dicha condición no responde a una postura estratégica de país, sino que está determinada por la ausencia de proyectos que permitan efectivamente

participar en términos de país receptor o beneficiario del fondo IBERMEDIA. Tales son los casos de Puerto Rico (2005-2008 y 2013-2016) y ejercicios puntuales como en Costa Rica y Paraguay (2014) o Rep. Dominicana (2011), cinematografías que lamentablemente no concurrieron con suficientes solicitudes preseleccionadas como para hacer *financieramente rentable* su aporte.

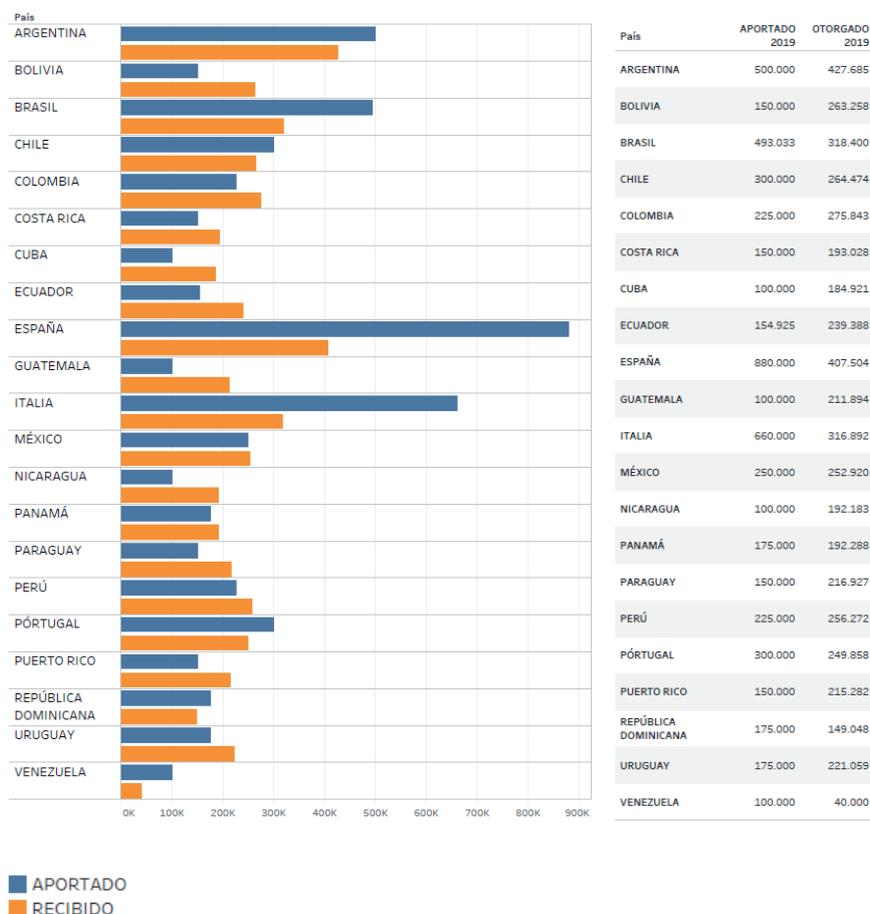
Casos como los de España e Italia (y Portugal a partir de 2009) muestran ejemplos de países eminentemente donantes con una vocación clara de nutrir el fondo de cooperación que será posteriormente la base de la rentabilidad “financiera” del resto de países.

Por otro lado, solo estamos teniendo en cuenta a los receptores de ayudas directas como coproductores mayoritarios (en el caso de Coproducción), y que no se contabiliza la ayuda indirecta a los coproductores minoritarios, de manera que bajo este reparto subyace otro beneficio que redundará en todos los países que participan minoritariamente.

En el corriente ejercicio 2019, observamos un total de 8 países donantes (Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, España, Italia, Portugal y República Dominicana) y 12 países receptores (Bolivia, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico y Uruguay), proporción que se ha mantenido muy estable en el último trienio.

Ejercicio 2019: Aportes realizados y ayudas otorgadas

El siguiente gráfico muestra el **aporte realizado** por cada país y la **ayuda recibida** durante el pasado ejercicio 2019. Nos permite determinar la condición de donante o receptor durante la pasada convocatoria y también en qué proporción varían las cifras de aportes respecto a las ayudas finalmente otorgadas a cada país.



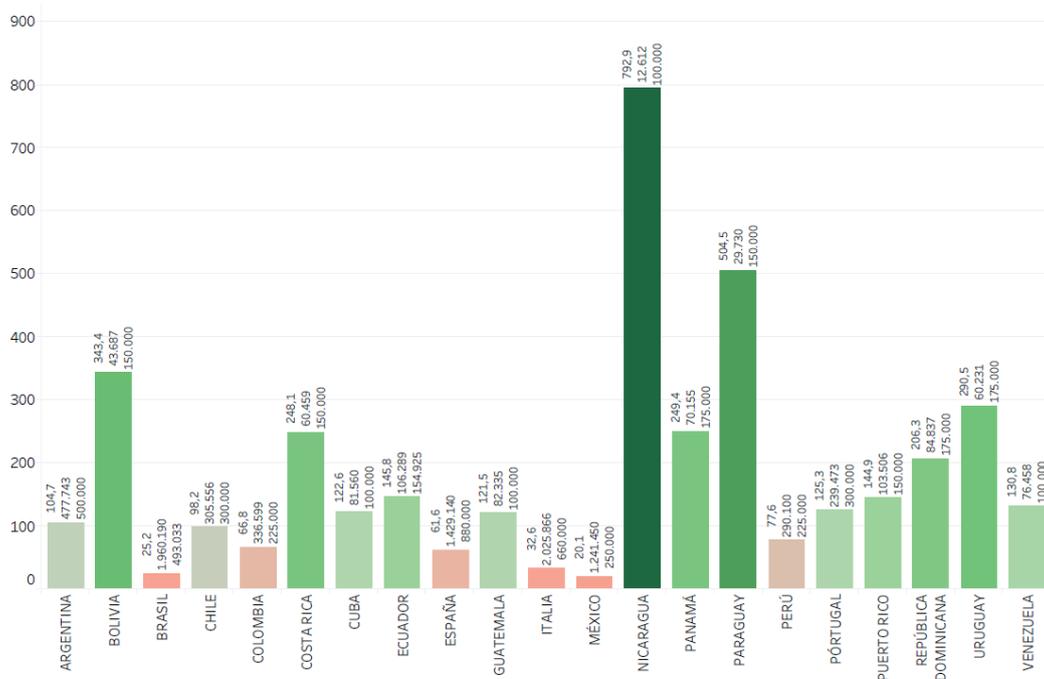
Ejercicio 2019: Relación Aportes/PIB

Centrándonos en el ejercicio 2018, hemos realizado un cuadro comparativo entre la *ratio* del aporte realizado al Programa IBERMEDIA por parte de cada país, dividido por su PIB (en millones de dólares), según datos del Fondo Monetario Internacional, correspondiente al ejercicio 2018 (el 2019 está pendiente de cierre).

De alguna manera, este dato podría ayudarnos a contextualizar lo que para la riqueza de cada país supone realizar su aporte al fondo, en función de sus posibilidades. Destacan claramente las posiciones, lideradas por Nicaragua, de países como Paraguay, Bolivia, Uruguay, Panamá, Costa Rica, Ecuador y República Dominicana.

Las cifras indicadas en la parte superior de cada columna corresponden a:

- Ratio Aporte 2019 / PIB 2018 en millones de dólares (rojo por debajo de 100, verde por encima de 100)
- PIB 2018 (en millones de dólares)
- Aporte 2019 (en dólares)



Ciertamente los países con PIBs más elevados (especialmente Brasil, España, Italia y México) se ven relegados a una ratio mucho menor, pero no por ello debemos olvidar que todos los aportes realizados al fondo son fruto del compromiso por parte de todos los participantes suponiendo un gran esfuerzo y sacrificio en todos ellos.

Evaluación de proyectos

Descripción general

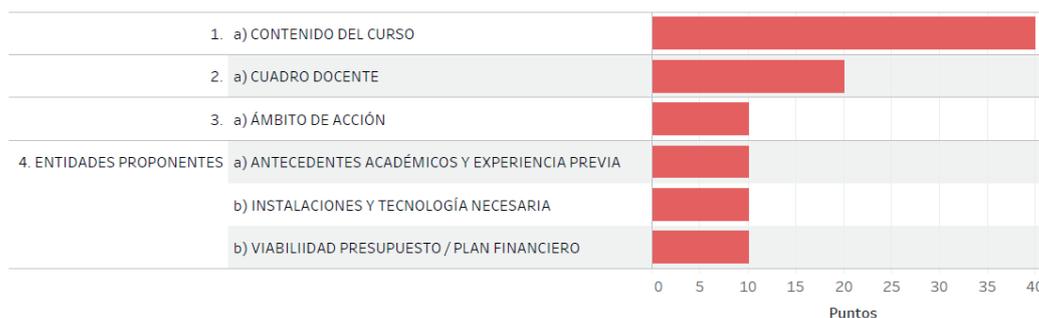
Todos los proyectos preseleccionados en la Unidad Técnica son posteriormente evaluados por un Comité de Analistas externos (5 en el caso de Coproducción, 3 en la modalidad de Desarrollo y 3

en la modalidad de Formación). Los analistas son seleccionados por el Consejo Intergubernamental, y se renuevan cada año.

Una vez obtenida la totalidad de las evaluaciones, los puntajes se promedian entre todos los analistas por cada proyecto y finalmente se normalizan a una escala de 0-100.

Formación

Los tres analistas de la convocatoria de Formación: Marinés Roque (MEX), Roberto Jaén (ECU) y Tatiana Villacob (COL) han formulado sus evaluaciones en base a los siguientes criterios para la puntuación:

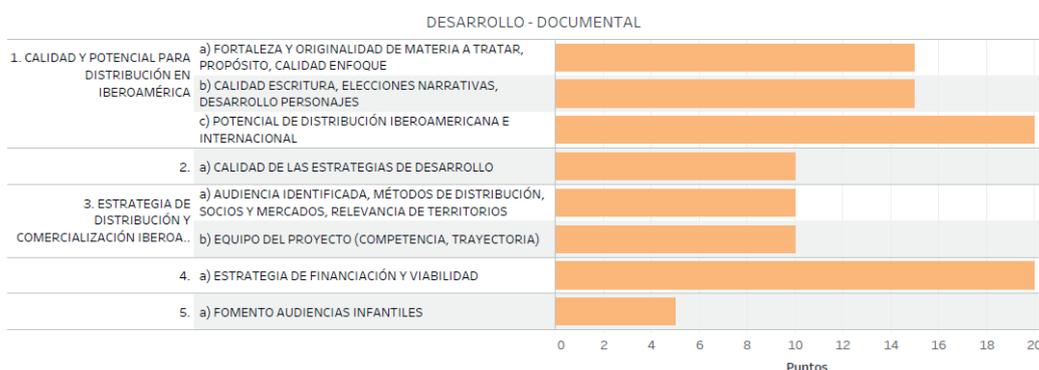


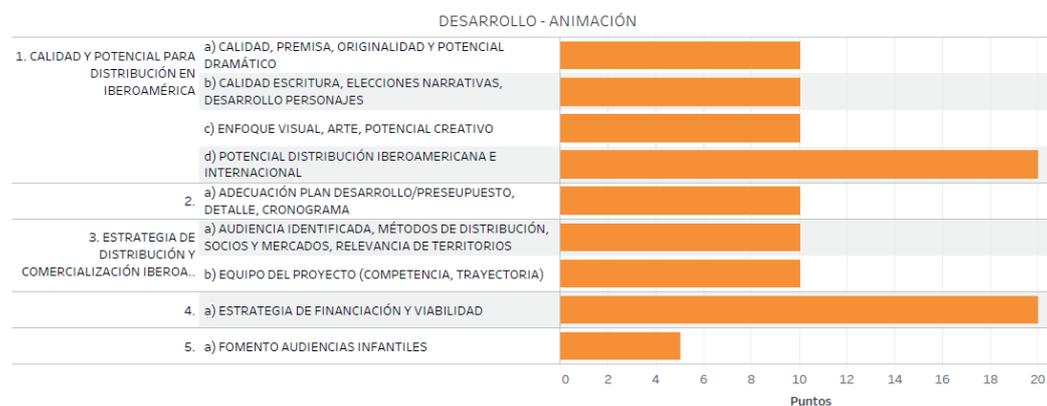
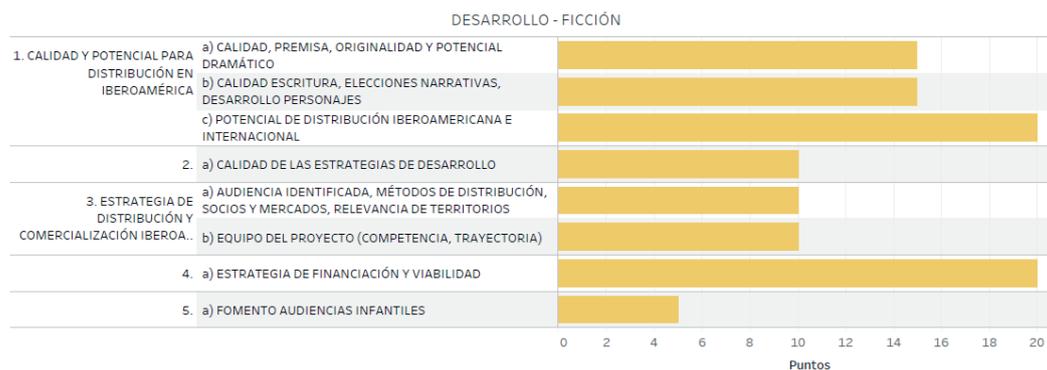
La escala de puntos para los proyectos de FORMACIÓN es de 0-100. En 2019, los proyectos de FORMACIÓN presentaron las mejores puntuaciones promediadas de las tres modalidades de ayuda.

En esta modalidad se aprobaron 15 proyectos, incluyendo EICTV y el Taller de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos en colaboración con la Fundación Carolina (proyectos sin vínculo específico con ningún país) y fueron desestimados 6, lo que arroja una tasa de selección del 71% (la más alta, con diferencia, de las 3 categorías).

Desarrollo

Las analistas seleccionadas han sido: Mercedes Ortiz de Solórzano (ESP), Verónica Cura (ARG) y Daniela Pfeiffer (BRA). Para analizar los proyectos de Desarrollo se han perfilado criterios de evaluación con ligeros matices, dependiendo del tipo de proyecto (Documental, Ficción o Animación) de Acuerdo a las notaciones que se indican a continuación:





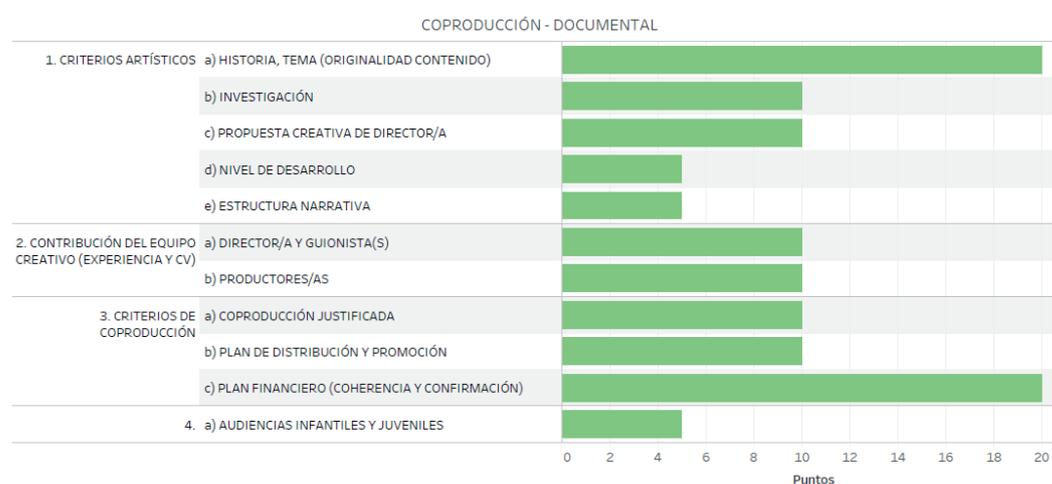
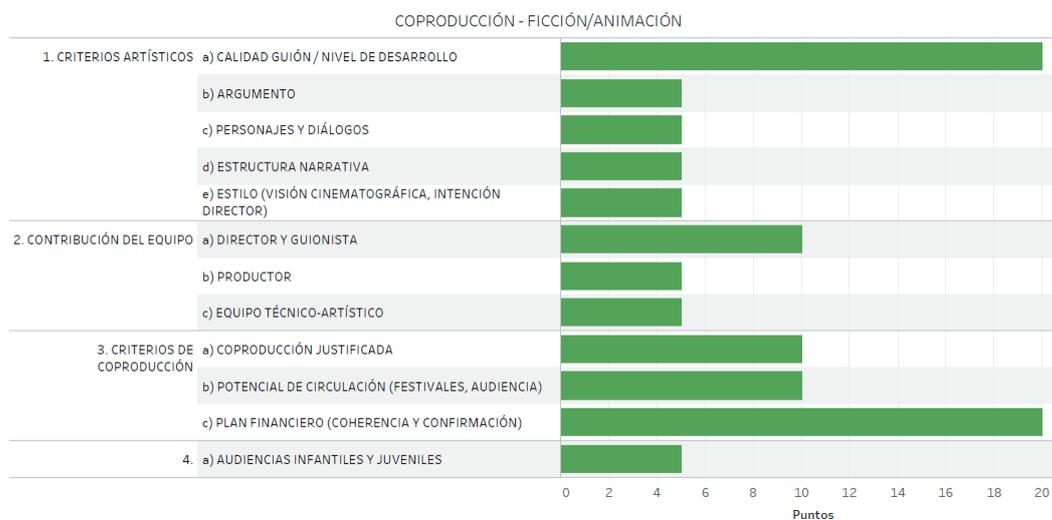
La escala de puntos para los proyectos de DESARROLLO es inicialmente de 0-105, para ser posteriormente normalizada de 0-100 durante la reunión del Consejo Intergubernamental.

En 2019, DESARROLLO ha sido con diferencia la modalidad con mayor crecimiento de proyectos preseleccionados respecto al ejercicio pasado: un 26% más.

En esta modalidad se aprobaron 55 proyectos, y fueron desestimados 141, lo que arroja una tasa de selección del 27% (siendo la más baja de las 3 categorías), un 7% más bajo que en el ejercicio anterior.

Coproducción

Como en los casos anteriores, indicaremos a continuación los criterios de valoración otorgados a los analistas, por un lado para proyectos de ficción/animación y por otro específicamente para documental. Los analistas de COPRODUCCIÓN de 2019 fueron: Hilda Hidalgo (CR), Jaime Tenorio (COL), José Nolla (ESP), Lita Stantic (ARG) y Paulo Guilherme (POR).



En el caso de COPRODUCCIÓN la escala para proyectos de ficción y animación es de 0-105 puntos, mientras que en el caso de documental llegarían hasta una escala 0-115 puntos. Al igual que con el resto de las modalidades y tipos de proyecto, el puntaje final es normalizado a una escala 0-100.

En COPRODUCCIÓN estamos hablando de la modalidad que acapara el mayor volumen de recursos del fondo financiero a repartir: 78,95%.

En esta modalidad fueron aprobados 58 proyectos, y fueron desestimados 49, lo que arroja una tasa de selección del 54% (muy similar a la del año anterior: 51%).

Ayudas otorgadas

Metodología para la asignación de las ayudas

Configuración del Fondo 2019

Todos los proyectos preseleccionados por parte de la Unidad Técnica (aquellos que cumplen con los requisitos estipulados en las bases de las diversas modalidades) son remitidos a las autoridades

cinematográficas de todos los países miembros de IBERMEDIA. Dichas autoridades fueron las responsables de seleccionar los proyectos aprobados y la respectiva cuantía de las ayudas en la pasada XXVIII Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental celebrada en Managua, el día 8 de noviembre de 2019.

El reparto del fondo comienza con la configuración del propio fondo, donde la Unidad Técnica expone los aportes comprometidos por todos los países y se procede a la confirmación/estado del pago por parte de cada autoridad; igualmente se computan los intereses generados por las cuentas del Programa durante el último ejercicio, así como los reembolsos y penalizaciones a aquellos proyectos que hubieran presentado incidencias y cualquier otro activo disponible. Posteriormente se deducen los gastos contemplados para analistas, presupuesto de funcionamiento del Programa y de la Unidad Técnica. El resultante acaba siendo el fondo a repartir, que en 2019 fue de 5.224.124 USD.

Posteriormente se procede a establecer -como referencia- un máximo de cuantía para a cada una de las tres modalidades (FORMACIÓN, DESARROLLO y COPRODUCCIÓN): siguiendo un patrón aproximado de entre 8% y 12% para FORMACIÓN, entre 8% y 12% para DESARROLLO y un 80% para COPRODUCCIÓN. El punto de partida prioritario es el de la puntuación de los proyectos, no obstante, como novedad en 2019, cabe destacar la inclusión de indicadores cualitativos, que además de las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, arrojan información que permite equilibrar la selección con acciones positivas sobre:

- el tipo de obra (Ficción/Documental/Animación),
- perspectiva de género (mujer guionista/productora/directora)
- proyectos en lenguas originarias
- en el caso de coproducción, proyectos que cuentan con ayuda previa de IBERMEDIA en la modalidad de DESARROLLO

FORMACIÓN es la primera modalidad en la secuencia de resolución de ayudas y en 2019 todos los países solicitantes obtuvieron al menos una ayuda en esta modalidad.

En el caso de DESARROLLO, en 2019 se contó con la novedad de un fondo de reserva de hasta 200.000 USD para proyectos de animación, y a la hora de hacer el reparto se vio que había que refinar esta cantidad pues se estaba otorgando a animación casi la mitad de la partida prevista para desarrollo. Esto conllevará la consecuente reflexión sobre los mecanismos de apoyo y su incidencia en el fondo para con el resto de proyectos, de cara a la convocatoria de 2020.

Para el final se deja el reparto de las ayudas a COPRODUCCIÓN, y tras los ajustes definitivos, las cuantías atribuidas a cada modalidad respondieron a los siguientes porcentajes:

Fondo a repartir	5.224.124	570.506	4.065.869	58.566	529.183	5.224.124
Ejecutado	5.224.124	Total desarrollo	Total coproducción	Total ayuda adicional a Dist	Total formación	Total asignado
Por ejecutar	0	10,92%	77,83%	1,12%	10,13%	100,00%

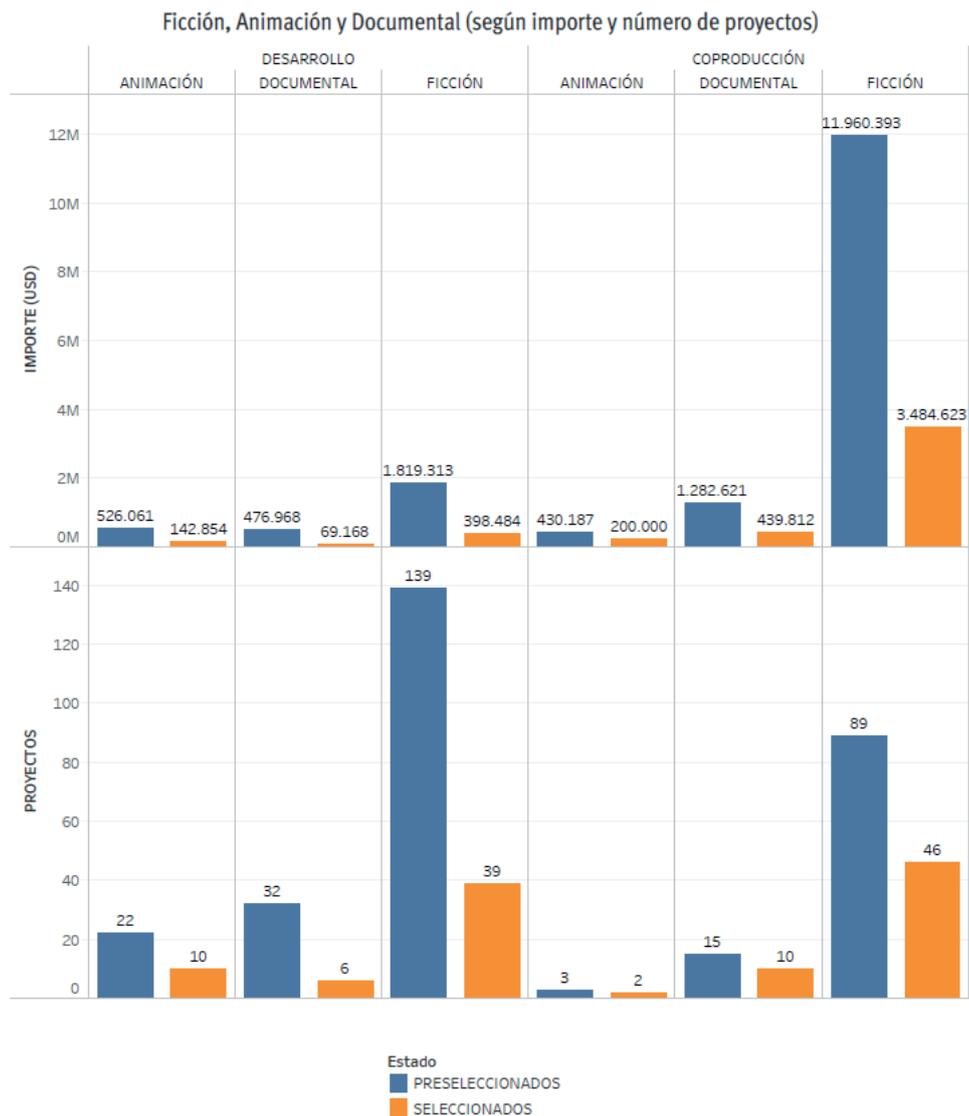


Las ayudas a la COPRODUCCIÓN son lógicamente las más cuantiosas en cada país. En el caso de FORMACIÓN el bloque de ayudas más cuantioso está asignado a “varios países” (ayudas otorgadas a la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los Baños, así como al Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos) cuyos beneficiarios provienen de la mayoría de los países miembros. Los bloques de ayudas al DESARROLLO son más heterogéneos que en el ejercicio anterior, en gran medida dependiendo de las circunstancias y necesidades específicas de cada país.

Ficción, documental y animación

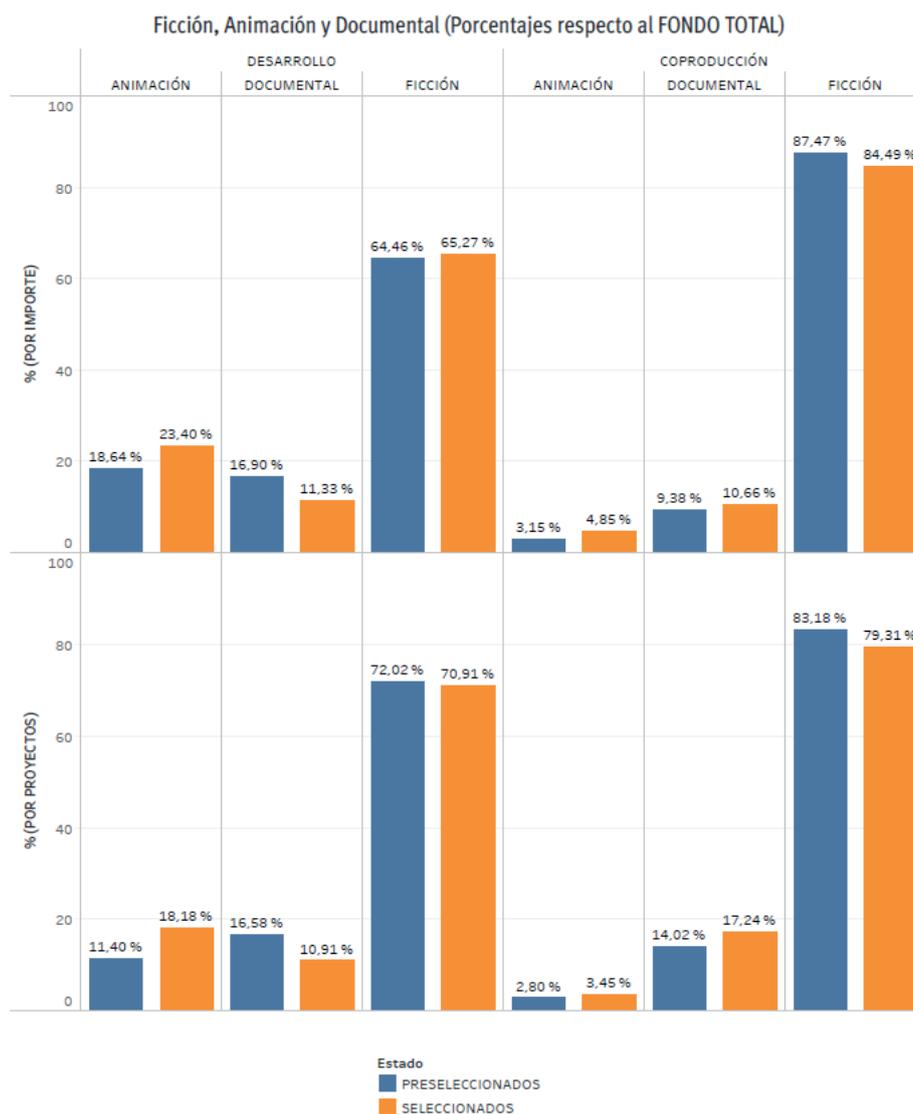
Siempre ha sido de interés por parte del Consejo Intergubernamental mantener una proporción diversa y equilibrada en el tipo de proyectos seleccionados.

El cuadro que presentamos a continuación establece la cifra de USD y de proyectos según el tipo de obra (ficción, documental, animación) que fueron preseleccionados desde la Unidad Técnica y los que finalmente fueron seleccionados por parte del Consejo Intergubernamental.



Para poder evaluar mejor las diferencias entre la proporción de lo que cada tipo de obra solicita y lo que finalmente le ha sido asignado mostraremos a continuación estas mismas diferencias expresadas en % respecto al fondo total.

Esta disposición nos permitirá evaluar la relación y proporción de un determinado tipo de obra con el resto.



Como se puede observar, en el caso de DESARROLLO, el importe asignado a animación y a ficción han alcanzado, incluso mejorado (particularmente en el caso de animación) los porcentajes de ayudas que inicialmente solicitaban; esto produce que el documental, sin embargo, se vea aminorado, puesto que sus ayudas solicitadas suponían el 16,90% del total y finalmente se le acabó otorgando el 11,33% de la ayuda repartida. Si atendemos a los importes expresados en USD, se da con un mayor efecto la mejora en las ayudas otorgadas a la animación (solicitaban el 11,40% y se le otorgó el 18,18%), la ficción queda prácticamente igualada, y nuevamente cae el documental de un 16,58% a un 10,91%.

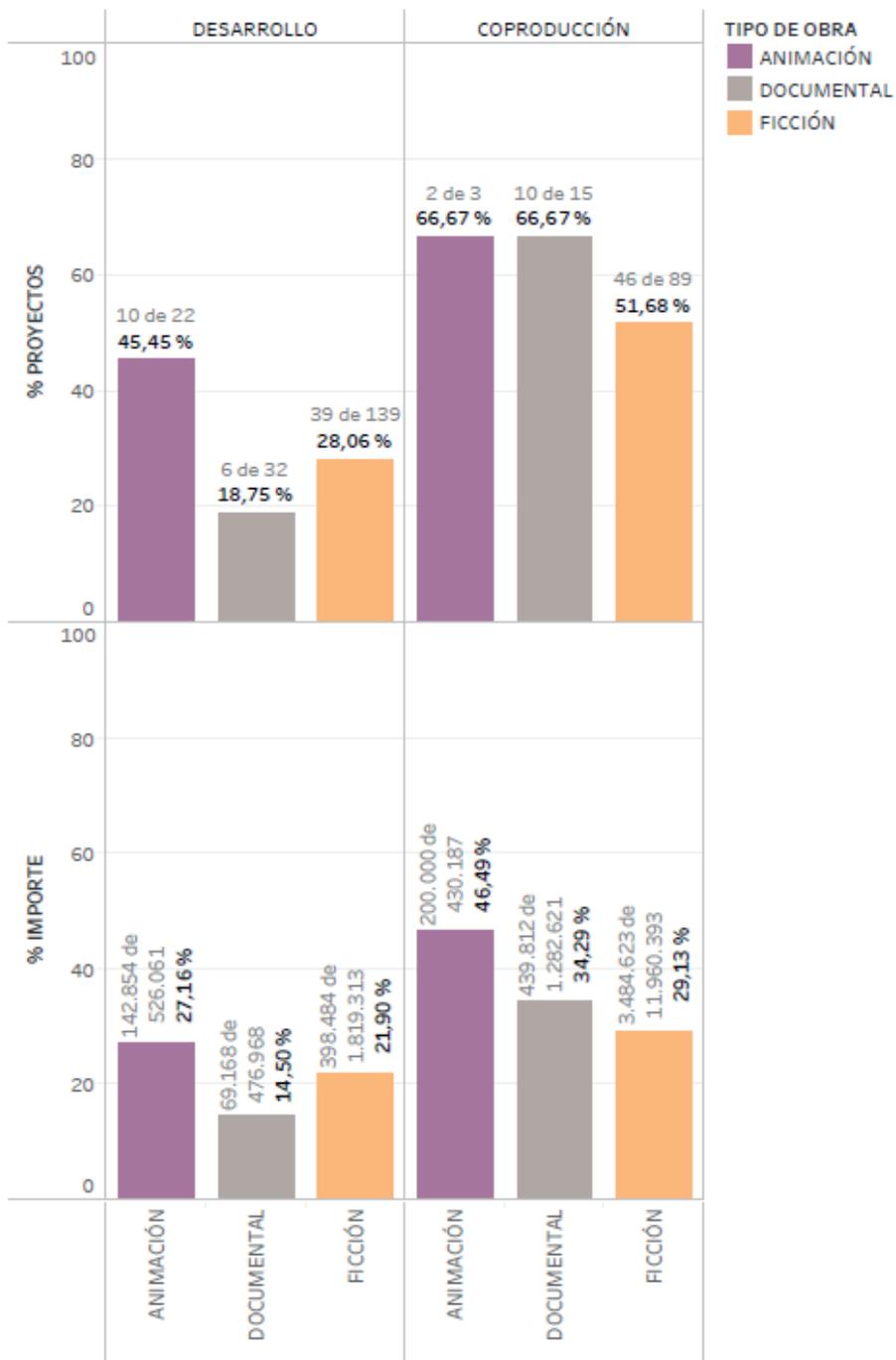
En cuanto a COPRODUCCIÓN, es patente todavía la debilidad de los proyectos de animación que concurren a esta modalidad, si bien cabe destacar que en este caso (y tanto en importe como en número de proyectos), los documentales si mejoraron la ratio de ayudas otorgadas respecto a las que inicialmente solicitaban los proyectos preseleccionados.

En este caso, vamos a centrarnos en los porcentajes de ayuda que cada tipo de obra obtiene, no ya en relación a los otros tipos como vimos en el cuadro anterior, sino en relación a su propio tipo.

En el bloque superior se indica el número de proyectos. Las cifras en la parte alta de cada barra indican el número de proyectos que finalmente fueron seleccionados sobre los inicialmente preseleccionados (y la proporción que representa).

En el bloque inferior se indica la cifra en dólares (USD). Nuevamente, las cifras en la parte alta de cada barra indican el importe otorgado frente al inicialmente solicitado por los proyectos preseleccionados (y a continuación la proporción que representa).

Ficción, Animación y Documental: Porcentaje de ayuda otorgada sobre la presolicitada



Perspectivas de género

Resultados

El Programa IBERMEDIA quiere sumarse a las distintas iniciativas que surgen de organismos oficiales o de otro tipo de entidades de carácter asociativo o profesional para impulsar la presencia de las mujeres en la industria cinematográfica y audiovisual, tanto en el ámbito laboral como en el representacional. Dentro de ese tipo de iniciativas, un primer paso esencial es el de recabar y publicar datos sobre la presencia de mujeres en los proyectos audiovisuales para estudiar las causas del desequilibrio existente en cuestión de género y poder ir monitorizando la evolución. Es cierto que la recolección de datos se está produciendo de manera fragmentaria, y que debemos aspirar a la armonización de investigaciones de carácter particular (como ésta) con las nacionales o supranacionales, a partir de una serie de pautas comunes que sirvan de referencia. Sin embargo, hemos decidido ponernos en marcha con esta primera aproximación a la cuestión.

Durante el ejercicio 2019 se ha implantado por primera vez una práctica de indicadores cualitativos en cada uno de los proyectos: además de las puntuaciones elaboradas por los analistas externos como venía haciéndose en ejercicios anteriores, se han contemplado aspectos como la incorporación del uso de lenguas originarias o en el caso de Coproducción, la preferencia de apoyar a aquellos proyectos que cuenten con ayuda previa de IBERMEDIA en la modalidad de Desarrollo. Además, la perspectiva de género ha ocupado uno de los lugares más importantes en la implantación de estos indicadores, expuestos durante el proceso de selección de las ayudas, donde se señalan los proyectos que cuentan con la participación de mujeres en diferentes funciones, como son la de guionista, directora y productora.

Los proyectos seleccionados que cuentan con mujeres en el desempeño de estas funciones habitualmente son minoritarios, sin embargo, se puede constatar un dato positivo, pues el porcentaje de las ayudas otorgadas es mayor que el porcentaje de las ayudas que inicialmente se solicitaban. Es decir, analizando -como veremos a continuación- el escenario de partida al que se enfrenta el Consejo Intergubernamental, finalmente se han otorgado más ayudas a proyectos participados por mujeres, si bien existe un cierto margen de mejora que veremos más adelante.

En el diagrama que mostraremos a continuación, compararemos los proyectos preseleccionados (escenario de partida) con los proyectos finalmente seleccionados por el Consejo Intergubernamental, tanto en Desarrollo como en Coproducción, desglosando la participación por géneros en cuanto a guion, dirección y producción. Debajo de la línea de los proyectos preseleccionados se muestran los que finalmente fueron seleccionados para poder comparar ambos estados: el dato positivo en las ayudas otorgadas consiste en ampliar los sectores que muestran la participación de mujeres, señalados **en color rojo** (o en todo caso de participación mixta para una determinada función, **en color naranja**) de los proyectos seleccionados frente a los inicialmente preseleccionados.

COPRODUCCIÓN es la modalidad que mayor porcentaje del fondo abarca (78,95% del fondo total) y es también donde la mejora de resultados se hace más evidente (tanto en número de proyectos como en importes asignados). Centrándonos en los importes de las ayudas, solicitadas en proyectos preseleccionados frente a las finalmente otorgadas, tenemos lo siguiente:

- Los proyectos preseleccionados dirigidos por mujeres solicitaban el 24,1% de la ayuda solicitada total, y finalmente obtuvieron el 38,2% de las ayudas que fueron otorgadas. Esta diferencia del 14,1% supone, en términos de importe, una mejora de 581.545 USD en favor de aquellos proyectos que estarán dirigidos por mujeres.
- Atendiendo al guion, el importe otorgado a proyectos guionizados por mujeres también mejora significativamente (35,7%) respecto al que se solicitaba por parte de los proyectos preseleccionados guionizados por mujeres (26,5%). Esto, unido al hecho de un notorio porcentaje de coguionización mixta (13,9%) hace que los proyectos guionizados por hombres desciendan desde los preseleccionados (60,7%) a los finalmente seleccionados (50,4%).

· Si nos fijamos entre las partes coproductoras, la mayoría de las ayudas otorgadas se asigna a proyectos mixtos, coproducidos por mujeres y hombres, alcanzando el 52,2%. No obstante todavía existe una diferencia muy elevada entre el importe asignado a proyectos coproducidos exclusivamente por hombres (39,2%) respecto a los coproducidos exclusivamente por mujeres (8,7%), hecho que viene claramente determinado por el escenario de partida que presentan los proyectos preseleccionados (con porcentajes muy similares).

Atendiendo a la modalidad de DESARROLLO (que supuso el 10,92% del fondo total) y fijándonos también en la cuantía de las ayudas, se ha conseguido reducir el porcentaje de los importes otorgados a proyectos dirigidos y guionizados por hombres, a costa de favorecer proyectos de dirección y guion eminentemente mixtos; es aquí donde encontraremos el mayor margen de mejora para futuras ocasiones:

· En el caso de dirección, prácticamente se mantiene el % de ayuda solicitada en proyectos preseleccionados dirigidos por mujeres (34,2%) respecto al de ayudas finalmente otorgadas con esta cualidad (34,1%). Mejora sin embargo el % de ayudas otorgadas a proyectos codirigidos mixtos (6,6% respecto al 1,9% inicial).

· En el caso de guionización, ocurre un comportamiento similar: desciende el % de importe solicitado por proyectos guionizados por hombres (59,7%) respecto a la ayuda que finalmente le es otorgada (58,1%), aunque no por mejorar el porcentaje de ayudas a proyectos guionizados exclusivamente por mujeres (también baja de un 31,6% a un 28,4%), sino porque fundamentalmente crecen las ayudas otorgadas a proyectos mixtos coguionizados (de 8,7% pasamos a 13,4%).

· El mayor margen de mejora lo encontraremos dentro de esta modalidad de Desarrollo y concretamente en los proyectos producidos por mujeres, ya que el porcentaje de ayudas solicitadas en proyectos preseleccionados (37,8%) desciende ligeramente en las ayudas que finalmente han sido otorgadas (34%). Sí mejora, al menos, el porcentaje de producción mixta hombre/mujer (de 0,5% a 2,5%).

No menos importante nos parece señalar la participación de mujeres, tanto en los órganos de decisión como en los órganos técnicos que articulan el día a día del Programa. Participando como autoridades de sus respectivos países en la pasada Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental donde se decidieron las ayudas, encontramos 8 delegadas por parte de Argentina, Bolivia, Costa Rica, Cuba, España, Nicaragua, Panamá y Paraguay, entre los 17 estados miembros signatarios del acta de dicha reunión.

Respecto al Comité externo de analistas que puntuaron los proyectos, encontramos una amplia mayoría de mujeres analistas, con las siguientes participaciones:

FORMACIÓN: 2 Mujeres, 1 hombre
DESARROLLO: 3 Mujeres, 0 hombres
COPRODUCCIÓN: 3 Mujeres, 2 hombres

Por último, la Unidad Técnica de IBERMEDIA cuenta con la participación de una mujer en el apartado de la Secretaría Técnica, al frente del órgano que se completa también por una amplia mayoría de mujeres (4) frente a un (1) hombre.

Un estudio de la EWA (European Women's Audiovisual Network) sobre mujeres directoras en el ámbito europeo (Loist & Prommer, 2016) identificó diez barreras que impiden a las mujeres entrar en el sector audiovisual y que pueden aplicarse también a la región iberoamericana:

1. Falta de conciencia de la prevalencia de la desigualdad de género.
2. Prejuicios conscientes e inconscientes en todos los niveles de la industria.
3. Falta de voluntad a la hora de financiar contenido creado por mujeres.

4. Distribución desigual entre hombres y mujeres de la financiación del contenido audiovisual.
5. Inversión desigual por parte de los inversores de capital.
6. Diferencias de apoyo a la hora de distribuir contenido creado por mujeres.
7. Baja representación femenina en las comisiones y paneles de financiación, así como en puestos ejecutivos.
8. Diferencia salarial entre hombres y mujeres.
9. Fracaso a la hora de apoyar la conciliación entre la carrera y los cuidados.
10. Diferencia de oportunidades de empleo entre hombres y mujeres.

El Programa IBERMEDIA ha empezado por corregir los puntos 1,3 y 7, que están en su mano, y quiere seguir trabajando por contribuir a superar las barreras de los otros puntos.

AYUDAS OTORGADAS POR GÉNERO, SEGÚN MODALIDAD (PORCENTAJES DE PROYECTOS - PORCENTAJE DE IMPORTES OTORGADOS)



Género: HOMBRE MIXTO MUJER

ANEXO I

Fichas-país

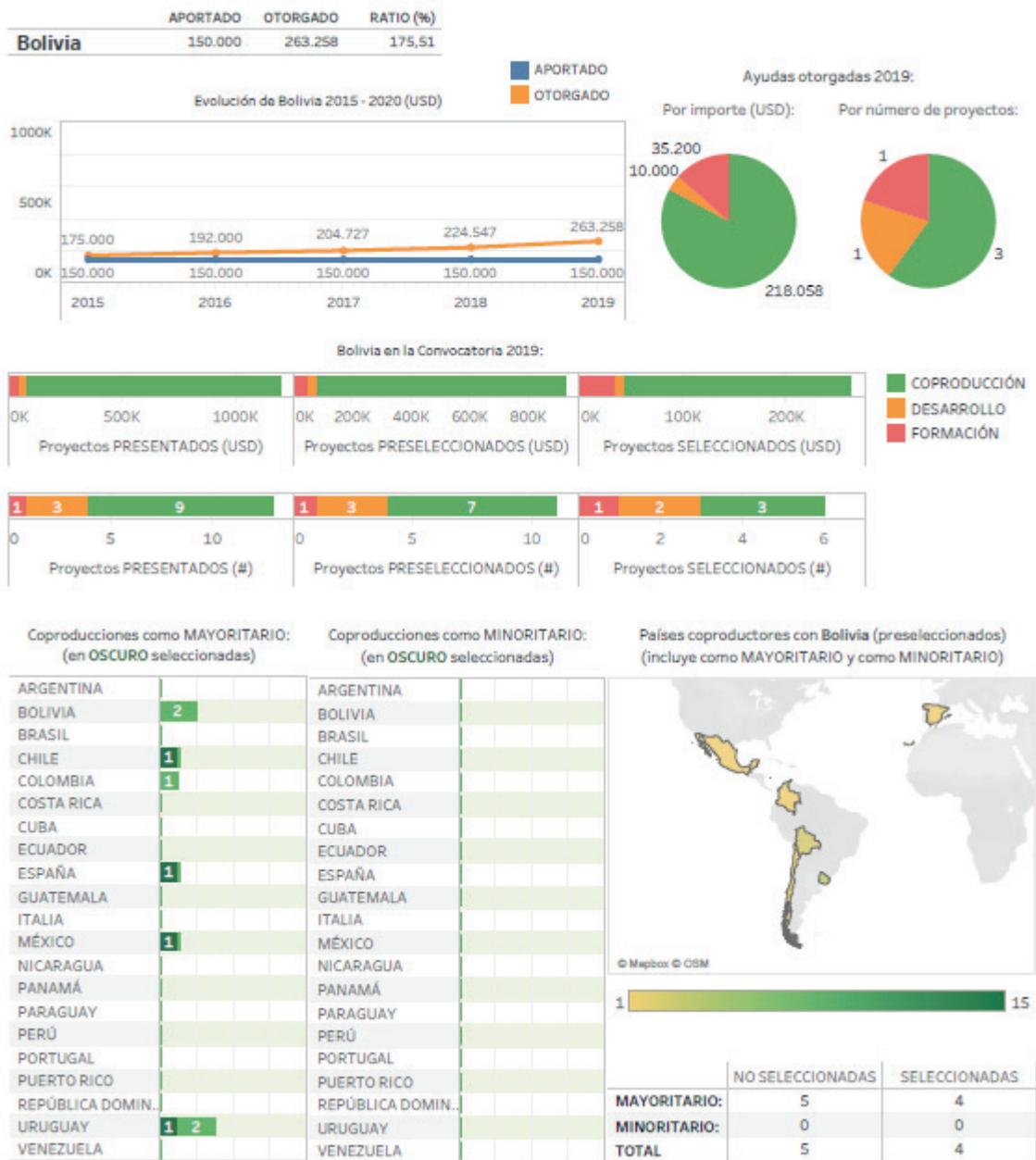
Las «fichas-país» han sido elaboradas para proporcionar una instantánea sobre la participación de un determinado país durante la Convocatoria. Indican información específica del aporte y el total de las ayudas recibidas, su diversificación en las diversas modalidades en las que ha participado a lo largo de las diversas etapas (proyectos presentados, preseleccionados y finalmente seleccionados).

Desglosan igualmente la interacción con otras cinematografías a nivel de coproducción, tanto mayoritaria como minoritariamente y muestran la evaluación media de los proyectos en cada una de las modalidades.

Son además la mejor referencia para entender cómo ha sido afectado cada país por el sistema de baremos en Coproducción proporcionando información precisa en cada uno de los tres indicadores.

Cada ficha concluye con información significativamente particular sobre ese país en concreto.

BOLIVIA

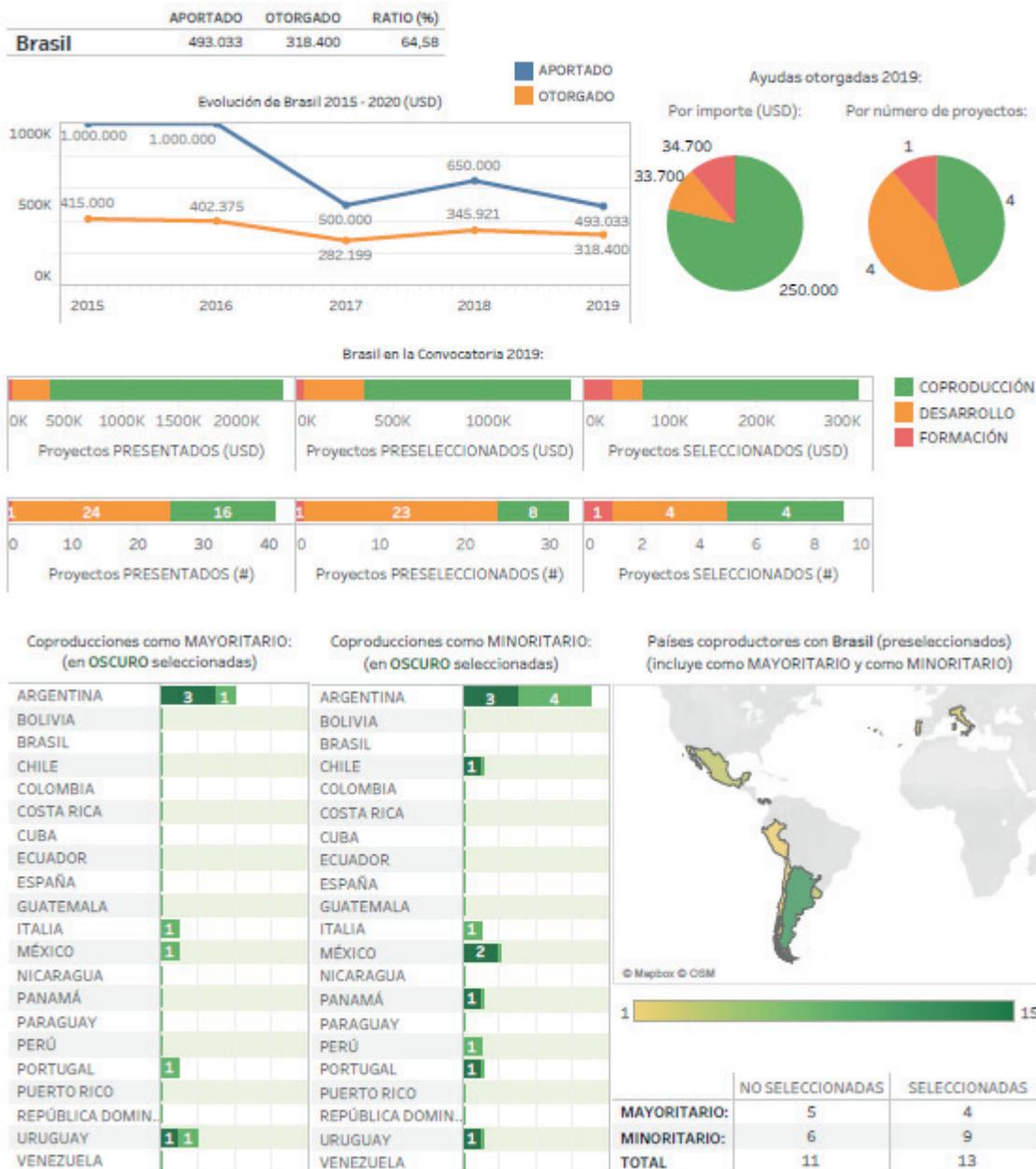


Bolivia ha obtenido en 2019 la 4ª mejor ratio Aportado/Otorgado (175,51%) de los 21 participantes. Se trata, además, de uno de los 3 países con 2 proyectos entre las 10 coproducciones mejor valoradas de 2019 (sobre un total de 107 preseleccionadas).

Si bien presenta coproducciones con 6 países como mayoritario, no cuenta con ninguna coproducción preseleccionada en la que participe como país minoritario.

En cuanto al importe de ayudas otorgadas, presenta uno de las mayores ratios asignados a Formación (equivalente al 13,37%).

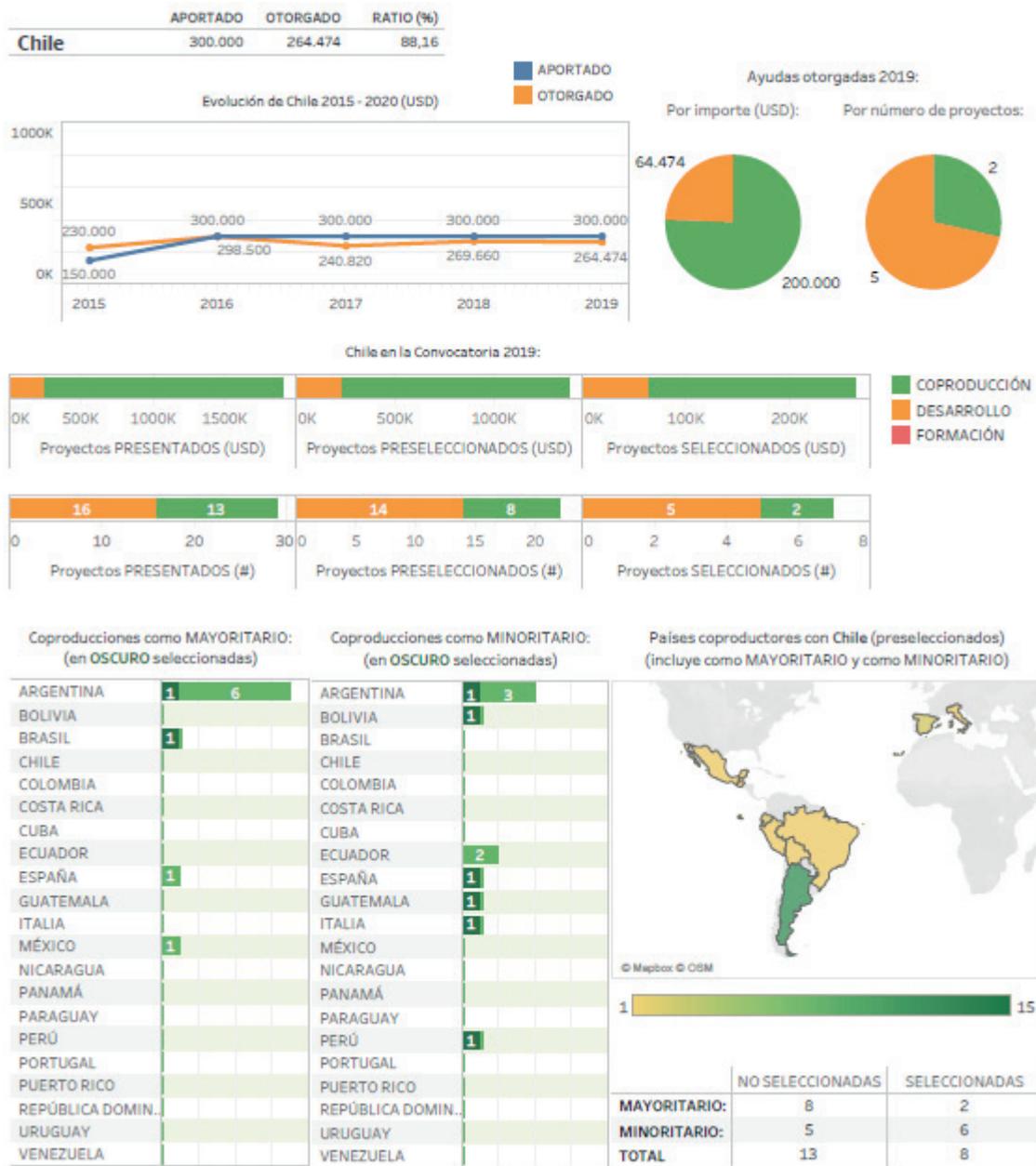
BRASIL



A pesar de la reducción en su aporte respecto a los últimos ejercicios, Brasil es un país clave en la sostenibilidad financiera del Programa, no en vano fue el 4º mayor aportante en la pasada convocatoria y se trata del 2º mayor aportante de toda la serie histórica (con un valor aproximado de 12,5 millones de dólares). En 2019 sigue siendo un país donante al fondo de cooperación, aportando más financiamiento que las ayudas recibidas por este país.

Ha sido además un país con un elevado índice de coproducciones preseleccionadas, de participación heterogénea en otras cinematografías, más allá del vínculo lingüístico con Portugal, destacando las 7 coproducciones minoritarias con Argentina (de las cuales 3 fueron finalmente seleccionadas).

CHILE

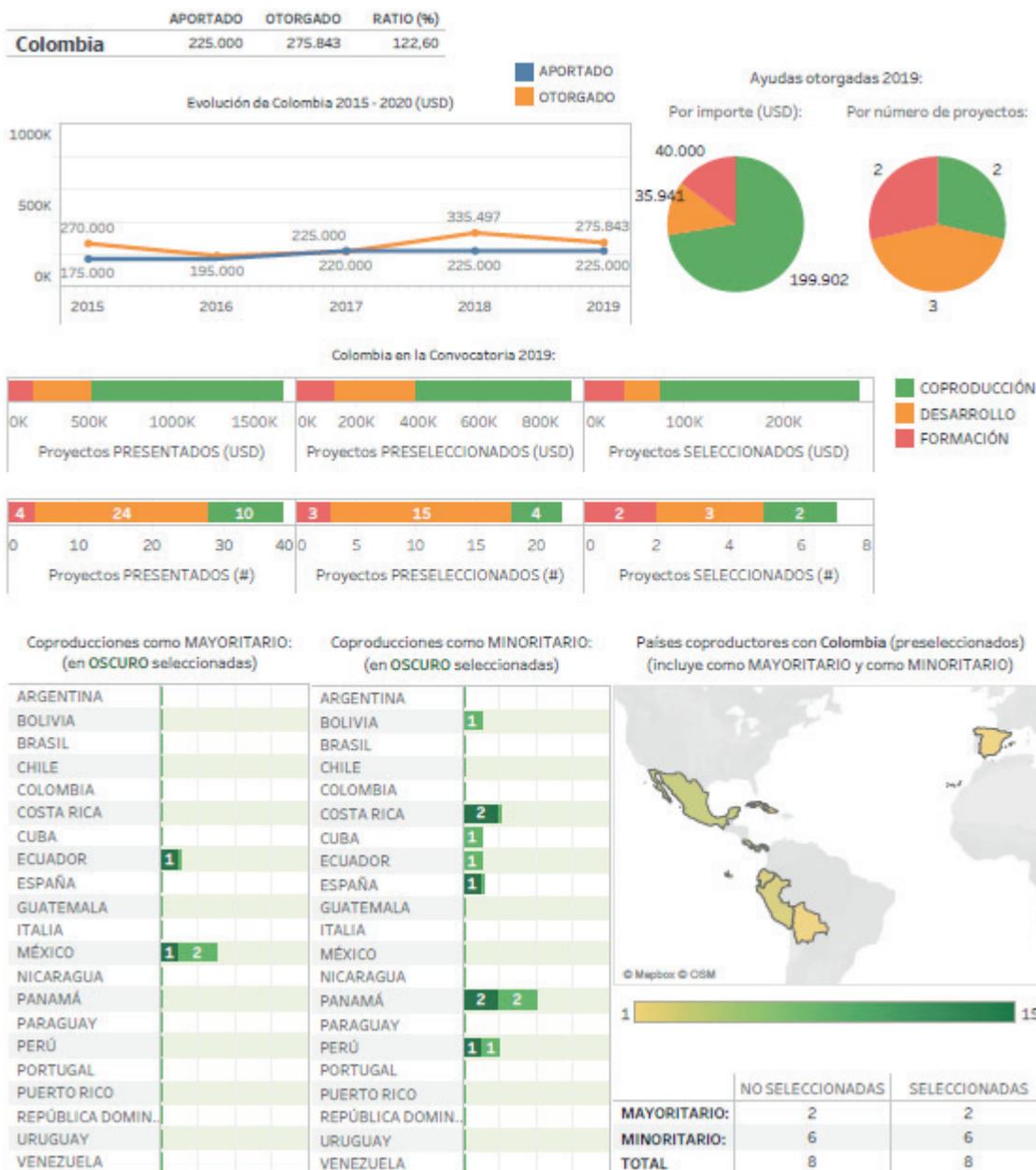


Chile es un país cuyo aporte ha solido estar aparejado al volumen de las ayudas obtenidas, con un perfil ligeramente donante al fondo de cooperación.

En 2019 no concurrió con proyectos de Formación, si bien mantuvo una destacable participación en Desarrollo (14 preseleccionados) y en Coproducción 8 (preseleccionados).

A nivel de coproducciones destaca su asociación con Argentina (7 como mayoritario) y 4 como minoritario, aunque solo 1 y 1 fueron aprobadas respectivamente. Presenta una coproducción muy diversificada como coproductor minoritario, participando en cinematografías de 7 países.

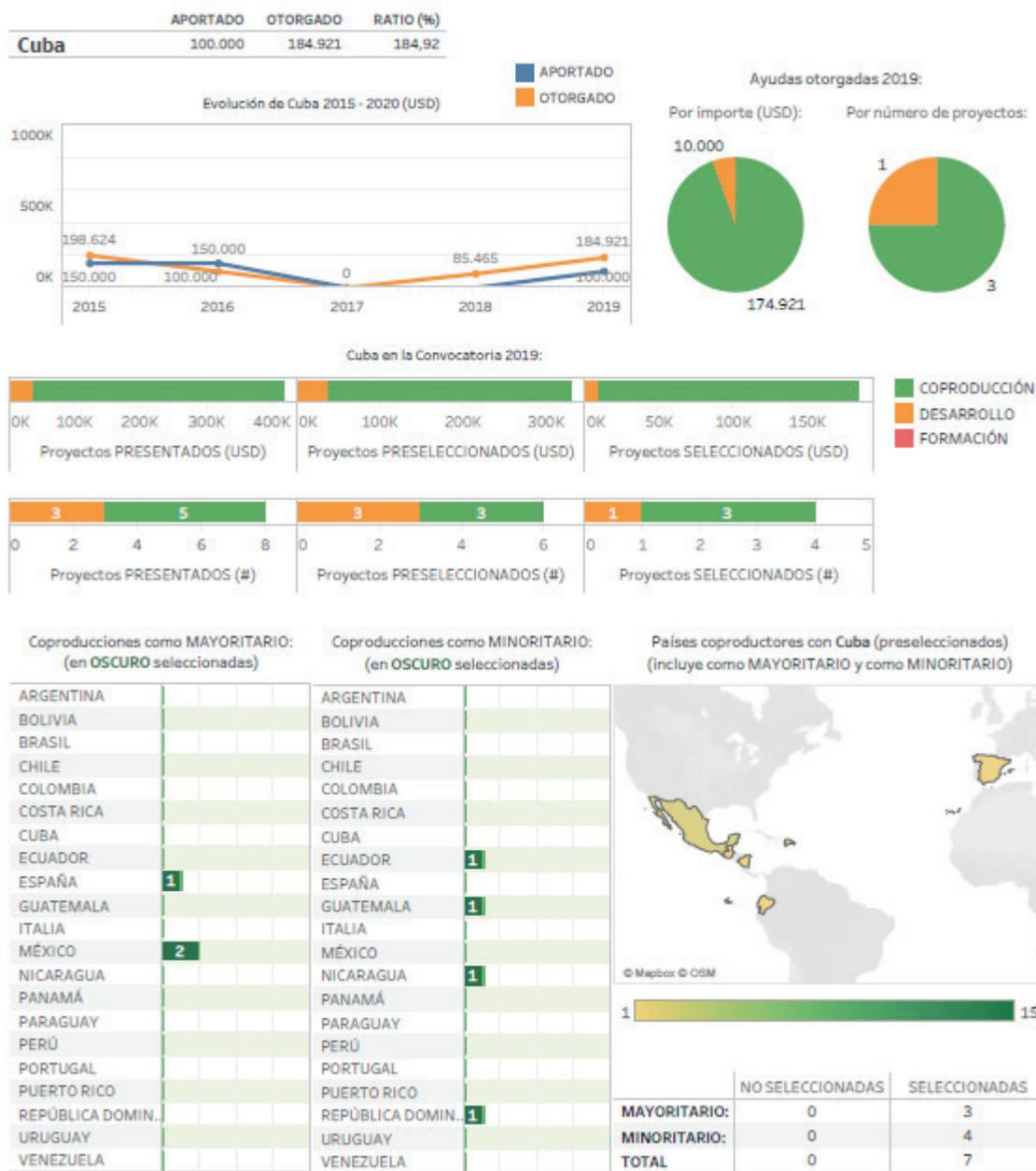
COLOMBIA



La participación de Colombia en 2019 ha estado plenamente diversificada en las 3 categorías: Coproducción, Desarrollo y Formación (junto con México, los únicos países con más de 1 proyecto aprobado en esta última modalidad).

Destaca igualmente su participación como coproductor minoritario (12 proyectos preseleccionados de los que la mitad fueron finalmente aprobados) diversificada a lo largo de 7 países.

CUBA

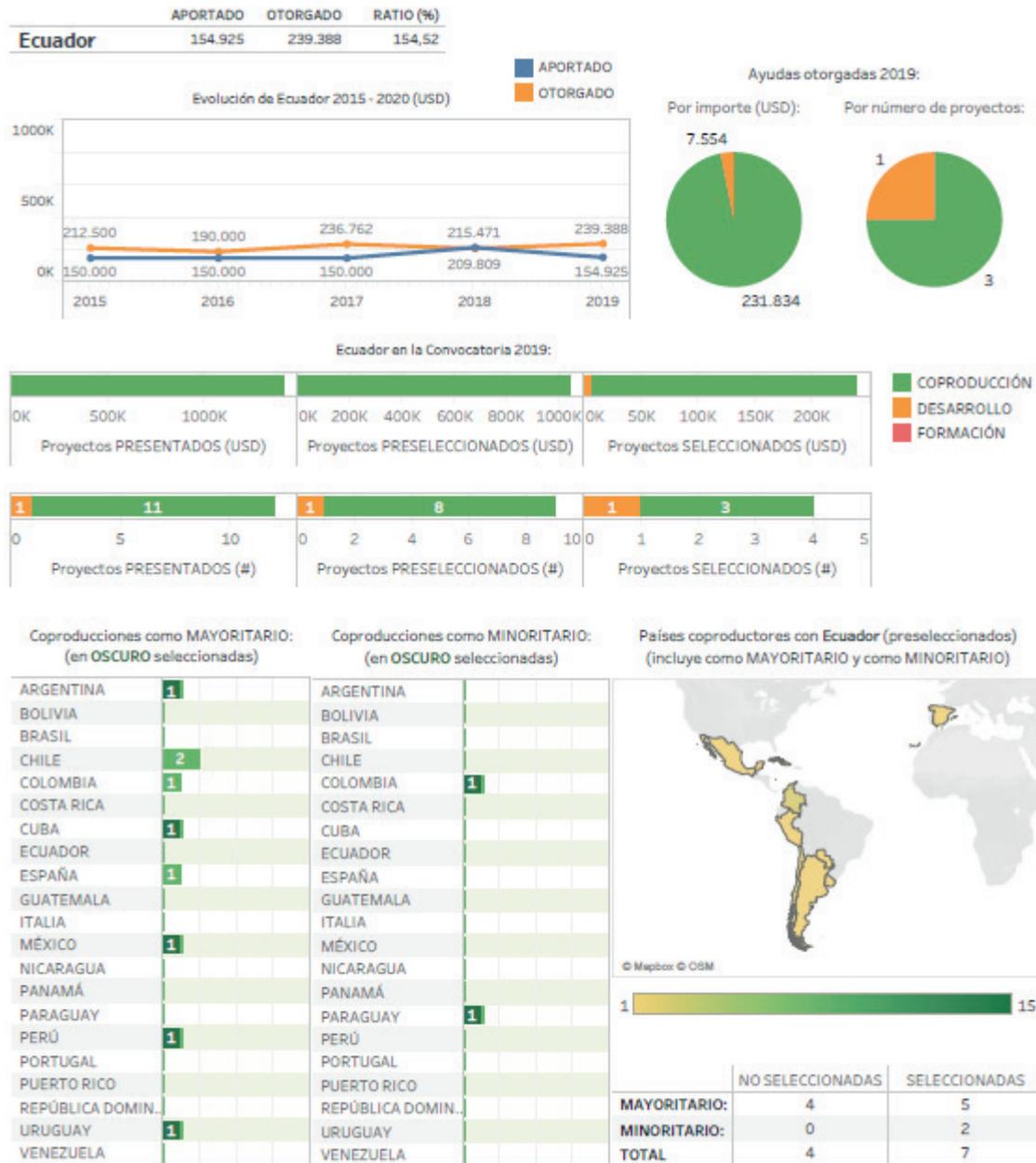


Tras dos años de ausencia (si bien en 2018 fue aprobada una coproducción argentino-cubana), Cuba regresó con un aporte de 100.000 USD al fondo y un retorno de 184.921 USD, posicionándose con la 3ª ratio más favorable de los 21 países.

No ha participado en la modalidad de Formación como tal, si bien la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los baños (EICTV), ha venido recibiendo anualmente una importante ayuda, otorgada unánimemente por todos los países.

A destacar el hecho de que todas sus coproducciones preseleccionadas han sido finalmente aprobadas, tanto mayoritarias (3) como minoritarias (4). Además, Cuba es uno de los 3 países con 2 coproducciones entre las 10 mejor valoradas.

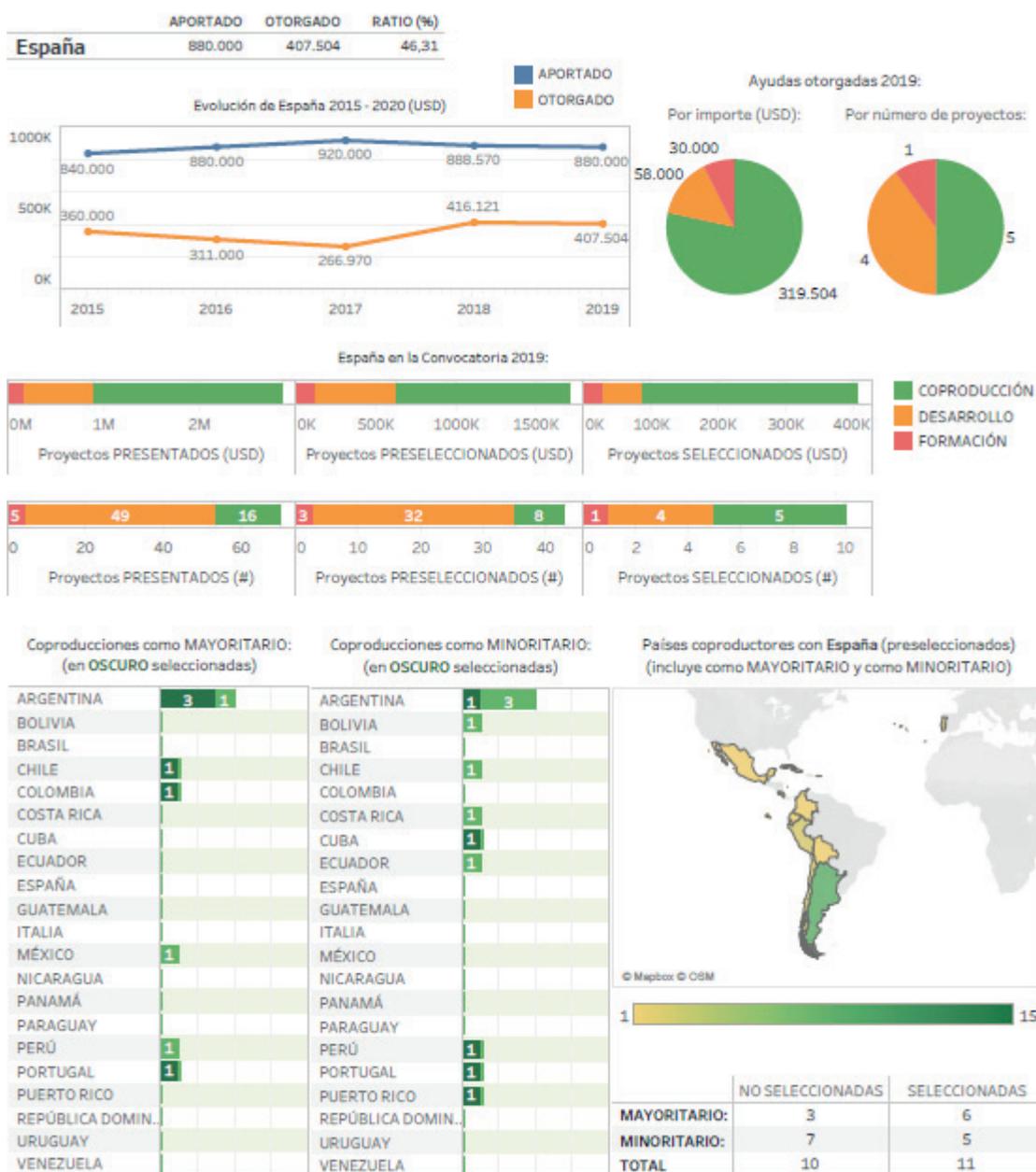
ECUADOR



Careciendo de proyectos presentados en Formación, el enfoque de Ecuador específicamente hacia la coproducción es evidente: el 96,74% del importe de sus ayudas otorgadas es para Coproducción, mientras que únicamente el 3,26% fue para Desarrollo (en un proyecto con animación).

La participación de Ecuador como país coproductor mayoritario es ampliamente heterogénea y diversificada (en sus 9 coproducciones mayoritarias preseleccionadas concurren 8 países distintos), de las que la mayoría (5) fueron finalmente seleccionadas. A nivel de baremos de Coproducción, es un país beneficiado particularmente por el valor de las ayudas solicitadas en dicha modalidad.

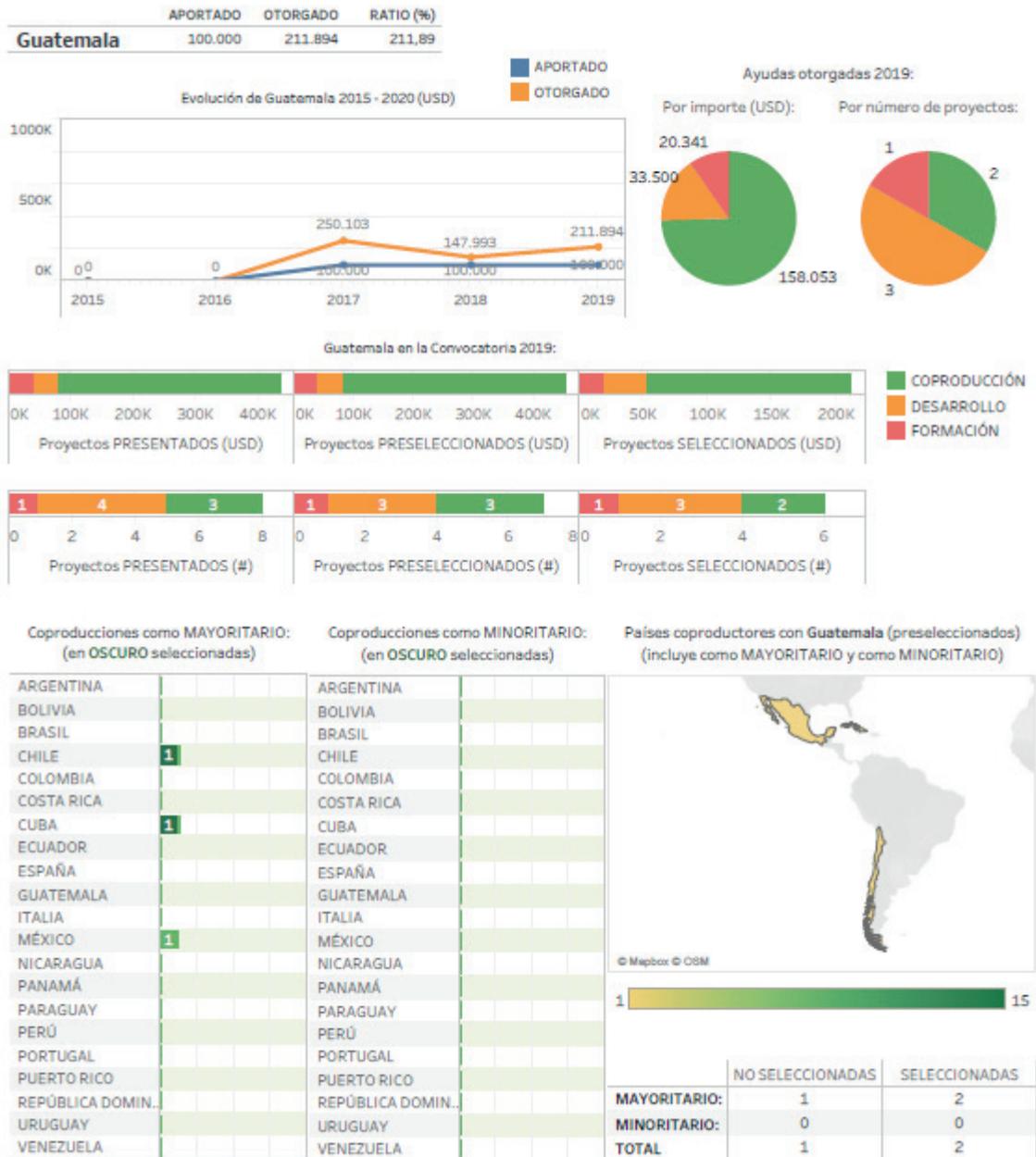
ESPAÑA



España realizó el mayor aporte financiero al Programa IBERMEDIA en 2019 y es también el mayor aportante de la serie histórica (con 40.047.064 USD a lo largo de los 21 años de historia del Programa).

Mantiene una presencia notable como coproductor minoritario (en 9 países) aunque no con un número especialmente alto de coproducciones minoritarias (12) para adquirir dicha cualidad. Su socio preferente sigue siendo Argentina, no en vano la mitad de sus coproducciones aprobadas lo son con este país.

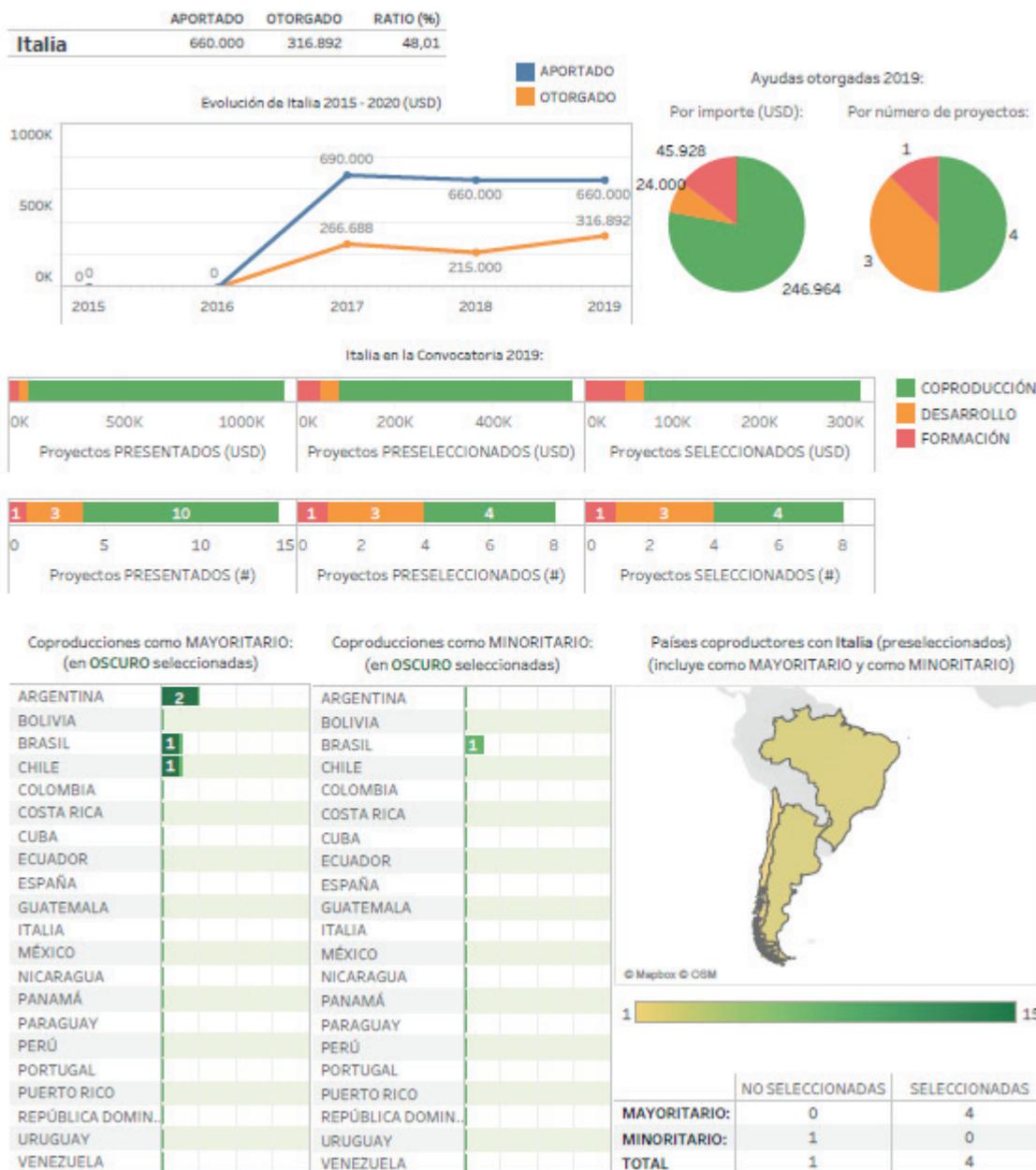
GUATEMALA



Guatemala es un país que se reincorporó al Programa tras superar ciertas dificultades financieras, para lo cual ha venido amortizando deuda de ejercicios anteriores, paralelamente a la liquidación de su aporte. Esta minoración en la contribución efectiva al fondo condiciona especialmente su ratio Aportado/Otorgado (211,89%) elevándolo al primer lugar de la lista en 2019.

No ha concurrido con coproducciones minoritarias y únicamente 2 de sus 3 coproducciones mayoritarias fueron seleccionadas.

ITALIA

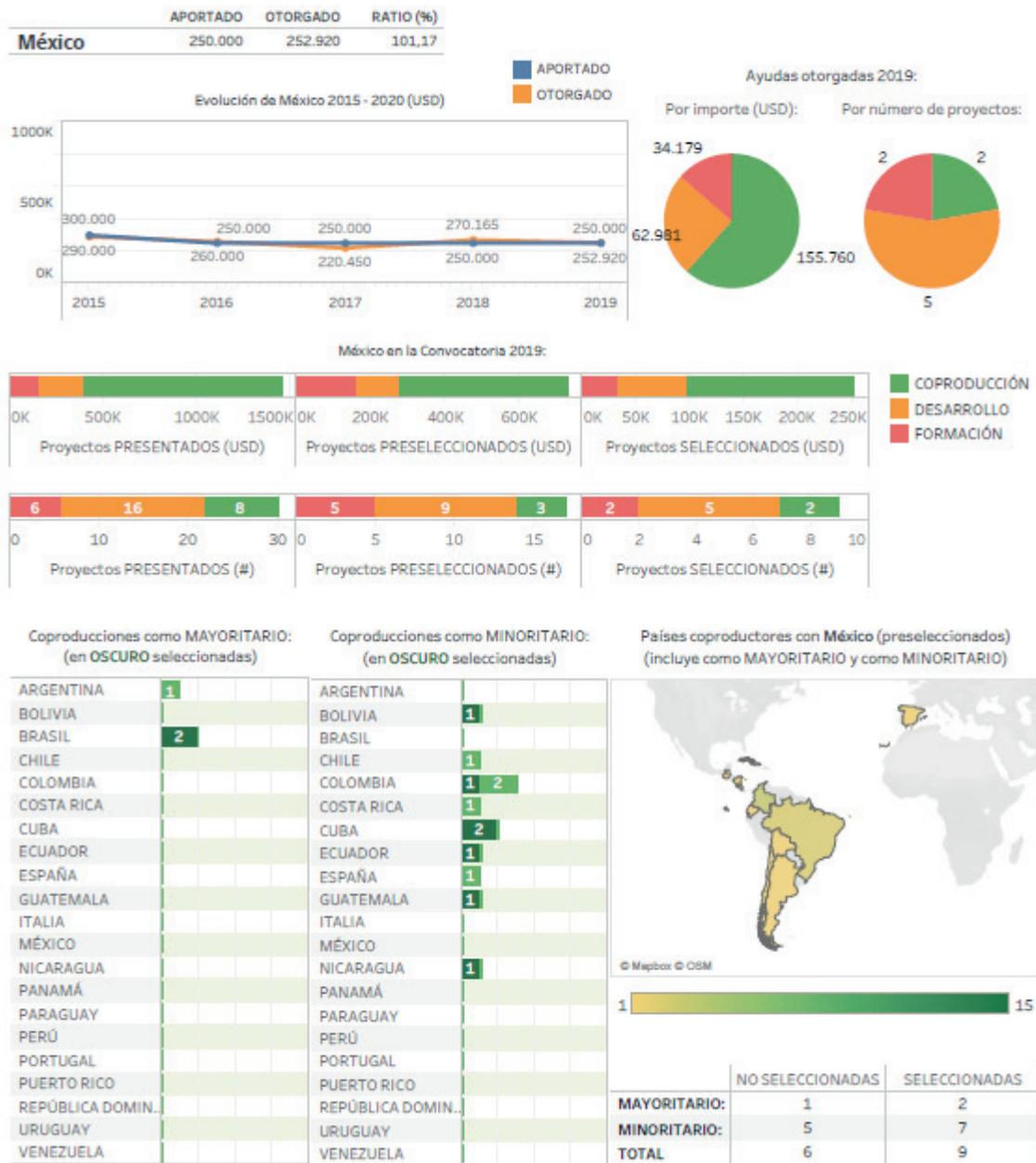


Italia realizó el 2º mayor aporte financiero al Programa en 2019, como ha ocurrido desde que se incorporó a IBERMEDIA en 2017.

Ha participado activamente en las 3 modalidades de ayuda (Desarrollo, Coproducción y Formación) y además todos sus proyectos preseleccionados por la Unidad Técnica acabaron obteniendo finalmente ayuda por parte del Consejo Intergubernamental. Ha obtenido la mayor ayuda financiera en el caso de Formación.

Sin embargo, en la categoría de Coproducción su participación ha sido casi exclusivamente como país mayoritario (y de hecho la única coproducción minoritaria preseleccionada, con Brasil, no fue finalmente seleccionada).

MÉXICO

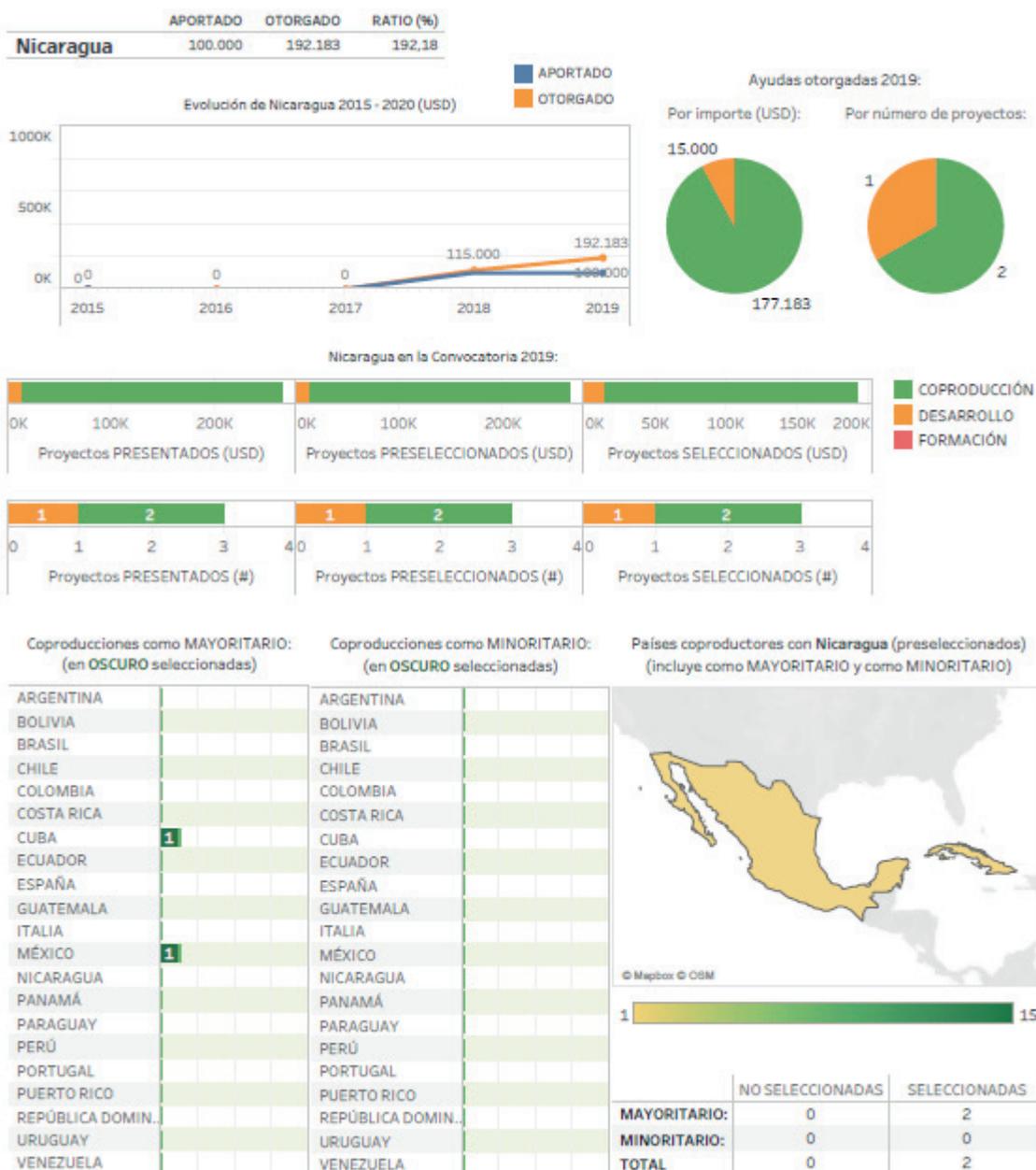


Tradicionalmente México ha equilibrado su aporte al Programa con las ayudas recibidas por el mismo. En 2019 concurrió a las tres modalidades: Formación, Desarrollo y Coproducción.

La distribución de las ayudas otorgadas ha sido muy equilibrada, con gran peso de los proyectos en Desarrollo (seleccionando 5 de 9) y de Formación (junto a Colombia, son los únicos países que han apoyado múltiples proyectos en Formación).

A pesar de obtener únicamente 2 ayudas en Coproducción como país mayoritario -valoradas sensiblemente por encima del promedio-, es muy destacable su presencia como coproductor minoritario en 9 países, mediante 12 coproducciones (de las cuales 7 fueron finalmente seleccionadas).

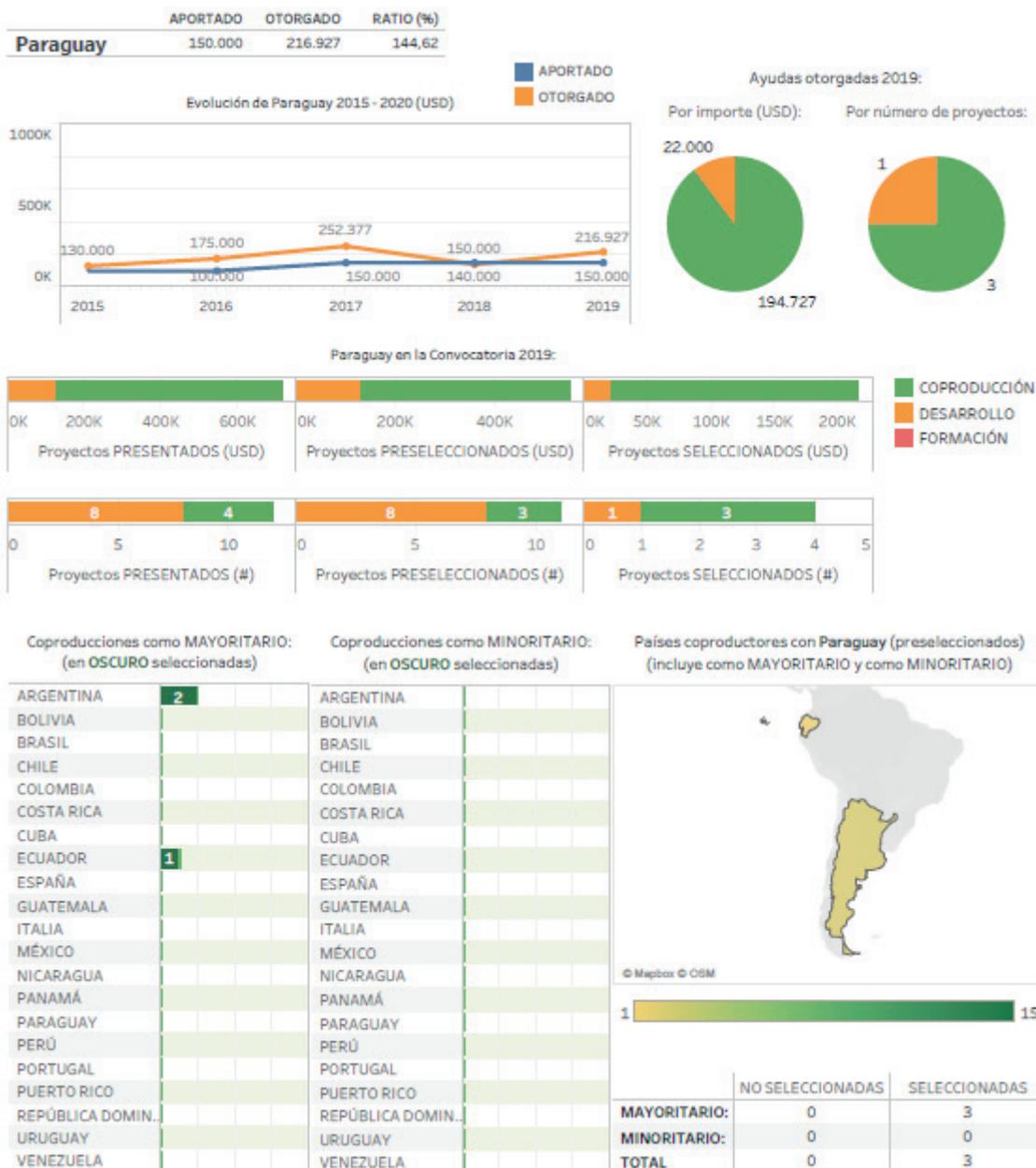
NICARAGUA



Segunda participación de Nicaragua en IBERMEDIA con una ratio Aporte/Otorgado ciertamente favorable (192,18%), no en vano se trata del 2º mayor valor de la lista de 21 participantes.

Su participación se ha centrado en Coproducción y Desarrollo, con la peculiaridad que sus 3 proyectos presentados (2 en Coproducción y 1 en Desarrollo) acabaron siendo finalmente seleccionados, lo que habla en favor de la calidad de las candidaturas presentadas, notablemente valoradas por encima de la media: 80,67 puntos frente a 65,86 en Coproducción y 80,32 frente a 65,41 en Desarrollo). De hecho Nicaragua es uno de los 3 países con 2 proyectos en la lista de las 10 candidaturas mejor valoradas (sobre un total de 107 coproducciones preseleccionadas). Lamentablemente no figuran por el momento participaciones en otras cinematografías como país minoritario, lo cual es habitual en países de reciente incorporación.

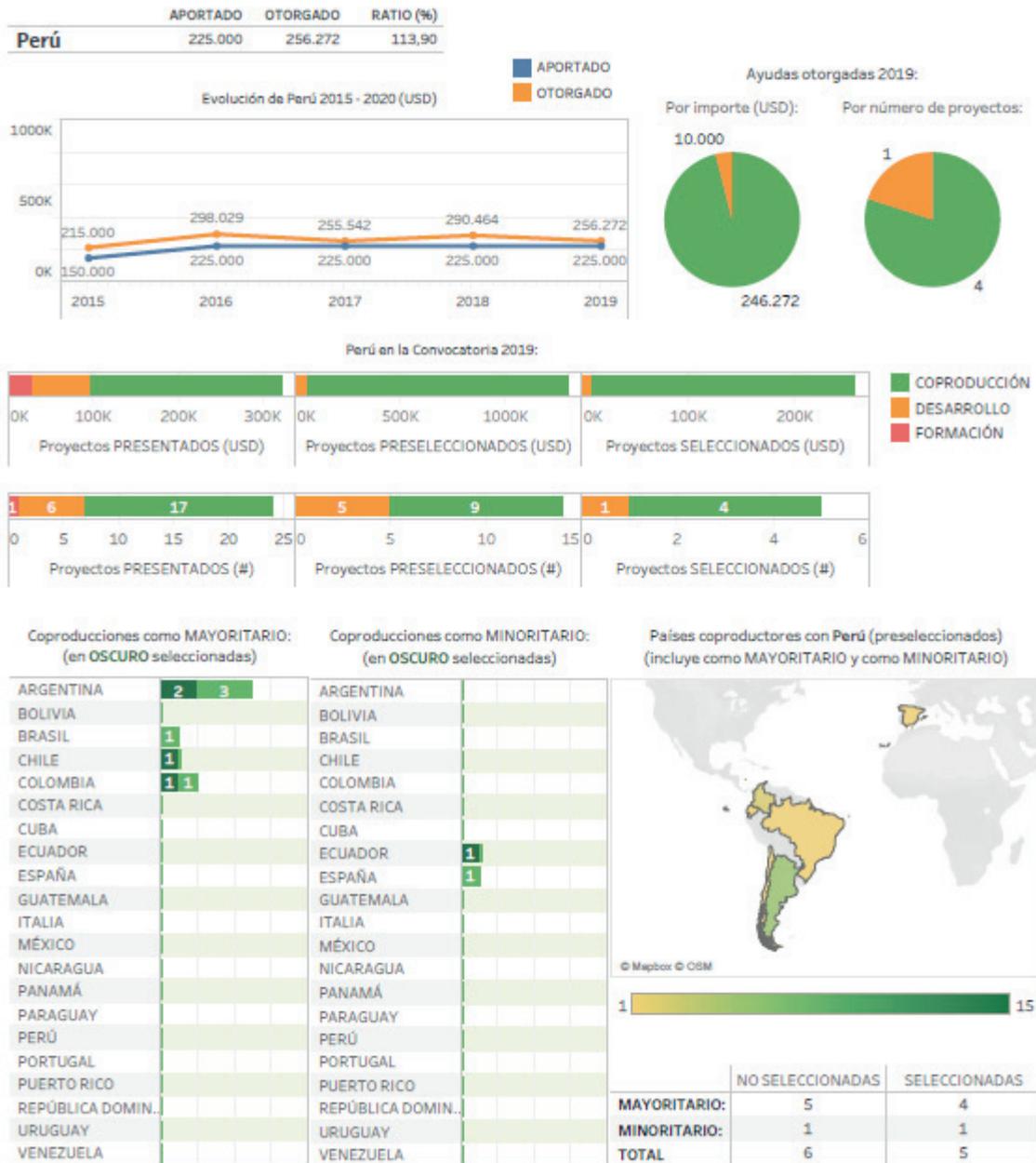
PARAGUAY



El aporte de Paraguay a IBERMEDIA en 2019 ha supuesto una ratio de retorno del 144,62%, con ayudas enfocadas a Coproducción y a un proyecto (de animación) en Desarrollo.

Su concurrencia en Coproducción ha sido exclusivamente como productor mayoritario, resultando seleccionadas todas las candidaturas de los 3 proyectos preseleccionados.

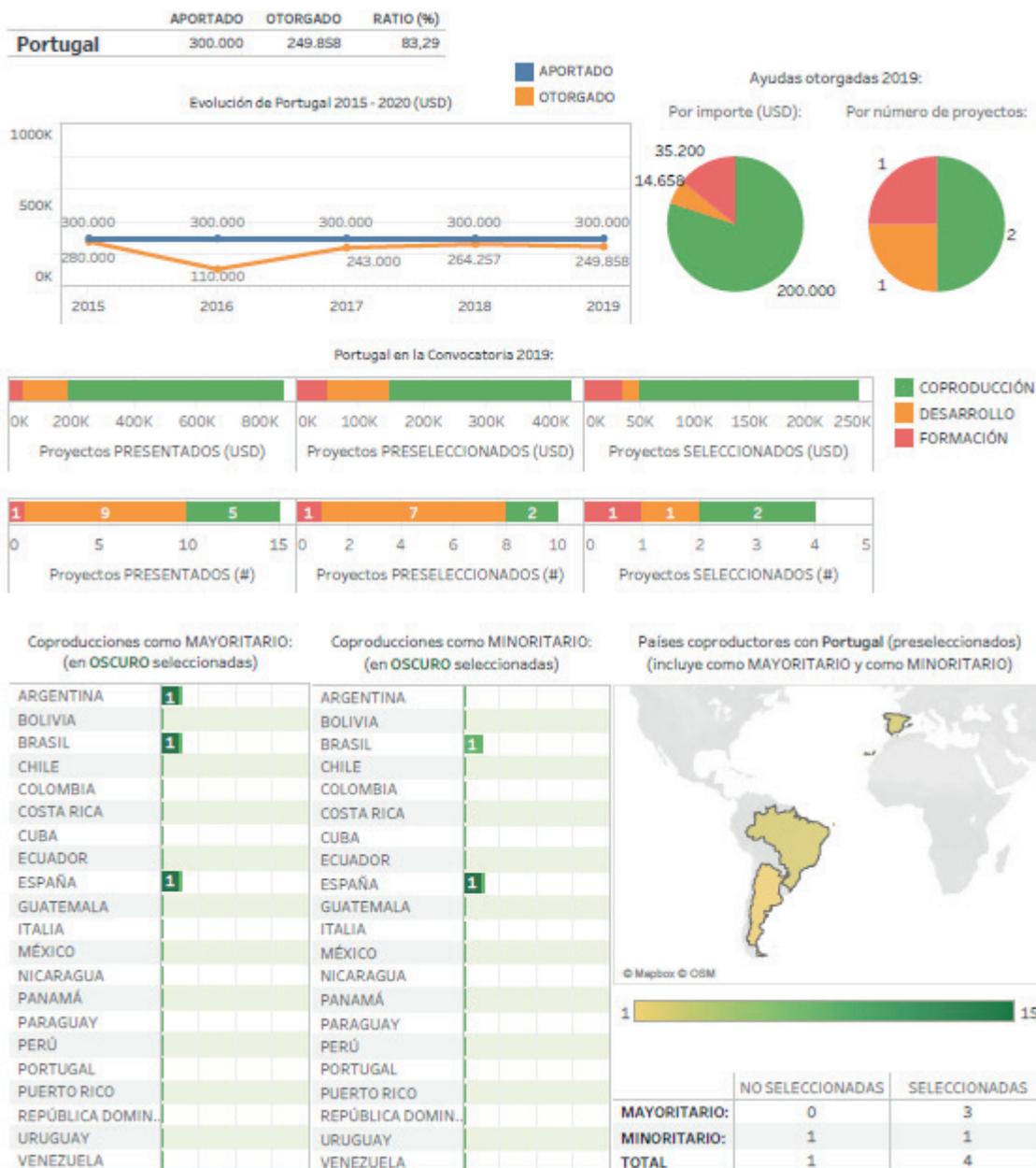
PERÚ



Con una ratio Aportado/Otorgado ligeramente favorable, Perú ha concurrido en 2019 con un número de coproducciones mayoritarias preseleccionadas sensiblemente mayor que en anteriores convocatorias, cuya valoración promediada es -además- superior a la media global.

Fueron seleccionadas 4 de 9 coproducciones preseleccionadas, aunque tan solo concurrió como coproductor minoritario en otras 2 ocasiones (y tan solo 1 de ellas fue finalmente seleccionada, por parte de Ecuador).

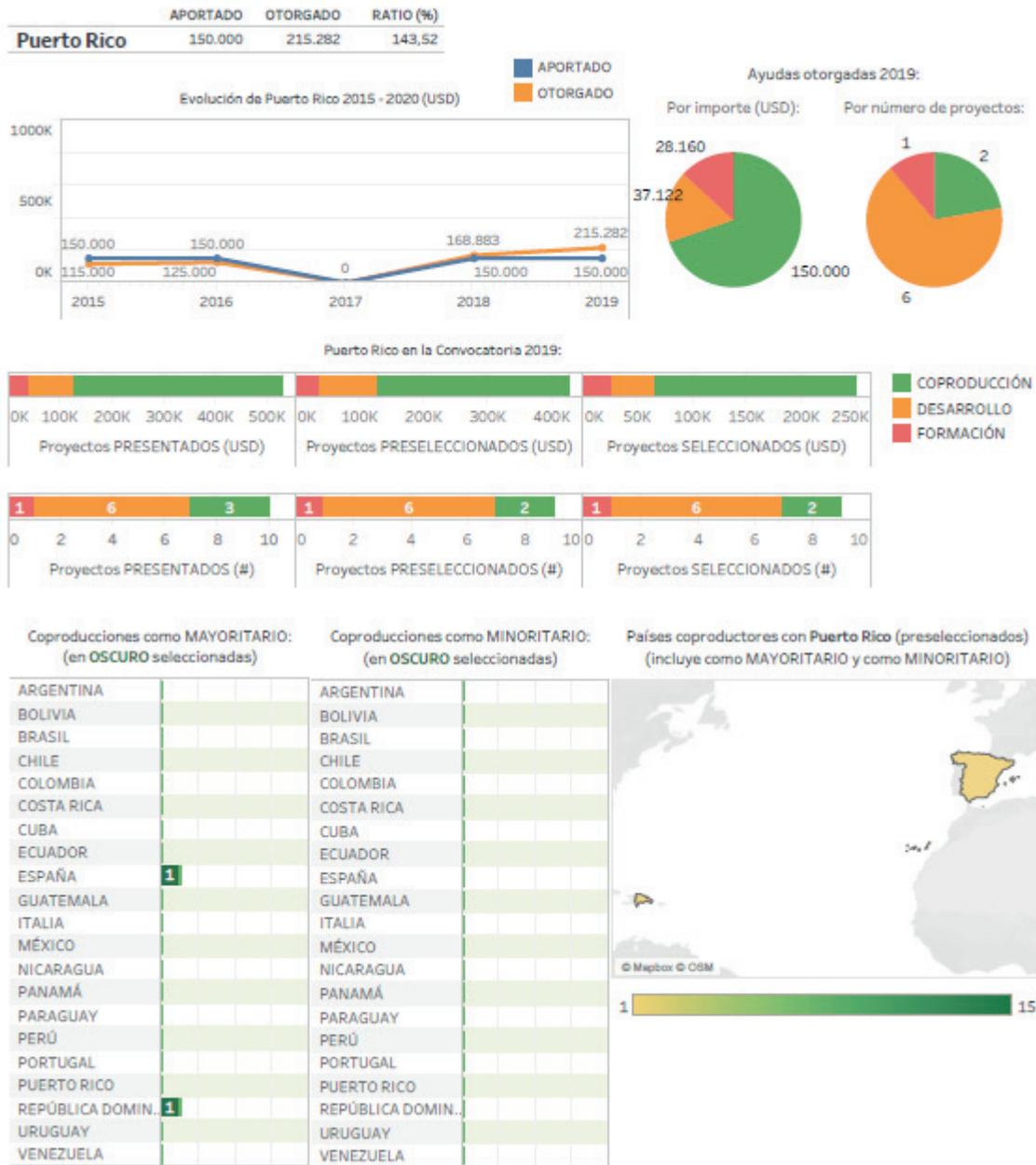
PORTUGAL



Portugal es un país que habitualmente ha participado en IBERMEDIA como ligeramente donante al fondo de cooperación, es decir: aportando más importe del que finalmente recibe a través de las ayudas otorgadas.

En 2019 ha diversificado sus ayudas en las tres modalidades: Formación, Desarrollo y Coproducción, donde destaca notablemente la evaluación de sus proyectos preseleccionados, muy por encima de la media.

PUERTO RICO

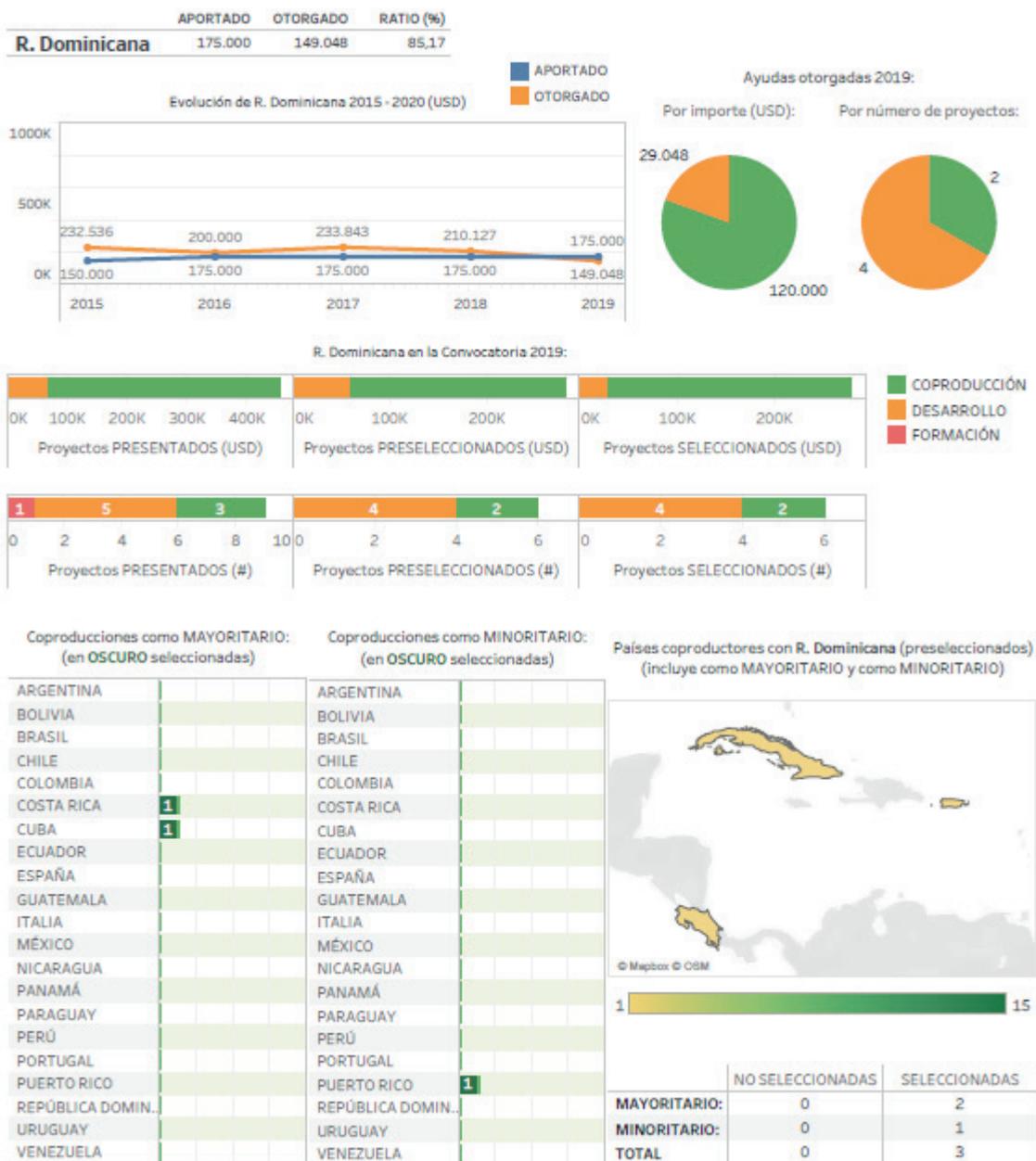


Como particularidad de Puerto Rico, todos sus proyectos preseleccionados fueron finalmente seleccionados, de hecho son prácticamente los mismos que también se presentaron a la Convocatoria 2019.

Sus proyectos preseleccionados, en las tres modalidades, están por tanto muy diversificados, con gran presencia de los 6 proyectos apoyados en la modalidad de Desarrollo, frente a 2 de Coproducción y 1 en Formación.

Carece de participación como coproductor minoritario en otras cinematografías.

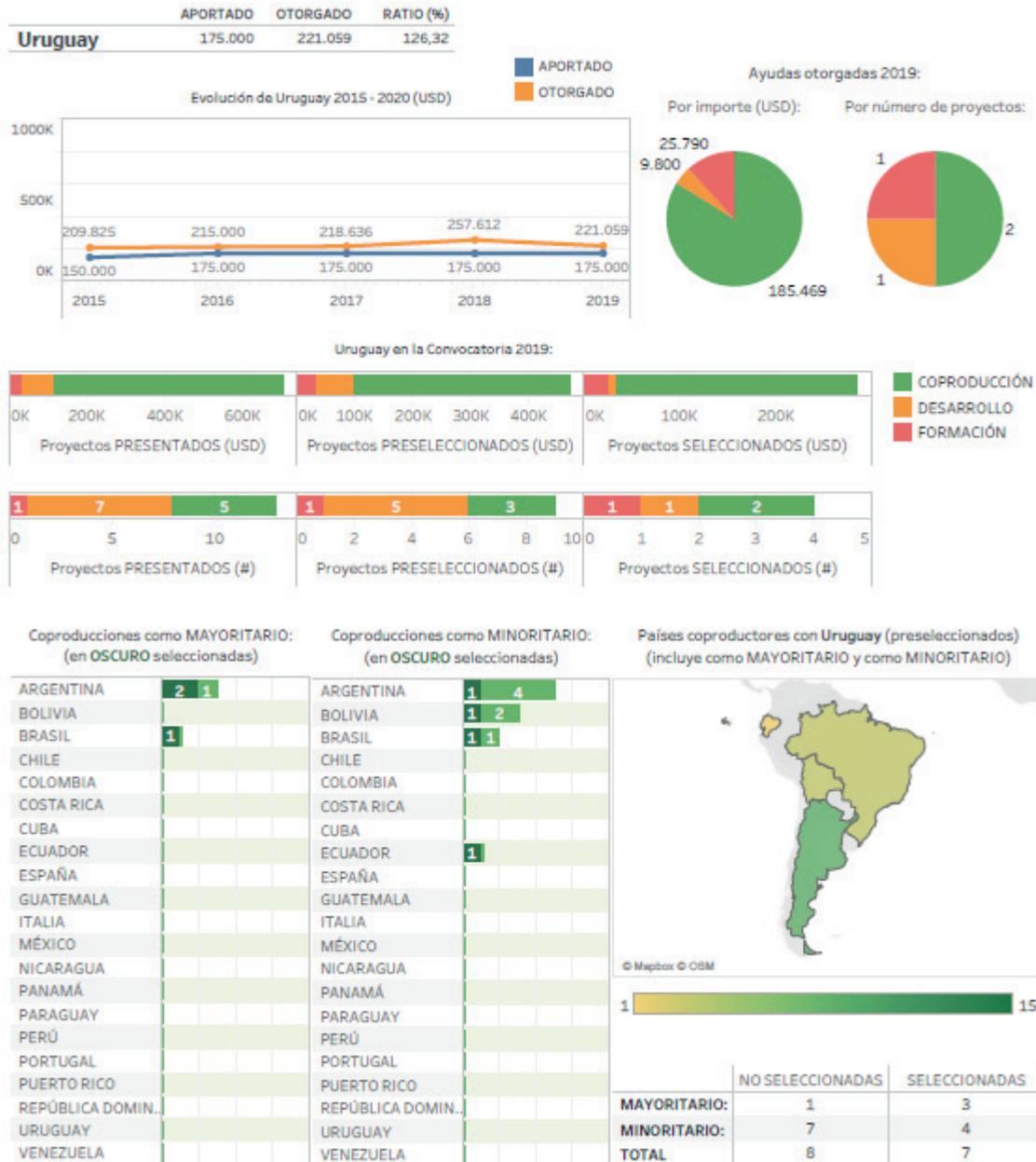
REPÚBLICA DOMINICANA



República Dominicana presenta en 2019 una ratio (85,17%) inusualmente bajo respecto a pasadas convocatorias. En cualquier caso, todos los proyectos preseleccionados (4 en Desarrollo y 2 en Coproducción) obtuvieron ayuda por parte del Programa.

Únicamente fue preseleccionada una participación como coproductor minoritario, con Puerto Rico, resultando finalmente seleccionada.

URUGUAY

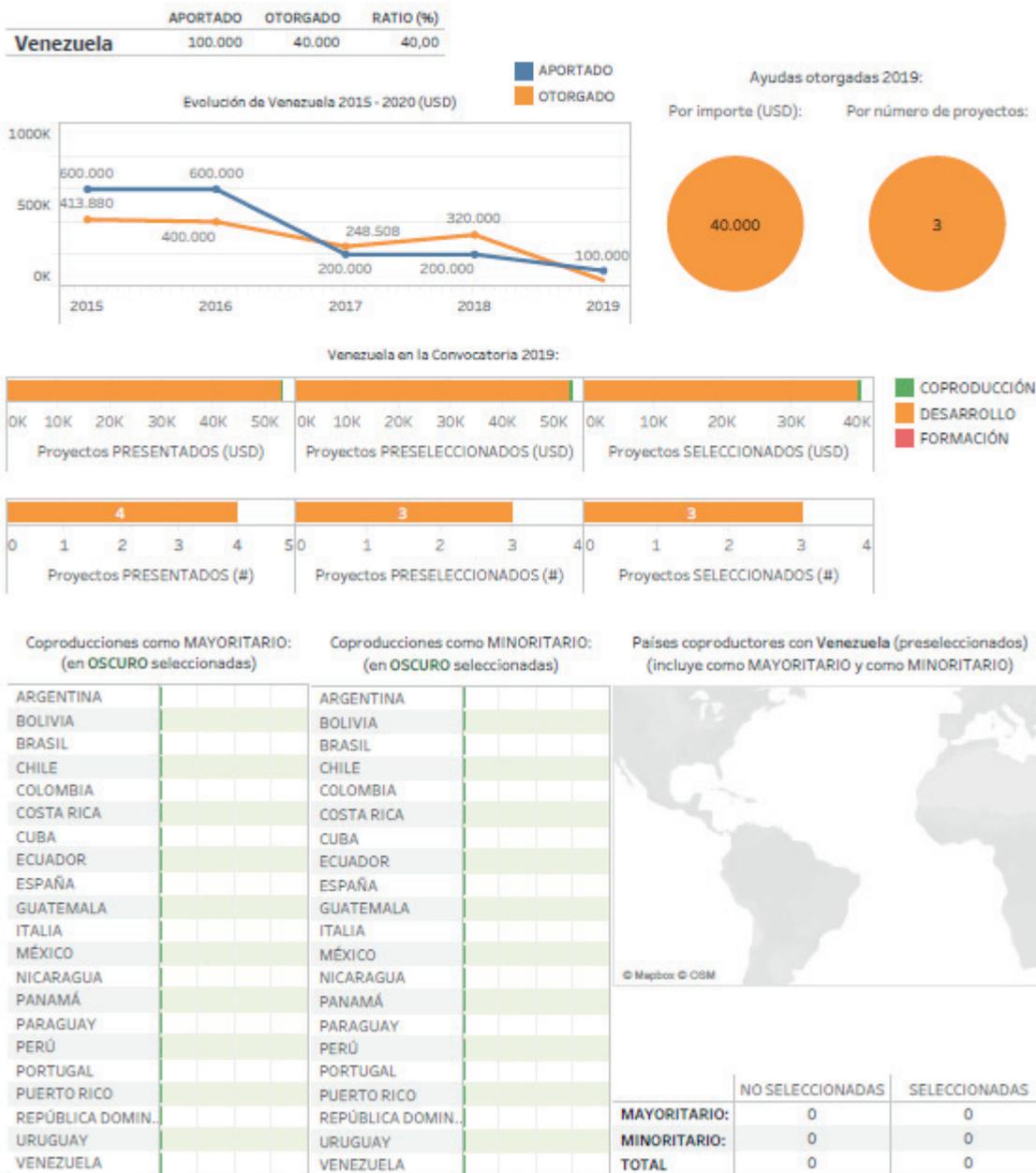


En 2019 Uruguay ha participado en las 3 modalidades, aunque el peso de sus ayudas aprobadas ha recaído en Formación (11,66% del monto recibido por el país) y sobre todo en Coproducción (83,90% del monto recibido por el país).

Destaca su presencia como coproductor minoritario hasta en 11 ocasiones, contando con Argentina, como país coproductor más destacado (también mayoritariamente).

Presenta la valoración más alta en la modalidad de Formación, sensiblemente superior al promedio global.

VENEZUELA



En 2019 Venezuela ha comprometido un aporte de 100.000 USD, seleccionando 3 de 4 proyectos preseleccionados en la modalidad de Desarrollo, a la espera de la tramitación del aporte venezolano. No ha concurrido a las categorías de Formación ni Coproducción (ni como mayoritario ni como minoritario).

Venezuela es el 5º mayor aportante de los 21 países participantes en la serie histórica de IBERMEDIA, con un total acumulado de 6.118.344 USD.

ANEXO II

Datos desagregados Convocatoria 2109

Los datos desagregados permiten auscultar la distribución del fondo de ayudas y su impacto según los indicadores de Documental, Animación, Perspectiva de género (a nivel de guión, de dirección y de producción), lenguas indígenas y series. Adicionalmente en el caso de Coproducción se muestra además la proporción de ayudas a proyectos previamente apoyados en la modalidad de Desarrollo.

Permite igualmente comparar los porcentajes de ayudas preseleccionadas en cada una de las modalidades y su relación con el resto del fondo.

Desarrollo				Proyectos				Importe				Puntaje	
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
Total	193		2.822.342	16,17%	Total	52		26,94%	570.506		20,21%	71,32	65,41
Documental	32	16,58%	476.968	16,90%	Documental	6	11,54%	18,75%	69.168	12,12%	14,50%	70,58	65,94
Animación	22	11,40%	526.061	18,64%	Animación	10	19,23%	45,45%	142.854	25,04%	27,16%	76,54	69,87
Mujer (Guionista)	63	32,64%	891.537	31,59%	Mujer (Guionista)	15	28,85%	23,81%	173.630	30,43%	19,48%	71,77	65,84
Mixto (Coguion)	17	8,81%	246.545	8,74%	Mixto (Coguionista)	7	13,46%	41,18%	81.928	14,36%	33,23%	75,10	68,65
Mujer (Directora)	70	36,27%	966.596	34,25%	Mujer (Directora)	19	36,54%	27,14%	208.217	36,50%	21,54%	72,11	66,52
Mixto (Codirección)	3	1,55%	53.064	1,88%	Mixto (Codirectora)	2	3,85%	66,67%	40.142	7,04%	75,65%	77,62	74,92
Mujer (Productora)	69	35,75%	1.067.831	37,83%	Mujer (Productora)	19	36,54%	27,54%	207.585	36,39%	19,44%	71,70	65,54
Mixto (Coproducc.)	1	0,52%	15.000	0,53%	Mixto (Coproducc.)	1	1,92%	100,00%	15.000	2,63%	100,00%	73,65	73,65
Lenguas originarias	15	7,77%	223.033	7,90%	Lenguas originarias	5	9,62%	33,33%	57.200	10,03%	25,65%	66,29	66,43
Serie	17	8,81%	299.000	10,59%	Serie	1	1,92%	5,88%	20.000	3,51%	6,69%	85,40	60,17

Coproducción ¹				Proyectos				Importe ¹				Puntaje	
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
Total	107		13.673.201	78,34%	Total	58		54,21%	4.124.435		30,16%	69,20	65,86
Documental	15	14,02%	1.282.621	9,38%	Documental	10	17,24%	66,67%	439.812	10,66%	34,29%	63,85	64,12
Animación	3	2,80%	430.187	3,15%	Animación	2	3,45%	66,67%	200.000	4,85%	46,49%	75,71	71,87
Mujer (Guionista)	29	27,10%	3.626.520	26,52%	Mujer (Guionista)	21	36,21%	72,41%	1.471.806	35,69%	40,58%	70,77	69,01
Mixto (Coguionista)	15	14,02%	1.744.377	12,76%	Mixto (Coguionista)	10	17,24%	66,67%	575.252	13,95%	32,98%	65,80	65,47
Mujer (Directora)	28	26,17%	3.300.254	24,14%	Mujer (Directora)	21	36,21%	75,00%	1.576.500	38,22%	47,77%	71,51	70,24
Mixto (Codirectora)	2	1,87%	149.367	1,09%	Mixto (Codirectora)	1	1,72%	50,00%	40.000	0,97%	26,78%	58,78	63,23
Mujer (CoProd)	10	9,35%	1.253.530	9,17%	Mujer (CoProd)	6	10,34%	60,00%	356.863	8,65%	28,47%	68,03	68,03
Mixto (Coproducc.)	56	52,34%	7.453.883	54,51%	Mixto (Coproducc.)	33	56,90%	58,93%	2.152.120	52,18%	28,87%	69,24	66,50
Lenguas originarias	6	5,61%	902.500	6,60%	Lenguas originarias	4	6,90%	66,67%	258.082	6,26%	28,60%	67,39	66,26
Ayuda a Desarrollo	25	23,36%	3.083.093	22,55%	Ayuda a Desarrollo	17	29,31%	68,00%	1.232.905	29,89%	39,99%	67,45	65,68

¹ Incluye ayudas adicionales a la distribución

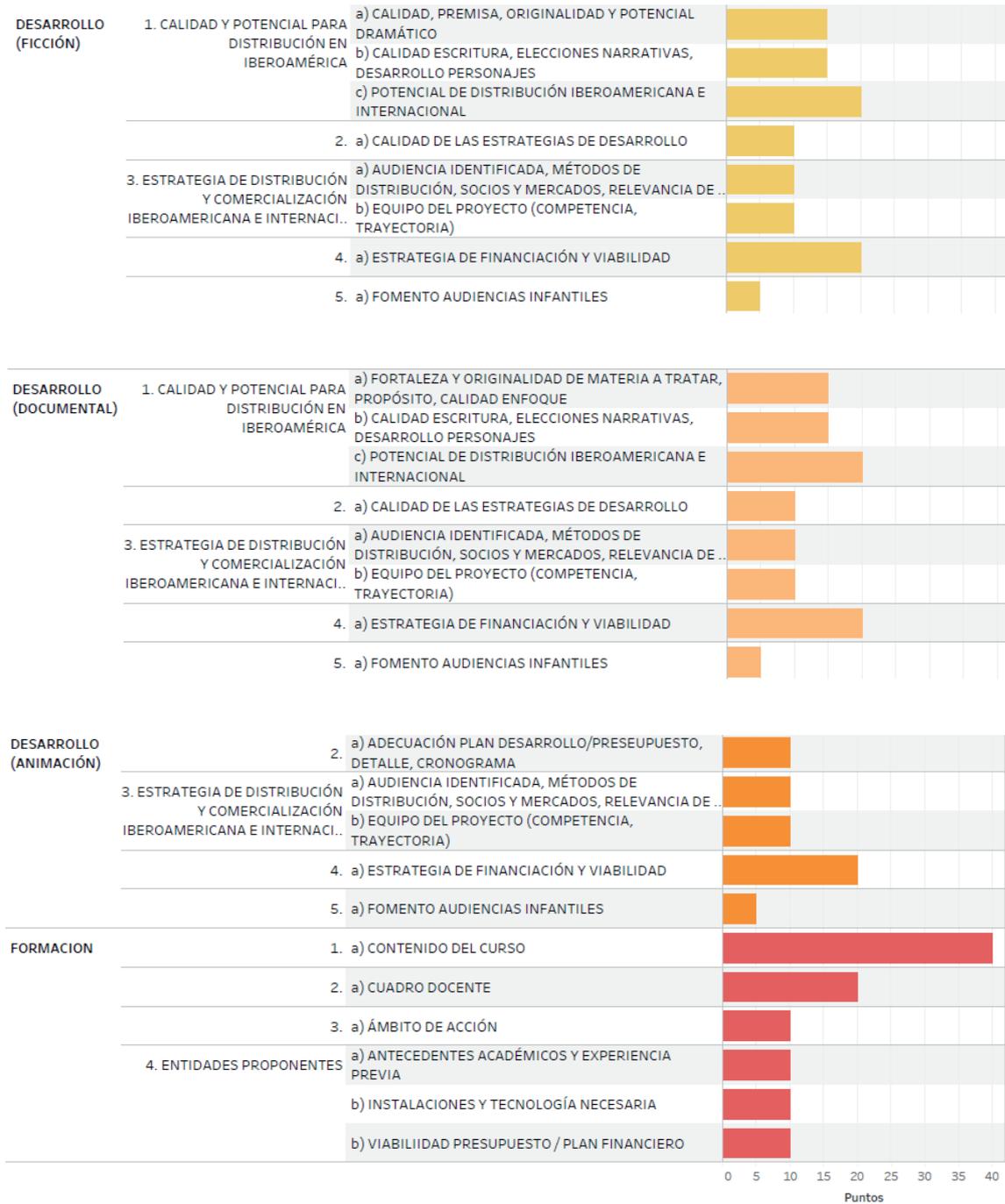
Formación				Proyectos				Importe				Puntaje	
Preseleccionados	#	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.	
Total	21	958.628	5,49%	Total	15	71,43%		529.183	55,20%		89,64	86,65	

ANEXO III

Criterios de evaluación Convocatoria 2109

Detallamos a continuación los criterios de evaluación que fueron empleados por parte de los analistas en la Convocatoria objeto de este reporte.

Modalidad	Apartado	Sub-Apartado								
COPRODUCCIÓN (FICCIÓN/ ANIMACIÓN)	1. CRITERIOS ARTÍSTICOS	a) CALIDAD GUIÓN / NIVEL DE DESARROLLO								
		b) ARGUMENTO								
		c) PERSONAJES Y DIÁLOGOS								
		d) ESTRUCTURA NARRATIVA								
		e) ESTILO (VISIÓN CINEMATográfica, INTENCIÓN DIRECTOR)								
	2. CONTRIBUCIÓN DEL EQUIPO	a) DIRECTOR Y GUIONISTA								
		b) PRODUCTOR								
		c) EQUIPO TÉCNICO-ARTÍSTICO								
	3. CRITERIOS DE COPRODUCCIÓN	a) COPRODUCCIÓN JUSTIFICADA								
		b) POTENCIAL DE CIRCULACIÓN (FESTIVALES, AUDIENCIA)								
		c) PLAN FINANCIERO (COHERENCIA Y CONFIRMACIÓN)								
	4.	a) AUDIENCIAS INFANTILES Y JUVENILES								
	COPRODUCCIÓN (DOCUMENTAL)	1. CRITERIOS ARTÍSTICOS	a) HISTORIA, TEMA (ORIGINALIDAD CONTENIDO)							
			b) INVESTIGACIÓN							
c) PROPUESTA CREATIVA DE DIRECTOR/A										
d) NIVEL DE DESARROLLO										
e) ESTRUCTURA NARRATIVA										
2. CONTRIBUCIÓN DEL EQUIPO CREATIVO (EXPERIENCIA Y CV)		a) DIRECTOR/A Y GUIONISTA(S)								
		b) PRODUCTORES/AS								
3. CRITERIOS DE COPRODUCCIÓN		a) COPRODUCCIÓN JUSTIFICADA								
		b) PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN								
		c) PLAN FINANCIERO (COHERENCIA Y CONFIRMACIÓN)								
4.		a) AUDIENCIAS INFANTILES Y JUVENILES								





Victor Sánchez. Coordinador de la Unidad Técnica de Ibermedia.

Licenciado en Ciencias de la Información (Imagen), por la U. Complutense de Madrid (España), graduado en Animación 3D por la escuela Oscillon School, de Alicante (España) y Programa Ejecutivo en Big Data & Visual Analytics por la Universidad San Pablo CEU (España). Ponente en seminarios de producción audiovisual en más de quince países, especializado en contenidos digitales desde el año 2000 bajo el grupo Terra Networks. Coordinador de Coproducción y Distribución del Programa IBERMEDIA de 2002 a 2010. Delegado de Next Limit Technologies, compañía madrileña galardonada con el Oscar Técnico en 2008, trabajó en el área de California durante 6 años, especializado en software para animación y efectos visuales

En 2016 regresa al Programa IBERMEDIA donde actualmente ocupa el puesto de Coordinador de la Unidad Técnica de IBERMEDIA, entre otras funciones, reportando directamente a la Secretaria Técnica y Ejecutiva del Programa IBERMEDIA, Elena Vilardell.



EL DESAFIO DE INTERPRETACIÓN DE LA LEGISLACIÓN
DE PROPIEDAD INTELECTUAL POR PARTE
DEL PODER JUDICIAL EN CHILE

EL DESAFIO DE INTERPRETACIÓN DE LA LEGISLACIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL POR PARTE DEL PODER JUDICIAL EN CHILE

Por Juan Enrique Puga
Oscar Manuel Rodríguez Baeza
Eduardo Castillo Hermosilla

1. Comentario inicial sobre un problema constitucional.

Para nadie es un misterio que, en los últimos cuarenta años, el mundo -en general- ha cambiado de manera vertiginosa; sistemas políticos y modelos económicos han colapsado, nuevos sistemas y modelos han surgido y -como nunca- la noción de “aldea global” ha tomado mayor vigencia, no sólo a nivel tecnológico o económico, sino también a nivel cultural. Nuestro país no ha quedado indiferente a este rápido cambio mundial -al contrario- nuestra sociedad cada vez se ha vuelto más compleja, globalizada y tecnológica; asimismo, durante el último tiempo, nuestra sociedad ha ido tomando conciencia de su rol como ciudadanía, en general y, las personas como sujetos de derechos, actuando -en muchos casos- críticamente frente a las problemáticas sociales.

Producto de este cambio de paradigma, la importancia de la masificación de la cultura, el arte, la ciencia y la técnica han permitido que estos ámbitos se hayan globalizado, siendo primordiales en nuestra vida cotidiana, lo que ha traído como consecuencia, la consagración de la protección de los intangibles, en particular de la propiedad intelectual, a nivel constitucional.

Por consiguiente, el análisis jurídico que proponemos desarrollar en estas páginas debe tener en consideración siempre la lógica *ius fundamentalista*, por cuanto es imprescindible, para cualquier operador jurídico, examinar e interpretar la normativa vigente a la luz de lo preceptuado por nuestra Carta Fundamental.

En este mismo orden de ideas, es menester dedicar -en este apartado- algunas palabras respecto de un fenómeno histórico-jurídico universalmente reconocido como la “Constitucionalización” de las diversas ramas del Derecho. En efecto, este fenómeno se traduce en una mayor intervención de la Constitución Política de la República, conquistando -de cierta forma- el lugar de preponderancia que tradicionalmente había ocupado la Ley dentro del sistema de fuentes. Sin embargo, la doctrina no ha sido clara en explicar cuál es la etiología de esta realidad, por lo que mencionaremos dos tesis no excluyentes entre sí:

En primer lugar, La Constitución es, primariamente, el derecho de la designación, distribución y organización del poder político de una sociedad y de su gestión sobre ella. Sin

embargo, las ideas más “modernas” de Constitución empezaron a reservar una sección -en su interior- genéricamente denominada como “declaración de derechos” de las personas. Con ello, aparentemente la Constitución se apartó de su objeto propio; pero, la inclusión quedó justificada porque la declaración de derechos fue concebida, al principio, como una limitación al poder político, en cuanto él no debía vulnerar los derechos declarados¹. Posteriormente, el desarrollo doctrinal y positivo de los mencionados derechos acarrió como consecuencia lógica el fenómeno ahora en comento.

En segundo lugar, en virtud de los principios de supremacía constitucional y de eficacia directa que consagra nuestra Carta Fundamental (Artículos 6 y 7), el análisis de cualquier asunto de orden jurídico, necesariamente debe ser precedido por un examen a la normativa constitucional vigente; esto, porque bien sabemos que la Constitución es la norma suprema, por lo que el órgano jurisdiccional puede aplicarla de forma directa sin la necesidad de remitirse a Ley, por lo cual, todo el resto del Ordenamiento Jurídico se debe estructurar e interpretar conforme a ella². Esto da lugar al denominado principio de unidad del ordenamiento jurídico.³

2. Breve excursión sobre el desarrollo histórico de las fuentes de la propiedad intelectual en Chile.

1.1. Fuentes nacionales.

En nuestra legislación nacional (en sentido amplio), el primer antecedente que podemos encontrar en materia de propiedad intelectual sería el artículo 152 de la Constitución Política del Estado de 1833, el cual señala que *“todo autor o inventor tendrá la propiedad exclusiva de su descubrimiento o producción, por el tiempo que le concediera la ley; y si ésta exigiere su publicación, se dará al inventor la indemnización competente.”*

El desarrollo normativo de esta garantía fundamental se efectuó mediante la dictación de la Ley de Propiedad Literaria y Artística, publicada en el Monitor Araucano con fecha 24 de julio de 1834 que, en su artículo primero, prescribía: *“Los autores de todo género de escritos, o de composiciones de música, de pintura, dibujos, escultura y en fin de aquellos a quienes pertenece la primera idea en una obra literaria a de las letras, tendrán el derecho exclusivo durante su vida de vender, hacer vender o distribuir en Chile sus obras por medio de la imprenta, litografía, molde o cualquier otro medio de reproducir o multiplicar las copias.”*

Con la Promulgación del Código Civil, el día 14 de diciembre de 1855, el artículo 584 de este cuerpo legal establece: *“las producciones del talento o del ingenio son una propiedad de sus autores. Esta especie de propiedad se regirá por leyes especiales.”*

Posteriormente, mediante legislación irregular, se dicta el Decreto Ley número 345, de fecha 17 de marzo de 1925, que regula la Propiedad Intelectual. Cabe señalar que, en el artículo primero de este cuerpo legal, se prescribía lo siguiente: *“La propiedad intelectual se constituye por su inscripción en el Registro que se llevará en la Biblioteca Nacional, se rige por esta Ley y consiste en el derecho exclusivo de distribuir, vender o aprovechar con fin de lucro una obra de la inteligencia por medio de la imprenta,*

1 GUZMÁN BRITO, Alejandro, *El Derecho Privado Constitucional de Chile*, (Ediciones Universitarias de Valparaíso, Valparaíso, Chile, 2001), pp. 27 y ss.

2 Lamentablemente esto no siempre se cumple, puesto que en múltiples ocasiones el Tribunal Constitucional ha errado sus criterios hermenéuticos, interpretando la Constitución a partir de fuentes sub – constitucionales. Ejemplo de esto es la STC Rol 245 (246) del día lunes 02 diciembre 1996.

3 El principio de unidad del ordenamiento jurídico tiene su sustrato material en el principio de supremacía constitucional, por medio del cual se debe establecer un Ordenamiento Jurídico sistemático y –en la medida de lo posible- armonioso. Para lograr este cometido, se deben considerar mecanismos que solucionen los problemas de colisión de normas, dándose –al efecto- básicamente tres principios: el principio de jerarquía, el principio de especialidad y el principio de temporalidad; estos dos últimos operarán en caso de colisión de normas de igual jerarquía. (N. de los autores.)

litografía, grabado, copia, molde, vaciado, fotografía, película cinematográfica, discos de gramófono, rollo para instrumento mecánico, ejecución, conferencia, recitación, representación, traducción, adaptación, exhibición, transmisión radio-telefónica, o cualquier otro medio de reproducción, multiplicación o difusión,” (sic).

Producto del desarrollo de las fuentes internacionales, en el año 1969, se dicta la Ley 17.336 de Propiedad Intelectual y sus modificaciones posteriores⁴, la cual consagra, entre otras novedades, el principio de protección automática en su artículo primero, a saber: *“La presente ley protege los derechos que, por el solo hecho de la creación de la obra, adquieren los autores de obras de la inteligencia en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera que sea su forma de expresión, y los derechos conexos que ella determina.*

El derecho de autor comprende los derechos patrimonial y moral, que protegen el aprovechamiento, la paternidad y la integridad de la obra.”

Con la dictación de la Constitución Política de la República de 1980, la garantía fundamental de protección de la propiedad intelectual queda consagrada en el artículo 19 número 25, el cual analizaremos más adelante.

1.2. Fuentes de Derecho Internacional.

Tal como se ha esbozado, buena parte del desarrollo normativo del derecho de propiedad intelectual es producto del florecimiento que la normativa internacional ha tenido sobre esta materia, lo cual ha sido reforzado por el antedicho concepto de “Aldea Global” acuñado durante las últimas décadas. Para efectos de esta exposición, clasificaremos entre fuentes internacionales generales y fuentes internacionales especiales:

1.2.1. Fuentes generales del Derecho Internacional:

A. Declaración Universal De Derechos Humanos, de fecha 10 de diciembre de 1948, que en su artículo 27 establece:

1. *Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.*
2. *Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.*

B. Pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales, de fecha 16 de diciembre de 1966, que en su artículo 15, prescribe:

1. *Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a:*
 - a) *Participar en la vida cultural;*
 - b) *Gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones;*
 - c) *Beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.*
2. *Entre las medidas que los Estados Partes en el presente Pacto deberán adoptar para asegurar el pleno ejercicio de este derecho, figurarán las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia y de la cultura.*

⁴ Toma importancia señalar la reforma efectuada por la Ley N° 20.435, publicada en el D.O. con fecha 04 de mayo de 2010, que adecua el texto de la Ley 17.336 al mundo digital, modifica el sistema de sanciones penales por los delitos cometidos contra la propiedad intelectual, establece las excepciones y limitaciones al derecho de autor y los derechos conexos y modifica algunos aspectos referentes a las entidades de gestión colectiva de derechos intelectuales.

3. *Los Estados Partes en el presente Pacto se comprometen a respetar la indispensable libertad para la investigación científica y para la actividad creadora.*

4. *Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen los beneficios que derivan del fomento y desarrollo de la cooperación y de las relaciones internacionales en cuestiones científicas y culturales.*

1.2.2. Fuentes especiales de derecho internacional:

A. Convención Interamericana sobre el Derecho de Autor en obras literarias, científicas y artísticas, suscrita el año 1946 y que fue ratificada por Chile en 1954. Su texto fue promulgado por el D.S. N°74 del año 1955, del Ministerio Relaciones Exteriores de Chile y publicado en el Diario Oficial N° 23.202 de 21 de julio del mismo año.

B. Convención Universal sobre Derecho de Autor, administrada por la UNESCO, fue suscrita por Chile en la ciudad de Ginebra, en el año 1952. Posteriormente, fue promulgado por el D.S. N°75, de 1955, del Ministerio Relaciones Exteriores de Chile y publicada en el Diario Oficial N°23.206 de 26 de julio del mismo año.

C. Convención Internacional para la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, de los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, fue firmada por nuestro país en Roma, Italia, el día 26 de octubre de 1961. Posteriormente, su texto fue aprobado por el D.L. N° 453 de 1974 y promulgado mediante el D.S. N°390, de 1974, del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, siendo publicada en el Diario Oficial N°28.912 de fecha 26 de julio de 1974.

D. Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), [La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual](#) (OMPI) es una agencia especializada de las Naciones Unidas en materia de propiedad intelectual y tiene por misión «llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de P.I. equilibrado y eficaz, que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos.»

El mandato que confieren los Estados miembros a esta organización, los órganos rectores de ella, así como los procedimientos que rigen su funcionamiento, están recogidos en el Convenio mediante el cual ésta se estableció el año 1967.

El «[Convenio OMPI](#)» fue firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967. Su texto fue aprobado el año 1975 por el D.L. N° 907, luego promulgado mediante el Decreto Supremo N°265 del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y, finalmente, publicado en el Diario Oficial N° 29.159 del 23 de mayo del mismo año.

E. Convenio de Berna para la protección de obras literarias y artísticas. Chile suscribió y ratificó el texto del «[Convenio de Berna](#)», correspondiente a la revisión del texto original de 9 de septiembre de 1886, efectuada en Bruselas el 26 de junio de 1948. Su texto fue aprobado el año 1973, mediante el D.S. 121 del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y publicado en el Diario Oficial N° 28.507 de 20 de marzo del mismo año. Con posterioridad, el texto del Convenio fue nuevamente revisado en París, en 1971. Su texto fue aprobado el año 1975 mediante el D.L. N° 908, promulgado por el Decreto Supremo N°266 del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y, finalmente, fue publicado en el Diario Oficial N° 29.170 de 5 de junio del mismo año.

F. Convenio para la protección de los productores de fonogramas contra la copia no autorizada de sus fonogramas, fue suscrito en Ginebra, en 1971. Su texto fue aprobado el año 1976 mediante el D.L. N° 1.566, fue promulgado por el D.S. N° 56, de 1977, del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y, finalmente, publicado en el Diario Oficial N° 29.704 de 9 de marzo de 1977.

G. Tratado sobre el registro internacional de obras audiovisuales y su reglamento. El [Tratado sobre el registro internacional de obras audiovisuales y su reglamento](#) fue suscrito por Chile en Ginebra el 18 de abril de 1989, fue promulgado por D.S. N°1.539, de 1994, del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y publicado en el Diario Oficial N° 34.821 de 22 de marzo de 1994.

H. Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, y los acuerdos anexos que se indican. Contenido en el [D.S. N°16, de 1995](#), del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, publicado en el Diario Oficial N°35.169 de 17 de mayo de 1995.

Dentro de los acuerdos anexos se contempla El Anexo 1C: Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio o "ADPIC" (también conocido como "TRIPS", por su acrónimo en inglés).

I. Tratados de la OMPI sobre Derecho de Autor (TODA) y sobre interpretación o ejecución y fonogramas (TOIEF), aprobados ambos en Ginebra, Suiza, en diciembre de 1996.

Los "TRATADOS INTERNET DE LA OMPI", fueron el fruto del trabajo desarrollado por los Estados miembros de la OMPI en la Conferencia Diplomática sobre Ciertas Cuestiones de Derecho de Autor y Derechos Conexos, celebrada en Ginebra, Suiza, del 2 al 20 de diciembre de 1996, adoptándose como acuerdo generar dos textos diferentes. Por una parte, se adoptó el [Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor o "TODA"](#) (también conocido como "WCT", por su acrónimo en inglés), siendo aprobado su texto por el Congreso Nacional el 24 de enero de 2001, promulgado mediante Decreto Supremo N°270, del Ministerio de Relaciones Exteriores de 28 de noviembre de 2002 y, finalmente, publicado en el Diario Oficial del 7 de marzo de 2003.

Por la otra, el [Tratado OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas o "TOIEF"](#) (también conocido como "WPPT", por su acrónimo en inglés), fue aprobado su texto por el Congreso Nacional el mismo día 24 de enero de 2001, promulgado mediante el D.S. N°139, de 2003, del Ministerio de Relaciones Exteriores de 26 de mayo de 2003 y, finalmente, publicado en el Diario Oficial de 22 de agosto de 2003.

3. Alcance de la Propiedad Intelectual como garantía constitucional en Chile.

De lo expuesto en el acápite anterior y en directa consideración al principio de supremacía constitucional ya referido, deberemos determinar el alcance del derecho de propiedad intelectual en cuanto garantía constitucional en nuestro Derecho.

En efecto, la garantía en comento se encuentra contemplada dentro del numeral 25° del artículo 19 de la Carta Fundamental, al prescribir -en su inciso primero- que se le asegura al autor *"el derecho sobre sus creaciones intelectuales y artísticas de cualquier especie, por el tiempo que señale la Ley y que no será inferior al de la vida del titular."* A su vez, el inciso segundo prescribe que *"el derecho de autor comprende la propiedad de las obras y otros derechos, como la paternidad, la edición y la integridad de la obra, todo ello en conformidad a la Ley."*

Por último, el inciso final del numeral 25 señala que *será aplicable a la propiedad de las creaciones intelectuales y artísticas y a la propiedad industrial lo prescrito en los incisos 2°, 3°, 4° y 5° del número anterior* (derecho de propiedad). Esto quiere decir que solo la ley puede establecer el modo de adquirir, de usar, gozar y disponer de la propiedad sobre las creaciones intelectuales, artísticas e industriales; como, asimismo, señala las limitaciones y obligaciones que se derivan de su función social, la cual comprende todo cuánto exijan los intereses generales de la Nación, la seguridad nacional, la utilidad y salubridad pública y la conservación del patrimonio ambiental y, por último, que nadie puede ser privado de su propiedad intelectual o industrial, del bien sobre la cual recae

o de alguno de los atributos o facultades del dominio, sino en virtud de una ley, general o especial, que autoriza la expropiación, y si así ocurriere, el expropiado tendrá derecho a indemnización

Como corolario de esto, forzosamente debemos concluir que la naturaleza jurídica del derecho de propiedad intelectual corresponde a una garantía constitucional, por lo cual deberemos determinar su alcance conforme a su naturaleza.

No obstante, la determinación del alcance de la propiedad intelectual en cuanto garantía constitucional se enmarca en una cuestión persistente en el tiempo y de mayor ámbito, consistente en el problema de la interpretación de las normas constitucionales.

Tal como se ha mencionado, nuestra Constitución tiene eficacia directa, es decir, no requiere de una norma de rango inferior para su aplicación a un caso concreto. Lo anterior implica que el juez, al momento de ejercer su función, deberá integrar en su razonamiento lo preceptuado por la Constitución Política e, interpretar el resto de la normativa conforme a ella.

Para poder efectuar esta primera actividad, necesariamente se deberá fijar el alcance y el sentido de las normas preceptuadas por la Constitución. Al respecto, el contenido normativo de la Constitución -en general- y de las garantías fundamentales -en particular-, suele ser escueto, puesto que la propia función de una Constitución Política es la de ser una norma fundamental sobre la cual se construye el resto del ordenamiento jurídico, como también de un alto contenido ideológico, porque en ella se plasma la visión económica y social del Estado. No obstante, no resulta procedente interpretar el texto normativo de la Carta Fundamental utilizando las reglas de interpretación del Código Civil, puesto que, en primer lugar, se daría la ilógica de fijar el sentido y alcance de un texto normativo de rango superior mediante criterios establecidos en otros textos normativos, de rango inferior, lo cual rompe materialmente con el principio de supremacía constitucional. Asimismo y en segundo lugar, la aplicación de dichas normas -usualmente- no considera el necesario componente teleológico que tienen las normas constitucionales, por lo que son ineficaces al momento de determinar la correcta interpretación constitucional.

El panorama anteriormente descrito, se complica aún más si consideramos que la Constitución Política no contiene expresamente normas positivas de interpretación de su propio texto. Frente a esto, tanto la doctrina como la jurisprudencia han intentado desarrollar una serie de principios orientadores que permitan al operador jurídico desentrañar de manera más o menos uniforme el sentido y alcance de las normas constitucionales a los cuales nos referiremos más adelante.

Otro factor que torna aún más complejo este panorama es la inexistencia de un sistema emanado de un único órgano oficial de interpretación constitucional. En efecto, el mandato de eficacia directa de la Constitución hace que todos los operadores jurídicos deban aplicarla al momento de efectuar sus respectivas actividades, por lo que pueden existir múltiples interpretaciones de un mismo texto normativo, las cuales pueden provenir tanto de los tribunales ordinarios de Justicia, del Tribunal Constitucional, de la Contraloría General de la República, del Congreso Nacional, del Ministerio Público, entre otros.

4. El problema de la falta de coherencia en la interpretación judicial en materia de propiedad intelectual.

Tal como se anunció, la determinación de la garantía constitucional de propiedad intelectual adolece, en particular, de los mismos problemas recién señalados; lo cual, trae como consecuencia que los órganos jurisdiccionales no tengan criterios uniformes de interpretación sobre esta materia. A modo de ejemplo, procederemos a analizar, brevemente, dos sentencias emanadas de distintos tribunales, respecto del conocimiento de dos casos, cuya materia era idéntica, pero, cuya argumentación es completamente antagónica, a saber:

A. Sentencia definitiva dictada por el Juzgado de Letras de Limache, causa rol C-616-2016 “ENTIDAD DE GESTIÓN COLECTIVA DE DERECHOS DE PRODUCTORES AUDIOVISUALES DE CHILE EGEDA-CHILE con ADMINISTRADORA DE TURISMO ROSA AGUSTINA LIMITADA” confirmada por la Iltma Corte de Apelaciones de Valparaíso, en sentencia de fecha 13 de marzo de 2018, en causa CIV-ANT-2936-2017, considerando Octavo.

OCTAVO: Que, tal como se anuncia en el cuerpo de la demanda, a juicio de demandante, el objeto de la misma es la cesación del acto de difusión no autorizado de emisiones expresas o puestas a disposición del público, respecto de obras audiovisuales que la demandada realiza en el establecimiento hotelero denominado Rosa Agustina Resort & Spa, a través de las pantallas o monitores que se encuentran en sus dependencias, tales como salones, hall, pasillos u otras.

Que, lo fundamental en el presente asunto consiste en determinar si la recepción de señales de televisión a través de antenas parabólicas o bien a través del cableado de transmisión con fibra óptica, y su distribución posterior a las habitaciones del Hotel de propiedad de Rosa Agustina Resort & Spa, constituye o no un acto de comunicación o de utilización pública, ya que si se considera un acto de esta naturaleza y no se ha contado con la autorización y pago respectivo, estaríamos en presencia de una vulneración al derecho de propiedad intelectual. Para ello es necesario interpretar diversas normas, que juegan un rol fundamental en esta actividad hermenéutica.

Que, la norma que se sirve de base al concepto de comunicación pública, es la del artículo 5 letra v), que define a la Comunicación pública como: “todo acto, ejecutado por cualquier medio o procedimiento que sirva para difundir los signos, las palabras, los sonidos o las imágenes, actualmente conocido o que se conozca en el futuro, por el cual una pluralidad de personas, reunidas o no en un mismo lugar, pueda tener acceso a la obra sin distribución previa de ejemplares a cada una de ellas, incluyendo la puesta a disposición de la obra al público, de forma tal que los miembros del público puedan acceder a ella desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija.

Que, a su turno la norma del artículo 19 de la ley de propiedad intelectual, establece la norma prohibitiva, que impone la obligación de obtención de la autorización si se desea utilizar públicamente una obra, para lo cual prevé que: “Nadie podrá utilizar públicamente una obra del dominio privado sin haber obtenido la autorización expresa del titular del derecho de autor”.

Que, la norma del artículo 5 letra v), emplea dentro del concepto de comunicación pública, el verbo difundir, acción clave para determinar si estamos en presencia o no de un acto de comunicación pública y que por ende requiere de una autorización previa del autor y el pago de los derechos correspondientes. Que la ley, en su listado de conceptos del artículo 5, no define lo que debe entenderse por actos de difusión. Es por ello, que en concordancia con lo previsto en el artículo 20 del Código Civil, debemos recurrir a la definición que le ha dado la Real Academia Española a este concepto. Para esta Institución, el concepto de difusión tiene tres acepciones: 1.- extender, esparcir, propagar físicamente. 2.- Transformar los rayos procedentes de un foco luminoso en luz que se propaga en todas direcciones; y 3. Propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc. Que, como es dable observar, y de acuerdo a los actos denunciados por el actor, no sería posible encuadrar la conducta del demandado dentro de los dos primeros numerales, entre otras cosas, porque en las comunicaciones a través de televisores pantallas o monitores, se entiende que más que una expansión o propagación física o material, existe una emisión de fijaciones audiovisuales, y la segunda acepción no resulta aplicable al caso sublite. Por ende, para estos efectos, solo queda la acepción señalada en el numeral tercero, esto es, propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc. Que, ahora bien, corresponde discernir acerca de si la conducta denunciada por el actor se encuadra o no con este último concepto. [...]

Que, en cuanto a quiénes están autorizados para utilizar las obras, el artículo 18 del mismo cuerpo legal dispone que: “Sólo el titular del derecho de autor o quienes estuvieren expresamente autorizados por él, tendrán el derecho de utilizar la obra en algunas de las siguientes formas: a) Publicarla mediante su edición, grabación, emisión radiofónica o de televisión, representación, ejecución, lectura, recitación,

exhibición, y, en general, cualquier otro medio de comunicación al público, actualmente conocido o que se conozca en el futuro; b) Reproducir la por cualquier procedimiento; c) Adaptarla a otro género, o utilizarla en cualquier otra forma que entrañe una variación adaptación o transformación de la obra originaria, incluida la traducción, y d) Ejecutarla públicamente mediante la emisión por radio o televisión, discos fonográficos, películas cinematográficas, cintas magnetofónicas u otro soporte material apto para ser utilizados en aparatos reproductores de sonido y voces, con o sin imágenes, o cualquier otro medio. e) La distribución al público mediante venta, o cualquier otra transferencia de propiedad del original o de los ejemplares de sus obra que no hayan sido objeto de una venta u otra transferencia de propiedad autorizada por él o de conformidad con esta ley”.

Que, por su parte, el artículo 19 en su inciso primero prevé que, “Nadie podrá utilizar públicamente una obra del dominio privado sin haber obtenido la autorización expresa del titular del derecho de autor”. [...]

Que, en conclusión, a partir de la interpretación legal y conjunta de todas las normas antes dichas, y de la prueba rendida en el proceso, se da por establecido, que el derecho de retransmisión se les reconoce únicamente a los organismos de radiodifusión, quienes están autorizados previamente por los titulares de las obras para poder incorporarlas dentro la programación ofrecida a sus usuarios, siempre y cuando no sean alteradas en forma alguna; siendo entonces, la obra programada por cada usuario, parte del número limitado que ofrece el organismo de radiodifusión, y que en cuanto a los servicios limitados de televisión de cualquier naturaleza, “no se realiza una nueva emisión de la señal, puesto que aquella que emite la concesionaria y la que reciben los usuarios es exactamente la misma, que corresponde a la puesta en el aire para el acceso libre universal de todos los habitantes del territorio nacional” (Considerando vigésimo cuarto, Rol Ingreso Corte 8477 - 2011, casación en el fondo Excma. Corte Suprema).

Que, en consecuencia, la demandada al no tener la calidad de organismo de radiodifusión, está vedada de realizar actos de retransmisión. En estos casos, el acto de poner a disposición de los clientes los monitores y decodificadores en las habitaciones, es un acto de mera recepción y no de emisión. Con ello, los huéspedes, pueden o no hacer uso de ellos, esto sumado a que no existe certeza acerca de la ocupación sucesiva o simultánea de las habitaciones donde se instalan los televisores. Que, por otra parte, y tal como ya se ha explicado, la empresa demandada no tiene injerencia alguna, al no tener las potestades dominicales para ello, acerca de la programación que se pueda otorgar a los huéspedes. [...]

Que, por todo lo anterior, es que se concluye que los actos imputados por la actora a la demandada, no constituyen comunicación pública de obras audiovisuales, y consecuentemente, una violación a los derechos de propiedad intelectual, razón por la cual se rechazará la demanda, las indemnizaciones, publicaciones, multas y demás sanciones solicitadas en el libelo de la demanda, tal cual se declarará.

Como se puede apreciar, el sentenciador en este caso, simplemente se limita a aplicar las reglas legales de interpretación contenidas en los artículos 19 y siguientes del Código Civil, interpretando de forma exegética la regulación legal sobre propiedad intelectual, con total prescindencia de las necesarias consideraciones *ius fundamentalistas* propias de una garantía constitucional, lo que obviamente no puede satisfacer las exigencias de una protección efectiva de la garantía en comento.

B. Sentencia definitiva dictada por el Primer Juzgado de Letras de Rancagua, causa rol C-18.145-2016 “ENTIDAD DE GESTIÓN COLECTIVA DE DERECHOS DE PRODUCTORES AUDIOVISUALES DE CHILE EGEDA-CHILE con HOTELERA MAR ANDINO LIMITADA” confirmada por la Última Corte de Apelaciones de Rancagua, en sentencia de fecha 18 de enero de 2019, en causa CIV-54-2018, considerandos Noveno, Undécimo y Duodécimo.

NOVENO: *Que, resulta menester precisar el estatuto jurídico al cual habrá de sujetarse la decisión de la controversia planteada por las partes: - El artículo 19 N° 25 de la Constitución Política, que*

garantiza a todos los habitantes: “La libertad de crear y difundir las artes, así como el derecho del autor sobre sus creaciones intelectuales y artísticas de cualquier especie, por el tiempo que señale la ley y que no será inferior al de la vida del titular.

El derecho de autor comprende la propiedad de las obras y otros derechos, como la paternidad, la edición y la integridad de la obra, todo ello en conformidad a la ley.

Se garantiza, también, la propiedad industrial sobre las patentes de invención, marcas comerciales, modelos, procesos tecnológicos u otras creaciones análogas, por el tiempo que establezca la ley.

Será aplicable a la propiedad de las creaciones intelectuales y artísticas y a la propiedad industrial lo prescrito en los incisos segundo, tercero, cuarto y quinto del número anterior”;

- El artículo 584 del Código Civil.- “Las producciones del talento o del ingenio son una propiedad de sus autores. Esta especie de propiedad se registrará por leyes especiales.”

- El artículo 3° letra a) de la Ley 19.981, que define lo que se entiende por obra audiovisual, ambos dentro del contexto de aplicación que da el artículo 1° de la Ley 17.336.

- El artículo 11 bis del Convenio de Berna, ratificado por Chile y vigente desde 1975, define “Derechos de radiodifusión y derechos conexos: 1. Radiodifusión y otras comunicaciones sin hilo, comunicación pública por hilo o sin hilo de la obra radiodifundida, comunicación pública mediante altavoz o cualquier otro instrumento análogo de la obra radiodifundida; 2. Licencias obligatorias; 3. Grabación; grabaciones efímeras.”

- El artículo 5 de la Ley N° 17.336 (letras u y V).- “Para los efectos de la presente ley, se entenderá por. u) Reproducción: la fijación permanente o temporal de la obra en un medio que permita su comunicación u obtención de copias de toda o parte de ella, por cualquier medio o procedimiento. v) Comunicación pública: todo acto, ejecutado por cualquier medio o procedimiento que sirva para difundir los signos, las palabras, los sonidos o las imágenes, actualmente conocido o que se conozca en el futuro, por el cual una pluralidad de personas, reunidas o no en un mismo lugar, pueda tener acceso a la obra sin distribución previa de ejemplares a cada una de ellas, incluyendo la puesta a disposición de la obra al público, de forma tal que los miembros del público puedan acceder a ella desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija.”

- El artículo 19 de la Ley N° 17.366: “19.- Nadie podrá utilizar públicamente una obra del dominio privado sin haber obtenido la autorización expresa del titular del derecho de autor. La infracción de lo dispuesto en este artículo hará incurrir al o los responsables en las sanciones civiles y penales correspondientes.”

- El artículo 25 de la Ley N° 17.366.- “El derecho de autor de una obra cinematográfica corresponde a su productor.”

UNDÉCIMO: Que, la propiedad intelectual se encuentra garantizada a nivel constitucional como parte del catálogo de los derechos inherentes a la naturaleza humana, y no podría ser de otro modo, pues las obras de la razón, del pensamiento o del intelecto resultan consubstanciales al ser humano y es precisamente la capacidad de crearlas lo que nos distingue del resto de las especies, de allí la preocupación a nivel global de ampararlas y protegerlas por vía de instrumentos internacionales, como el Convenio de Berna o el Tratado de Roma, entre otros.

La lógica entonces que ha de usarse para la decisión de la controversia suscitada, pasa por una interpretación a favor de la garantía o del derecho en términos de ampliar los márgenes de su protección, precisamente porque como garantía, será siempre contra mayoritaria y velará por el interés de su titular aun cuando aquello pueda ceder en desmedro del interés económico de terceros que no lo son. Precisamente por ello, toda limitación o excepción habrá de aplicarse y entenderse de manera restrictiva, sin que pueda interpretarse ni menos aplicarse por analogía.

DUODÉCIMO: Que, sobre la valoración del derecho de propiedad en su dimensión de derecho humano, viene al caso citar lo expuesto por la autora Audrey R. Chapman, en la introducción de su trabajo titulado “La propiedad intelectual como derecho humano: obligaciones dimanantes del apartado c) del párrafo 1 del Artículo 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales”, y que forma parte de los artículos de doctrina contenidos en “La Propiedad Intelectual como Derecho Humano”, Boletín de Derecho de Autor, Volumen XXXV n.º 3, julio-septiembre 2001, EDICIONES UNESCO (<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001255/125505s.pdf>).

A continuación se transcribe parte de la mencionada introducción: Así como las materias primas y el trabajo eran los principales recursos en la primera revolución industrial, la propiedad intelectual es el bien fundamental de la economía basada en la información o el conocimiento. Propiedad intelectual es una expresión genérica que se refiere a objetos intangibles, como las obras literarias, las producciones artísticas, los descubrimientos científicos, los planos de invenciones y diseños, que adquieren primordialmente su valor del esfuerzo creativo. En una reciente obra, se dice, por ejemplo, que «la propiedad intelectual y sus vecinos conceptuales pueden guardar la misma relación con la sociedad de la información que la que tenía el nexo sueldos-trabajo con la sociedad manufacturera industrial de 1900». También se ha señalado que el conocimiento es el recurso más valioso de una empresa, el sucedáneo esencial de las materias primas, el trabajo, el capital y los insumos. En la nueva economía mundial de ideas, la propiedad, el control y el acceso a obras creativas y conocimientos científicos tienen enorme importancia económica, lo que da lugar a una intensa competencia por la creación intelectual, que un analista ha calificado de «guerras de conocimientos».

La manera en que las obras creativas, el patrimonio cultural y el conocimiento científico se convierten en propiedad tiene considerables consecuencias para los derechos humanos. Empezando por las disposiciones de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, en los instrumentos internacionales fundamentales de derechos humanos se ha reconocido que los productos intelectuales poseen un valor intrínseco como expresión de la creatividad y dignidad humanas. En varios se menciona el derecho de los autores, creadores e inventores a cierta forma de reconocimiento y a que se beneficien de sus productos intelectuales. En el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos se dice que «Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora». Ese derecho está vinculado a otra disposición del Artículo 27: «Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten».

Sobre la base del Artículo 27 de la Declaración Universal, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en adelante, el Pacto) contiene disposiciones similares. En el apartado c) del párrafo 1 de Artículo 15 se prescribe que los Estados Partes, que son los países que han ratificado este instrumento, reconocen el derecho de toda persona a «beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora». Al igual que en la Declaración Universal, en otras partes del Artículo 15 se vincula esta obligación a los derechos a «participar en la vida cultural» y a «gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones». Para alcanzar esos objetivos, el Pacto impone a los Estados Partes una serie de medidas, entre ellas «las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia y de la cultura». Los Estados Partes tienen también que «respetar la indispensable libertad para la investigación científica y para la actividad creadora».

Como es evidente, esta última sentencia se adecua de mucho mejor forma con la tesis expuesta en estas páginas, puesto que, no solo determina el marco regulatorio completo sobre el cual debe efectuar sus actividades de interpretación, subsunción y aplicación del Derecho, sino que también interpreta todo el estatuto jurídico de forma coherente con la regulación *ius fundamentalista* de la garantía en comentario.

Asimismo, es interesante revisar brevemente lo que nuestro Tribunal Constitucional ha señalado respecto de la interpretación constitucional; en efecto, en su fallo de fecha 11 de enero de 2007, considerandos tercero y sexto, señala “(que la) interpretación que debe

*desarrollarse en forma integral, esto es, considerando tanto la letra como los valores, principios y espíritu de la Carta Fundamental, a fin de asegurar la vigencia efectiva de la supremacía constitucional, que es la que garantiza, en definitiva, la eficacia del Estado constitucional de Derecho y el respeto de los derechos fundamentales de las personas.” “Que, a propósito de lo sostenido en el considerando anterior (quinto), es importante y muy oportuno tener presente en la debida resolución del problema en examen, una regla de interpretación constitucional compartida por la unanimidad de la doctrina y de las magistraturas constitucionales del mundo actual. La resume con magistral claridad el profesor Segundo Linares Quintana en su Tratado de la Ciencia del Derecho Constitucional en los siguientes términos: “En la interpretación constitucional debe siempre prevalecer el contenido teleológico de la Constitución, que si es instrumento de gobierno, también y principalmente es restricción de poderes en amparo de la libertad individual. La finalidad suprema y última de la norma constitucional es la protección y la garantía de la libertad y la dignidad del hombre. Por consecuencia, la interpretación de la ley fundamental debe orientarse siempre hacia aquella meta suprema. Y en caso de aparente conflicto entre la libertad y el interés del gobierno, aquélla debe primar siempre sobre este último, porque no se concibe que la acción estatal manifestada a través de los cauces constitucionales pueda resultar incompatible con la libertad, que es el fin último del Estado, ...” (Ob. cit. Tomo III, página 654)”;*⁵

5. Conclusiones.

De acuerdo con lo expuesto en esta monografía, es posible señalar que el principal desafío en materia de interpretación judicial de la legislación de propiedad intelectual en Chile, es, precisamente, entender la naturaleza de la Propiedad Intelectual en cuanto derecho fundamental, reconocido tanto por nuestra Carta Fundamental como por diversos Tratados Internacionales, lo cual implica efectuar una interpretación progresiva y pro individuo de su contenido normativo que se desarrolle en sede sub constitucional, en la cual tenga una protección efectiva por parte de los órganos jurisdiccionales del Estado, tal como lo exige su propia naturaleza, no pudiendo éstos conformarse con la aplicación de meros criterios exegéticos al momento de interpretar, subsumir y aplicar la legislación sectorial.

⁵ Sentencia del Tribunal Constitucional rol 561-2006.



Juan Enrique Puga. Abogado.

Juan Enrique Puga Valdés nació en Santiago de Chile en el año 1964. Realizó sus estudios escolares en el Lycée de L'Alliance Francaise de Santiago, de Derecho en la Universidad Diego Portales y se tituló como abogado en 1993. Durante su trayectoria profesional se ha especializado en economía y finanzas en la Universidad de Chile y en propiedad intelectual en Chile y también en Tokio, Japón, entre otros cursos sobre la materia.

Se ha especializado en propiedad intelectual, actividad que desarrolla en la asesoría relacionada a todo tipo de activos intangibles tales como marcas comerciales, patentes de invención, derecho de autor (Copyright), Internet, nombres de dominio, desde su registro hasta contratos y protección de tales intangibles.

Actualmente, es miembro de la Asociación Chilena de La Propiedad Industrial (ACHIPI), de la Asociación Interamericana de la Propiedad Industrial (ASIPI), de la International Trademark Association (INTA), International Bar Association (IBA) y de la Association Internationale Pour La Protection de La Propriete Intellectuelle (AIPPI).



Oscar Manuel Rodríguez Baeza. Abogado.

Con más de 10 años de experiencia en materias relativas a la Propiedad Intelectual, especialmente en el área del derecho de autor, marcas comerciales, patentes de invención, nombres de dominio, nuevas tecnologías, derecho del consumo, responsabilidad civil y litigios complejos.

Es Magíster en Derecho Corporativo, Universidad Central de Chile. Licenciado en Ciencias Jurídicas, Universidad Santo Tomás. Con Postítulo en Derecho de Consumo en la Universidad Chile.

Diplomado en Nuevas Tendencias de Contratos y Daños en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Diplomado en Propiedad Intelectual e Industrial en la Universidad Finis Terrae. Diplomado en Derecho Económico Universidad Central de Chile. Diplomado en Tributación Empresarial Universidad Central de Chile. Diplomado en Gestión Empresarial, Universidad Central de Chile. Diplomado sobre Reforma al Derecho del Trabajo en la Universidad Alberto Hurtado. Tiene Cursos avanzados sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Es miembro del Colegio de Abogados de Chile A.G. y de la Asociación Chilena de Propiedad Intelectual (ACHIPI).



Eduardo Castillo Hermosilla. Abogado.

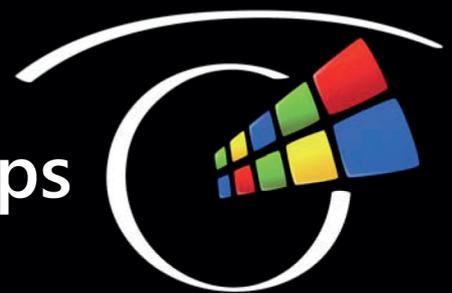
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Su práctica profesional ha estado enfocada en asuntos judiciales civiles, de propiedad intelectual y corporativa.

Desde el año 2016 ha estado colaborando con el estudio jurídico GPIIP (antes PugaIP) en temas de Derecho de Autor y derechos conexos



**Promociona y rentabiliza tus obras
a través de VEOCLIPS
un canal de YouTube
especializado en cine español**

www.youtube.com/veoclips



Para más información puedes ponerte en contacto con Octavio Dapena o Juan Alía a través del teléfono de EGEDA (91 512 16 10) o del correo octavio.dapena@egeda.com o juan.alia@egeda.com



CAPITULO VI

RESUMEN Y CONCLUSIONES

CAPITULO VI

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

CAPÍTULO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

Panorama cinematográfico iberoamericano (2019)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore**): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Uruguay y Estados Unidos.
- El equipamiento cinematográfico en Iberoamérica crece paulatinamente año tras año. El número de salas por millón de habitantes se sitúa en 2019 en casi 31. Los países que más pantallas concentran son España (76,6), México (60,2) y Portugal (56,9).
- La asistencia a los cines de Iberoamérica en 2019 se incrementó en un 5,6%.
- La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-100 de los 18 países analizados refleja el dominio estadounidense con el 86,3% del total en 2019,
- La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-10 supera el 50% del total en 10 de los 18 países analizados
- *Vengadores: Endgame* fue el título más exitoso de 2019 en el conjunto de los 18 países analizados, dominando el top-1 en 12 países. La segunda película con más éxito fue *Toy Story 4* conquistando el top-1 de cuatro países y el tercer puesto lo ocupó *El Rey León* con dos primeros puestos.
- En cuanto a los estrenos iberoamericanos, en 13 de los 18 países analizados dominaron el ranking nacional películas autóctonas.
- Los trece estrenos nacionales que dominan el *ranking* cinematográfico iberoamericano en su propio país son: *La odisea de los giles* (Argentina), *Nada perder – Parte 2* (Brasil), *Mi amigo Alexis*

(Chile), *El paseo 5* (Colombia), *Maikol Yordan 2: la cura lejana* (Costa Rica), *Rock N'cola* (Ecuador), *Padre no hay más que uno* (España), *Taxi VIP* (Honduras), *No manches, Frida 2* (México), *Locos al poder* (Panamá), *Morgue* (Paraguay), *Once machos 2* (Perú) y *Variações* (Portugal).

Panorama cinematográfico iberoamericano por países (2019)

• **Argentina:** La asistencia a los cines sumó 48,7 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 87,6%, frente al 8,6% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La producción más popular fue *Toy story 4*, con 6,6 millones de espectadores, y el estreno argentino con más éxito fue *La odisea de los giles* con 1,7 millones de espectadores.

• **Bolivia:** La asistencia a los cines sumó 8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,9% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 92,2%, frente al 2,5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: Endgame*, con 817.153 espectadores y el estreno boliviano con más éxito fue *Fuertes* con 17.663 espectadores.

• **Brasil:** La asistencia a los cines sumó 175,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 13,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 83,8%, frente al 13,4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción estadounidense *Vengadores: Infinity war*, con 19,7 millones de espectadores y la película brasileña con más éxito *Nada a perder – Parte 2* con 6,1 millones.

• **Chile:** La asistencia a los cines sumó 29,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,3%, frente al 1,4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Toy story 4*, con 3,2 millones de espectadores, y el estreno chileno con más éxito fue *Mi amigo Alexis* con 144.674 espectadores.

• **Colombia:** La asistencia a los cines sumó 73,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 3,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 90,3%, frente al 3,5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: Endgame*, con 5,9 millones de espectadores, y el estreno colombiano con más éxito fue *El paseo 5* con 458.865 espectadores.

• **Costa Rica:** La asistencia a los cines sumó 8,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 94,4%, frente al 2,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción norteamericana *Vengadores: Endgame* con 833.436 espectadores y dentro de las producciones nacionales, *Maikol Yordan 2* con 85.136.

• **Ecuador:** La asistencia a los cines se estima en torno a 20 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1,9% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 89,8%, frente al 2,9% del cine Iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la película estadounidense *Vengadores: Endgame* con 1,8 millones de espectadores y el estreno ecuatoriano más popular fue *Rock N' Cola* con 300.117 espectadores.

• **El Salvador:** La asistencia a los cines sumó 4,2 millones de espectadores. En el top-100, la cuota del cine USA supuso un 94,4%, frente al 0,8% del cine iberoamericano. La película más popular fue la producción estadounidense *Vengadores: Endgame* con 409.209 espectadores y el estreno iberoamericano con más éxito fue la producción española *El parque mágico* con 19.471 espectadores.

• **España:** La asistencia a los cines sumó 106,7 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 15% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso

el 79,7%, frente al 14,6% del cine español. La película más popular fue la producción estadounidense *El rey león*, con 6,4 millones de espectadores, y la obra española con más éxito fue la película *Padre no hay más que uno*, con 2,5 millones de espectadores.

• **Guatemala:** La asistencia a los cines sumó 7,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 95,1% frente al 0,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: Endgame* con 758.236 espectadores, y el estreno guatemalteco con más éxito fue *Serpiente emplumada* con 7.991 espectadores.

• **Honduras:** La asistencia a los cines sumó 4,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,1%, frente al 1,9% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: Endgame* con 443.799 espectadores, y el estreno hondureño con más éxito fue *Taxi VIP* con 44.430 espectadores.

• **México:** La asistencia a los cines sumó 348,9 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 9,9% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 86,6%, frente al 10% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la norteamericana *Vengadores: Endgame* con 25,2 millones de espectadores, y el estreno mexicano con más éxito fue *No manches Frida 2* con 6,6 millones de espectadores.

• **Nicaragua:** La asistencia a los cines sumó 1,7 millones de espectadores. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 92,2%, frente al 1% del cine iberoamericano. La película más popular fue *Vengadores: Endgame* con 184.117 espectadores, el estreno iberoamericano con más éxito fue la producción brasileña *Nada a perder – Parte 2*, con 9.372 espectadores.

• **Panamá:** La asistencia a los cines sumó 7,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,2%, frente al 1,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: Endgame* con 618.016 espectadores, y el estreno panameño con más éxito fue *Locos al poder* con 45.610 espectadores.

• **Paraguay:** La asistencia a los cines sumó 2,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 3,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 89,5%, frente al 4,7% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: Endgame* con 270.329 espectadores, y el estreno paraguayo con más éxito fue *Morgue* con 59.217 espectadores.

• **Perú:** La asistencia a los cines sumó 53,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 4,9% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 86,7%, frente al 5,5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la estadounidense *Vengadores: Endgame* con 3,8 millones de espectadores, y el estreno nacional más exitoso fue *Once machos 2* con 655.473 espectadores.

• **Portugal:** La asistencia a los cines sumó 16,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 3,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 87,7%, frente al 5,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *El rey león*, con casi 1,4 millones de espectadores, y el estreno portugués con más éxito fue *Variações* con 272.583 espectadores.

• **Uruguay:** La asistencia a los cines sumó 3,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 85,5%, frente al 8,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Toy story 4*, con 323.334 espectadores, y el estreno uruguayo con más éxito fue *Así habló el cambista* con 11.359 espectadores.

CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Panorama global en los países iberoamericanos (2010-2018)

- Muestra de países analizados (Fuente **OBITEL**): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana).
- La muestra de países en 2018 abarca el análisis de la programación de 66 canales de televisión (48 privados y 18 públicos).
- En el periodo 2010-2018, la muestra suma 4.631 títulos de obras de ficción de estreno, 311.597 emisiones y más de 258.367 horas de difusión.
- El promedio de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la ficción televisiva se sitúa en el 26,3% del tiempo total de emisión.
- Los países cuyos canales dedican más tiempo de programación a Ficción son: Estados Unidos (43,2%), Perú (38%) y Chile (37,3%).
- El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana (no nacional) en el periodo 2010-2018 representa el 45,2% en títulos, el 38,7% en emisiones y el 35,7% en horas de programación.
- La distribución de los títulos de ficción por géneros, en el periodo 2010-2018 es la siguiente: Telenovela (58,1%), Series (26,8%), Miniserie (7,4%) y Comedia (1,8%).
- Los países con el mayor volumen de Ficción de estreno difundida en la muestra son: Chile (535 títulos), Estados Unidos (481 títulos) y Venezuela (375 títulos). No se disponen de datos de Venezuela en 2018.
- Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en el período 2010-2018 son: México (1.161 títulos, 97.997 emisiones y 85.256 horas), Brasil (751 títulos, 47.051 emisiones y 37.674 horas) y Colombia (566 títulos, 39.823 emisiones y 33.117 horas).
- Las series que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2018 son: *O outro lado do paraíso* (Globo, 39,9%), *Segundo sol* (Globo, 33%), *Pega pega* (Globo, 30,7%), *Entre irmas* (Globo, 30,5%) y *Treze dias longe do sol* (Globo, 27,2%).
- Respecto al *top-1* de cada país en 2018, ocho series fueron líderes en sus países de origen: Argentina (*100 días para enamorarse*), Brasil (*O outro lado do paraíso*), Chile (*Perdona nuestros pecados*), Colombia (*La reina del Flow*), España (*Cuéntame cómo pasó*), México (*La Rosa de Guadalupe*), Perú (*Mi esperanza*) y Portugal (*A herdeira*).
- La novedad del estudio de 2018 es la incorporación del consumo de ficción a través de plataformas VOD. En cuanto a disponibilidad de este servicio, los países más destacados son: Estados Unidos con 219 plataformas en total, Brasil con 78 y México con 24.
- El volumen de la muestra de ficción disponible en las plataformas VoD analizadas suma un total de 412 títulos y 5.937 capítulos de series. Del total de títulos de ficción en abierto el 35,4% son series nacionales y del 64,6% son series iberoamericanas.
- Respecto a la distribución por el origen de los títulos disponibles en VoD, el 26,5% proceden de España, el 22,1% de México y el 21,1% de Estados Unidos.
- La distribución por géneros de los títulos de ficción disponibles en plataformas VoD en 2018

pone de manifiesto que el 87,4% son series, el 2,9% son miniseries, el 2,4% son telenovelas y el 1,7% son programas unitarios.

- Los títulos con mayor disponibilidad en el conjunto de países en VoD en 2018 estuvieron accesibles en la plataforma Netflix.

- Las series disponibles en VoD todos los países de la muestra son *Élite* (España), *Ingobernable* (México) y *La casa de las flores* (México).

Panorama de la Ficción por países (2018)

- **Argentina:** la Ficción aportó un promedio del 14,2% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 42% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Argentina y México fueron los que más ficción aportaron a los canales argentinos. *En 2018*, en cuanto a emisiones y tiempo de difusión, las telenovelas, con el 73,7% y 77% del total, respectivamente, dominaron ampliamente. Las series emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *100 días para enamorarse* (15,1%) y *Sandro de América* (14,7%).

- **Brasil:** la Ficción aportó un promedio del 13,6% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 84,4% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Después de Brasil, el país que más ficción aportó fue México. *En 2018*, la telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en 2018 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 79,1% y el 85,4%, respectivamente. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *O outro lado do paraíso* (39,9%) y *Segundo sol* (33%).

- **Chile:** la Ficción aportó un promedio del 37,9% del tiempo total de emisión de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 24,3% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. El país que más ficción aportó fue México. *En 2018*, el 64,7% de los títulos nacionales de estreno en 2018 corresponde a telenovelas y el 17,6% a series. Las series emitidas en Mega fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Perdona nuestros pecados* (26,3%) y *Casa de muñecos* (21,7%).

- **Colombia:** la Ficción aportó un promedio del 21,4% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 61,1% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Después de Colombia, el país que aportó más producciones fue México. *En 2018*, el 92,9% de los títulos nacionales de estreno en 2018 corresponde a series y el 7,1% a telenovelas. Las producciones colombianas en Caracol y RCN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *La reina del Flow* (16,7%) y *La mamá del 10* (14,6%).

- **España:** la Ficción aportó un promedio del 41,5% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 76,6% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Aparte de España, los países que más ficción aportaron fueron México, Argentina y Colombia. *En 2018*, los porcentajes acumulados por la ficción española de estreno en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 74% del total de emisiones y el 76,6% del tiempo de programación. Las producciones españolas en Antena 3, Telecinco y La 1 (TVE) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Cuéntame cómo pasó* (6,1%) y *Vivir sin permiso* (6,1%).

- **Estados Unidos (habla hispana):** la Ficción aportó un promedio del 41,2% del tiempo total de emisión a los canales de televisión de la muestra. La Ficción nacional de estreno supuso el 25,4% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Los países que más ficción aportaron a los canales estadounidenses fueron México, Estados Unidos, Colombia y Brasil. *En 2018*, La telenovela fue el género más habitual en los canales norteamericanos con el 79,4% del tiempo de difusión. Las series estadounidenses y mexicanas difundidas en Univisión

y Telemundo fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las producciones mexicanas *Mi marido tiene familia* (8,7%) y *Enamorándome de Ramón* (8,3%).

• **México:** la Ficción aportó un promedio del 16% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 61,2% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Aparte de México, los países que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos y Colombia. En 2018, el 59,8% del total de emisiones y el 54,6% del tiempo de difusión perteneció a las series. Las series en el Canal 2 (Televisa) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series mexicanas *La rosa de Guadalupe* (17,1%) y *Mi marido tiene más familia* (16,5%).

• **Perú:** la Ficción aportó un promedio del 36,4% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 20,7% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. El país que más ficción aportó a los canales peruanos fue México. En 2018, la telenovela fue el género más habitual en los canales peruanos, con el 67,2% del tiempo de difusión. Las producciones en América TV fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series peruanas *Mi esperanza* (23,6%) y *Ojitos hechiceros* (22,3%).

• **Portugal:** la Ficción aportó un promedio del 24,4% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 62,4% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Los países que más ficción aportaron fueron Portugal y Brasil. En 2018, la telenovela fue el género más habitual en los canales portugueses con el 92,2% del total de emisiones. Las producciones portuguesas en TVI, SIC y RTP fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *A herdeira* (13,1%) y *Valor da vida* (11,1%).

• **Uruguay:** la Ficción aportó un promedio del 27% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 0,9% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2018. Los países que más ficción aportaron a los canales uruguayos fueron Argentina y Brasil. En 2018, la telenovela fue el género más habitual en los canales uruguayos con el 76,2% del tiempo total de difusión. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series brasileña *Querer sin límites* (14,6%) y *Las estrellas* (12,2%).

CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

La exhibición cinematográfica en Iberoamérica (2019)

- El número de pantallas cinematográficas instaladas en la región rebasa las 20.500. La audiencia anual se sitúa en 1,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,5 dólares.
- Los ingresos de los cines iberoamericanos en 2019 superan los 3.500 millones de dólares. El cine nacional acumula 85,3 millones de espectadores y la cuota de mercado representa el 9,3%. El número de estrenos totales asciende a 5.506 y el porcentaje de estrenos nacionales representa el 16,5% (912 estrenos).
- Los datos del top-100 cinematográfico de los países iberoamericanos analizados, durante el periodo 2015-2019, reflejan una asistencia acumulada a las salas de cine de 4.089,5 millones de espectadores y 15.834,4 millones de dólares de ingresos.
- La cuota acumulada de espectadores del cine USA en el periodo 2015-2019 se sitúa en el 84,3% y la del cine iberoamericano (nacional y no nacional) en el 10,1%.
- La cuota acumulada por las *Majors* en el periodo 2015-2019 se sitúa en el 84,6% y las distribuidoras independientes en el 15,4%.
- Los 1.800 estrenos que componen el top-100 de los 18 países analizados en 2019 se distribuyen de la siguiente forma por su origen: el 74,6% pertenecen a producciones estadounidenses, el 9,6% a películas iberoamericanas (nacionales y no nacionales) y el 11,3% a estrenos europeos.
- Los 1.800 estrenos de la muestra se corresponden con 296 títulos. De ellos, un 41,2% son estadounidenses, un 40,2% iberoamericanos y un 13,2% europeos.
- En cuanto al tipo de producción, de los 119 títulos iberoamericanos de estreno, el 26,9% se realizaron en coproducción con otros países y 73,1% son producciones de un solo país. De las 32 coproducciones iberoamericanas, 20 (62,5%) se realizaron entre países iberoamericanos y 12 (16,8%) con otros países
- El estreno más popular en 2019 fue *Vengadores: Endgame*, con un total de 73 millones de espectadores acumulados en el conjunto de los 18 países iberoamericanos analizados. En segundo lugar, con 60,3 millones, *El Rey León* y en tercer lugar *Toy Story 4* con 59,8 millones de espectadores.
- El estreno iberoamericano más popular en 2019 fue la película brasileña *Nada a perder – Parte 2* con un total de 6,69 millones de espectadores, seguida de las mexicanas *No manches, Frida 2* con 6,68 millones, y *Mirreyes contra Godínez* (Chava Cartas) con 4,5 millones de espectadores.

Panorama cinematográfico mundial (2019)

- La asistencia a los cines en el mundo en 2019 suma 8.333 millones de espectadores y 42.500 millones de dólares de recaudación.
- *Vengadores: Endgame* fue la más vista en el mundo, con casi 529 millones de espectadores y casi 2.700 millones de dólares de recaudación, seguida de *El Rey León* con 316,9 millones y 1.616 millones de dólares y *Frozen 2* con 242 millones de espectadores y 1.234 millones de dólares.
- La producción española *Dolor y gloria* fue el estreno iberoamericano más popular en el mundo con 6,7 millones de espectadores y 34,5 millones de dólares de ingresos. El segundo lugar en el ranking se sitúa la mexicana *No manches, Frida 2* con 5,2 millones de espectadores y 26,8 millones de dólares.

El cine iberoamericano en Europa (2019)

- La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas de la Unión Europea, en los últimos cinco años, muestra su máximo en 2019 con 1.005 millones de espectadores.
- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore**): Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rusia y Turquía.
- El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra en 2019 asciende a 205, siendo Francia (69), Italia (33) y Alemania (32) los que estrenaron un mayor número de producciones.
- El total de espectadores que consumieron cine iberoamericano asciende a 6,5 millones y la recaudación total supera los 47,4 millones de dólares.
- Los países con un mayor número de consumidores de cine iberoamericano son Francia (2,8) e Italia (1,9 millones) y sus respectivos ingresos totales en taquilla suman 20,4 millones de dólares y 13,1 millones de dólares.
- Los top-10 de la muestra suman un total de 83 estrenos, se corresponden con 42 títulos y suman una asistencia conjunta de 5,5 millones de espectadores y casi 41 millones de dólares de recaudación.
- El 64,2% (27 títulos) del total se realizó en régimen de coproducción y un 22,2% (6 títulos) se produjo entre países iberoamericanos.
- El mayor número de estrenos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados europeos analizados provinieron de España (15), Argentina (6), Brasil (6) y México (6).
- El *ranking* acumulado de estrenos iberoamericanos en mercados europeos está encabezado por estas tres producciones: *Dolor y gloria* de España, con 2 millones de espectadores; *El traidor* de Brasil con 1,1 millones y *Gloria Bell* (Sebastián Lelio) de Chile con casi 360.000 espectadores.
- El ranking histórico del cine iberoamericano en el periodo 2015-2019 en los mercados europeos está dominado por tres películas españolas: *Exodus: Dioses y Reyes* con 3,9 millones de espectadores, *Dolor y gloria* con 2 millones de espectadores y *Julieta* con 1,5 millones de espectadores.
- El top-3 del cine iberoamericano en los ocho mercados europeos analizados se incluyen en el siguiente cuadro:

Cuadro Conclusiones 6.1

Top-3 del cine iberoamericano en los mercados europeos. Año 2019

País	Nº	Título	Origen	Espectadores
Alemania	1	Dolor y gloria	España	207.618
Alemania	2	Yuli	España, Alemania, UK	122.103
Alemania	3	Gloria Bell	Chile, USA	53.483
Austria	1	Dolor y gloria	España	20.919
Austria	2	El mayor regalo	España	12.604
Austria	3	Gloria Bell	Chile, USA	8.211
Francia	1	Dolor y gloria	España	794.720
Francia	2	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	333.787
Francia	3	El reino	España, Francia	246.016
Italia	1	El traidor	Brasil, Alemania, Francia, Italia	767.473

Italia	2	Dolor y gloria	España	513.786
Italia	3	El hombre que compró la luna	Argentina, Italia	99.617
P. Bajos	1	Dolor y gloria	España	111.046
P. Bajos	2	Gloria Bell	Chile, USA	29.005
P. Bajos	3	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	13.649
Polonia	1	Dolor y gloria	España	130.935
Polonia	2	Como la vida misma	España, USA	9.344
Polonia	3	Gloria Bell	Chile, USA	7.971
R. Unido	1	Dolor y gloria	España	195.054
R. Unido	2	Los hermanos Sisters	España, Francia, USA	106.245
R. Unido	3	Todos lo saben	España, Francia, Italia	66.110
Rusia	1	Dolor y gloria	España	96.224
Rusia	2	Día de muertos	México	82.280
Rusia	3	Paradise Hills	España	20.861
Turquía	1	Todos lo saben	España, Francia, Italia	28.243
Turquía	2	Dolor y gloria	España	25.185
Turquía	3	Campeones	España	11.191

El cine iberoamericano (no nacional) en el mercado iberoamericano (2019)

- El número total de estrenos de los 18 países incluidos en la muestra suma 73, los cuales se corresponden con 34 títulos, acumulan una asistencia de 6,5 millones de espectadores y 22,2 millones de dólares de recaudación.
- La distribución de los 73 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que España (12), Bolivia (8), Uruguay (8) y Paraguay (6) son los países que más obras iberoamericanas exhibieron en 2019.
- Los mercados que aglutinan una mayor asistencia al cine iberoamericano son México (2,4 millones) y Brasil (un millón). Otros mercados con cifras significativas son Argentina con más de 700.000 espectadores y Colombia y Perú, ambos con más de 400.000 espectadores.
- La distribución de títulos en los mercados iberoamericanos por países de origen refleja que Argentina (10 títulos - 4 mercados), México (9 títulos - 9 mercados), España (5 títulos - 18 mercados) y Brasil (3 títulos - 8 mercados) son los países que más producciones iberoamericanas no nacionales distribuyeron entre los 18 países analizados en 2019.
- Los estrenos iberoamericanos presentes en los *top-100* en un mayor número de mercados en 2019 son *El Parque Mágico* (Dylan Brown, 17 países), *Dolor y gloria* (7 países) *Nada a perder – Parte 2* (6 países) y *Día de Muertos* (5 países).
- Las películas que aglutinan un mayor número de espectadores y recaudación en taquilla son: *El Parque Mágico* (3,4 millones de espectadores), *Perfectos desconocidos* (793.962 espectadores), *Nada a perder – Parte 2* (559.025 espectadores) y *Dolor y gloria* (492.885 espectadores).
- El estudio histórico del cine iberoamericano en mercados iberoamericanos no nacionales en el periodo 2015-2019, abarca un total de 402 estrenos y 222 títulos. Los espectadores acumulados de la muestra suman 29,6 millones y los ingresos totales superan los 100 millones de dólares.
- El histórico de la distribución del cine iberoamericano en mercados iberoamericanos no nacionales por país de estreno refleja que en España se exhibieron 87 películas (en este caso se incluye el análisis de todos los estrenos), seguida de Uruguay con 51 y de Bolivia con 34.

- La distribución de espectadores del cine iberoamericano por países de estreno en el periodo 2015-2019 refleja que México es el mercado que reportó más éxito a las producciones iberoamericanas no nacionales con un total de 12,2 millones de espectadores. A continuación con más de dos millones de espectadores el mercado argentino, colombiano y peruano. Y finalmente con más de un millón de espectadores se encuentran el mercado brasileño, uruguayo, español y chileno.
- El *ranking* histórico de estrenos argentinos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que el estreno con más éxito fue *Un novio para mi mujer* con 1,2 millones de espectadores en México.
- El *ranking* histórico de estrenos brasileños en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que el estreno más popular fue *Nada a perder – Parte 1* con 625.678 espectadores en Argentina.
- El *ranking* histórico de estrenos chilenos y colombianos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que el estreno con más éxito fue la coproducción entre ambos países *Los 33* con 1,1 millones en México.
- El *ranking* histórico de estrenos españoles en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que las producciones con más éxito fueron *El parque mágico* con 1,6 millones de espectadores, *Perfectos desconocidos* con 1,4 millones y *Lo que de verdad importa* con 1,1 millones.
- El *ranking* histórico de estrenos mexicanos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que las producciones con más éxito fueron *El gran pequeño* con 243.475 espectadores en Perú, *El libro de la vida* con 206.656 espectadores en España y *Don Gato 2* con 200.550 espectadores en Perú.
- El *ranking* histórico de estrenos peruanos en mercados iberoamericanos en el periodo 2015-2019 con más éxito fue *Condorito: la película* en Chile (455.163 espectadores) y Colombia (428.456 espectadores).
- El *ranking* histórico de estrenos del resto de países iberoamericanos en el periodo 2015-2019 refleja que las producciones con más éxito fueron la obra dominicana *Cómplices* con casi 995.000 espectadores, la también dominicana *Todos los hombres sois iguales* con más de 120.000 espectadores en Perú, la producción panameña *Manos de piedra* con casi 85.000 espectadores en Venezuela y la obra cubana *Meñique* con más de 70.000 espectadores también en Venezuela.

El cine iberoamericano en USA (2019)

- La asistencia a los cines de Estados Unidos en 2019 suma 1.257,5 millones de espectadores y 11.317,5 millones de dólares de recaudación.
- El número total de estrenos suma 786 de los cuales el 45,4% son autóctonos. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9 dólares.
- La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2019 en un 93% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 4,4%, la del resto de países en un 2,4% y la del cine iberoamericano en un 0,2%.
- Las distribuidoras de los grandes Estudios americanos, en 2019, representan una cuota conjunta de espectadores del 80,5% y las independientes el 19,5% restante.
- La distribución de la cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos en el

periodo 2015-2019 en Estados Unidos: el 93% cine USA, el 4,9% cine europeo, el 1,5% cine del resto de países y el 0,6% cine iberoamericano.

- La cuota acumulada de espectadores registrada por las *Majors* en el periodo 2015-2019 representa el 83,5% y las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota acumulada del 16,5%.

- El ranking de estrenos en 2019 en USA está liderado por las películas estadounidenses *Vengadores: Endgame* (95,9 millones espectadores), *El Rey León* (60 millones) y *Frozen 2* (49,3 millones de espectadores).

- El ranking de estrenos iberoamericanos en Estados Unidos en 2019 está encabezado por la producción española *El parque Mágico*, con 4,9 millones de espectadores, y la chilena *Gloria Bell* con más de 620.000 espectadores. A continuación se sitúan dos estrenos íntegramente iberoamericanos, la película española *Dolor y gloria* con 435.010 espectadores y la producción mexicana *Tod@s caen* con más de 300.000 espectadores.

- El total de títulos iberoamericanos estrenados en USA en 2019 suma 24, acumulan una asistencia de 2,1 millones de espectadores y 18,9 millones de dólares de recaudación.

- El estudio histórico de la muestra de estrenos iberoamericanos en el mercado USA, en el periodo 2015-2019, abarca un total de 152 estrenos. Los espectadores acumulados suman 20,2 millones y los ingresos totales superan los 177,5 millones de dólares.

- En el periodo 2015-2019 en el mercado USA se exhibieron 40 películas españolas, 33 mexicanas, 26 brasileñas, 14 chilenas y 13 argentinas. Un total de 16 países iberoamericanos consiguieron estrenar al menos una producción en el mercado americano.

- El ranking histórico del cine iberoamericano entre 2015 y 2019 en el mercado USA refleja que las cuatro producciones que superaron el millón de espectadores son: *Los 33*, *Llámame por tu nombre*, *No manches*, *Frida* y *Un gallo con muchos huevos*.

- El cuadro siguiente muestra el porcentaje de coproducción en los diferentes mercados:

Mercado	Títulos muestra	Coproducciones totales	Coproducciones iberoamericanas
Nacional	119	26,9%	62,5%
Europeo	42	65,8%	22,2%
Iberoamericano	34	38,2%	69,2%
USA	24	58,3%	35,7%

CAPÍTULO 4. UNA DÉCADA DE CINE (2010-2019): CHILE, ECUADOR Y PERÚ

Chile

- Los datos socio-económicos de Chile muestran un crecimiento poblacional de más de 2 millones de personas en la década 2010-2019 y un aumento del PIB-ppa de 0,197 billones de dólares (63,7%) en dicho periodo.
- El aumento del equipamiento cinematográfico en la década 2010-2019 fue de 160 pantallas de cine (51%).
- El record de asistencia se produjo en 2019 con 29,1 millones de entradas vendidas.
- En la década 2010-2019 en Chile, la suma de espectadores asistentes a las salas de cine suma casi 234 millones y supera los 1.232 millones de dólares de ingresos.
- El número de estrenos comerciales totales en la década 2010-2019 sumó 2.153, de los cuales el 11,1% (239) pertenecen a lanzamientos de cine chileno. La cuota promedio de espectadores del cine chileno en este periodo se situó en el 3,4% (8 millones de espectadores).
- La dos producciones chilenas con más éxito en la década 2010-2019 en Chile fueron *Stefan vs Kramer* (2012) con más de 2 millones de espectadores y *Sin filtro* (2016) con casi 1,3 millones.
- El estreno chileno más popular en otros países iberoamericanos en el quinquenio 2015-2019 fue la película *Jackie* (2017) con 133.756 espectadores en España.
- En el mercado estadounidense las obras más exitosas del cine chileno en la década 2015-2019 fueron *El infierno verde* (2015) con 850.132 espectadores, *Jackie* (2017) con 815.313 y *Gloria Bell* (2019) con 623.564 espectadores.
- En el mercado europeo la obra más exitosa del cine chileno, en la década 2015-2019, fue *Neruda* (2017) con 236.017 espectadores en Francia.

Ecuador

- Los datos socio-económicos de Ecuador muestran un crecimiento poblacional de más de 2 millones de personas en la década 2010-2019 y un aumento del PIB-ppa de 0,066 billones de dólares (48,5%) en dicho periodo.
- El aumento del equipamiento cinematográfico en la década 2010-2019 sobrepasó las 170 pantallas de cine (90%).
- El record de asistencia se produjo en 2019 con 20 millones de entradas vendidas.
- En la década 2010-2019 en Ecuador, la suma de espectadores asistentes a las salas de cine suma casi 149 millones y supera los 665 millones de dólares de ingresos.
- El número de estrenos comerciales totales en la década 2010-2019 sumó 2.240, de los cuales el 5,7% (128) pertenecen a lanzamientos de cine ecuatoriano. La cuota promedio de espectadores del cine ecuatoriano en este periodo se situó en el 1,4% (2 millones de espectadores).
- La tres producciones ecuatorianas con más éxito en la década 2010-2019 en Ecuador fueron *Rock N' Cola* con más de 300.000 espectadores y *Con mi corazón en Yambo* y *Prometeo deportado*, ambas con más de 160.000 espectadores.

Perú

- Los datos socio-económicos de Perú muestran un crecimiento poblacional de 2,6 millones de personas en la década 2010-2019 y un aumento del PIB-ppa de 0,197 billones de dólares (68,8%) en dicho periodo.
- El aumento del equipamiento cinematográfico en la década 2010-2019 se situó en 315 pantallas de cine (91%).
- El record de asistencia se produjo en 2019 con 53,4 millones de entradas vendidas.
- En la década 2010-2019 en Perú, la suma de espectadores asistentes a las salas de cine suma casi 405 millones y supera los 1.400 millones de dólares de ingresos.
- El número de estrenos comerciales totales en la década 2010-2019 sumó 2.792, de los cuales el 7,1% (201) pertenecen a lanzamientos de cine peruano. La cuota promedio de espectadores del cine peruano en este periodo se situó en el 8,7% (35,1 millones de espectadores).
- Las dos producciones peruanas con más éxito en la década 2010-2019 en Perú fueron *Asu Mare 2* (2015) y *Asu Mare* (2013), ambas con más de 3 millones de espectadores.
- El estreno peruano más internacional en el quinquenio 2015-2019 fue *Condorito: La película* (2017) superando los 400.000 espectadores en Chile y Colombia, y estando presente en otros 15 países.

CAPÍTULO 5. PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2019

· La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, desde su creación en 1998, por parte los 21 países miembros asciende a 108,9 millones de dólares.

· El Programa IBERMEDIA ha gestionado 29 convocatorias de apoyo financiero, en las que se han otorgado 948 ayudas a la Coproducción de largometrajes iberoamericanos, 1.022 ayudas al Desarrollo de proyectos audiovisuales, 283 ayudas a la Promoción y Distribución de películas, 298 a la Exhibición, 2.842 becas de formación a profesionales del sector y 416 ayudas financieras a la adquisición de derechos de películas para su difusión en televisiones públicas latinoamericanas.

· Los países que se han adherido al Programa IBERMEDIA desde su creación, son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. A partir de 2020, se incorpora El Salvador.

· El Programa IBERMEDIA se suma al impulso de la presencia de las mujeres en la industria cinematográfica. Los resultados en la modalidad de Coproducción en cuanto a los proyectos seleccionados son los siguientes: Los proyectos dirigidos por mujeres obtuvieron el 38,2% del total de ayudas otorgadas, los guionizados por mujeres obtuvieron el 35,7% y las coproducciones realizadas exclusivamente por mujeres registraron el 8,7%. En cuanto a la modalidad de Desarrollo: Los proyectos dirigidos obtuvieron el 34,1%, los guionizados un 28,4% y los producidos un 34%.

· El cuadro siguiente muestra la distribución de los aportes acumulados por cada país desde la creación del programa en 1998 hasta 2019:

Cuadro Conclusiones 6.3

Aportes acumulados por cada país. Programa IBERMEDIA

Argentina	7.599.956	México	7.256.192
Bolivia	2.149.980	Nicaragua	200.000
Brasil	12.485.980	Panamá	1.900.000
Chile	3.367.634	Paraguay	850.000
Colombia	3.319.885	Perú	2.792.388
Costa Rica	1.550.000	Portugal	5.750.000
Cuba	2.401.135	Puerto Rico	2.100.000
Ecuador	1.839.669	R. Dominicana	1.600.000
España	40.047.064	Uruguay	3.025.000
Guatemala	550.000	Venezuela	6.118.344
Italia	2.010.000	Total	108.913.227

· El cuadro siguiente refleja la relación entre las aportaciones brutas al fondo de 2019 de cada país y el importe final recibido:

Cuadro Conclusiones 6.4
Aportaciones en bruto e importe final recibido. IBERMEDIA 2019

Países	Aportado	Recibido	Diferencia	%
Argentina	500.000	427.685	-72.315	-14,5
Bolivia	150.000	263.258	113.258	75,5
Brasil	493.033	318.400	-174.633	-35,4
Chile	300.000	264.474	-35.526	-11,8
Colombia	225.000	275.843	50.843	22,6
Costa Rica	150.000	193.028	43.028	28,7
Cuba	100.000	184.921	84.921	84,9
Ecuador	154.925	239.388	84.463	54,5
España	880.000	407.504	-472.496	-53,7
Guatemala	100.000	211.894	111.894	111,9
Italia	660.000	316.892	-343.108	-52,0
México	250.000	252.920	2.920	1,2
Nicaragua	100.000	192.183	92.183	92,2
Panamá	175.000	192.288	17.288	9,9
Paraguay	150.000	216.927	66.927	44,6
Perú	225.000	256.272	31.272	13,9
Portugal	300.000	249.858	-50.142	-16,7
Puerto Rico	150.000	215.282	65.282	43,5
R. Dominicana	175.000	149.048	-25.952	-14,8
Uruguay	175.000	221.059	46.059	26,3
Venezuela	100.000	40.000	-60.000	-60,0
Total	5.512.958	5.089.124		

· El cuadro siguiente muestra la distribución final neta del fondo de 2019 por categorías:

Cuadro Conclusiones 6.5
Distribución del programa IBERMEDIA. Año 2019

Categorías	Importe (\$)	%
Total Desarrollo	570.506	10,92
Total Coproducción	4.065.869	77,83
Total Distribución	58.566	1,12
Total Formación	529.183	10,13
Total Repartido	5.224.124	100,00

· El cuadro siguiente muestra la distribución del fondo de 2019 por géneros para las categorías de Desarrollo y Coproducción:

Cuadro Conclusiones 6.6
Distribución de los proyectos seleccionados por géneros. IBERMEDIA 2019

Concepto	Desarrollo			Coproducción			Total
	Animación	Documental	Ficción	Animación	Documental	Ficción	
Proyectos	10	6	39	2	10	46	113
Importe (\$)	142.854	69.168	398.484	200.000	439.812	3.484.623	4.734.941

· El cuadro siguiente muestra la distribución por países de proyectos y coproducciones:

Cuadro Conclusiones 6.7
Distribución de los proyectos y coproducciones por países

Países	Proyectos preseleccionados	Proyectos seleccionados	Total coproducciones	Coproducciones mayoritarias
Argentina	60	9	23	6
Bolivia	10	6	4	4
Brasil	32	9	13	4
Chile	22	7	8	2
Colombia	22	7	8	2
Costa Rica	8	5	3	2
Cuba	6	4	7	3
Ecuador	9	4	7	5
España	43	10	11	6
Guatemala	7	6	2	2
Italia	8	8	4	4
México	17	9	9	2
Nicaragua	3	3	2	2
Panamá	8	5	4	4
Paraguay	11	4	3	3
Perú	14	5	5	4
Portugal	10	4	4	3
Puerto Rico	9	9	2	2
R. Dominicana	6	6	3	2
Uruguay	9	4	7	3
Venezuela	3	3	0	0
Total	322	127	129	65

· El cuadro siguiente muestra la distribución de las Coproducciones (129) por países de origen y países coproductores:

Cuadro Conclusiones 6.8

Distribución de las coproducciones por países. IBERMEDIA 2019

Países	AR	BO	BR	CL	CO	CR	CU	EC	ES	GU	IT	ME	NI	PA	PG	PE	PO	PU	RD	UG
Argentina	■		6	2			1	4		2					2	2	1			3
Bolivia		■		1					1			1								1
Brasil	6		■	1								2		1			1			2
Chile	2	1	1	■					1	1	1					1				
Colombia					■	2		1	1			1		2		1				
Costa Rica						■														1
Cuba							■	1	1	1		2	1							1
Ecuador	1				1		1	■				1			1	1				1
España	4			1		1	1		■							1	2	1		
Guatemala				1			1			■										
Italia	2		1	1							■									
México		1	2		1		2	1		1		■	1							
Nicaragua							1						1	■						
Panamá			1		2										■					1
Paraguay	2							1								■				
Perú	2			1	1			1									■			
Portugal	1		1						2									■		
Puerto Rico									1										■	1
R. Dominicana						1	1											1	■	
Uruguay	3	1	2					1												■
Total	23	3	14	8	7	4	8	6	11	3	3	8	2	3	3	6	4	2	4	7

Programa IBERMEDIA 2019 por países iberoamericanos

- **Argentina:** El importe aportado suma 500.000 dólares y el importe recibido supone 427.685 dólares. Los proyectos argentinos seleccionados son 9. El total de proyectos coproducidos con Argentina asciende a 23 (6 mayoritarios). Los países coproductores son: Brasil (6), Chile (2), Cuba (1), España (4), Italia (2), Paraguay (2), Perú (2), Portugal (1) y Uruguay (3).
- **Bolivia:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido supone 263.258 dólares. Los proyectos bolivianos seleccionados son 6. El total de proyectos coproducidos con Bolivia asciende a 4 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Chile, España, México y Uruguay.
- **Brasil:** El importe aportado suma 493.033 dólares y el importe recibido supone 318.400 dólares. Los proyectos brasileños seleccionados son 9. El total de proyectos coproducidos con Brasil asciende a 13 (4 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (6), Chile (1), México (2), Panamá (1), Portugal (1) y Uruguay (2).
- **Chile:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el importe recibido supone 264.474 dólares. Los proyectos chilenos seleccionados son 7. El total de proyectos del programa coproducidos con Chile asciende a 8 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Bolivia (1), Brasil (1), España (1), Guatemala (1), Italia (1) y Perú (1).
- **Colombia:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el importe recibido supone 275.843 dólares. Los proyectos colombianos seleccionados son 7. El total de proyectos del programa coproducidos con Colombia asciende a 8 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Costa Rica (2), Ecuador (1), España (1), México (1), Panamá (2) Perú (1).

- **Costa Rica:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido supone 193.028 dólares. Los proyectos costarricenses seleccionados son 5. El total de proyectos del programa coproducidos con Costa Rica ascienden a 3 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Colombia (2), R. Dominicana (1).
- **Cuba:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe recibido supone 184.921 dólares. Los proyectos cubanos seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Cuba asciende a 7 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Ecuador (1), España (1), Guatemala (1), México (2), Nicaragua (1) y R. Dominicana (1).
- **Ecuador:** El importe aportado suma 154.925 dólares y el importe recibido supone 239.388 dólares. Los proyectos ecuatorianos seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Ecuador asciende a 7 (5 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina, Colombia, Cuba, México, Paraguay, Perú y Uruguay.
- **España:** El importe aportado suma 880.000 dólares y el importe recibido supone 407.504 dólares. Los proyectos españoles seleccionados son 10. El total de proyectos coproducidos con España asciende a 11 (6 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (4), Chile (1), Colombia (1), Cuba (1), Perú (1), Portugal (2) y Puerto Rico (1).
- **Guatemala:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe recibido supone 211.894 dólares. Los proyectos guatemaltecos seleccionados son 6. El total de proyectos del programa coproducidos con Guatemala asciende a 2 (ambos mayoritarios). Los países coproductores son: Chile y Cuba.
- **Italia:** El importe aportado suma 660.000 dólares y el importe recibido supone 316.892 dólares. Los proyectos italianos seleccionados son 8. El total de proyectos del programa coproducidos con Italia asciende a 4 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Brasil (1) y Chile (1).
- **México:** El importe aportado suma 250.000 dólares y el importe recibido supone 252.920 dólares. Los proyectos mexicanos seleccionados son 9. El total de proyectos coproducidos con México asciende a 9 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Bolivia (1), Brasil (2), Colombia (1), Cuba (2), Ecuador (1), Guatemala (1) y Nicaragua (1).
- **Nicaragua:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe recibido supone 192.183 dólares. Los proyectos nicaragüenses seleccionados son 3. El total de proyectos del programa coproducidos con Nicaragua asciende a 2 (ambos mayoritarios). Los países coproductores son: Cuba y México.
- **Panamá:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el importe recibido supone 192.288 dólares. Los proyectos panameños seleccionados son 5. El total de proyectos del programa coproducidos con Panamá asciende a 4 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Brasil (1), Colombia (2) y R. Dominicana (1).
- **Paraguay:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido supone 216.927 dólares. Los proyectos paraguayos seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Paraguay asciende a 3 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2) y Ecuador (1).
- **Perú:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el importe recibido supone 256.272 dólares. Los proyectos peruanos seleccionados son 5. El total de proyectos coproducidos con Perú asciende a 5 (4 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Chile (1), Colombia (1) y Ecuador (1).

- **Portugal:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el importe recibido supone 249.858 dólares. Los proyectos portugueses seleccionados son 5. El total de proyectos coproducidos con Portugal asciende a 4 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Brasil (1) y España (2).
- **Puerto Rico:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido supone 215.282 dólares. Los proyectos puertorriqueños seleccionados son 9. El total de proyectos del programa coproducidos con Puerto Rico asciende a 2 (ambos mayoritarios). Los países coproductores son: España y R. Dominicana.
- **R. Dominicana:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el importe recibido supone 149.048 dólares. Los proyectos dominicanos seleccionados son 6. El total de proyectos del programa coproducidos con la República Dominicana asciende a 3 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Costa Rica, Cuba y Puerto Rico.
- **Uruguay:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el importe recibido supone 221.059 dólares. Los proyectos uruguayos seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Uruguay asciende a 7 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (3), Bolivia (1), Brasil (2) y Ecuador (1).
- **Venezuela:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe recibido supone 40.000 dólares. Los proyectos venezolanos seleccionados son 3. Venezuela no ha concurrido a las categorías de Formación ni Coproducción.



PANORAMA Y DESAFIOS DE LA GESTIÓN COLECTIVA DEL
PRODUCTOR AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA

PANORAMA Y DESAFÍOS DE LA GESTIÓN COLECTIVA DEL PRODUCTOR AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA

Por José Antonio Suárez
Raúl Vázquez
Gabriel Salcedo

1. Planteamiento. Tres grandes desafíos

La casi totalidad de las leyes de América Latina (en concordancia con el Convenio de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas), reconocen a los productores audiovisuales derechos exclusivos para autorizar (o no autorizar) la comunicación pública de las obras audiovisuales de su titularidad o bajo su control y -en consecuencia- la facultad de percibir una retribución económica por los hechos de comunicación pública autorizados. La comunicación pública más frecuentemente realizada por los usuarios consiste ya sea en la puesta a disposición no interactiva de obras en lugares abiertos al público (bares, restaurantes, gimnasios, hoteles, entre otros), ya sea en la retransmisión simultánea e inalterada por empresas de distribución al público de señales (cable operadores, operadores satelitales, operadores atmosféricos) de obras audiovisuales radiodifundidas. Esto sucede básicamente cuando estas empresas de distribución de señales captan e inyectan dentro de su parrilla, señales de televisión de libre disponibilidad (televisión abierta) dentro de cuya programación hay obras audiovisuales.

Como quiera que los productores audiovisuales cuyos derechos son comunicados al público se cuentan por miles y los usuarios que efectúan tales comunicaciones públicas por decenas de miles, la única forma eficaz que hasta el presente se ha desarrollado para que oferta y demanda se encuentren razonablemente, es la *gestión colectiva*. La gestión colectiva no es sino una herramienta usualmente regulada por el Estado, por medio de la cual los titulares de derechos unifican su representación, a fin de que una única entidad (la *Entidad de Gestión Colectiva*) ejerza fiduciariamente sus derechos, otorgue las licencias a todos los que deseen usarlos, perciba las contraprestaciones (también usualmente regladas por el Estado) y las distribuya entre todos los titulares, previa deducción de los costos de administración del sistema.

Pues bien, el adecuado desarrollo del sistema de gestión colectiva de derechos de productores audiovisuales enfrenta en América Latina una serie de desafíos que aquí pretendemos meramente enunciar.

En primer lugar, nuestra idiosincrasia rehúye a la tan nórdica costumbre de cumplir la ley y respetar los derechos ajenos voluntariamente o a primer requerimiento. Veamos; en gran cantidad

de situaciones somos sanamente proclives al cumplimiento de la ley, pero a la hora del respeto de la propiedad intelectual (sobre todo de la ajena), todo fanatismo legalista se desdibuja. Asociaciones de usuarios multiplican creativos esfuerzos en propagar e intentar justificar el incumplimiento de la ley. Ya se sabe: si el bien está disponible se puede generar una falsa sensación de propiedad comunal o dominio público. En propiedad intelectual, hay abundancia debido a la inmaterialidad del bien objeto de derechos, que dificulta al titular la posesión pacífica, a diferencia de los objetos materiales (casas, automóviles y otros bienes que componen el patrimonio). Este es pues el primer gran desafío de la gestión colectiva en América Latina, al que podemos llamar *la contumacia del deudor*.

En segundo lugar -pero no menos preponderante- la falta o relativa escasez de recursos materiales y personales en los organismos públicos dedicados a la misión esencial del Estado: hacer cumplir la ley. Muchas leyes de derechos de autor de América Latina asignan a un organismo del Estado (usual pero no necesariamente llamada "Dirección de Derechos de Autor") funciones tanto de control respecto de las Entidades de Gestión Colectiva (no de otra forma podría ser cuando se otorga un cuasi monopolio) como de fiscalización (y eventualmente sanción) de los incumplimientos por parte de los usuarios. Es sabido: legislaciones sabias y escasos recursos para aplicarlas. Así, direcciones de derechos de autor con espacios y personal insuficiente o con facultades limitadas, hacen una perfecta química con la contumacia del deudor y genera lo que podremos llamar *la relativa ineficiencia del Estado*.

En tercer lugar, la ceguera de la Justicia. La disciplina del Derecho de Autor tiene algunos cuantos -pero no tantos- abogados especializados, formados en base a esfuerzos personales, ayudas de Entidades de Gestión Colectiva y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, algunos escasos posgrados universitarios y poco más. De estos escasos abogados, pocos son jueces; y de los muchos jueces, pocos tienen información pertinente sobre la materia. Si al deudor contumaz lo acoplamos con la relativa ineficiencia del Estado y a su resultado le sumamos jueces poco informados, podemos llamar al cóctel: *violar la ley genera abundancia*.

La contumacia del deudor

Lo dicho: la imposibilidad de poseer físicamente un bien inmaterial, genera una falsa sensación de abundancia; y es sabido en el mercado: la abundancia de un bien hace bajar su precio. Y si la abundancia es infinita, el precio es infinitesimal.

Una película cinematográfica no era en la antigüedad la cinta 35 mm que la contenía, ni es en la actualidad el disco rígido ni la memoria que graba su codificación binaria. A diferencia de si entran a robar en tu casa, que te enteras mientras el ladrón te apunta con el arma o cuando más tarde llegas y percibes que tus muebles han desaparecido, cualquiera puede usar una obra cinematográfica ajena, sin que el titular de sus derechos se haya enterado ni se vaya a enterar quizás nunca.

Difícilmente una asociación de propietarios de hoteles vaya a aconsejar fervorosamente a sus asociados que eviten pagar los servicios de lavandería, que omitan uno de cada dos meses los salarios de sus empleados y tomen bodegas por asalto para proveerse de las botellas de bebidas espirituosas que se consume en sus bares. Pero es bastante probable (y muy frecuente) que la misma asociación empresarial explique en jugosos dictámenes, las buenas prácticas empresariales de violar las leyes de propiedad intelectual (claro está, excepto que se trate de la violación de sus propios derechos marcarios).

Si bien, acreedores que quieren cobrar, y deudores que no quieren pagar, son un clásico de la literatura universal, la propaganda activa de la deuda contumaz parece ser una novedad del campo de la propiedad intelectual: está mal visto apropiarse de lo ajeno, pero la propiedad intelectual no es vista como ajena (sobre todo si es ajena), y los mayores libertarios, pueden llegar a pregonar el trabajo gratuito del creador de propiedad intelectual. La paradoja del libertario esclavista.

Muchas de las Entidades de Gestión Colectiva de Productores Audiovisuales de América Latina, consumen muchos recursos en explicar lo obvio y conocido: la ley.

Pero este clásico de la literatura universal que es *la contumacia del deudor* no sería más que un libro de ficción si no fuera por el serio ensayo sobre el realismo mágico que es...

... La relativa ineficiencia del Estado

Hacer cumplir la ley es más costoso que escribirla: La metáfora de la letra muerta.

Un viejo aforismo jurídico (enseñada en los primeros años de las facultades de derechos) dice: “*no hay obligación sin sanción*”. Ahí donde la sanción es ineficaz o morosa, o donde el órgano del Estado destinado a hacer cumplir la ley es insuficiente, la ley parece solo un capítulo de la literatura fantástica.

Muchos países de América Latina tienen organismos del Estado destinados a reglamentar y hacer cumplir las previsiones de las leyes de derechos de autor. Muchos de estos organismos tienen sus principales funciones asignadas en las propias leyes, cuyas previsiones están destinadas a hacer cumplir. Los mejores ejemplos de regulación (y en mucho de cumplimiento) son las leyes y organismos de tres partes del Pacto Andino: Colombia, Ecuador y Perú, que tienen fuertes Direcciones de Derechos de Autor, con amplias competencias regulatorias y sancionatorias y las ejercen con eficacia.

Sin embargo, en muchos otros países, las Direcciones de Derechos de Autor (o nombres similares) o bien son meros registros o bien tienen escasos recursos para cumplir las funciones asignadas.

Muchas de las Entidades de Gestión Colectiva de Productores Audiovisuales de América Latina consumen muchos recursos en gestionar ante las autoridades la modernización de los órganos del Estado destinados a hacer cumplir las leyes de Derechos de Autor.

Violar la ley genera abundancia

Paradójicamente, la abundancia es un bien escaso. Pero no es así en el caso de la abundante y prolífica violación de derechos de autor.

Violar los derechos de los creadores genera abundancia, y el ahorro es una de sus formas. Si deudores contumaces se encuentran con autoridades desprovistas de recursos y al momento de ir a los tribunales de justicia encuentran abundante perplejidad, el ahorro en este “insumo” de su negocio es un dato para muchos usuarios de propiedad intelectual.

Jueces altamente capacitados en derecho civil y comercial general, resuelven diariamente los casos cotidianos de la ciudadanía: deudas impagas, accidentes automovilísticos, daños y perjuicios de diversa índole, divorcios y demás casos de familia y tantos más. Pero llegados a sus estrados casos de derechos de autor, sienten perplejidad. Si los casos vinieran con previos dictámenes de las Direcciones de Derechos de Autor, encontrarían referencias válidas para sus decisiones.

Muchas de las Entidades de Gestión Colectiva de Productores Audiovisuales de América Latina consumen muchos recursos en promover frente a los Estados y a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) el dictado de capacitaciones para magistrados en materias de propiedad intelectual.

2. La Entidades de Gestión nacionales

A pesar de las tendencias globales de consolidación de negocios, las Sociedades de Gestión Colectiva han prosperado por sus operaciones, membresía, asambleas y consejos nacionales. Las Sociedades Gestión Colectiva de Productores Audiovisuales han tenido la misma experiencia. Normalmente, son los mismos productores del país quienes deciden formar una sociedad y, a veces con apoyo internacional, financian sus operaciones hasta conseguir autosuficiencia. La

independencia que las sociedades nacionales ejercen es vital para su desarrollo. Educar a los usuarios o clientes sobre el licenciamiento de obras, adaptar los sistemas de cobranza a costumbres locales, defender los derechos de sus socios y apoyar el crecimiento de la industria audiovisual son actividades que requieren de una fuerte presencia nacional. Adicionalmente, el proceso de reclutamiento de socios es un proceso constante que requiere conocimiento y afiliaciones de la industria local. Esa presencia eventualmente contribuye a la generación de repartos que cuiden y tomen en consideración la participación de repertorios locales.

En algunos casos el apoyo de organizaciones internacionales como CISAC (autores), IFPI (productores fonográficos) o EGEDA (productores audiovisuales), pueden acelerar el proceso de crecimiento de la entidad. En el caso de las asociaciones de productores audiovisuales ese apoyo se traduce en tecnología para la gestión de cobranza, centralización de base de dato y repertorios, uso de marca reconocida, acceso a relaciones gubernamentales internacionales, “know how” administrativo y operacional, revisión y apoyo en la estrategia legal, desarrollo de piezas legales y financiamiento. Los desafíos de empezar una nueva sociedad son enormes –oposición de los usuarios, proyectos de ley comprometiéndolos derechos, requisitos legales y administrativos y relación con socios- y en la mayoría de los casos, los recursos disponibles, limitados. Dentro de ese escenario, la presencia de una organización internacional y el apoyo de sociedades hermanas de otros países, puede allanar gran parte de los obstáculos y mantener la sociedad activa durante el periodo crítico de los primeros años de operación.

Una de las presiones más fuertes que sufren las sociedades emergentes es reducir el nivel de gastos para poder incrementar los saldos repartibles a sus socios. Lamentablemente, el proceso de afianzamiento de la cobranza es lento (ya hemos visto los desafíos a que se enfrentan estas sociedades) y llegar a un nivel de ingresos que permitan repartir a socios puede llevar algunos años. Es interesante y demuestra una debilidad en muchas de las legislaciones en América Latina, que las leyes y/o regulaciones sobre sociedades no toman en cuenta el tiempo que se requiere para llegar primero a la autosuficiencia y después a un nivel de gastos de una sociedad madura que en general debería aproximarse al máximo de 30 por ciento. Tecnología, procesos avanzados de cobranza y consolidación de servicios de “back office” con el apoyo de instituciones internacionales pueden acelerar la reducción de nivel de gastos. Aun con esta ventaja de sinergias y tecnología, las autoridades nacionales, especialmente las dedicadas al derecho de autor, deberían considerar como implementar las exigencias sobre los niveles de gastos de acuerdo con la madurez de la sociedad.

3. Una agenda posible para los próximos años

Entre tantos desafíos a que se enfrenta la gestión colectiva de productores audiovisuales en América Latina, podemos esbozar una agenda mínima:

Representación Universal. Gestión Colectiva Obligatoria.

Pese a que los repertorios unificados que administran las Sociedades de Gestión Colectiva de Productores Audiovisuales de América Latina superan los cientos de miles obras y los miles de titulares (recordamos una reunión con una autoridad en la que acercamos copia física del repertorio en tres tomos de quinientas hojas cada uno, o sea tres mil páginas), los grandes usuarios suelen continuar cuestionando la “representatividad” de estas sociedades.

Pese -asimismo- a que las normas jurídicas nacionales establecen la “legitimación presunta” de la sociedad de gestión, muchas autoridades y jueces continúan revirtiendo la carga invertida de la prueba, obligando a las sociedades de gestión a probar no solo su repertorio (que ya está registrado en las Direcciones de Derechos de Autor), sino requiriendo la comprobación “vis a vis” de repertorio con usos. “Puesta a disposición” (lenguaje común en las leyes y doctrinas) no es lenguaje común en las sentencias.

Una solución alcanzada en varios países de Europa y algunos de América Latina (como

Argentina para otro tipo de titulares), es el reconocimiento de la gestión unificada, reconociendo que la Sociedad de Gestión autorizada representa a todos los titulares de su rubro, generando lo que se conoce como “representación universal”, o “gestión colectiva obligatoria”.

La representación universal genera evidentes beneficios a todos los participantes del sistema (titulares, usuarios, organismos de regulación):

- **Seguridad jurídica al usuario:** En la medida en que una sociedad de gestión colectiva represente al universo de titulares, el usuario de obras tendrá la certeza jurídica de que al adquirir una licencia y pagar la remuneración, no habrá otros titulares de la misma rama que puedan reclamarle derechos. Todos los derechos han sido cancelados a través de la Sociedad de Gestión, y los titulares no tendrán de ahí en más crédito (por el concepto y período licenciados) contra los usuarios, dirigiendo todos sus reclamos contra la propia Sociedad de Gestión.

En tal sentido, el considerando 4 del preámbulo de la Directiva 2019/789 de la Unión Europea dice:

“Los operadores de servicios de retransmisión ofrecen habitualmente múltiples programas que comprenden una gran cantidad de obras y otras prestaciones protegidas y tienen un plazo muy corto para obtener las licencias necesarias, por lo que afrontan una importante carga en obtención de derechos. Los autores, productores y otros titulares de derechos también se arriesgan a que sus obras y otras prestaciones protegidas se utilicen sin autorización o sin el pago de una remuneración adecuada. Dicha remuneración por la retransmisión de sus obras y otras prestaciones protegidas es importante a la hora de garantizar que exista una oferta de contenidos diversa, lo que también redundará en interés de los consumidores.”

Y la primer parte del considerando 15:

“Para retransmitir las transmisiones iniciales de programas de radio y televisión, los operadores de servicios de retransmisión tienen que obtener una autorización de los titulares del derecho exclusivo de comunicación al público de obras u otras prestaciones protegidas. A fin de proporcionar seguridad jurídica a los operadores de servicios de retransmisión y superar las disparidades existentes en Derecho nacional relativas a este tipo de servicios de retransmisión, procede aplicar normas similares a las que se aplican a la distribución por cable tal como se define en la Directiva 93/83/CEE. Las normas en virtud de esa Directiva incluyen la obligación de ejercer el derecho de conceder o denegar la autorización a un operador de un servicio de retransmisión a través de una entidad de gestión colectiva. En virtud de dichas normas, permanece inalterado el derecho a conceder o denegar una autorización propiamente dicho, y solo se regula en cierta medida el ejercicio de dicho derecho.”

- **Simplificación del reclamo de los titulares:** Los titulares de derechos, al ser representados universalmente por su Sociedad de Gestión, no tendrán que preocuparse del control y gestión de sus repertorios frente a miles de usuarios. Lo dicho anteriormente: miles de titulares frente a cientos de miles de usuarios, no harán sino multiplicar al infinito las relaciones jurídicas, excepto que una única sociedad gestione los derechos.

- **Garantía de proceso profesional y supervisado:** Las autoridades de regulación y control, al tener la misión de supervisar el sistema, tendrán una única entidad por clase de titulares para ejercer su función. La simplificación del control favorece un sistema profesional.

- **Opción de “opt-out” del titular:** En muchos sistemas se implementa la opción del titular -que por el motivo que sea no desee ser representado por la Sociedad de Gestión- de salirse del mismo mediante una simple forma de “opción de salida”.

La agenda de América Latina impone este tema para los próximos tiempos.

Más Entidades de Gestión Colectiva

Si bien la gestión colectiva de productores audiovisuales es reconocida en muchos países de América Latina (Uruguay, Chile, Perú, Ecuador, Colombia, Panamá, República Dominicana, México), los productores audiovisuales nacionales de tres países de la región encuentran grandes dificultades para el reconocimiento de sus Sociedades de Gestión: Brasil, Argentina y Paraguay.

Con el apoyo de sus sociedades similares de la región, estos tres países deben obtener su reconocimiento inmediatamente, o la discriminación de sus derechos se tornará palmaria y evidente. Está dicho: sin gestión colectiva, parte importante de las leyes de derechos de autor se transforma en letra muerta.



José Antonio Suárez. Socio departamento Propiedad Intelectual DA Lawyers

Licenciado en Derecho por la Universidad de Madrid (San Pablo-CEU) y Master en Administración y Dirección de Empresas, se dedica al ejercicio profesional en materias relacionadas con la propiedad intelectual y el derecho audiovisual; ha asesorado más de un centenar de producciones y coproducciones cinematográficas y cuenta con una amplia experiencia en todos los ámbitos del negocio audiovisual. Ha participado como abogado en numerosos procesos judiciales en materia de derechos de propiedad intelectual, tanto en España con ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Es autor de dos obras monográficas sobre aspectos jurídicos de la producción y ha participado como coautor en otras.



Raúl Vázquez. Gerente General EGEDA América Latina

Raúl Vázquez posee títulos de Amherst College en Massachusetts y el Stern School of Business de New York University. Durante su carrera profesional ha estado en posiciones de liderazgo en compañías como CBS Inc., Sony Music International, IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) y ahora EGEDA América Latina. Aunque comenzó dando servicios como contador público, sus responsabilidades lo han llevado a servir como director financiero, gerente general de varias compañías y director regional de América Latina. La experiencia de Raúl también incluye conocimientos en áreas de consultoría, auditoría, editorial, música y cine.



Gabriel Salcedo. Director de Asuntos Legales para América Latina de EGEDA.

Abogado argentino especializado en derechos de autor. Reside en Buenos Aires. Conferencista en temas de su especialidad, fue en el pasado Director de CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas) y miembro del directorio de AADI-CAPIF (entidad de gestión colectiva de artistas intérpretes musicales y productores fonográficos).



AUDIOVISUAL

CINE Y TV

- Producción
- Distribución
- Exhibición
- Industria técnica
- Otras actividades



CULTURA

INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

- Videojuegos
- Teatro
- Música
- Editorial
- Otras actividades

EL AVAL EN POSITIVO



OCIO Y JUEGO

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

- Operadoras - Salones
- Bingos - Casinos
- Apuestas deportivas
- Juego on-line
- Otras actividades



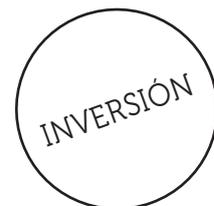
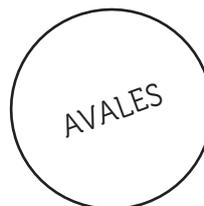
TURISMO

TURISMO INNOVADOR

- Turismo cultural
- Desarrollo digital
- I+D+i
- Otras actividades

En CREA trabajamos para mejorar la financiación y la obtención de fianzas y avales para facilitarte la realización de tu proyecto.

FINANCIACIÓN PREFERENTE



C/ Luis Buñuel, 2 · 2ª Planta
(Ciudad de la Imagen)
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 512 30 48
Fax: 91 711 24 00



www.creasgr.com





NOTA METODOLÓGICA

NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* editado por **EGEDA** conforma un estudio global sobre la producción audiovisual iberoamericana y constituye un valor añadido a las numerosas actividades de la Entidad. Esta publicación surge para documentar la evolución de la política y legislación audiovisual iberoamericana, la producción y exhibición de las obras audiovisuales en las diferentes *pantallas* de difusión y el avance tecnológico al servicio de los nuevos modelos de explotación de las producciones audiovisuales.

El contenido del *Panorama* siempre presta especial atención tanto a los retos del audiovisual iberoamericano y su potencial futuro, como a la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional, la protección de los derechos de propiedad intelectual y el reconocimiento de la Industria hacia sus producciones y profesionales a través de los **Premios Platino del Cine Iberoamericano**.

El alcance del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* emana del gentilicio *iberoamericano* que, según la RAE, hace referencia a los países americanos en los que se habla la lengua española y portuguesa. Estos países son: **Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela**. Esta designación incluye lo perteneciente a **España y Portugal**. El estudio también incluye, puntualmente, a los **Estados Unidos** de América porque tiene un 15% de su población hispana y por su influencia mundial en la industria audiovisual.

El análisis genérico del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020* incluye a 23 países como norma general divididos en tres ejes: el iberoamericano (20 países), el europeo (España y Portugal) y el norteamericano (Estados Unidos). La profundidad del alcance de los estudios depende de la información disponible para **EGEDA**: datos de proveedores independientes adquiridos para el estudio, informes estadísticos e históricos publicados por los organismos oficiales de cada país, estudios y artículos audiovisuales de empresas o profesionales del sector audiovisual e informaciones de los medios de comunicación sectoriales y sitios web específicos.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020* está estructurado en seis capítulos:

- 1) Producción cinematográfica en Iberoamérica.
- 2) La producción de ficción en Iberoamérica.
- 3) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras.
- 4) Una década de cine (2010-2019): Chile, Ecuador y Perú.
- 5) Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2019.
- 6) Resumen y conclusiones.

El capítulo 1 sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica se configura sobre los datos de **COMSCORE** correspondientes al top-100 de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, y Uruguay. El análisis abarca un total de 18 países.

El capítulo 2 sobre la difusión de la Ficción iberoamericana en televisión tiene su fuente en la publicación anual del **Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)** y abarca un total de 10 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana).

El capítulo 3 sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras está estructurado en diferentes partes sobre los datos de **COMSCORE**: La exhibición cinematográfica en Iberoamérica, el panorama cinematográfico Mundial, el cine iberoamericano en Europa, El cine iberoamericano en el mercado iberoamericano no nacional y el cine iberoamericano en USA.

El capítulo 4 sobre la exhibición cinematográfica durante la década 2010-2019 en Chile, Ecuador y Perú conforme los datos históricos proporcionados por **COMSCORE**.

El capítulo 5 sobre el Programa IBERMEDIA incluye un histórico previo desde el inicio del funcionamiento de dicho programa y un profundo análisis de los datos de la convocatoria de 2019.

El capítulo 6 contiene un resumen de los principales datos y conclusiones de los cinco capítulos anteriormente comentados desarrollados en el *Panorama Audiovisual 2020*.

El contenido del *Panorama* se completa con artículos realizados por profesionales de reconocido prestigio dentro del sector y se intercalan entre los capítulos.

La **metodología** del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020* depende del enfoque de los autores participantes y de la disponibilidad de los datos sectoriales. La organización general de la información es la siguiente en cada capítulo:

Capítulo 1: La secuencia de la configuración de datos y el análisis de los mismos el siguiente:

- Panorama cinematográfico.
- Espectadores e ingresos cinematográficos del top-100.
- Cuota de espectadores por países de origen del top-100.
- Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100
- Ranking de estrenos

El tratamiento de los datos **COMSCORE** se ha sistematizado en función del origen de las producciones de la siguiente forma:

- **USA:** producciones americanas y coproducciones con el resto del mundo, excepto con países iberoamericanos.
- **Nacional:** producciones del país analizado y coproducciones con el resto de países del mundo.

- **Iberoamérica:** producciones de países iberoamericanos (no nacionales) y coproducciones de países iberoamericanos (no nacionales) con los países del resto del mundo.
- **Europa:** producciones europeas y coproducciones con el resto de países del mundo, excepto con USA y/o países iberoamericanos.
- **Resto países:** producciones o coproducciones de países diferentes a las incluidas en los grupos anteriores.

Los datos económicos siempre están expresados en dólares USA (USD) y para la conversión de euros a dólares se utiliza el cambio medio anual oficial (FMI/Banco Central Europeo). Esta conversión puede producir una desviación respecto a los datos de los Institutos Oficiales de cada país.

Las cifras cuyo orden de magnitud alcanzan el *billón* se corresponden con la anotación continental europea de escala larga (10 elevado a 12), equivalente al *trillón* anglosajón en la escala corta.

Los datos estimados (*est.*) se configuran cuando no se dispone de datos económicos o de asistencia de espectadores y se calcula en función del precio medio anual de la entrada al cine en dólares USA.

Capítulo 2: El esquema genérico del capítulo utilizado tanto para la introducción general como en el análisis de los países es el siguiente:

- Distribución del tiempo emisión de los subgéneros de Ficción.
- Distribución de la Ficción de estreno por territorios y países de origen.
- Distribución de la Ficción de estreno por franjas horarias.
- Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros de ficción.
- Ranking de audiencia de la Ficción.

Los datos del anuario de OBITEL se han utilizado para elaborar un estudio acumulativo del conjunto de países iberoamericanos incluidos en el mismo. Para una correcta estandarización de los datos los subgéneros de ficción específicos, como los *unitarios* o *dramatizados*, se han incluido directamente en el subgénero *series*. Los subgéneros que constituyen el estudio acumulativo de ficción son: el *serial* (serie con continuidad argumental), la *serie* (serie sin continuidad argumental), las *telenovelas* y las *comedias* (series de humor y *sitcoms*).

Los rangos de duración de las franjas horarias pueden variar de un país a otro. Los intervalos de horarios más frecuentes son los siguientes:

- Mañana: 6:00-12:00
- Tarde: 12:00-21:00
- Prime time: 21:00-00:00
- Nocturno: 00:00-06:00

Capítulo 3: El orden genérico de la presentación de la información en cada una de las cuatro partes es el siguiente:

- Datos generales de exhibición (espectadores e ingresos).
- Distribución de los estrenos por país de exhibición y origen.
- Rankings de estrenos con más éxito.
- Históricos acumulados durante quinquenio 2015-2019.

En los apartados correspondientes a los mercados europeos, iberoamericanos y USA se indica el tamaño de la muestra analizada y los datos económicos acumulados por la muestra.

Capítulo 4: El orden de presentación de la información unificada para los tres países analizados (Chile, Ecuador y Perú) es el detallado a continuación:

- Datos socio-económicos y de equipamiento cinematográfico.
- Datos de espectadores e ingresos en taquilla.
- Datos de estrenos del volumen de estrenos y cuotas por su origen.
- Rankings acumulados nacionales e internacionales.

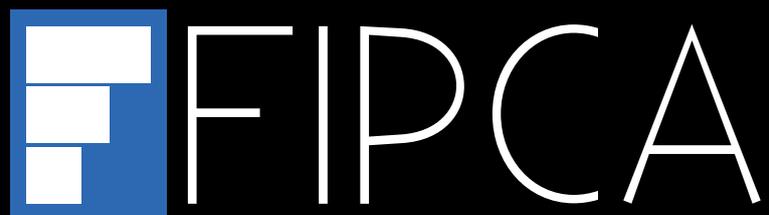
Capítulo 5: El orden de presentación de la información IBERMEDIA es la siguiente:

- Histórico de los datos totales por años y países desde la creación del Fondo.
- Datos desglosados de la convocatoria 2019 por modalidad (Desarrollo, Coproducción, Distribución y Formación).
- Datos desglosados de la convocatoria 2019 por géneros (Animación, documental y Ficción).
- Datos desglosados por proyectos (seleccionados y confirmados) y mapa de los países coproductores.
- Ficha de cada país que participa en el Programa IBERMEDIA.

Artículos: El contenido, la realización y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020* es responsabilidad exclusiva de sus autores, los cuales, están citados en la cabecera de cada artículo y al final del mismo se expone una breve referencia profesional de cada articulista.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* pretende ser un análisis cinematográfico y televisivo dirigido a la comunidad audiovisual y a los profesionales interesados por el comportamiento sociológico de los espectadores. La exclusiva metodología empleada en su elaboración supone una interesante muestra anual de lo acontecido en el sector audiovisual.

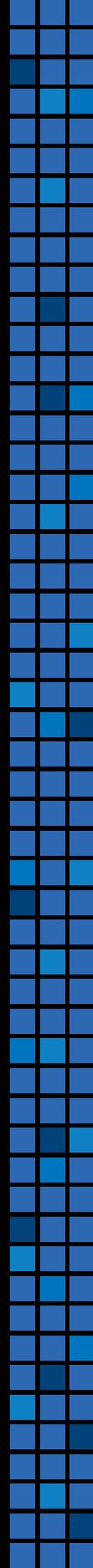
El abundante volumen de datos empleados y las diversas fuentes consultadas dejan la puerta abierta a otras interpretaciones alternativas a las realizadas por los autores del *Panorama Audiovisual Iberoamericano*.

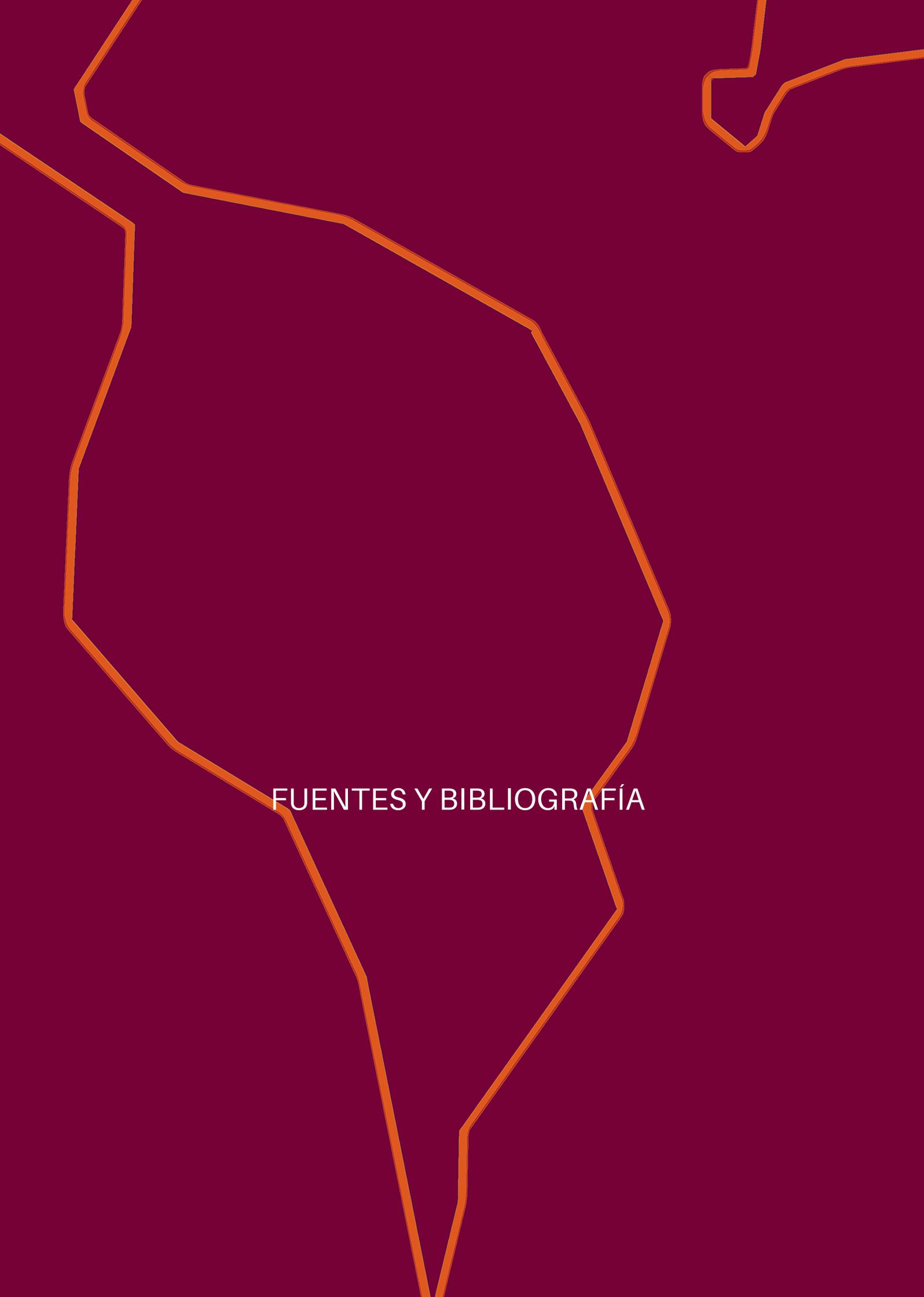


Federación Iberoamericana de Productores
Cinematográficos y Audiovisuales

Somos Cine, Televisión,
Cultura, Industria Iberoamericana

www.fipca.com





FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO 1

Introducción

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Central europeo
Portal www.knoema.es

Argentina

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA. Argentina

Bolivia

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística (INE)
Consejo Nacional de Cine. CONACINE. Bolivia
www.cine.bolivia.com

Brasil

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Informe do acompanhamento do mercado 2019. ANCINE. Brasil
Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE)

Chile

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
Instituto Nacional de Estadística (INE)
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA)
Informe Cámara de exhibidores Multicine 2019 (CAEM)
www.observatorioaudiovisual.cl

Colombia

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Cine en Cifras 2019. Proimágenes Colombia

Costa Rica

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística (INEC)
Portal web www.horariodecine.com

Ecuador

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)
Instituto de Cine y de Creación Audiovisual
Portal web www.fandango.com
<https://www.avilatioamerica.com/202001286593/noticias/empresas/multicines-inauguro-primer-cine-laser-rgb-puro-4k.html>
<https://www.cineytele.com/2019/11/08/ecuador-ya-tiene-sus-primeros-proyectos-de-cine-christie-reallaser/>

El Salvador

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)
Portal web www.fandango.com

España

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Instituto Nacional de Estadística (INE)
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. ICAA. España
Censo de salas de cine. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

Guatemala

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística (INE)
Portal web www.fandango.com

Honduras

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística (INE)
Portal web www.fandango.com

México

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Consejo Nacional de Población (CONAPO)
Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE). México
Secretaría de Cultura. Instituto Mexicano de Cinematografía

Nicaragua

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE)
Portal web www.fandango.com

Panamá

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Portal web www.fandango.com

Paraguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC)
Portal web www.fandango.com

Perú

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
<https://gestion.pe/economia/se-abriran-128-nuevas-salas-de-cine-en-el-peru-durante-los-proximos-cinco-anos-segun-proyecta-pwc-nndc-noticia/>

Portugal

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística (INE)
Cinema de Portugal 2019. ICA. Ministerio de Cultura

Uruguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Instituto Nacional de Estadística (INE)
Instituto Nacional del Cine y el Audiovisual Uruguayo (ICAU)

CAPÍTULO 2

Base de datos Erato. EGEDA
Anuario Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva 2010-2017. OBITEL
Análisis televisivo 2019. Barlovento Comunicación. Consultoría Audiovisual y Digital

CAPÍTULO 3

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Portal www.knoema.es

CAPÍTULO 4

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE 2019
The World Factbook 2019. Central Intelligence Agency. USA
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Portal www.knoema.es

CAPÍTULO 5

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2019

SUBPROGRAMA MEDIA
2014-2020

817,6 M DE €

DIVERSIDAD CULTURAL Y
COMPETITIVIDAD



LA LLAVE HACIA
EUROPA Y MÁS ALLÁ
FORMACIÓN CONTÍNUA
DESARROLLO DE
PROYECTOS
DISTRIBUCIÓN Y
PROMOCIÓN

www.oficinamediaespana.eu

Síguenos:



MEDIA Desk Spain



@mediadeskspain



Creative
Europe
MEDIA

Fundación Cultural Oficina MEDIA España