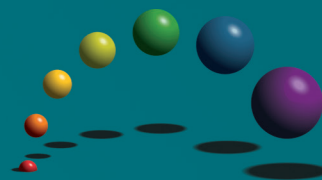


PANORAMA
AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO
2022



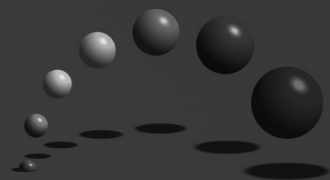
egeda

 **FIPCA**



PANORAMA AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO 2022

PANORAMA
AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO
2022



egeda

 **FIPCA**

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2022* 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):

Ana María López (Presidenta de la Junta directiva de la Corporación de documentalistas ALADOS Colombia)
Carlos Mario Estrada Molina (Director General del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA)
Carmen Salgado (Vicedecana de Política Académica e Innovación Tecnológica Facultad de Ciencias de la Información de la UCM)
Diana Díaz Soto (Editora convergente de la revista *La pesadilla de Nanook*)
Diego García Moreno (Director de la revista *La Pesadilla de Nanook*)
Fernando Zapata López (Socio fundador de Zapata & Ríos Abogados Asociados)
Juan Carlos Domínguez (Investigador del Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la UNAM)
Marianna Vargas Gurilieva (Directora General de la Dirección General de Cine de República Dominicana)
Peter Andermatt (Director General Oficina Media España)
Rafael González Lasso de la Vega (CEO Inusual)
Rafael Lambea (Director General CREASGR)
Rossana Díaz Costa (Guionista, directora y productora ejecutiva de *Un Mundo para Julius*)
Stefanía Landaeta Chinchilla (Abogada de la Universidad Nacional de Colombia)
Victor Herrerueta (Coordinador de la Unidad Técnica de IBERMEDIA)
Yecid Andrés Ríos Pinzón (Socio fundador de Zapata & Ríos Abogados Asociados)

Igualmente agradecer a aquellas empresas o personas 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 www.fipca.com
Ibermedia www.programaibermedia.com
Kantar Media www.kantarmedia.com/es

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

@ EGEDA 2022. 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.



INTRODUCCIÓN	11
El valor de la información. Una mirada a través de Europa Creativa MEDIA	
ARTÍCULO 1	21
La importancia de la formación en comunicación audiovisual: el papel de la universidad	
ARTÍCULO 2	31
El rol y la importancia de la formación técnica en los oficios del cine y el universo audiovisual	
CAPÍTULO I	43
Producción cinematográfica en Iberoamérica	
ARTÍCULO 3	151
La transformación audiovisual	
CAPÍTULO II	159
La producción de ficción en Iberoamérica	
ARTÍCULO 4	237
CREA SGR una pieza clave del audiovisual	
CAPÍTULO III	243
El cine iberoamericano más allá de sus fronteras	
ARTÍCULO 5	281
La gestión colectiva obligatoria del Derecho de Autor y los Derechos Conexos	
CAPÍTULO IV	291
40 años de cine en España: 1980-2019	
ARTÍCULO 6	327
El documental o el cine necesario	
CAPÍTULO V	339
Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2021	
ARTÍCULO 7	415
Procesos de transformación en las preferencias de los espectadores en la postpandemia	
ARTÍCULO 8	425
Hacia un Film Friendly Samaná: sinergias y esfuerzos implementados por la Dirección General de Cine con las autoridades provinciales y otras instituciones	
CAPÍTULO VI	433
Resumen y conclusiones	
ARTÍCULO 9	451
El éxito de una producción entre Perú y España con la SGR: "Un mundo para Julius"	
NOTA METODOLÓGICA	457
FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA	463

2 23



X Edición
Premios PLATINO



INTRODUCCIÓN

El valor de la información
Una mirada a través de Europa Creativa MEDIA

INTRODUCCIÓN

El valor de la información Una mirada a través de Europa Creativa MEDIA

Peter Andermatt

Director Fundación Cultural Oficina MEDIA España

Fundado en 1991, MEDIA (*Medidas Excepcionales para el Desarrollo de las Industrias Audiovisuales*) es desde 2014 un subprograma de Europa Creativa que nace desde la Comisión Europea para dar apoyo a la industria audiovisual europea. A través de Europa Creativa, MEDIA dispone de un presupuesto de 1.427 millones de euros para el período comprendido entre 2021 y 2027. Ello supone el 58% del presupuesto del programa multianual de siete años Europa Creativa 2021-2027 (2.440 millones de euros).

Oficina MEDIA España es una Fundación Cultural que informa, orienta y asesora sobre MEDIA a los profesionales del sector audiovisual. Tiene como patronos al ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales de España), a EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), a IVC (Instituto Valenciano de Cultura), a AGADIC (Agencia Gallega de las Industrias Culturales) y a ICDC (Instituto Canario de Desarrollo Cultural). Además de Oficina MEDIA España, en nuestro país existen otras tres delegaciones MEDIA para los territorios de Cataluña, Andalucía y Euskadi.

La industria audiovisual se caracteriza por muchos factores, siendo uno de ellos el constante cambio o, mejor dicho, los muchos cambios que se producen de manera continua y paralela.

Para simplificar, se puede afirmar que hay dos niveles de cambio fundamentales:

1. Cambios tecnológicos.
2. Cambios en oportunidades del mercado.

Seguramente, hay más niveles, pero centrémonos en estos dos. Lo que está claro es que los cambios son buenos, pero no siempre. Son buenos para quienes sepan preverlos y actuar en consecuencia. Es decir: Anticipar qué va a pasar próximamente y prepararse para estar a la altura de la nueva realidad que se instalará una vez que se haya producido el cambio. Para ellos, el cambio puede ser una oportunidad. Otra cosa es ignorar la que se avecina y no adaptarse a los cambios. Para los profesionales y las empresas que pecan de ignorancia, los cambios son cuanto menos una turbulencia desagradable, o incluso pueden suponer una amenaza muy seria.

Los **cambios tecnológicos** son un factor importante. La historia reciente nos ha enseñado cómo el mercado y la industria reaccionan en su totalidad ante los progresos de las máquinas: primero se inventó el cine mudo, luego las “talkies”, después la TV en blanco y negro, la TV en color, pasamos de tener dos canales en la televisión a una docena, llegó el VHS, luego el DVD, la TV digital, Internet y finalmente las plataformas. Todo este desarrollo cambió por un lado las audiencias y su comportamiento, y también la industria responsable de fabricar, distribuir y exhibir todos estos contenidos a nivel nacional e internacional. Durante las últimas tres décadas, más o menos desde que se inventó Internet, hemos visto cambiar, nacer y morir, y también transformarse a muchas empresas.

En cuanto al **mercado** y a las **oportunidades** que nos ofrece, los cambios dependen en parte de lo que pasa en el lado tecnológico. Pero también de lo que ocurre en el mundo, en general. Las llamadas “tendencias del mercado” se forman en base a la conciencia colectiva, más amplia o más organizada por nichos, modas y necesidades sociales. Hay un bombardeo de voces constante, a una velocidad e intensidad comparable a la de un fuego artificial de fin de año, que nos riega constantemente con noticias, alertas, titulares y anuncios. Los medios de comunicación, tanto analógicos como digitales o los influencers, etc. pueden influir en las tendencias, pero no siempre aciertan, porque se suelen dejar llevar por criterios subjetivos.

Dentro de esta tormenta de interpretaciones de lo que está pasando, hay dos leyes que podemos identificar como constantes:

La primera es la **Ley de la Oferta y la Demanda**. Si la oferta no se corresponde a una demanda, se produce una asimetría, y esto casi siempre significa problemas.

La segunda es la **Ley del Miedo**. Si los creadores, los productores y los compradores optan por tratar de copiar el éxito del prójimo, en vez de ajustar su oferta a la demanda, corren el riesgo de querer satisfacer una demanda que ya está cubierta, o de salir mal parados en comparación con el producto al que se ha copiado.

Ambas leyes se suelen cumplir en base a un cierto desconocimiento, porque cuesta destilar del ruido mediático las conclusiones necesarias para tomar buenas decisiones y elaborar una visión estratégica coherente a medio plazo.

Para salir de este estado de confusión y de riesgo, lo recomendable sería considerar, a parte de los criterios subjetivos, otros más objetivos, y para esto se necesitan “datos”. Los datos son los que son, no hay posibilidad de cuestionarlos, cuando son el resultado de una medición bien hecha, y están contrastados. No siempre es fácil obtener estos datos, y aún más sin tener que pagar por ellos, pero gracias a la digitalización, hoy es más fácil que nunca tener acceso a muchos tipos de datos.

Hay datos que son fáciles de interpretar por uno mismo. Por ejemplo, si organizamos un pase de una película recién terminada, utilizando un grupo de enfoque, y los cuestionarios de la audiencia muestran una valoración positiva de la obra, este dato es fácil de entender. Sin embargo, es posible que la película defraude después de su lanzamiento comercial, tanto a nivel nacional como internacional y nadie se explica por qué. Lo más probable es que la película no corresponda a ninguna demanda, aun siendo buena, porque, fundamentalmente, la estrategia de marketing y de distribución falló, no logró conectar la oferta con la demanda.

Los estudios realmente buenos de audiencia son la suma de datos cuantitativos de calidad y de un análisis cualitativo acertado. Se suelen utilizar para hacer ejercicios de evaluación comparativa, con el fin de averiguar qué productos (películas, series, etc.) similares al que tenemos en desarrollo han funcionado en el mercado, y por qué. También se puede descubrir cuánto han costado y cómo se han financiado, algo que siempre es interesante de saber, sobre todo si partimos de la premisa que una producción no debe de costar más de lo que puede valer en el mercado. Todos estos datos luego nos permiten determinar cuál debe de ser el coste máximo de nuestro proyecto, y cómo podemos optimizar la recuperación de la inversión. Se trata de estudios más o menos

sofisticados, que solamente se pueden hacer con personas con una formación adecuada y acceso a datos relevantes.

Me permito hacer referencia a algunas experiencias propias y me excuso de entrada por no desvelar todos los datos, nombres y apellidos, por razones de confidencialidad.

En el pasado, por petición de ciertos clientes pude hacer algunos estudios de mercado bastante interesantes. Uno consistía en averiguar para una distribuidora por qué determinadas comedias románticas funcionaron en la taquilla, y otras no. Aparte de muchos factores tenidos en cuenta, al final un elemento crucial resultó ser el diseño de los carteles de las películas. Pudimos detectar una relación curiosa y no tan obvia a primera vista entre el diseño de los carteles y los ingresos generados en las salas, independientemente del “star power” o de otros factores más pesados. Alineando una gran cantidad de muestras, en la medida que ésta fue ampliada, quedó cada vez más clara la importancia del cartel, y cuáles eran los fallos y aciertos más comunes que influían en la recaudación de los títulos. Era una conclusión que luego se tradujo en una inversión considerable en el cuidado de los carteles, siguiendo ciertas directrices definidas en base a la investigación.

Otro estudio curioso lo hicimos para la Academia de Cine española. Trataba de averiguar la relación entre *género* y *temática* en el cine. Era un estudio particularmente difícil de llevar a cabo, y nunca nadie lo había hecho antes, pero gracias al acceso a una base de datos realmente potente y de fácil manejo, pudimos sacar numerosas conclusiones de gran interés, como por ejemplo estas tres:

- La temática *Criminal* parece ser la más versátil, ya que da buenos resultados tanto en los géneros principales como en los menos frecuentes.
- Las temáticas *Naturaleza Humana* y *Amor* solo se circunscriben a los géneros del Drama y la Comedia, excepción hecha de un título de Aventuras en el caso del *Amor*. Esto parece indicar que existe cierto riesgo de “cuello de botella” en estos casos, ya que todos los títulos de esta calificación luchan en un segmento de mercado de mayor competitividad por atraer espectadores.
- El cine de género Drama y la temática que esté relacionada con aspectos dolorosos de la naturaleza humana o aspectos serios y oscuros de nuestras vidas sólo parece atraer al 15% de los espectadores del cine español.

Sin entrar en más detalle, aquí ya se pueden entrever algunas pistas que pueden ser de valor a la hora de apostar por un determinado proyecto, por encima de otro, a la hora de escribir, producir o adquirir una historia. Se trata de evitar las asimetrías entre la oferta y la demanda, simplemente.

Dicho sea de paso, no es lo mismo un *algoritmo* que un *estudio de mercado sofisticado*, hecho por humanos que saben distinguir entre lo obvio y lo sutil. A veces, el éxito de un estudio de mercado empieza por formular las preguntas adecuadas. Para poder hacer esto, se requiere de mucha experiencia, pero también de un cierto grado de imaginación, la capacidad de pensar de manera libre, intuitiva y atrevida.

Otro estudio, esta vez para una institución pública europea, consistió en averiguar la relación entre el número de películas producidas en un país y la cuota de mercado de cine nacional, más el índice de satisfacción de la población nacional en cuanto a la calidad del cine producido en el país. La conclusión fue que en los países donde se producen menos películas, pero con mayor presupuesto de producción y de P&A, la cuota de mercado del cine nacional suele ser más elevada. Además, el prestigio del que goza el cine autóctono entre la población de estos países es más grande, que en aquellos en los que se producen más películas con menos inversión. ¡Incluso se llegó a averiguar el número ideal de películas producidas por millón de habitante en un país! Lo que parecía obvio, una vez contrastado con datos y muestras de prácticamente todos los países del mundo donde se suelen producir y exhibir películas, de pronto adquirió otro carácter, más serio, por no decir ineludible, permitiendo evaluar políticas más sostenibles de fomento de la industria.

La información es conocimiento.

La información a base de investigación de mercado no es siempre una ciencia cierta, pero sí aporta conocimiento, y por lo tanto permite adecuar las estrategias de cualquier empresa que genera o distribuye contenido audiovisual. Si miramos un poco quién invierte en ello y cómo le va, salta a la vista que debe de haber una relación directa entre la *inversión en información* y los *aciertos a la hora de conquistar audiencias*. Durante muchos años colaboré con una consultora de mucho prestigio a nivel internacional que entre otras cosas ofrece unos estudios de potencial de audiencias de conceptos aún poco desarrollados, pero donde ya se pueden evaluar una serie de factores que, desde el punto de vista de la audiencia, tienen un peso considerable a la hora de generar una respuesta favorable por parte del público. Gracias a una base de datos inmensa y a un sistema de análisis sofisticado, el índice de acierto de las predicciones de esta empresa supera el 90%, tanto en cine como en televisión. No es sorprendente que entre la lista de clientes de esta empresa figuren muchas de las empresas de producción y distribución relevantes a nivel europeo e internacional, tanto independientes como estudios de Hollywood.

Los costes asociados a una evaluación de potencial de audiencias no son muy altos, comparado con el riesgo de equivocarse a la hora de apostar por una historia o por otra, o de no acertar a la hora de promoverla en el mercado y luego ante las audiencias. Sería una equivocación pensar que la información a base de investigaciones es un bien preciado, solamente al alcance de las grandes empresas con recursos para invertir en ella. Es recomendable consultar la cantidad de informes y bases de datos, etc. que ofrecemos solamente desde las Oficinas MEDIA. Para ello, basta con visitar nuestras páginas web. La Comisión Europea, pero también otras instituciones y empresas nacionales e internacionales con las que estamos permanentemente conectados, como es el caso con EGEDA que nos brinda este informe, generan muchos datos, y también buenos análisis de los mismos, que pueden resultar de gran interés para cualquiera, sea cual sea su orientación editorial. Disponemos de informes sobre el sector audiovisual en general, que indican tendencias del mercado con vistas a tres o más años, como por ejemplo el Nostradamus Report, elaborado por el Festival de Göteborg. El Observatorio Europeo del Audiovisual también genera informes y estudios globales que son de gran valor. A parte de los informes de carácter más general, el Observatorio ofrece además material dirigido a ciertos segmentos del mercado, como por ejemplo la animación, el documental, la ficción de televisión o la ficción de cine. Existen portales públicos y privados que informan de manera constante sobre lo que está pasando en el mercado.

Si la Comisión Europa, y también muchas otras instituciones y empresas, invierten todos los años muchos recursos en estudios de mercado, tratando de asegurar que los interesados puedan obtener esta información en condiciones, es porque saben a ciencia cierta que los datos empoderan a las empresas. Permiten que trabajen mejor ganando más dinero que luego será reinvertido en el ecosistema de nuestra industria.

Sería realmente un error y una irresponsabilidad, no asumir que cada uno de nosotros estamos obligados a un esfuerzo mínimo de procesar estos datos, con el fin de desenvolvemos con mayor firmeza y acierto a un entorno de creación y negocio que no deja de crecer, cambiar y volverse más complejo.

Lo que no ha cambiado desde que se inventó el fuego es que a la gente le encantan las buenas historias. Tienen necesidad de escuchar y de ver relatos bien contados, con personajes de carne y hueso. Dentro de esto, el público está abierto a todo tipo de propuestas, incluso las que se salen de las llamadas tendencias. El éxito muchas veces consiste en el cumplimiento de la ecuación Jacostiana: *“Emoción + Sorpresa = Interés”*. Naturalmente, no basta con esto, luego también hay que saber hacer llegar las películas o series al público, mediante una estrategia de marketing y distribución adecuada. Y ésta no solamente depende del acierto teórico en cuanto a cómo vender un producto a un determinado tipo de audiencias, sino también del acceso a la distribución, que normalmente se obtiene mediante asociaciones fijas o puntuales con otras empresas, como agentes de ventas internacionales o distribuidores. Eso sí, si a las buenas estrategias podemos sumarles el cumplimiento de la ecuación indicada, nuestras posibilidades de éxito se multiplican, seguro. Y si

alguien lo duda, os invito a hacer un estudio sobre ello, con datos fehacientes como base. Apostaría que el estudio llegaría a la conclusión de que los títulos que cumplen la ecuación no solamente generaron más dinero y premios que los demás, sino que también son los que se recordarán durante más tiempo.

Para terminar, una recomendación: No todos tenemos la misma necesidad con respecto a qué tipo de información y/o datos deberíamos de acceder y procesar. Lo primero es determinar a dónde nos queremos dirigir, como profesional o empresa. Una vez sabido esto, podemos definir qué clase de información necesitamos para que nuestro viaje por los senderos de la industria sea más provechoso. También hemos de aceptar que pagar por datos e información no es un gasto, sino una inversión, como también ocurre en el caso de la formación continua para profesionales, otra fuente de conocimiento y contactos de inestimable valor.



Peter Andermatt

Director General de la Fundación Cultural Oficina MEDIA España.

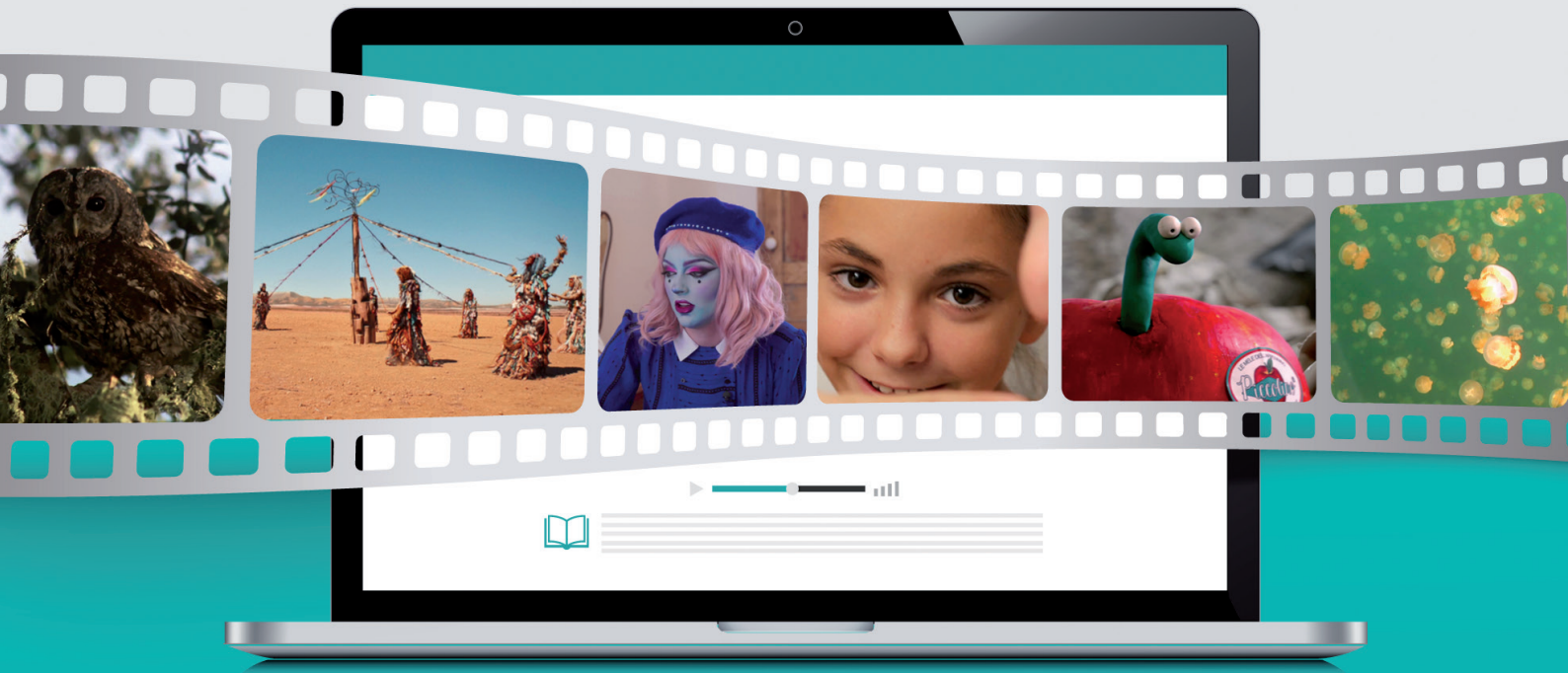
Diplomado por la Zürich Business School, lleva más de 30 años trabajando en la industria audiovisual, fundamentalmente en el desarrollo de proyectos, distribución y formación. Durante 12 años dirigió la consultora Arena Audiovisual con sede en Madrid y clientes en España, Europa y Latinoamérica. Durante diez años fue miembro del consejo de administración de la productora suiza T&C Film. Ha acumulado experiencia como guionista y editor de guiones, así como experto de internacionalización para PYMES de las Industrias Culturales. Peter es Miembro de la Academia de Cine de España y de la Academia de Cine Europea.

Comprometidos con la
AGENDA 2030



platino **EDUCA**

Plataforma educativa



CINE PARA EDUCAR

Descubre una nueva forma de impulsar
el desarrollo en la educación a través del cine.

www.platinoeduca.com
info@platinoeduca.com



egeda



ARTÍCULO 1

La importancia de la formación en la
comunicación audiovisual:
el papel de la universidad

ARTÍCULO 1

La importancia de la formación en la comunicación audiovisual: el papel de la universidad

Carmen Salgado Santamaría
Vicedecana de Política Académica e Innovación Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid

La presencia de la comunicación audiovisual dentro del sistema educativo, sobre todo en las etapas previas a la Universidad, no goza de la legitimidad que como materia de estudio se merece. Para ello es necesario definir las competencias que los alumnos deben alcanzar en cada nivel y asegurarse de que, la introducción de la Educación en Comunicación Audiovisual (ECA), en las diferentes asignaturas no dependa exclusivamente de la buena voluntad del profesorado. Aunque el objetivo de la transversalidad trata de acotar un espacio para la ECA, también se debe insistir en la necesidad de dotarla de contenidos concretos, sin limitarse al ámbito de los valores, por ello debe construirse sobre una base sólida de contenidos que abarquen toda su complejidad. Cuando hablamos de educación en medios podemos encontrar muchos conceptos afines que se refieren más o menos a la misma idea: enseñar a comprender, analizar y usar los medios de comunicación. No se trata, por tanto, de educar a través de los medios (“educación *con* medios”) utilizándolos como material de apoyo, sino de transformar la comunicación audiovisual en materia de estudio.

Desde el Ministerio de Educación y las diversas Consejerías de Educación autonómicas se insiste en la necesidad de dar espacio a los contenidos audiovisuales en la formación de los jóvenes alumnos, en las fases previas a su llegada a la Universidad. En este sentido, existen unos contenidos, tanto en secundaria como en formación profesional, con los que se busca preparar a los jóvenes de cara al futuro (a modo de ejemplo, véase el Decreto 67/2008, de 19 de junio, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo de Bachillerato en el que se contemplan contenidos de «Cultura audiovisual» (B.O.C.M., 27/06/2008).

Además, hay que contemplar la importancia del sector como fondo patrimonial y cultural de un país. Desde 1966 y 1972 la UNESCO ha venido defendiendo la “cultura” y el “patrimonio cultural” que, posteriormente se amplió a lo que se dio en llamar “patrimonio cultural inmaterial” (convención de 2003). En todo ese conjunto de iniciativas internacionales se contempla la utilización de recursos audiovisuales para proteger y salvaguardar dicho patrimonio cultural, lo que convierte en materia de máxima protección al producto elaborado, tanto las imágenes como los documentos sonoros. En este sentido, intervienen organismos internacionales permanentemente y aplican lo recogido en la Convención europea relativa a la protección del patrimonio audiovisual (Estrasburgo, 8 de noviembre de 2001), que tras sucesivas ratificaciones entró en vigor el 1 de enero de 2008. El Consejo precisa que “la Convención es el primer instrumento internacional apremiante en la materia. Se

organiza en torno al principio del depósito legal obligatorio de las obras cinematográficas. Un almacenamiento sistemático de las obras y su conservación en archivos cinematográficos es un primer paso hacia su acceso y utilización por las generaciones futuras”.

Después de muchos años de debates, todavía no hay acuerdo sobre el término más adecuado para referirse a la educación en medios de comunicación, tampoco hay acuerdo para decidir qué es y qué contenidos incluye. Nos queda un largo camino por recorrer para que encuentre el espacio que se merece dentro del sistema educativo español.

La implantación social de medios visuales y audiovisuales desde comienzos del siglo XX (fotografía, cine, radio, televisión), rubrica todo un precedente asentado en el universo de la imagen que arranca con los trazos primitivos y que, tras las aportaciones de culturas tan enriquecedoras como las surgidas a lo largo de muchos siglos, han permitido alcanzar el siglo XXI con innovadoras revoluciones tecnológicas y nuevas ofertas creativas.

La Universidad, especialmente en los últimos treinta años, ha estado interesada en analizar las circunstancias que rodean el desarrollo empresarial y programático de los medios de comunicación audiovisual, pero también en la formación de los profesionales que, en definitiva, participan activamente en la evolución del medio y su proyección social.

Este interés por el universo audiovisual confirma la necesidad de estos estudios en el ámbito universitario, y da sentido al Graduado/a en Comunicación Audiovisual, porque a través de este proyecto educativo se proporcionan los conocimientos necesarios para comprender, desde la perspectiva histórica y teórica, la creación audiovisual en el marco de la cultura contemporánea. Se hace frente así a la demanda profesional de una industria consolidada y fundamental para la economía española, y se atienden tanto a los sectores ya arraigados en el tiempo, como a aquellos otros que surgen fruto de las innovaciones tecnológicas, en los que el proceso de convergencia mediática tiene mucho que decir, transformando al mismo tiempo la referencia generacional.

En España, aproximadamente uno de cada tres jóvenes de 18 a 24 años está matriculado en una titulación universitaria, siendo la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas la que cuenta con un mayor número de titulaciones de Grado (1.068), y en el otro polo, con el menor número de titulaciones impartidas, se encuentra la rama de Ciencias (251). En total se han impartido 3.008 titulaciones de Grado en el curso 2019-2020, dentro del Sistema Universitario Español (SUE), conformado por un total de 83 universidades, 50 públicas y 33 privadas, en ese mismo curso, según fuentes del Ministerio de Universidades.

De ese total de Grados de Ciencias Sociales y Jurídicas, los estudios relacionados con técnicas audiovisuales y medios de comunicación representaron un total de 42 Grados, con una tasa de ocupación del 92,2 % y una matrícula de 2.961 estudiantes, en el curso 2020-2021. Sólo en la Comunidad de Madrid se ofertaron 7 títulos de Grado relacionados con Técnicas audiovisuales y medios de comunicación

La Universidad Complutense ofrece un total de 24 titulaciones de Grado, correspondientes al área de Ciencias Sociales y Jurídicas y de ellas un Grado de Comunicación Audiovisual que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Información.

Los estudios universitarios de Comunicación Audiovisual fueron incorporados a la Universidad por el Decreto 2070/1971, de 13 de agosto, por el que “se regulan los estudios de Periodismo y demás medios de comunicación social en la Universidad”. La Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid es la institución pionera en España de los estudios universitarios de Comunicación Audiovisual y, como tal, referente para las Universidades españolas que ofrecen estudios de Comunicación.

La Facultad de Ciencias de la Información, que celebra este año su 50 aniversario, se pone en marcha en el curso 1971-72, y desde este momento se inician los estudios en la Rama de Ciencias

de la Imagen Visual y Auditiva, que se irán modificando y adaptando en el tiempo -sucesivamente en 1975, 1995, 2003-, que son el precedente de los actuales estudios de Comunicación Audiovisual. Desde aquel año hasta el momento actual, son más de cinco décadas de vida y experiencia que ha consolidado esta carrera como un referente en España.

La implantación del actual Grado se ha realizado progresivamente año a año, sustituyendo a la Licenciatura en Comunicación Audiovisual que finalizó en 2014, mientras el comienzo del primer curso de la nueva titulación de Grado en Comunicación Audiovisual tuvo lugar en el curso 2010-2011. El título antiguo de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual se fue extinguiendo paralelamente, también año a año, manteniéndose durante dos más un grupo para atender las necesidades de los posibles alumnos repetidores del curso extinguido.

El título de Graduado/a en Comunicación Audiovisual está implantado en todos los países de la Unión Europea, en centros adscritos a áreas de Institutos Tecnológicos, Arte, Humanidades, Ciencias Sociales, con cierta progresión transversal. En todos ellos, desde perspectivas diversas pero complementarias, se busca formar en todo aquello que tiene que ver con el mundo audiovisual.

La Comunicación Audiovisual se ha consolidado con el paso de los años y de una manera más relevante desde mediados del siglo XX. Desde una perspectiva social, cultural, política y económica se han afianzado estructuras mediáticas que han dado valor a la existencia de dichos estudios en el ámbito educativo superior.

La sociedad actual demanda profesionales que asuman los compromisos y hagan frente a los retos que tiene el sector. Y esa demanda se constata en la matrícula que estos estudios han tenido a lo largo de los años desde que se imparte esta carrera en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (centro responsable del grado).

El origen de este interés entre los alumnos que finalizan sus estudios de bachillerato y de otros que proceden de otras carreras se encuentra, básicamente, en que el ámbito audiovisual es uno de los más importantes del panorama profesional español. De ahí la larga nómina de profesionales cualificados que desde hace muchos años trabajan en los medios y que han cursado la carrera en la Facultad.

El ámbito de este sector audiovisual se ha ampliado en los últimos años con sectores que están abriendo mercado en el diseño, creación, desarrollo y comercialización de nuevos contenidos. Un sector que, en sus líneas principales, atiende a: La producción, distribución y exhibición cinematográfica; la producción y distribución de programas televisivos; la transmisión de programas de televisión y de radio; la distribución y comercialización de vídeos y de soportes relacionados, la producción, distribución y comercialización de audio; la producción, distribución y comercialización de *software* de entretenimiento y multimedia (incluidos videojuegos); y la distribución *online*: Internet, dispositivos móviles, etc.

En todo caso, parece evidente que una de las cuestiones que generan más debate, alrededor de la cuestión de las competencias necesarias para el ejercicio de profesiones relacionadas con la comunicación audiovisual, tiene que ver con la necesidad o no de que los planes de estudio universitarios aseguren el desarrollo de todo el abanico de competencias técnicas y tecnológicas demandadas por el mercado. Así, más allá de la lógica necesidad de desarrollo de las competencias digitales básicas, el debate está en si la universidad debería esforzarse en introducir constantemente nuevas competencias de uso de herramientas tecnológicas o bien si debería focalizarse en desarrollar competencias más generales y actitudinales, que permitan a los futuros profesionales adaptarse a un entorno tecnológico cambiante que necesariamente va a ir siempre por delante de la formación.

El contexto actual de transformaciones profundas en el sector de la comunicación audiovisual requiere una evaluación de la formación que reciben los profesionales para proponer ciertos replanteamientos en los planes de estudio. Todo un reto en el que ahora está inmersa la Facultad

con la futura renovación de todos sus Grados, con la finalidad de ofrecer un conocimiento que pueda ser útil para la adaptación de estos estudios a las necesidades del mercado laboral actual y a las expectativas de sus estudiantes.

CURSO	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
2004/05	7,04
2005/06	6,67
2006/07	6,63
2007/08	6,59
2008/09	6,16
2009/10	6,10
2010/11	8,108
2011/12	8,63
2012/13	8,42
2013/14	8,52
2014/15	8,40
2015/16	8,19
2016/17	8,402
2017/18	8,927
2018/19	9,636
2019/20	10,188
2020/21	10,706

Evolución nota de corte Comunicación Audiovisual

Reconocimiento del nivel técnico de los estudios de Comunicación Audiovisual

El grado de experimentalidad de los estudios universitarios conducentes a la obtención de titulaciones de carácter oficial, en la Comunidad de Madrid, cuenta con tres grados de experimentalidad, atendiendo a los niveles de impartición teórica en la docencia de cada titulación, su componente práctico y el grado de experimentalidad del aprendizaje, por realizarse el mismo en instalaciones de laboratorio o por requerirse la utilización de un cualificado instrumental tecnológico.

Un hito importante para el Grado de Comunicación Audiovisual es el reconocimiento del grado de experimentalidad que previsiblemente será aplicado en el curso 2022-2023, lo que supondrá un reconocimiento del nivel técnico de estos estudios. Este reconocimiento supone pasar a un nivel 2 de experimentalidad, igual que el de las carreras técnicas, en lugar del 3 que tiene actualmente.

Se trata de una reivindicación estudiantil que viene desde los años 80, de la que fue testigo el entonces Decano, Ángel Benito. Para alcanzarlo ha sido necesario el impulso personal, en 2018, del actual Decano, Jorge Clemente, al solicitar ese grado para todas las titulaciones de la Facultad. Traslada esta petición al Director General de Universidades, Juan Manuel Torralba, se obtuvo el visto bueno sólo para el Grado de Comunicación Audiovisual y siempre que hubiera acuerdo unánime de los Rectores de todas las Universidades de España. Tras meses de conversaciones se

firmó un documento de aquiescencia con el aumento de experimentalidad con el compromiso de obtenerlo el curso siguiente. Al sobrevenir la pandemia el proceso se dilató y ahora solo queda esperar a que sea efectivo, con una subida de tasas que reconoce el grado 2 de experimentalidad de la titulación

La cantera de los profesionales del sector audiovisual

En la última década los profesionales de la comunicación audiovisual han visto como la digitalización y la consiguiente aparición de nuevos formatos, nuevos roles para las audiencias y nuevas vías de distribución de los contenidos han conllevado cambios profundos en las estructuras productivas y en las formas de trabajo. A esto hay que añadir una difícil situación económica en España, agudizada por la pandemia, que ha provocado una precarización de las condiciones laborales, también en el sector de la comunicación. Todo ello confluye en la exigencia de profesionales de la comunicación audiovisual con mayor versatilidad y polivalencia, capaces de asumir una gran diversidad de tareas y de incorporar los avances tecnológicos en sus rutinas de trabajo. Hoy, el sector audiovisual plantea nuevas exigencias profesionalizantes que obligan a mejorar la capacitación de los estudiantes para facilitar su inserción en la industria audiovisual.

El Grado de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Ciencias de la Información ofrece a los estudiantes la adquisición de competencias generales, transversales y específicas que deben adquirir, para alcanzar conocimientos que les permitan comprender los cambios y la evolución histórica de la imagen y la cultura audiovisual, así como los distintos modelos del lenguaje cinematográfico, audiovisual y multimedia. Además, les capacita para identificar y desarrollar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales y ver las oportunidades del mercado: producción, distribución y exhibición. Los estudiantes de este Grado disponen de conocimientos para aplicar procesos y técnicas implicadas en la organización y gestión de recursos técnicos en cualquiera de los soportes sonoros y visuales existentes, así como las técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica y conocimientos para comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir y crear.

Una formación que abre la entrada a las distintas profesiones reguladas que van desde Director-realizador audiovisual y de productos multimedia y Productor y Guionista audiovisual y multimedia a Director artístico, Editor y postproductor audiovisual, Diseñador de sonido y postproducción sonora, Diseñador gráfico audiovisual y fotógrafo o reportero gráfico.

Todo ello con una plantilla cercana a los 200 profesores de los que cerca de la mitad, tiene una experiencia docente superior a los diez años en las materias y especialidades que imparte. Del resto de los profesores, cerca del 30% tiene una experiencia docente de más de cinco años y solo algo más de un cuarto de la plantilla son profesores incorporados en los últimos cinco años.

Se trata de unos estudios que se van adaptando a las necesidades de la sociedad actual, dadas las características de la industria audiovisual, en los distintos planes de estudio, para incidir en la mejora de las competencias profesionalizantes de los estudiantes.

A esta oferta de Grado se suman en la Facultad una importante relación de Másteres oficiales y títulos propios, muchos de ellos reconocidos entre los mejores de España.

En un contexto caracterizado por la evolución tecnológica, la globalización y la orientación hacia un trabajo cada vez más interdisciplinar, es importante atender las nuevas exigencias profesionalizantes que plantea el sector audiovisual. Por ello, es indispensable que la comunidad universitaria se implique en mejorar la capacitación de los estudiantes de Comunicación Audiovisual y facilitar así su inserción en la industria. En este sentido, es fundamental que los futuros profesionales cuenten con las habilidades necesarias para enfrentarse con éxito a los cambios y necesidades del sector audiovisual. La Facultad de Ciencias de la Información afronta,

en este momento, el reto de renovar los planes de estudio para que sus estudiantes se conviertan en los protagonistas del sector.

Un gran papel protagonista tienen algunos de los egresados de esta “fábrica” entre los que se encuentran reconocidos directores de cine, guionistas, productores, cineastas, actores y un sinnúmero de profesiones para las que capacita el título.

Entre los directores de cine más reconocidos por todos destacan Fernando León de Aranoa, nombrado este año “Alumni ilustre por la UCM” a propuesta de la Facultad, con motivo del 50 Aniversario, Fernando Trueba, Alejandro Amenábar, Javier Fesser y su hermano Guillermo Fesser, como guionista; Patricia Ferreira, Javier Ambrosi, además guionista y Ana Díez, Arantxa Echevarría, Félix Viscrret, e Ignacio Gulló, entre otros muchos. También han sido estudiantes de esta titulación famosos actores como Antonio Resines, Cayetana Guillén Cuervo, Alberto San Juan, ganador de un Goya en la edición de 2021, Mariano Alameda y Antonio de la Torre.

Otros cineastas y escritores como Luis López Carrasco, Goya 2021, el guionista, escritor y dramaturgo, David Botello y los guionistas Francisco Mateo Gil y Jorge Dorado han pasado por nuestras aulas. Y algunos vuelven como nuestra compañera Carlota Coronado, productora y Goya 2015 al mejor cortometraje de Animación.

Estos nombres representan solo una parte de una larga lista de profesionales que provienen de esa cantera, de la que nos sentimos orgullosos, al aumentar el prestigio de nuestra Facultad, y que hoy son figuras esenciales para el crecimiento del sector audiovisual en España.



Carmen Salgado Santamaría

Vicedecana de Política Académica e Innovación Tecnológica de la Facultad de Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid).

Desde 1999 es Profesora doctora en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid, del que ha sido directora de 2010 a 2017. Imparte docencia en asignaturas relacionadas con la información audiovisual y multimedia en el Grado en Periodismo y en el Máster Universitario en Periodismo Multimedia Profesional, del que es directora desde que se creó en 2010. Además, es Directora del Título Propio de Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional, ambas titulaciones de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM.

Con anterioridad ha impartido docencia en varias Universidades privadas, Universidad Antonio de Nebrija y Universidad Europea de Madrid, en diferentes asignaturas de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Actualmente es Vicedecana de Política Académica e Innovación Tecnológica y cuenta con un sexenio de Investigación. Dentro de su actividad investigadora, destaca su participación en cerca de 20 proyectos y contratos de investigación del Plan Nacional I+D+i, en Proyectos de la Comunidad de Madrid, en proyectos del art. 83 y en dos grupos UCM "Internet Media Lab; Centro de Innovación y estudios interactivos" y "Modelo nórdico de la Sociedad de la Información", así como en cinco Grupos de Innovación UCM. Fruto de estas investigaciones ha publicado libros y artículos en revistas con un alto índice de impacto.



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

ARTÍCULO 2

El rol y la importancia de la formación técnica en los oficios del cine y el universo audiovisual

ARTÍCULO 2

El rol y la importancia de la formación técnica en los oficios del cine y el universo audiovisual

Carlos Mario Estrada Molina

Director General del Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA



Contexto de la formación profesional integral en el SENA

En América Latina la educación Técnica Profesional es una modalidad educativa del nivel secundario y del nivel superior; en la actualidad Colombia logra ser un referente importante desde el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, Entidad de orden nacional adscrita al Ministerio de Trabajo, que ofrece en sus 117 Centros de Formación, programas de capacitación gratuita, de acuerdo con la Ley 749 de 2002, por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades Técnica profesional y Tecnológica, y se dictan otras disposiciones. Su filosofía se orienta esencialmente a que los estudiantes de estos niveles educativos puedan continuar sus estudios hasta el nivel profesional y, al mismo tiempo, tengan la posibilidad de ingresar en forma paralela al mercado ocupacional.

La formación en el SENA se hace mediante un proceso educativo teórico-práctico integral, orientado al desarrollo de conocimientos así como al fortalecimiento de habilidades digitales y competencias socioemocionales y ciudadanas, entre las que se encuentran el trabajo en equipo, la adaptabilidad al cambio, comportamientos éticos, pensamiento crítico, capacidad de expresión, actitud permanente de servicio, puntualidad, sentido del humor e inteligencia emocional, que permiten a las personas desempeñarse eficazmente en una actividad productiva, planteando y solucionando creativamente los problemas. En este sentido, la Entidad cuenta con programas formativos organizados curricularmente por módulos para los niveles técnicos y tecnológicos, que propenden por la formación integral del ser humano en todas sus dimensiones y posibilitan el desarrollo de competencias básicas (axiológicas, matemáticas, comunicativas y biofísicas); competencias transversales o genéricas (manejo de información, planteamiento y resolución de problemas), y competencias específicas (técnicas y tecnológicas propias de la especialidad u ocupación objeto de formación). Asimismo, todos los programas incluyen el desarrollo de la mentalidad emprendedora y las habilidades básicas en inglés e informática.

¿Qué es la formación técnica?

La formación técnica se refiere a un conjunto de competencias orientadas a desarrollar habilidades y destrezas para el trabajo, que suelen ser prácticas y específicas a los roles laborales y su cadena productiva; desde conocimientos de infraestructura, ingeniería, programación o configuración de sistemas, hasta el manejo eficaz de los equipos tecnológicos implementados, pasando por el uso de las herramientas de trabajo y su mantenimiento. Es así que podemos definir la formación técnica como cualquier tipo de aprendizaje que mejore las habilidades técnicas de los actuales y futuros trabajadores, y enseñe los conocimientos necesarios para diseñar, desarrollar, implantar, mantener o hacer funcionar una tecnología concreta o una aplicación, producto o servicio. Un trabajador y una empresa puede requerir formación técnica porque las habilidades de sus empleados no están actualizadas o, más probablemente, porque la tecnología está evolucionando y necesita actualizarla con los últimos avances.

Panorama del sector audiovisual y cinematográfico en Colombia

Ahora bien, entrando a los terrenos de interés para el sector audiovisual, es de tener en cuenta que ante las adversidades surgidas por la pandemia del COVID-19, el Gobierno Nacional invirtió cerca de 1,2 billones de pesos y generó 9.000 empleos, permitiendo de esta manera una reactivación económica positiva para el sector, regresando paulatinamente a sus actividades directas, que durante 2020 se vieron paralizadas casi que de tajo. No obstante, el sector sigue su recuperación progresivamente, como lo evidencian los reportes publicados por Proimágenes Colombia¹ en sus boletines de *Cine en cifras*, donde se indica que 27,81 millones de espectadores volvieron a las salas de cine del país.



Tabla 1. Número total de espectadores en Colombia entre 2010 y 2021

Este momento de volver a la acción, sin duda alguna, ha reafirmado la demanda creciente y el reto aún mayor, como Entidad de formación para el trabajo, de validar, así como de abrir y ofertar nuevos programas enfocados a los diferentes oficios técnicos propios del quehacer cinematográfico

¹ Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica "Proimágenes Colombia" es una corporación civil sin ánimo de lucro creada bajo la ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura).

y audiovisual a nivel nacional, bajo las necesidades propias de los medianos y grandes inversionistas que ven como atractivo y potencial de locación y talento al país para sus diversas producciones de ficción, documental, series web y nuevos formatos.

El SENA: brazo operativo de la Economía Naranja

En el documento CONPES² 3659 de 2010, en atención a la estrategia asociada al eje problemático cuatro (Ampliación de la oferta de formación especializada), se señala que *“El Ministerio de Educación Nacional (MEN), el Ministerio de Cultura, el SENA y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo fomentarán estrategias encaminadas a la ampliación de la cobertura, mejoramiento de la calidad, pertinencia e innovación de programas que permitan cualificar la formación del sector artístico y cultural en los distintos niveles y modalidades”*³. En este orden de ideas y con la certeza del camino que hemos andado, gracias al enorme potencial humano, logístico y técnico del país en materia audiovisual, venimos desarrollando *“labores de formación en el área de producción audiovisual a partir de la tarea de promoción de estrategias de capacitación técnica y tecnológica en la actividad cinematográfica para contribuir a que el porcentaje del equipo contratado por producciones internacionales sea en gran medida colombiano, logrando así un mayor impacto sobre el empleo”*.⁴ Así es como hemos venido cumpliendo año a año, dando valor a la recomendación al CONPES por parte de la Vicepresidencia de la República, el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el Departamento Nacional de Planeación, de *“solicitar al SENA coordinar con el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación Nacional el diseño, la puesta en marcha y el fomento de los programas de formación y capacitación del recurso humano requerido por el sector de la cinematografía en las diferentes regiones”*.⁵

En el apartado del Plan Nacional de Desarrollo 2019 - 2022, denominado *“Colombia Naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de las nuevas industrias”*⁶, se resalta que *“las industrias creativas y culturales, a nivel mundial, generan ingresos por US\$2,25 billones y 29,5 millones de puestos de trabajo; aproximadamente el 1% de la población económicamente activa. En América Latina y el Caribe, las estimaciones señalan que las industrias creativas generan ingresos por US\$124 mil millones y 2,2% del PIB regional (Ernst & Young, 2015)”*⁷. Este ha sido un acicate perfecto para sustentar la pertinencia del empuje y fortalecimiento a la producción audiovisual desde el SENA, lo cual se ha evidenciado año a año, fruto de un trabajo sostenido, con una proyección donde el sector se ha visto beneficiado.

El papel del SENA sigue siendo crucial, dada la labor que se le ha encomendado y las fortalezas que integran su naturaleza. Es por esto que la Entidad es protagonista del devenir de la llamada Economía Naranja: *“Artículo 10. Educación para la economía creativa. En desarrollo de la jornada única y en el marco de la autonomía escolar, el Ministerio de Educación Nacional, en coordinación con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y el Ministerio de Cultura, promoverán en los establecimientos educativos la formación para el progreso cultural y creativo, a la luz de las disposiciones consagradas en la Ley 115 de 1994”*⁸

No en vano el SENA recibió por parte del Gobierno Nacional el título de *“brazo operativo de la Economía Naranja”*, designación que obedece a su presencia en todas las regiones del país, territorios a los que llega con legalidad, emprendimiento y equidad. Cuando hablamos de Economía Naranja

2 El Consejo Nacional de Política Económica y Social es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

3 CONPES 3659 de 2010. *Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia*.

4 CONPES 3462 de 2007. *Lineamientos para el fortalecimiento de la cinematografía en Colombia*.

5 Ibidem.

6 Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2022: *Pacto por Colombia*.

7 Ibidem.

8 Ley 1834 de 2017. *Por medio de la cual se fomenta la Economía creativa Ley Naranja*.

nos referimos a creatividad, cultura, tradición, emprendimiento, innovación, educación, habilidades y desarrollo sostenible, entre otros. Y cuando hablamos de la herramienta que la opera e impulsa, nos referimos al SENA y al ejercicio que desarrolla en todos los territorios y ámbitos. Tiene que ver con un trabajo decidido que adelanta la Entidad con el firme propósito de fomentar las industrias creativas y culturales como un poderoso sector que le aporta a la construcción de nuestro país, basado en las tres “E”: Educación, Emprendimiento y Empleo, una tríada fundamental que soporta en gran medida la naturaleza del SENA.

Cine al SENA: articulando esfuerzos, materializando sueños

Si bien, el SENA venía desarrollando acciones tendientes al fortalecimiento del sector audiovisual en Colombia, por medio de procesos formativos técnicos y de búsqueda del desarrollo del ser; así como de la implementación de iniciativas disgregadas en diferentes regiones del país; no fue sino hasta marzo de 2016 cuando nace una estrategia concreta para promover la producción audiovisual y acercar los procesos formativos a las realidades del sector audiovisual y cinematográfico de Colombia y el mundo. ‘Cine al SENA’ es lanzada en el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias erigiéndose como una promesa rotunda de establecer una comunicación permanente con el sector, como un mecanismo generador de iniciativas disruptivas que, a hoy, da cuenta de un camino lleno de experiencias positivas y valiosos resultados que hablan del éxito de esta estrategia.



Desde sus inicios, el SENA, por medio de esta iniciativa, se ha planteado responder a varias preguntas que devienen de la reflexión acerca del desarrollo de una sociedad mediante la educación, el fortalecimiento de las competencias de los trabajadores y la inserción de nuestros egresados en el mundo laboral, con altos estándares técnicos y calidades humanas que los destaquen. Es así como, desde ‘Cine al SENA’, se han establecido tres grandes componentes o aspectos que le dan sentido a su existencia: **1)** Experiencias significativas en el marco de la producción audiovisual y de contenidos digitales, con el acompañamiento cercano de miembros del sector audiovisual y cinematográfico, así como de la industria nacional e internacional. **2)** Momentos inspiradores con expertos de altísimo nivel y representatividad en el sector. **3)** Actualización constante de las dinámicas y flujos de trabajo propios del quehacer en entornos reales, frente a los conocimientos y habilidades contenidos en las estructuras curriculares en constante evolución.

¡Cerrando brechas y abriendo ventanas en las regiones!

Llegar a las regiones de Colombia, imbuidos por ese potente hálito de transformación social, por esa convicción plena de que los procesos formativos dejan una huella profunda en

las comunidades -tal como ocurre con todos aquellos esfuerzos que la Entidad procura en los territorios desde sus diferentes áreas y departamentos- ha sido suficiente para echar a andar esta máquina de sueños posibles que llamamos 'Cine al SENA'. De esta manera, hemos logrado acercar y estrechar lazos entre noveles creadores y personas talentosas dedicadas a quehaceres técnicos -o con incipientes anhelos de lograrlo-, con las figuras destacadas del medio audiovisual, cinematográfico y de contenidos digitales e interactivos. Por medio de videoconferencias hemos conectado a las regiones en torno a talleres y espacios de reflexión y actualización, nos hemos valido de jornadas académicas inspiradoras y coherentes con las particularidades de cada lugar -consecuentes con una visión de país donde narrar desde las regiones es construir universos posibles-, en tanto que impactamos gratamente a las comunidades de múltiples maneras. Hemos llegado hasta la Colombia profunda con mentorías presenciales y en línea, con nuevas tecnologías y profesionales de alto nivel con el objetivo de acompañar apuestas narrativas locales, en el ejercicio de democratización de los medios, de transferencia de conocimientos y construcción de habilidades, para que desde esos lugares logren asumir la necesidad ingente de personal para la producción nacional e internacional, en tiempos de fulgor y seducción de un país que abre sus puertas al mundo para que sigan las historias.

Proyección internacional (experiencias inspiradoras y casos de éxito)

Ahora, esta visión internacional obedece a los retos que impone la Ley 1556 de 2012, una ley promovida por el Ministerio de Cultura y también por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, cuyo propósito principal ha sido desde el comienzo incentivar la producción de películas en Colombia y fomentar la contratación de empresas colombianas de servicios cinematográficos, para el fortalecimiento de esta industria en el país. Este aspecto representa otro punto a favor para el desarrollo de iniciativas como la estrategia 'Cine al SENA'.

El anhelo de hacer cine y de pensar en vincularse al sector que fabrica sueños en la pantalla ha dejado de ser utopía para muchos talentosos jóvenes gracias a nuestra Entidad, para convertirse en una realidad. A hoy, hemos registrado varios casos de éxito como, por ejemplo, los cortometrajes realizados en el marco de las maratones creativas Cine al SENA: *Fibras* (2016), *Color madera* (2017), *Sobre mi sombra* (2017), *Chocatos* (2018), *Melcocha* (2018), entre otros, los cuales han recibido selecciones oficiales y premios en certámenes nacionales e internacionales.

Por esta misma línea de resultados, es grato saber de casos como los de Jorge Caicedo, egresado del tecnólogo en Producción de Medios Audiovisuales Digitales, el actual representante de ventas para Centro y Suramérica de la multinacional FLUOTEC, una exitosa empresa dedicada a la investigación, fabricación y comercialización de equipos de iluminación para cine y televisión, aliada en varias producciones de cortometrajes realizados en la Entidad; o el caso de los tres aprendices que saltaron de la formación acompañada de las dinámicas del *boot camp*, a hacer parte de la producción de la película *Memoria* (2021), del tailandés Apichatpong Weerasethakul, con la participación de la reconocida actriz Tilda Swinton; un filme que recibió mención del jurado en el Festival de Cannes, así como varios galardones de otros prestigiosos certámenes en el mundo. Y esto solo por nombrar dos casos entre muchos que retratan el estado de la formación y los esfuerzos de la Entidad por ofrecer herramientas vitales para el trabajo y para la vida.

El SENA desde hace más de 8 años, gracias a diferentes estrategias de orden misional, siempre ha estado un paso adelante a éstas y otras necesidades. Gracias a la internacionalización, buscamos aliados y nuevos horizontes para mejorar la calidad de la formación técnica en Colombia. A la fecha, contamos con más de 100 aliados en los 5 continentes; países, organismos internacionales, multinacionales, entidades homólogas y ONGs que durante décadas han creído y creen en el SENA como motor de desarrollo, y hacen parte de nuestro grupo de cooperantes en el mundo.

Asimismo, la estrategia 'Cine al SENA', en sintonía con la naturaleza y función de la Entidad, ha permitido que toda nuestra comunidad estudiantil de aquellos programas técnicos y tecnológicos relacionados al sector audiovisual, dispongan de un esquema de fortalecimiento y emparejamiento directo con el sector, contando con oportunidades de networking, creación de contenido de gran

factura, vinculación a proyectos cinematográficos, coproducciones, transferencia de conocimiento y un sinnúmero de actividades y acciones de impacto directo a la transformación de vida de aproximadamente 1.500 aprendices beneficiados cada año. Son más de 20 alianzas que se han ido gestando, entre festivales de cine de talla internacional, empresas multinacionales y productoras, que mediante diferentes metodologías han dado excelentes resultados.

Nuevas tendencias en la formación, retos y aciertos

El SENA es una institución que constantemente está en la búsqueda por mejorar la manera en que se desarrollan los procesos de enseñanza-aprendizaje. Al margen de la recursividad y la adaptación que impuso la pandemia -factor que agravó las dificultades en algunos territorios-, la Entidad se ha puesto a tono con metodologías que han demostrado con creces su éxito en el mundo educativo actual. Un claro ejemplo de ello son los *boot camps*⁹, iniciativa que, durante mi dirección, ha permitido a los aprendices e instructores compartir jornadas intensas a entornos colaborativos para la solución de retos que requieren habilidades técnicas y socioemocionales precisas, lo que les brinda una experiencia real del mundo laboral.

Todo inició en 2019, precisamente con un campamento creativo audiovisual en el marco de la estrategia 'Cine al SENA'. Movilizamos a 24 aprendices de todo el país a Villeta, un municipio ubicado a dos horas de Bogotá, en el departamento de Cundinamarca. Allí, este grupo de estudiantes de programas formativos afines a la producción audiovisual, venidos de culturas diversas y con expectativas en común, encontrarían el escenario perfecto para desarrollar una serie de jornadas llenas de retos, nuevos aprendizajes, reflexiones prácticas y un poco más profundas en cuanto a la misma narración de ese cortometraje que pretendían rodar en una semana de trabajo arduo, pero satisfactorio. No podría olvidar ese primer *boot camp* que tuvimos en Villeta; primero, porque tuve la oportunidad de presenciar el ajetreo y la maravilla de estar en un set de grabación con tantos equipos sofisticados y personal sorprendente haciendo gala de profesionalismo; y segundo, porque fue mi debut como extra, un paso fugaz por el séptimo arte, como lo cuento jocosamente cada vez que tengo oportunidad. Entonces, ver a estos jóvenes entusiasmados por la experiencia que el SENA les ofrecía y saber que su nivel había subido en tan pocos días gracias a la metodología que se estaba utilizando, me convenció más de que íbamos por buen camino. Luego vendrían más *boot camps* audiovisuales, así como su implementación en diferentes áreas del conocimiento. De esta manera, cada *boot camp* ha sido un fiel reflejo de lo que significa la formación bajo la filosofía *taylor-made* o a la medida, ya que es el sector productivo quien define en qué aspectos debemos enfocarnos para que los aprendices respondan de manera efectiva a las necesidades propias de los entornos productivos y dando sentido a la formación para el trabajo.



9 Se trata de un tipo de entrenamiento de alta intensidad inspirado en la preparación del cuerpo de infantería marina. El método, creado a finales del siglo XIX, se adaptó para el público en general hace unos veinte años en Estados Unidos.

Otra de las dinámicas importantes que se han realizado dentro de la estrategia Cine al SENA es la participación de aprendices en la formación de comunidades alrededor de ejercicios de realización audiovisual, donde son precisamente ellos quienes transfieren sus conocimientos y habilidades a otros estudiantes locales, siempre con el acompañamiento de sus instructores y de expertos asociados, en una suerte de diálogo de saberes y construcción colectiva, donde los aprendices asumen el rol de sus instructores y deben dejar una huella en sus pares; una experiencia retadora y gratificante, toda vez que, cuando llega el momento cumbre de ver en la pantalla grande los resultados de su interacción, las emociones afloran y los lazos se estrechan aún más. Así ha sucedido, por ejemplo, en el Festival Internacional Audiovisual Mambe en Florencia (Caquetá, Colombia) y en el Festival de Películas Nativas - Arica Nativa (Chile), entre otros.

Son alrededor de 30 programas de formación titulada relacionados con audiovisuales, cinematografía y nuevas narrativas, los que orienta el SENA. De 2018 a la fecha se han formado colombianos en diversas líneas temáticas relacionadas con escritura para el medio audiovisual, producción de medios audiovisuales digitales, fotografía, multimedia, registro sonoro, animación 3D, animación digital, diseño de videojuegos, postproducción, actuación, etc. Cada año formamos alrededor de 40.000 aprendices en programas titulados de los niveles técnico profesional y tecnólogo, principalmente, además de aproximadamente 260.000 aprendices que desarrollan procesos de formación complementaria; con lo cual, se cualifica y actualiza la mano de obra requerida por el sector audiovisual, cinematográfico, y de medios interactivos, para su desarrollo y fortalecimiento.

Tendiendo puentes, estrechando lazos

Ha sido todo un reto para el SENA responder a las necesidades específicas del sector, razón que nos motiva desde la misionalidad a trabajar de manera conjunta con aquellas empresas e instituciones claves para el proceso, instancias engranadas en el ecosistema del sector audiovisual, cinematográfico y de nuevos contenidos. Así es como, nos hemos aliado con importantes organizaciones e instituciones. Para el caso del primer *boot camp* creativo audiovisual, tuvimos la fortuna de contar con Congo Films para garantizar la altura, la calidad y la pertinencia que se requería para llegar a buen puerto con los resultados que finalmente obtuvimos; y así mismo, podemos nombrar a la Academia Colombiana de Ciencias y Artes Cinematográficas de Colombia - ACACC; la Federación Iberoamericana de Academias de Artes y Ciencias Cinematográficas - FIACINE; el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - FICCI; Proimágenes Colombia, el Bogotá Short Film Festival / Festival de Cortos de Bogotá - BOGOSHORTS; la Agencia de Promoción y Distribución - DOC:CO; el Festival de Cine Colombiano al Campo - SIEMBRAFEST; el Bolivia Lab; el Festival de Películas Nativas - Arica Nativa; Ventana Sur, el principal encuentro audiovisual de Iberoamérica, organizado por el INCAA (Argentina) y el Marché du Film (Francia); el Festival Internacional Pachamama – Cinema de Fronteira; el Festival de cine independiente de Sogamoso - FECISO; el Festival Internacional Audiovisual Mambe; el Festival de Cine Independiente de Bogotá - IndieBo; el Festival de Cine Hecho con Celulares - SMARTFILMS; entre otros no menos importantes aliados con los que seguimos, cada uno desde sus experticias y fortalezas, construyendo historias de vida con un objetivo en común: forjar los escenarios adecuados para avanzar a paso firme en el camino del desarrollo en el marco de las industrias creativas y culturales como alternativa viable para transformar las ideas en mejores condiciones de vida para los colombianos.

Uno de los logros forjados dentro de la estrategia 'Cine al SENA', ha sido que la labor de los técnicos sea valorada y visibilizada en aquellos espacios donde tiene lugar la premiación de obras cinematográficas nacionales e internacionales. El SENA fue el artífice de que en eventos tan importantes como la entrega de los Premios Macondo del Cine Colombiano, certamen organizado por la Academia Colombiana de Ciencias y Artes Cinematográficas - ACACC y en el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - FICCI, se entregue actualmente un galardón para premiar la excelencia a la labor técnica en sus diferentes oficios, algo que la Entidad, bastión donde se cimientan las bases de la técnica, ha posicionado de manera acertada y coherente con su rol en el Estado. Y así como nació este reconocimiento, nacieron los Semilleros Macondo, espacios de crecimiento y actualización de conocimientos, de la mano de los profesionales y expertos que

conforman la ACACC en diferentes áreas relacionadas con los oficios que convergen en el cine. Actores, directores, productores y equipo técnico, capacitan a más de 500 aprendices y seleccionan a los mejores para, adicionalmente, asistir a la noche de gala de los Premios Macondo en compañía de los nominados.

Emprendimiento y empleabilidad en el marco de las industrias creativas

Gracias al relacionamiento constante con el sector y a las alianzas, donde le apuntamos al mejoramiento técnico y la actualización de conocimientos acordes a las nuevas realidades del sector, se ha generado la confianza de los empresarios, quienes ven con buenos ojos la inserción de nuestros aprendices en sus proyectos, toda vez que han podido corroborar las temáticas, componentes y estrategias metodológicas que hacen parte de la formación que reciben. En marzo de 2022 se realizó un evento en el marco de los proyectos estratégicos de la Presidencia de la República, donde el SENA y Congo Films se reunieron con ministerios, entidades del país y empresarios del sector audiovisual para mostrar la novedosa tecnología de grabación en producción virtual que vienen desarrollado y que han puesto al alcance de los procesos formativos, ubicando a nuestros estudiantes en un lugar privilegiado, dotándolos de las ventajas de estar a la vanguardia en el ámbito de los cambios vertiginosos que imponen los procesos tecnificados de la producción audiovisual mundial.

Entre 2019 y lo corrido del 2022, el SENA ha financiado con capital semilla la creación de 103 emprendimientos relacionados con la industria audiovisual que han generado más de 400 oportunidades laborales; además desde la Agencia Pública de Empleo se ha contribuido a la colocación de 2.500 personas en ocupaciones relacionadas a este mismo sector de la Economía Naranja.

Podemos decir con orgullo y satisfacción, que nos otorga la labor realizada, que el sector de las imágenes en movimiento y las nuevas narrativas, ese que crece positivamente y va dejando atrás los estragos de una pandemia que golpeó fuerte al mundo, le viene poniendo el ojo al talento SENA cada vez con más atención y con total confianza en los procesos que se desarrollan a diario en nuestras regionales y centros de formación en el país.



Carlos Mario Estrada Molina

Director General del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.

Un reto que asumió en 2018 de manos del presidente de Colombia Iván Duque Márquez, con la firme intención de volcar toda su experiencia y conocimientos en una Entidad fundamental para el país y enraizada en los sueños de toda una Nación. Administrador de Empresas, Especialista en Mercadeo, y Magister en Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad EAFIT.

Premios como el de Liderazgo con Sentido Social, otorgado por La Fundación Universitaria María Cano; o el Premio Club de La Prensa al Liderazgo, otorgado por la Junta Directiva del Club de la Prensa de Medellín; así como la Orden del Zurriago, entregado por el Centro de Estudios Universitarios, dan cuenta de una vida dedicada al servicio y al engrandecimiento de un país, labor que ha realizado con ímpetu desde distintas orillas, como lo son las del sector privado y el público.

Durante sus aproximadamente cuatro años de gestión, tres grandes retos han sido materializados, toda vez que acercó al SENA al sector productivo por medio de una formación pertinente y de calidad en el marco de La Cuarta Revolución Industrial; además, amplió la cobertura del programa de Doble Titulación para que más estudiantes de la Educación Media se gradúen con dos diplomas, como bachilleres y como técnicos SENA, lo cual promueve la continuidad educativa y facilita la inserción laboral; y en tercera instancia, impulsó con total convicción la Transformación Digital y la Renovación Cultural de la Entidad, lo que facilitó y legitimó la interacción con los diferentes públicos atendidos por el SENA y propició la adopción de valores, principios y hábitos saludables por parte de los colaboradores, lo que permitió una mejora sustancial en el clima organizacional, y el desarrollo de una cultura sana y positiva.



CAPITULO I

Producción cinematográfica Iberoamericana

CAPITULO I

Producción cinematográfica Iberoamericana

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

La actividad cinematográfica en 2021 en Iberoamérica sigue marcada por las restricciones operativas derivadas de la pandemia mundial por el coronavirus. El número de salas de cine en funcionamiento baja ligeramente de la barrera de las 20.000 y, de momento, se reducen en algo más de 800 pantallas (4%), con respecto a las que estaban en funcionamiento en 2019 (cuadro Introducción 1.1).

Los ingresos de los cines iberoamericanos en 2021 superan los 1.200 millones de dólares y los espectadores que asistieron a las salas alcanzaron los 307 millones. Estas cifras todavía quedan lejos de los más de 3.500 millones de dólares de ingresos y casi 935 millones de entradas que se vendieron en las taquillas de los cines en 2019.

El cine nacional acumula casi 14,5 millones de espectadores en 2021, por los 86,2 millones de espectadores de 2019. El número de estrenos totales asciende a 4.388 y el porcentaje de estrenos nacionales representa casi el 19% (832 estrenos).

Cuadro Introducción 1.1

Datos cinematográficos desglosados. Año 2021. Iberoamérica

País	Pantallas	Número de estrenos		Espectadores		Ingresos (\$)
		Totales	Nacionales	Totales	Nacional	
Argentina	965	327	184	15.735.071	271.180	60.291.343
Bolivia	124	257	14	3.524.676	36.353	17.715.536
Brasil	3.249	308	128	54.129.467	895.100	176.348.047
Chile	495	133	7	6.435.920	3.772	31.709.159
Colombia	1.224	213	30	27.810.000	958.340	78.402.327
Costa Rica	152	197	9	3.178.958	54.744	16.142.650
Ecuador	315	192	13	7.997.836	107.240	38.270.583

El Salvador	67	179	5	1.938.506	1.920	8.161.940
España	3.432	681	295	43.943.708	7.107.930	315.262.225
Guatemala	172	183	5	2.363.112	12.256	11.874.884
Honduras	124	173	4	1.741.749	6.327	6.408.648
México	7.252	367	66	116.595.147	4.600.000	380.530.324
Nicaragua	52	147	0	755.247	0	3.080.076
Panamá	169	177	3	2.689.531	26.817	14.874.008
Paraguay	87	149	4	752.909	11.770	3.584.760
Perú	663	143	9	7.621.122	137.553	25.488.709
Portugal	543	295	16	5.468.858	162.462	36.156.383
R. Dominicana	183	107	16	1.550.391	157.950	7.760.243
Uruguay	97	117	14	747.036	13.803	3.916.855
Venezuela	378	43	10	2.027.659	*	*
Totales	19.743	4.388	832	307.006.903	14.565.517	1.235.978.700

La persistencia de la Covid-19 continúa afectando a la actividad cinematográfica en 2021. Las distribuidoras lanzaron un 20% menos de estrenos en el conjunto de países iberoamericanos en 2021 respecto a 2019, aunque se aprecia una mejoría, puesto que en 2020 esta reducción superó el 50%.

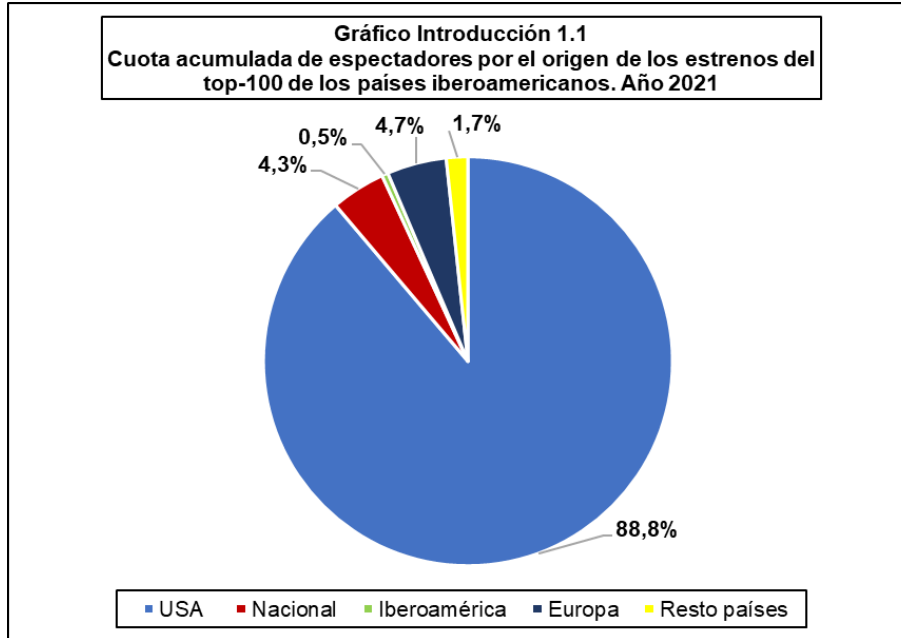
La actividad de la venta de entradas de los complejos cinematográficos estuvo mermada en un 66% en 2021. Los países que registran una reducción más severa de su actividad, por encima del 80%, son Perú y Venezuela. En el extremo contrario, los que atenuaron en mayor medida la pérdida de espectadores con respecto a los niveles prepandemia son El Salvador, Bolivia, Nicaragua, España y Ecuador (cuadro Introducción 1.2)

Cuadro introducción 1.2

Reducción de la asistencia al cine respecto a 2019 (%)

País	Reapertura	2020	2021
Argentina	feb-21	81,6	67,7
Bolivia	sep-20	76,8	56,0
Brasil	oct-20	77,2	69,1
Chile	feb-21	83,9	77,9
Colombia	nov-20	82,8	62,0
Costa Rica	sep-20	83,3	61,0
Ecuador	jul-20	79,4	60,1
El Salvador	ago-20	84,6	53,9
España	jun-20	72,9	58,8
Guatemala	oct-20	87,5	67,3
Honduras	oct-20	84,1	63,8
México	ago-20	82,0	66,6
Nicaragua	ago-20	82,3	56,6
Panamá	oct-20	83,9	62,5
Paraguay	nov-20	84,9	66,0
Perú	dic-20	81,5	85,7
Portugal	jun-20	76,2	66,9
R. Dominicana	oct-20	88,5	66,6
Uruguay	ago-20	81,1	76,8
Venezuela	ene-21	86,2	82,7
Promedio		82,0	66,4

La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-100 de los 19 países analizados refleja el dominio estadounidense con el 88,8% del total en 2021, seguido por el cine europeo con un 4,7% y el cine nacional con el 4,3%. El cine iberoamericano solo obtuvo un porcentaje del 0,5% de espectadores (gráfico Introducción 1.1).



La distribución de estrenos presentes en el top-100 por su origen refleja que en el año previo a la pandemia el número de lanzamientos del cine USA representa el 74,6% frente al 9,6% del cine iberoamericano. El cine europeo aumenta desde el 11,3% de 2019 hasta un 18% de 2020 y 15,1% en 2021. Los estrenos del cine procedente de otros países también aumentan significativamente su presencia en el top-100 en los años de pandemia (cuadro introducción 1.3).

El número de estrenos de cine USA disminuye de forma significativa en 2020 hasta situarse en un 53,6% y se recupera ligeramente en 2021 hasta el 66,7%. Por su parte, el número de estrenos de cine iberoamericano aumenta durante el primer año de pandemia hasta un 14,6% y retrocede en 2021 al porcentaje previo a la COVID 2019.

El número de títulos que se corresponde con los estrenos del top-100 suma 296 en 2019, 542 en 2020 y 374 en 2021. Durante el primer año, el porcentaje que corresponde al cine USA y al iberoamericano es muy parecido en ambos casos, situándose en torno al 41%. En los años de pandemia, en 2020 los títulos de estreno de cine iberoamericano superan al cine USA y en 2021 se invierten los resultados. En ambos años, los porcentajes no alcanzan los niveles de 2019 en beneficio de la cinematografía europea y la de otros países.

En cuanto al porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos, en 2019 y 2021 se sitúa en torno al 26,5% y en 2020 representa un 21,5%. El peso del origen de los países coproductores se comporta de la misma manera que en cuanto al número de títulos de este tipo, puesto que las coproducciones exclusivas entre países de Iberoamérica son minoritarias en 2020 con un 46,3% y mayoritarias en 2019 y 2021 con porcentajes superiores al 60%.

<i>Cuadro Introducción 1.3</i>						
<i>Distribución de los estrenos y títulos del top-100 por su origen. Iberoamérica</i>						
<i>Estrenos</i>						
Origen	2019		2020		2021	
	Total	%	Total	%	Total	%
USA	1.342	74,6	993	53,6	1.268	66,7
Iberoamérica	172	9,6	271	14,6	175	9,2
Europa	204	11,3	334	18,0	287	15,1
Resto países	82	4,6	254	13,7	170	8,9
Total	1.800		1.852		1.900	

<i>Títulos</i>						
Origen	2019		2020		2021	
	Total	%	Total	%	Total	%
USA	122	41,2	166	30,6	135	36,1
Iberoamérica	119	40,2	191	35,2	117	31,3
Europa	39	13,2	121	22,3	83	22,2
Resto países	16	5,4	64	11,8	39	10,4
Total	296		542		374	

<i>Distribución de los títulos del top-100 por el tipo de producción</i>						
<i>Iberoamérica</i>						
Tipo	2019		2020		2021	
	Total	%	Total	%	Total	%
No coproducción	87	73,1	150	78,5	86	73,5
Coproducción	32	26,9	41	21,5	31	26,5
Total	119		191		117	

<i>Resto de países</i>						
Tipo	2019		2020		2021	
	Total	%	Total	%	Total	%
No coproducción	103	58,2	206	58,7	168	65,4
Coproducción	74	41,8	145	41,3	89	34,6
Total	177		351		257	

<i>Coproducciones títulos iberoamericanos</i>						
Tipo	2019		2020		2021	
	Total	%	Total	%	Total	%
Iberoamericanas	20	62,5	19	46,3	19	61,3
Otros países	12	37,5	22	53,7	12	38,7
Total	32		41		31	

La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-10 con respecto al total de espectadores de cada país marca un promedio del 48,5% en 2019, casi el 63% en 2020 y un 57,7% en 2021 (cuadro Introducción 1.4).

Los países con mayor concentración del éxito de los estrenos del top-10 en 2021 son Chile (69,7%), Perú (68,7%), Brasil (65,9%) y Venezuela (65,2%). Y en el extremo contrario, los países con una mayor distribución de la popularidad del ranking de estrenos son España (33,5%) y Portugal (45,1%).

*Cuatro introducción 1.4**Cuota de espectadores de los estrenos del top-10 sobre el total de espectadores cinematográficos (%)*

Nº	País	2019	2020	2021
1	Argentina	52,4	81,1	53,0
2	Bolivia	50,0	58,7	54,6
3	Brasil	51,7	76,9	65,9
4	Chile	55,7	70,5	69,7
5	Colombia	46,0	66,4	60,1
6	Costa Rica	56,8	61,2	54,4
7	Ecuador	45,5	46,8	50,7
8	El Salvador	52,4	63,5	58,3
9	España	35,0	40,5	33,5
10	Guatemala	55,5	68,6	64,9
11	Honduras	50,0	66,5	59,3
12	México	41,4	47,4	54,4
13	Nicaragua	52,9	57,1	59,3
14	Panamá	45,0	70,6	55,2
15	Paraguay	54,5	68,6	64,4
16	Perú	43,4	65,2	68,7
17	Portugal	35,1	42,8	45,1
18	R. Dominicana	51,5	77,5	57,8
19	Uruguay	46,9	65,3	58,7
20	Venezuela	*	*	65,2
	Promedio	48,5	62,9	57,7

La covid-19 provoca que en 2020 la cuota de mercado del cine USA disminuya por debajo del 70%. Tanto en el año pre-covid (2019) como en el segundo año de pandemia (2021), la cuota de mercado del cine USA se sitúa por encima del 86%. Por su parte el cine nacional obtiene su mejor cuota en 2020 con un 16,3%, lo cual es casi el doble de la registrada en 2019 y cuatro veces superior a la de 2021 (cuadro Introducción 1.5).

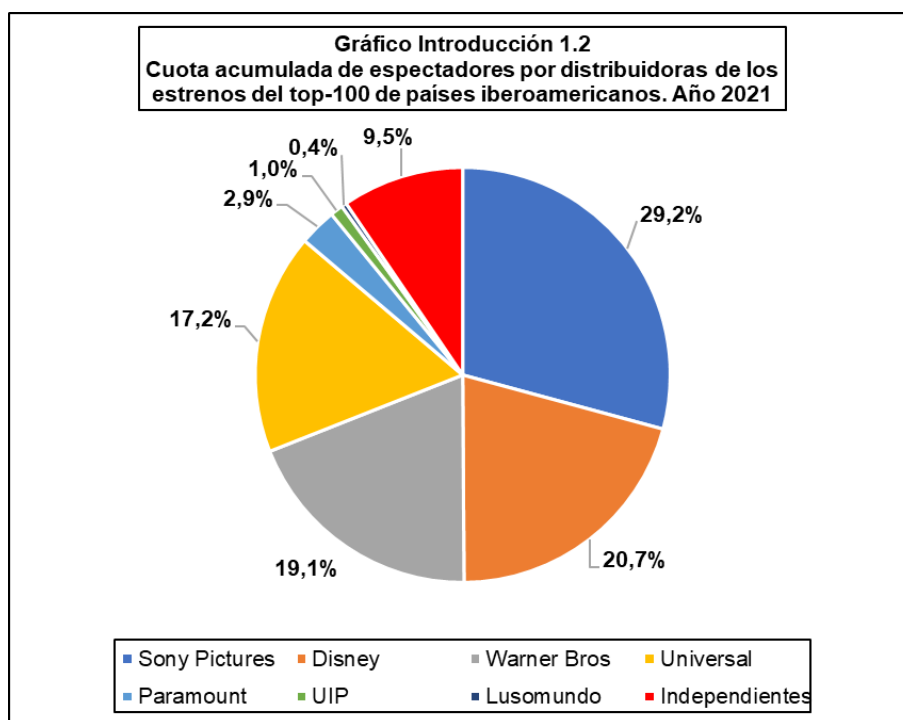
La cuota de mercado de las distribuidoras americanas se comporta de forma paralela a la distribución de espectadores por el origen de los estrenos del top-100, con un 86,4% en 2019, un 90,5% en 2021 y un 71,4% en 2020. Por su parte las distribuidoras independientes registran el máximo de cuota en 2020 con un 28,6% de entradas vendidas. La distribuidora que más crece en el trienio 2019-2021 es Sony Pictures desde casi un 9% de cuota de mercado en 2019 hasta un 29,2% de 2021.

*Cuadro Introducción 1.5**Distribución de espectadores por el origen de los estrenos y distribuidoras del top-100 (%)*

Origen	2019	2020	2021
USA	86,3	67,9	88,8
Nacional	8,7	16,3	4,3
Iberoamérica	2,5	0,7	0,5
Europa	1,8	7,4	4,7
Resto países	0,7	7,7	1,7

Distribuidoras	2019	2020	2021
Disney	41,6	12,8	20,7
Warner Bros	16,4	13,4	19,1
Universal	9,3	11,0	17,2
Sony Pictures	8,9	17,5	29,2
Fox	5,4	5,7	0,0
Paramount	3,6	9,6	2,9
UIP	1,2	1,4	1,0
Lusomundo	0,0	0,5	0,4
Independientes	13,6	28,6	9,5

Las distribuidoras americanas en 2021 acumularon un 90,5% del total de los espectadores asistentes a los estrenos del top-100. Los Estudios con más éxito son Sony Pictures (29,2%), Disney (20,7%) y Warner (19,1%). Las distribuidoras independientes aglutinaron el 9,5% restante (gráfico Introducción 1.2).



Spider-man: Sin camino a casa es sin duda el título de más éxito en 2021 dominando el top-1 de todos los países estudiados salvo en el caso de Colombia, en el que la película de animación *Encanto* pudo situarse por delante de la anterior (cuadro Introducción 1.6). Hay que señalar que, en 2020, el cine USA lideró el top-1 en 15 países con cuatro títulos y en 2019 el cine estadounidense dominó el primer puesto en todos los países con tres títulos.

Cuadro introducción 1.6
Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2021. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Spider-man: Sin camino a casa	USA	2.740.246
Bolivia	Spider-man: Sin camino a casa	USA	617.766
Brasil	Spider-man: Sin camino a casa	USA	13.375.408
Chile	Spider-man: Sin camino a casa	USA	1.626.584
Colombia	Encanto	USA	3.737.739
Costa Rica	Spider-man: Sin camino a casa	USA	544.437
Ecuador	Spider-man: Sin camino a casa	USA	1.301.938
El Salvador	Spider-man: Sin camino a casa	USA	309.902
España	Spider-man: Sin camino a casa	USA	3.480.845
Guatemala	Spider-man: Sin camino a casa	USA	553.377
Honduras	Spider-man: Sin camino a casa	USA	318.339
México	Spider-man: Sin camino a casa	USA	19.694.533
Nicaragua	Spider-man: Sin camino a casa	USA	132.851
Panamá	Spider-man: Sin camino a casa	USA	384.529
Paraguay	Spider-man: Sin camino a casa	USA	193.179
Perú	Spider-man: Sin camino a casa	USA	2.343.638
Portugal	Spider-man: Sin camino a casa	USA	459.859
R. Dominicana	Spider-man: Sin camino a casa	USA	182.357
Uruguay	Spider-man: Sin camino a casa	USA	134.006
Venezuela	Spider-man: Sin camino a casa	USA	462.413

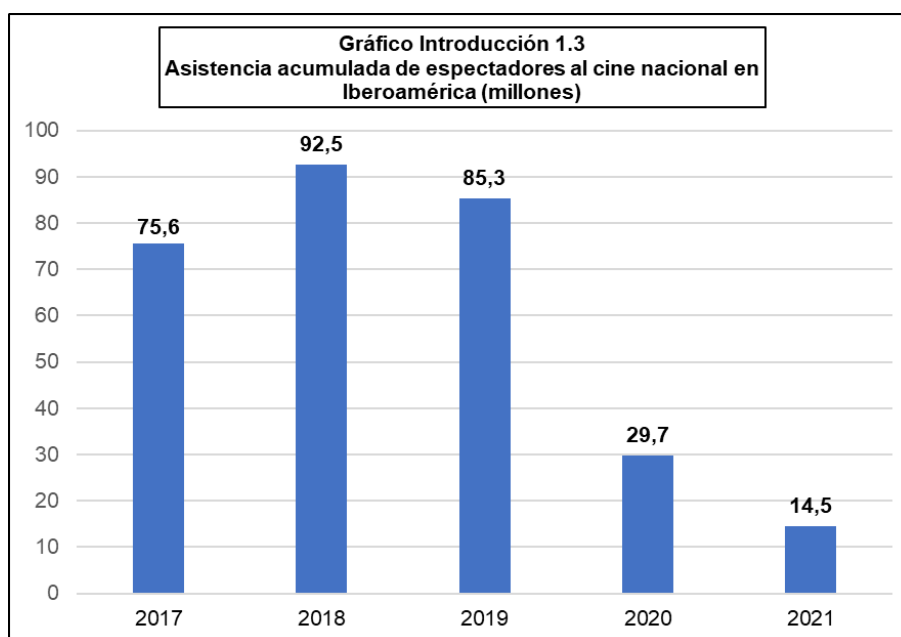
En cuanto al top-1 del cine nacional de cada país, solo dos estrenos estuvieron presentes en el top-10 cinematográfico de 2021. Estos títulos son *¡A todo tren! Destino Asturias* en España y *La vida de los Reyes en República Dominicana* (cuadro Introducción 1.7).

Cuadro introducción 1.7
Top-1 del cine nacional en cada país. Año 2021. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Cato	Argentina	64.581
Bolivia	The Shades	Bolivia, USA	21.226
Brasil	Marighella	Brasil	325.818
Chile	Mis hermanos sueñan despiertos	Chile	3.318
Colombia	El paseo 6	Colombia	391.428
Costa Rica	Mi papá es un Santa	Costa Rica	28.309
Ecuador	Misfit #Eres o te haces	Ecuador	82.241
El Salvador	Hoy	El Salvador, Francia	572
España	¡A todo tren! Destino Asturias	España	1.521.226
Guatemala	La Llorona	Guatemala, Francia	6.980
Honduras	¿Dónde está la Cigüeña?	Honduras	2.171
México	El mesero	México, Bolivia	1.034.143
Nicaragua	*	*	*
Panamá	Algo azul	Panamá, Colombia	14.068
Paraguay	Apenas el sol	Paraguay, Suiza	3.546
Perú	Medias hermanas	Perú	50.853

Portugal	Bem Bom	Portugal	88.803
R. Dominicana	La vida de los Reyes	R. Dominicana	63.401
Uruguay	La teoría de los vidrios rotos	Uruguay, Argentina, Brasil	8.826
Venezuela	*	*	*

La pandemia mundial ha generado una reducción significativa de la popularidad del cine nacional en las salas de los países iberoamericanos. En los últimos cinco años la asistencia acumulada de espectadores alcanza su máximo en 2018 con 92,5 millones y su mínimo en 2021 con 14,5 millones. Entre 2020 y 2021 la cinematografía autóctona pierde 15 millones de espectadores y con respecto a 2018 esta pérdida se sitúa en 78 millones (gráfico Introducción 1.3).



El estreno iberoamericano con más éxito en Iberoamérica en 2021 es la obra peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas*, liderando el ranking en once de los 19 países incluidos en el Cuadro Introducción 1.8. Por su parte, la producción mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* se sitúa en el top-1 de tres países y los otros cinco estrenos y su origen son: *Malasaña 32* (España), *El olvido que seremos* (Colombia) *Morgue* (Paraguay), *Way down* (España) y *D'Artacan y los tres Mosqueperros* (España).

Cuadro introducción 1.8

Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2021. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	32.318
Bolivia	El exorcismo de Carmen Farías	México	6.985
Brasil	Malasaña 32	España	198.425
Chile	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	36.942
Colombia	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	68.315
Costa Rica	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.444
Ecuador	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	62.728

El Salvador	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.912
España	El olvido que seremos	Colombia	136.611
Guatemala	El exorcismo de Carmen Farías	México	4.638
Honduras	Morgue	Paraguay	4.193
México	Way down	España	219.985
Nicaragua	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	2.642
Panamá	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	7.764
Paraguay	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	1.137
Perú	El exorcismo de Carmen Farías	México	37.662
Portugal	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	122.984
R. Dominicana	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.091
Uruguay	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.589

PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS



ARGENTINA

Los cines argentinos en 2021 suman una asistencia de 15,7 millones de espectadores y recaudan 60,2 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 81,6% en 2020 y en un 67,7% en 2021, respecto a 2019.

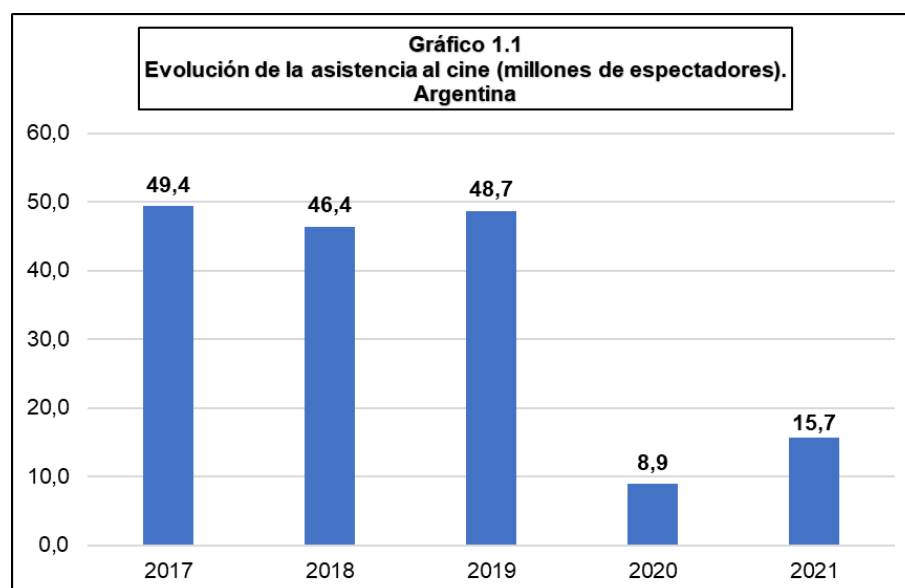
La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,7 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 56,3% y el cine argentino obtiene una cuota de mercado del 1,9% (cuadro 1.1).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 49,4 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 8,9 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Argentina recuperan 6,8 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.1).

Cuadro 1.1

Panorama cinematográfico en Argentina

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	44,0	44,4	44,9	45,3	45,8
Número de pantallas de cine	963	978	982	982	965
Ingresos cine (millones USD)	297,2	214,1	185,0	33,0	60,2
Espectadores cine (millones)	49,4	46,4	48,7	8,9	15,7
Espectadores cine nacional (millones)	6,37	6,82	3,93	2,12	0,27
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,8	14,7	8,0	23,6	1,9
Número de estrenos totales	504	533	485	68	327
Número de estrenos extranjeros	284	310	268	40	143
Número de estrenos nacionales	220	223	217	28	184
Asistencia anual por habitante	1,1	1,0	1,1	0,2	0,3
Precio medio entrada/boleto (USD)	5,7	4,7	3,8	3,2	3,7

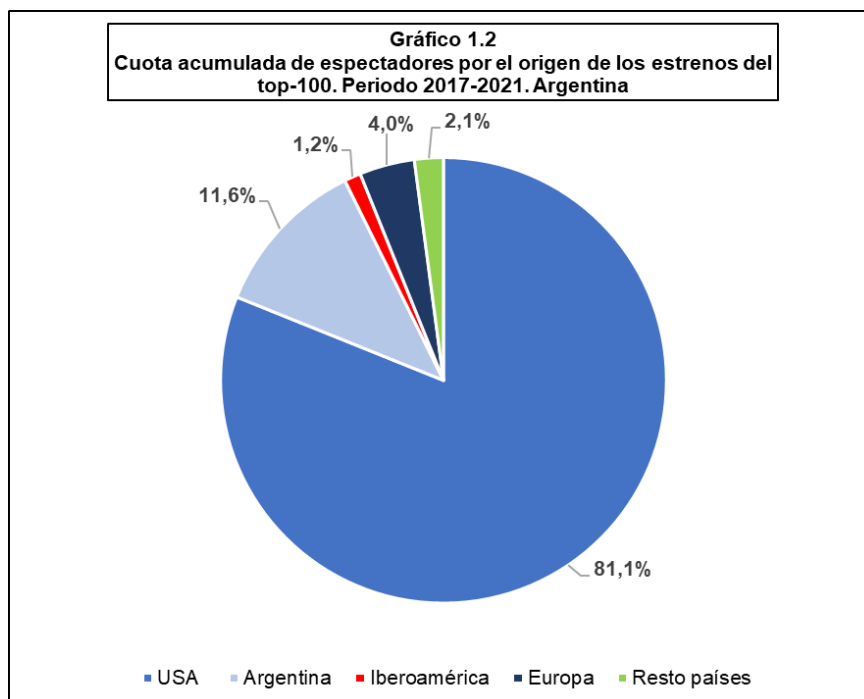


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 92,3% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,3% y la del iberoamericano en el 0,5% (cuadro 1.2).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 81,1% del mercado, seguido del cine argentino con un 11,6% y del cine europeo con un 4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,2% (gráfico 1.2).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	39.238.776	87,6	5.678.680	65,8	13.123.863	92,3
Argentina	3.082.297	6,9	2.076.098	24,0	191.821	1,3
Iberoamérica	739.107	1,7	14.522	0,2	69.959	0,5
Europa	722.197	1,6	364.562	4,2	701.712	4,9
Resto países	1.003.153	2,2	499.809	5,8	132.958	0,9
Total	44.785.530		8.633.671		14.220.313	
INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	160.686.598	89,2	21.821.287	66,3	55.235.255	92,9
Argentina	10.246.463	5,7	7.682.604	23,3	697.414	1,2
Iberoamérica	2.368.860	1,3	35.044	0,1	267.164	0,4
Europa	2.949.517	1,6	1.450.142	4,4	2.775.270	4,7
Resto países	3.947.807	2,2	1.937.734	5,9	501.802	0,8
Total	180.199.245		32.926.811		59.476.905	



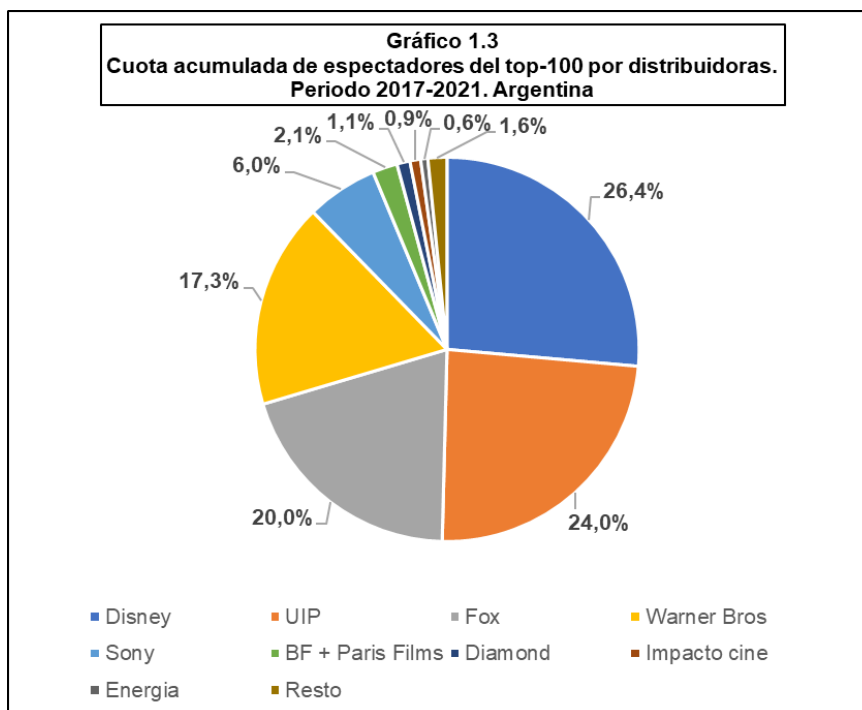
Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 96,3% y las independientes el 3,7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Sony con 4,2 millones. El resto obtuvo cuotas superiores al 20% del mercado cinematográfico (cuadro 1.3).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 93,7% y el de las independientes en el 6,3% restante (gráfico 1.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (26,4%) y UIP (24%). Entre las independientes destaca BF+Paris Films (2,1%).

Cuadro 1.3

Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Argentina

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
UIP	8.077.357	18,0	2.519.781	29,2	3.021.374	21,2
Disney	22.329.095	49,9	2.528.074	29,3	3.206.619	22,5
Warner Bros	9.221.964	20,6	2.421.589	28,0	3.184.588	22,4
Sony	0	0,0	0	0,0	4.276.019	30,1
Fox	2.104.593	4,7	426.605	4,9	0	0,0
Diamond	662.364	1,5	74.239	0,9	47.507	0,3
BF + Paris Films	1.689.025	3,8	146.360	1,7	274.940	1,9
Digicine	0	0,0	55.085	0,6	62.108	0,4
Impacto Cine	0	0,0	370.797	4,3	5.711	0,0
Tren Cine	0	0,0	20.441	0,2	18.223	0,1
Energia	337.580	0,8	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidoras	363.552	0,8	70.700	0,8	123.224	0,9
Total	44.785.530		8.633.671		14.220.313	



En 2021, el ranking de audiencia está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con 2,7 millones de espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* con más de 965.000 y *Venom: Habrá matanza* con más de 850.000 espectadores (cuadro 1.4). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos.

Cuadro 1.4

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spiderman: sin camino a casa	USA	2.740.246	14.552.221
2	Fast & Furious 9	USA	965.979	3.720.799
3	Venom: Habrá matanza	USA	852.972	3.534.064
4	Eternals	USA	672.512	2.816.413
5	Space jam: Nuevas Leyendas	USA	641.844	2.472.156
6	Godzilla Vs. Kong	USA	638.279	2.337.696
7	Encanto	USA	559.882	2.492.206
8	Viuda negra	USA	447.950	1.773.580
9	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	441.179	1.581.122
10	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	379.862	1.512.766

En el ranking nacional, las dos producciones con más éxito son *Cato* (Peta Rivero y Hornos), con casi 65.000 espectadores, y *Yo nena, yo princesa* (Federico Palazzo) con más de 38.000. En este ranking, hay cinco películas íntegramente argentinas y dos en coproducción con Chile, una con México, una con Uruguay y una con Brasil y España (cuadro 1.5).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2021 en Argentina es la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 32.318 espectadores, seguida de la española *Malasaña 32* (Albert Pintó).

Las películas del resto de países más populares son tres coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos: *Sin tiempo para morir*, *Ron da error* y *Harry Potter: regreso a Hogwarts*. Todas ellas superan la barrera de los 100.000 espectadores (cuadro 1.6).

Cuadro 1.5
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cato	Argentina	64.581	241.659
2	Yo nena, yo princesa	Argentina	38.684	132.674
3	La noche mágica	Argentina, Uruguay	24.265	81.652
4	El prófugo	Argentina, México	23.055	81.029
5	Ex casados	Argentina	23.013	101.413
6	La noche más larga	Argentina	18.223	58.986
7	La panelista	Argentina, Chile	5.704	18.183
8	El secreto de Maró	Argentina	5.496	14.176
9	El cuento del tío	Argentina, Chile	3.605	12.559
10	Errante corazón	Argentina, Brasil, España	3.278	2.644

Cuadro 1.6
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Argentina

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	32.318	123.965
2	Malasaña 32	España	21.890	73.828
3	Way down	España	8.561	35.370
4	Vivo	España	7.190	34.001
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	171.411	748.275
2	Ron da error	Reino Unido, USA	167.778	652.157
3	Harry Potter: regreso a Hogwarts	Reino Unido, USA	118.926	462.395
4	Tenet	Reino Unido, USA	77.983	289.535
5	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	55.116	206.954



BOLIVIA

Los cines bolivianos en 2021 suman una asistencia de 3,5 millones de espectadores y recaudan 17,7 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 76,8% en 2020 y en un 56% en 2021, respecto a 2019.

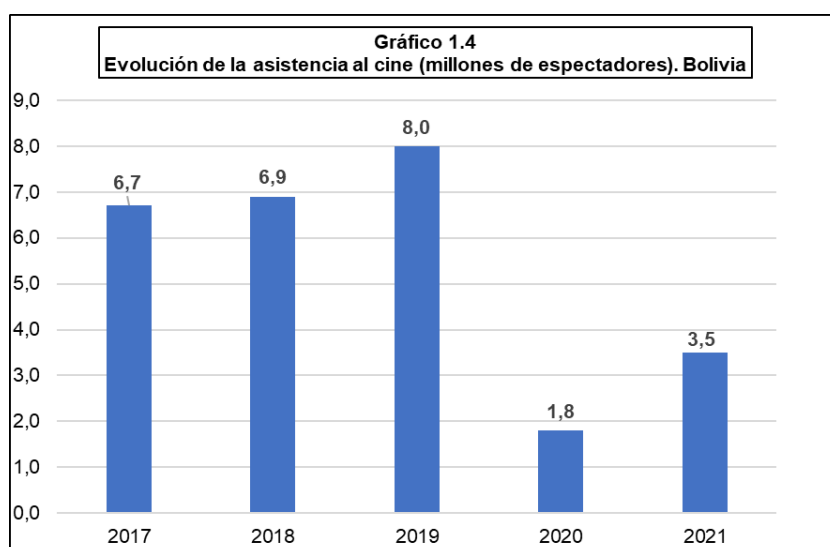
La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 5,4% y el cine boliviano obtiene una cuota de mercado del 1% (cuadro 1.7).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 8 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 1,8 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Bolivia recuperan 1,7 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.4).

Cuadro 1.7

Panorama cinematográfico en Bolivia

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	11,1	11,3	11,4	11,6	11,8
Número de pantallas de cine	122	123	124	124	124
Ingresos cine (millones USD)	38,7	38,3	40,3	9,0	17,7
Espectadores cine (millones)	6,7	6,9	8,0	1,8	3,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,05	0,09	0,06	0,02	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,8	1,3	0,9	1,4	1,0
Número de estrenos totales	256	291	266	140	257
Número de estrenos extranjeros	246	271	248	134	243
Número de estrenos nacionales	10	20	18	6	14
Asistencia anual por habitante	0,6	0,6	0,7	0,2	0,3
Precio medio entrada/boleto (USD)	5,7	5,5	5,0	4,8	5,0



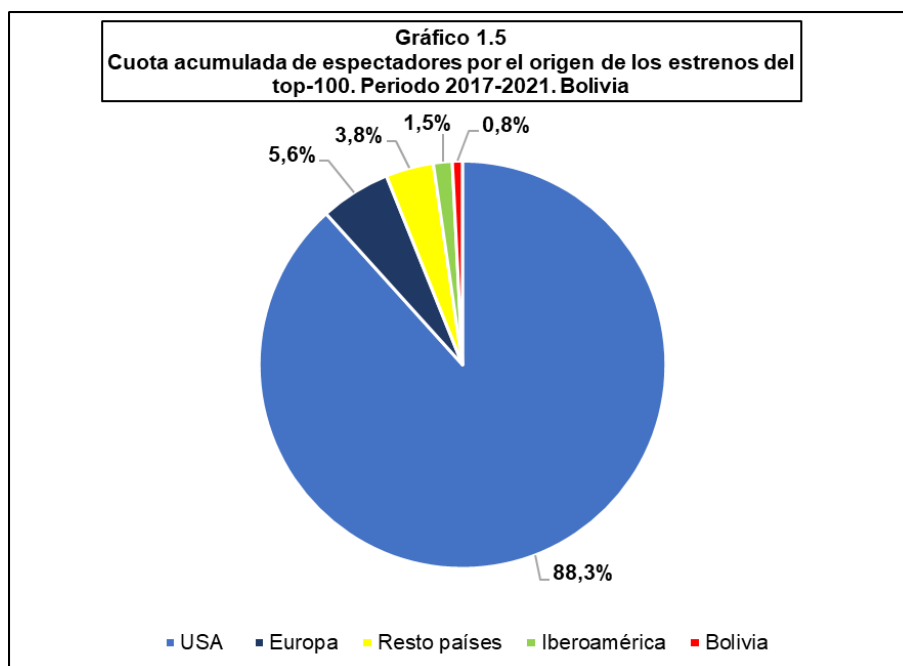
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 88,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,8% y la del iberoamericano en el 0,3% (cuadro 1.8).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 88,3% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,6%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,5% y el boliviano un 0,8% (gráfico 1.5).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	6.991.610	92,2	1.499.991	81,7	2.987.720	88,7
Bolivia	39.636	0,5	25.231	1,4	25.671	0,8
Iberoamérica	150.993	2,0	39.320	2,1	9.646	0,3
Europa	145.095	1,9	141.842	7,7	178.723	5,3
Resto países	257.181	3,4	130.384	7,1	166.101	4,9
Total	7.584.515		1.836.768		3.367.861	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	35.647.436	92,8	7.383.303	82,4	15.390.810	90,4
Bolivia	183.882	0,5	124.666	1,4	101.856	0,6
Iberoamérica	699.250	1,8	177.566	2,0	46.556	0,3
Europa	689.007	1,8	665.086	7,4	788.063	4,6
Resto países	1.195.883	3,1	612.831	6,8	699.240	4,1
Total	38.415.458		8.963.452		17.026.525	

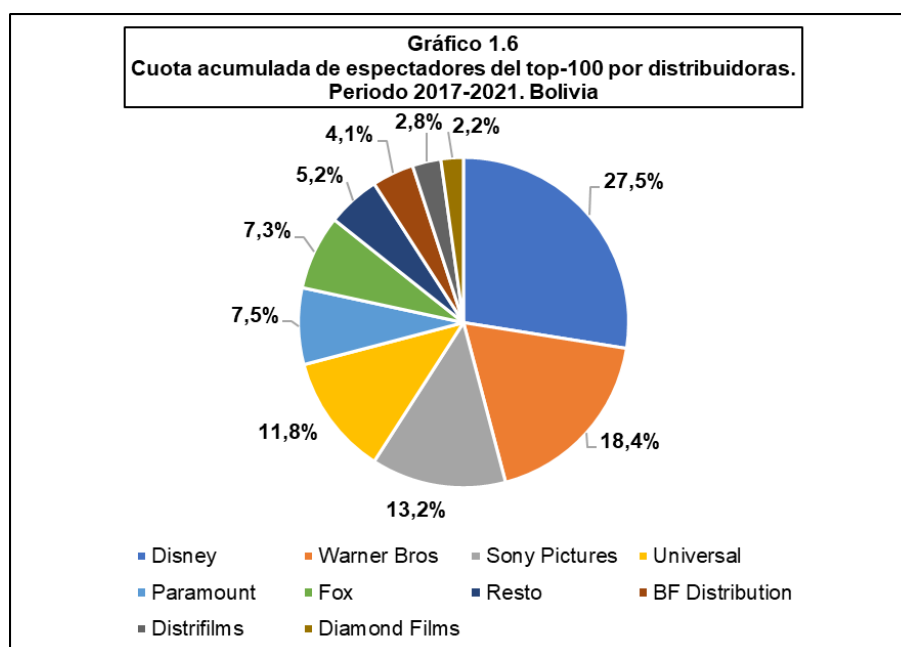


Las distribuidoras americanas, en 2021, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 85,9% y las independientes el 14,1% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más de un millón de entradas vendidas por sus películas, seguido de Warner y Disney, ambos con más de 650.000 entradas (cuadro 1.9).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,7% y el de las independientes en el 14,3% restante (gráfico 1.6). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,5%) y Warner (18,4%). Entre las independientes destaca BF Distribution (4,1%).

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

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Disney	3.296.554	43,5	381.548	20,8	653.160	19,4
Warner Bros	1.550.451	20,4	281.148	15,3	672.664	20,0
Universal	756.110	10,0	179.942	9,8	443.363	13,2
Sony Pictures	584.213	7,7	252.180	13,7	1.053.290	31,3
Fox	364.259	4,8	103.927	5,7	0	0,0
Paramount	347.089	4,6	174.154	9,5	69.744	2,1
BF Distribution	257.373	3,4	179.582	9,8	237.769	7,1
Independiente	55.572	0,7	33.417	1,8	58.334	1,7
Distrifilms	143.762	1,9	106.665	5,8	67.359	2,0
Diamond Films	146.580	1,9	106.234	5,8	83.761	2,5
Resto	82.552	1,1	37.971	2,1	28.507	0,8
Total	7.584.515		1.836.768		3.367.951	



En 2021, el ranking cinematográfico en Bolivia está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 600.000 espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza* y *Godzilla Vs. Kong*, ambas con más de 250.000 espectadores (cuadro 1.10). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos.

Cuadro 1.10
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spiderman: Sin camino a casa	USA	617.766	3.740.413
2	Venom: Habrá matanza	USA	281.541	1.415.385
3	Godzilla Vs. Kong	USA	253.307	1.248.811
4	Fast & Furious 9	USA	198.812	993.006
5	Eternals	USA	121.166	668.936
6	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	116.706	601.256
7	Encanto	USA	99.656	538.758
8	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	89.306	418.917
9	Raya y el último dragón	USA	78.544	329.397
10	Tom y Jerry	USA	66.793	295.724

En el ranking nacional, las dos producciones con más éxito son *The Shades* (Rodrigo Matos, Jeff Sun), con más de 20.000 espectadores, y *Tres pasos al frente* (Leonardo Pacheco) con casi 4.500 (cuadro 1.11). En este ranking, hay seis películas íntegramente bolivianas y cuatro en coproducción con otros países (Argentina, Colombia, Estados Unidos y Francia).

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Bolivia son las producciones mexicanas *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega) y *Un rescate de Huevitos* (Gabriel Riva Palacio Alatraste), con 6.985 y 5.484 espectadores, respectivamente, y la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 4.162 espectadores.

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* y *Ron da error*, y la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2*. Todas ellas superan la barrera de los 25.000 espectadores en los cines bolivianos (cuadro 1.12).

Cuadro 1.11
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	The Shades	Bolivia, USA	21.226	82.932
2	Tres pasos al frente	Bolivia	4.445	18.925
3	Sirena	Bolivia	3.344	14.132
4	Gaspar	Bolivia	2.812	12.259
5	98 segundos sin sombra	Bolivia, Colombia	1.217	6.459
6	El cementerio de los Elefantes	Bolivia	755	1.779
7	Vallegrandino	Bolivia	699	3.494
8	El novio de la Muerte	Bolivia, Francia	385	2.249
9	¿Quién mató a la Llamita Blanca?	Bolivia	337	964
10	Esperar en el lago	Bolivia, Argentina	322	1.467

Cuadro 1.12**Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2021. Bolivia**

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El exorcismo de Carmen Farías	México	6.985	31.069
2	Un rescate de Huevitos	México	5.484	25.887
3	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	4.162	20.669
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	28.073	166.409
2	Peter Rabbit 2: A la fuga	Australia, Canadá	26.161	106.568
3	Ron da error	Reino Unido, USA	25.151	101.847
4	Guardianes de la noche: Tren infinito	Japón	17.640	75.987
5	The devil's doorway	Reino Unido	16.607	66.163



BRASIL

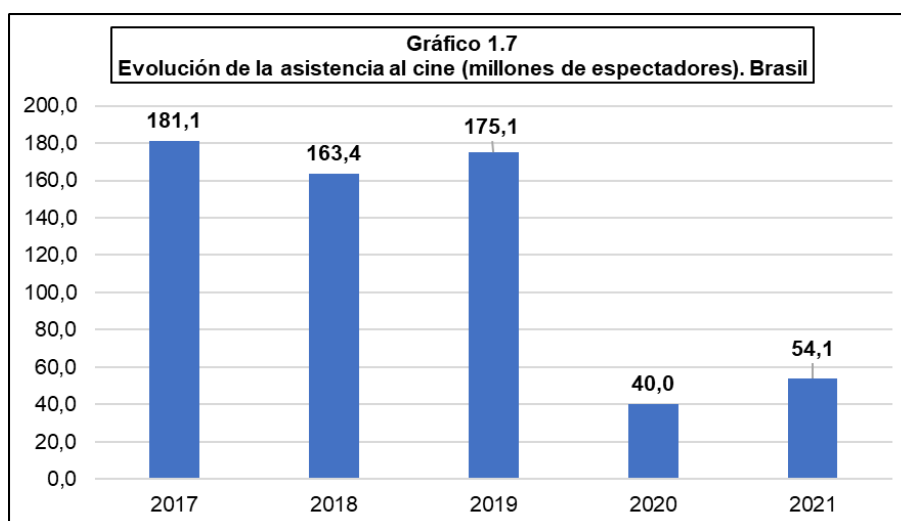
Los cines brasileños en 2021 suman una asistencia de 54,1 millones de espectadores y recaudan 176,3 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica, en cuanto a la venta de entradas, en un 77,1% en 2020 y en un 69,1% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,3 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 41,6% y el cine brasileño obtiene una cuota de mercado del 1,7% (cuadro 1.13).

Cuadro 1.13
Panorama cinematográfico en Brasil

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	207,5	209,1	210,7	212,5	213,3
Número de pantallas de cine	3.220	3.356	3.507	3.477	3.249
Ingresos cine (millones USD)	851,3	672,0	706,3	154,0	176,3
Asistencia espectadores (millones)	181,1	163,4	175,1	40,0	54,1
Espectadores cine nacional (millones)	17,41	24,23	23,86	8,70	0,89
Cuota de mercado cine nacional (%)	9,6	15,0	13,6	21,7	1,7
Número de estrenos totales	460	479	433	175	308
Número de estrenos extranjeros	300	294	262	115	180
Número de estrenos nacionales	160	185	171	60	128
Asistencia anual por habitante	0,9	0,8	0,8	0,2	0,3
Precio medio entrada (USD)	4,7	4,1	4,0	3,1	3,3

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 181,1 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 40 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Brasil recuperan 14,1 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.7).



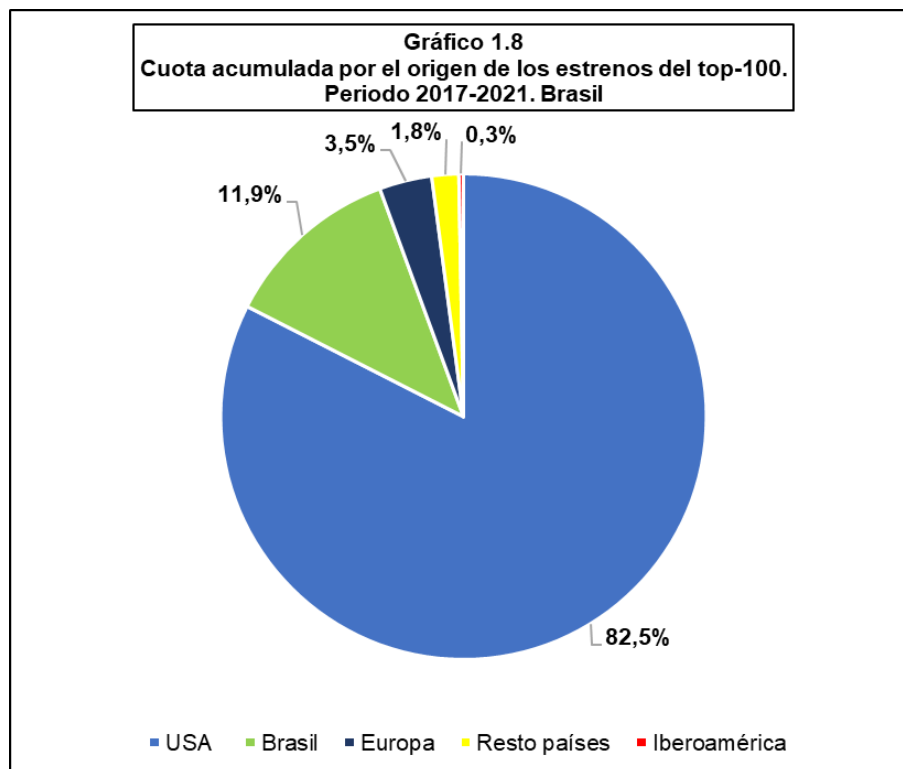
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 94,4% del total de espectadores, la del cine nacional en un 1% y la del iberoamericano en un 0,4% (cuadro 1.14).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 82,5% del mercado, seguido del cine brasileño con un 11,9%. El cine europeo registra una cuota del 3,5% y el iberoamericano del 0,3% (gráfico 1.8).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	141.607.157	83,8	26.494.019	66,6	50.723.706	94,4
Brasil	21.642.040	12,8	9.138.633	23,0	547.285	1,0
Iberoamérica	1.015.021	0,6	228.915	0,6	210.044	0,4
Europa	2.832.957	1,7	1.729.382	4,3	1.941.361	3,6
Resto países	1.797.380	1,1	2.196.876	5,5	336.090	0,6
Total	168.894.555		39.787.825		53.758.486	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	582.942.806	85,7	99.603.894	65,1	164.894.810	94,2
Brasil	74.044.845	10,9	35.709.087	23,4	1.771.511	1,0
Iberoamérica	4.209.088	0,6	652.674	0,4	626.807	0,4
Europa	11.921.336	1,8	7.859.135	5,1	6.792.352	3,9
Resto países	6.899.743	1,0	9.103.543	6,0	1.043.665	0,6
Total	680.017.818		152.928.333		175.129.145	

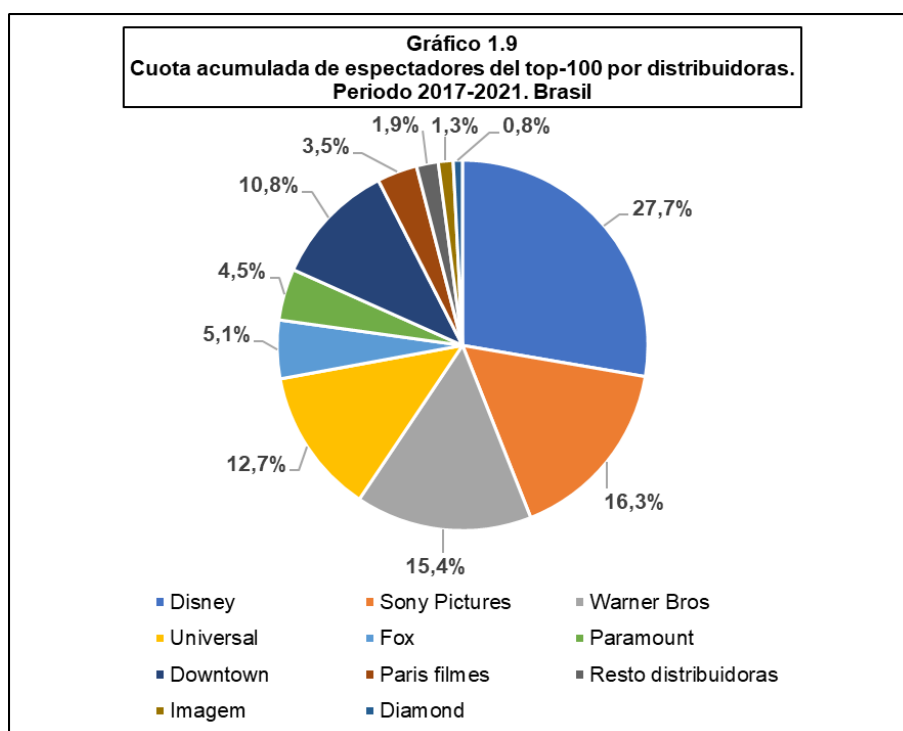


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 94,6% y las independientes el 5,4% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más 19 millones de entradas vendidas por sus películas, seguido de Disney con casi 12 millones de entradas (cuadro 1.15).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 81,7% y el de las independientes en el 18,3% restante (gráfico 1.9). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,7%) y Sony (16,3%). Entre las distribuidoras independientes destaca Downtown (10,8%).

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

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Disney	75.753.774	44,9	10.399.160	26,1	11.807.167	22,0
Universal	14.240.822	8,4	3.214.216	8,1	9.065.515	16,9
Warner Bros	23.795.352	14,1	4.575.497	11,5	9.106.497	16,9
Fox	6.365.731	3,8	0	0,0	0	0,0
Paramount	4.745.340	2,8	3.008.915	7,6	1.579.424	2,9
Sony Pictures	14.288.214	8,5	5.752.495	14,5	19.277.934	35,9
Imagem	2.019.094	1,2	1.004.447	2,5	544.503	1,0
Paris Filmes	4.080.528	2,4	1.027.756	2,6	554.407	1,0
Downtown	17.699.917	10,5	9.044.744	22,7	459.707	0,9
California	1.266.140	0,7	42.135	0,1	618.514	1,2
H2O Films	845.006	0,5	0	0,0	76.911	0,1
Diamond	1.276.964	0,8	490.461	1,2	359.736	0,7
Alpha	0	0,0	794.836	2,0	0	0,0
Otros	2.517.673	1,5	433.163	1,1	308.171	0,6
Total	168.894.555		39.787.825		53.758.486	



En 2021, el ranking cinematográfico en Brasil está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 13 millones de espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* y *Eternals* y *Venom: Habrá matanza* con más de 4 millones de espectadores cada una (cuadro 1.16). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (una en coproducción con Reino Unido).

Cuadro 1.16
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	13.375.408	44.983.736
2	Fast & Furious 9	USA	4.232.658	14.210.131
3	Eternals	USA	4.123.784	12.999.558
4	Venom: Habrá matanza	USA	4.067.365	12.478.791
5	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	2.210.753	7.593.051
6	Viuda negra	USA	1.998.218	6.604.472
7	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	1.836.967	5.925.761
8	Crazy Famous	USA	1.387.764	4.612.630
9	Encanto	USA	1.319.530	3.828.433
10	Sin tiempo para morir	UK, USA	1.094.133	4.321.095

En el ranking nacional, la producción con más éxito es *Marighella* (Wagner Moura), con 325.818 espectadores. A continuación figuran, *Um tio quase perfeito 2* (Pedro Antonio Paes) con más de 76.000 espectadores y *A sogra perfeita* (Chris D'Amato) con más de 66.000. En este ranking, todas las películas son íntegramente brasileñas (cuadro 1.17).

Cuadro 1.17
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Marighella	Brasil	325.818	1.130.890
2	Um tio quase perfeito 2	Brasil	76.911	217.937
3	A sogra perfeita	Brasil	66.468	158.323
4	Amarração do amor	Brasil	25.802	79.454
5	Dois + Dois	Brasil	14.440	52.733
6	Lucicreide vai para Marte	Brasil	14.406	47.540
7	Quem vai ficar com Mario?	Brasil	13.822	48.840
8	Depois a louca sou eu	Brasil	13.357	43.965
9	O auto da boa mentira	Brasil	11.356	37.475
10	Lutar, lutar, lutar	Brasil	10.667	39.370

El estreno iberoamericano con más éxito en 2021 en Brasil es la producción española *Malasaña 32* (Albert Pintó) con casi 200.000 espectadores. En el top-100 también figuran, aunque con bastante menos éxito, la obra argentina *El robo del siglo* (Ariel Winograd), la portuguesa *Frankie* (Ira Sachs) y la también española *El parque mágico* (Dylan Brown).

Las películas del resto de países más populares son la producción británica *1917* con 1,2 millones de espectadores, seguida de la obra coreana *Parásitos* y la canadiense *Gretel y Hansel*, ambas con casi 800.000 espectadores (cuadro 1.18).

Cuadro 1.18
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Brasil

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Malasaña 32	España	198.425	511.481
2	El robo del siglo	Argentina	14.626	56.211
3	Frankie	Portugal, Francia	12.068	54.999
4	El parque mágico	España, USA	3.796	29.983

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	1917	R. Unido, USA	1.230.514	5.909.868
2	Parásitos	Corea del Sur	794.836	3.896.471
3	Gretel y Hansel	Canadá, USA	794.037	2.898.418
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	271.447	1.357.897
5	Z	Canadá	141.249	384.320



CHILE

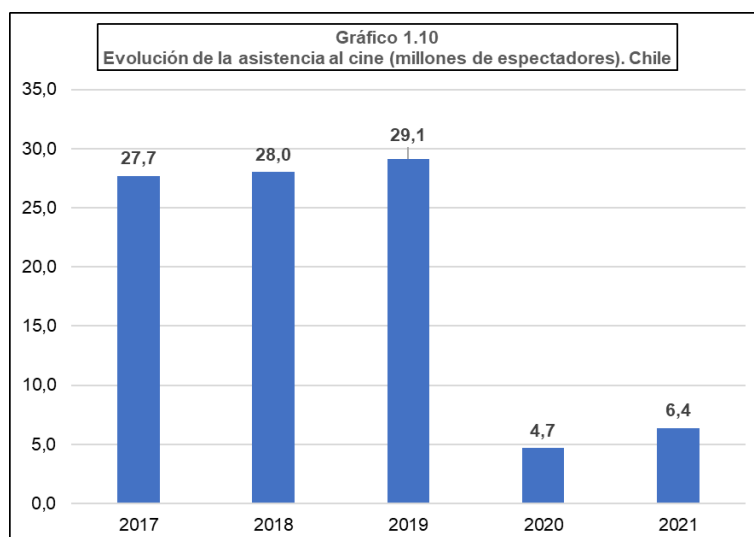
Los cines chilenos en 2021 suman una asistencia de 6,4 millones de espectadores y recaudan 31,7 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 83,9% en 2020 y en un 77,9% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,9 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 5,3% y el cine chileno obtiene una cuota de mercado del 0,1% (cuadro 1.19).

Cuadro 1.19
Panorama cinematográfico en Chile

	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	18,3	18,6	18,8	19,0	19,2
Número de pantallas de cine	426	489	518	495	495
Ingresos cine (millones USD)	134,3	141,2	141,1	18,8	31,7
Espectadores cine (millones)	27,7	28,0	29,1	4,7	6,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,24	0,78	0,29	0,36	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	2,8	1,0	7,7	0,1
Número de estrenos totales	230	254	232	62	133
Número de estrenos extranjeros	204	234	212	55	126
Número de estrenos nacionales	26	22	20	7	7
Asistencia anual por habitante	1,5	1,5	1,5	0,2	0,3
Precio medio entrada (USD)	4,9	5,0	4,8	4,0	4,9

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 29,1 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 4,7 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Chile recuperan 1,7 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.10).



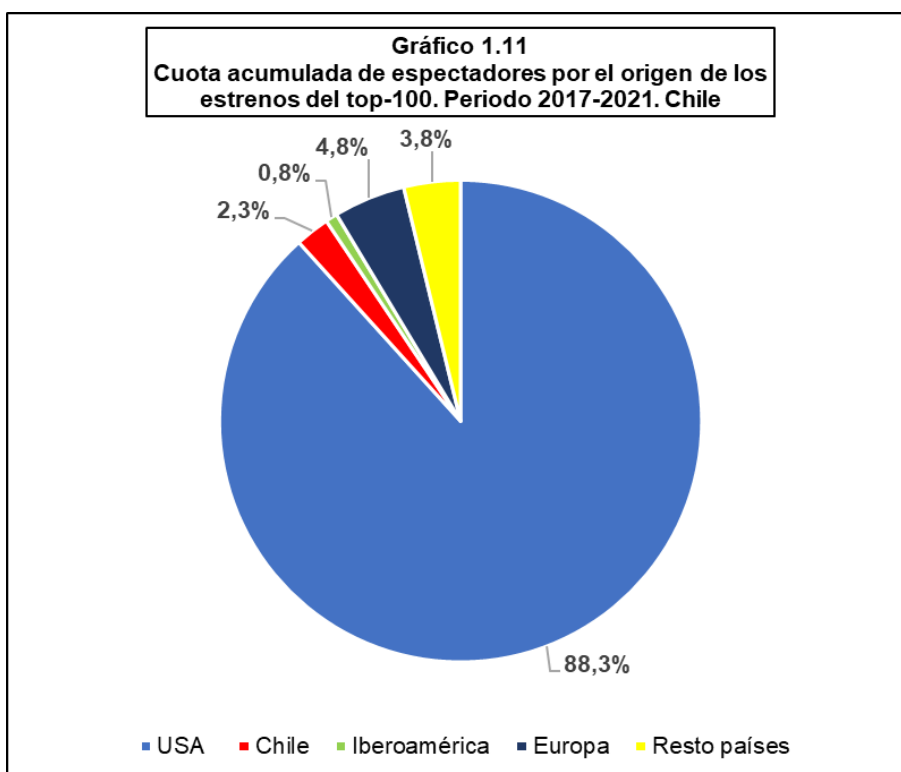
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 92,6% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,1% y la del iberoamericano en el 0,7% (cuadro 1.20).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 88,3% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,8%. El cine chileno registra una cuota de mercado del 2,3% y el iberoamericano un 0,8% (gráfico 1.11).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	26.732.188	93,3	3.481.985	74,2	5.957.640	92,6
Chile	268.119	0,9	362.786	7,7	3.318	0,1
Iberoamérica	139.480	0,5	13.506	0,3	43.708	0,7
Europa	603.355	2,1	296.144	6,3	292.054	4,5
Resto países	916.274	3,2	537.257	11,5	135.642	2,1
Total	28.659.416		4.691.678		6.432.362	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	130.127.180	93,6	13.917.187	74,0	29.448.880	92,9
Chile	1.166.426	0,8	1.383.921	7,4	14.949	0,0
Iberoamérica	661.101	0,5	60.485	0,3	184.665	0,6
Europa	2.720.984	2,0	1.293.562	6,9	1.433.609	4,5
Resto países	4.319.823	3,1	2.152.637	11,4	611.901	1,9
Total	138.995.514		18.807.792		31.694.004	

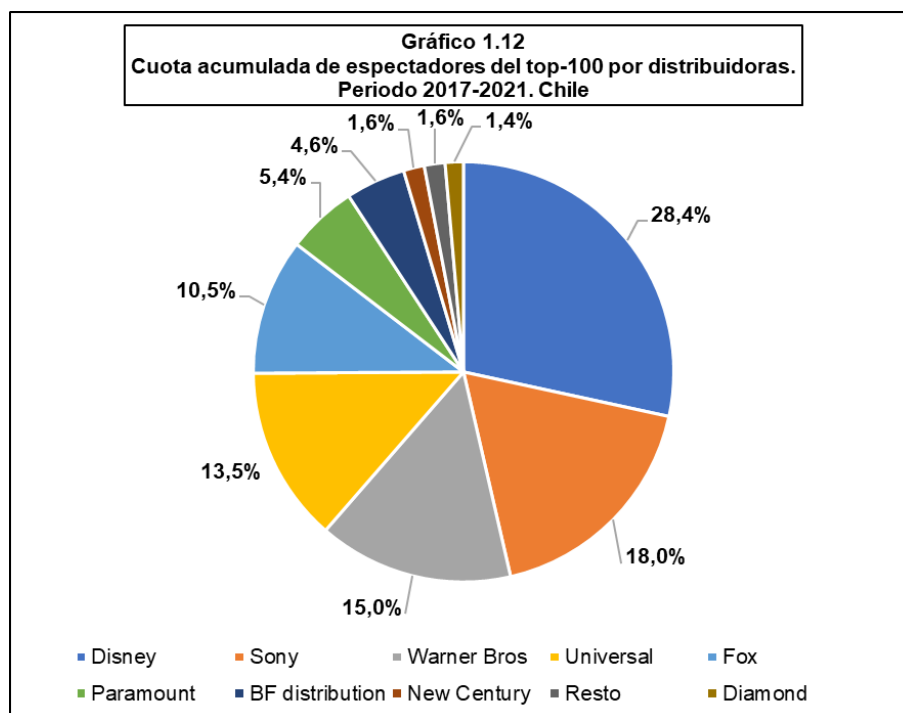


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 94,4% y las independientes el 5,6% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con 2,5 millones de entradas vendidas por sus películas, seguido Disney con 1,5 millones de entradas (cuadro 1.21).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,8% y el de las independientes en el 9,2% restante (gráfico 1.12). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (28,4%) y Sony (18%). Entre las independientes destaca BF Distribution (4,6%).

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

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	1.869.757	6,5	751.140	16,0	0	0,0
Warner Bros	5.323.002	18,6	353.370	7,5	817.232	12,7
Disney	13.635.449	47,6	766.624	16,3	1.572.492	24,4
Paramount	668.113	2,3	647.858	13,8	222.484	3,5
Sony	2.275.922	7,9	909.972	19,4	2.561.446	39,8
Universal	2.931.481	10,2	490.922	10,5	900.958	14,0
BF distribution	1.099.800	3,8	244.822	5,2	217.991	3,4
Diamond	451.759	1,6	75.255	1,6	26.665	0,4
Andes films	31.832	0,1	29.000	0,6	20.491	0,3
Cinecolor	36.022	0,1	0	0,0	0	0,0
New Century	0	0,0	348.177	7,4	39.631	0,6
Resto	336.279	1,2	74.538	1,6	52.972	0,8
Total	28.659.416		4.691.678		6.432.362	



En 2021, el ranking cinematográfico en Chile está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 1,6 millones de espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza* con más de 700.000 espectadores (cuadro 1.22). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (dos en coproducción con Canadá).

Cuadro 1.22
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Chile

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spiderman: sin camino a casa	USA	1.626.584	8.505.626
2	Venom: Habrá matanza	USA	704.952	3.677.047
3	Eternals	USA	488.240	2.533.014
4	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	385.097	1.814.201
5	Fast & Furious 9	USA	327.933	1.633.467
6	Encanto	USA	324.728	1.493.164
7	Dune	USA, Canadá	190.129	959.172
8	Space Jam: nuevas leyendas	USA	166.812	811.284
9	La Patrulla Canina: la película	USA, Canadá	144.796	636.921
10	¡Canta! 2	USA	125.936	582.889

En el ranking nacional, la producción con más éxito es *Mis hermanos sueñan despiertos* (Claudia Huaiquimilla), con más de 3.000 espectadores. En este ranking, hay solo ocho estrenos, de los que dos están en coproducción con España, uno de ellos además con Alemania y el otro con Francia (cuadro 1.23).

Cuadro 1.23
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Chile

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mis hermanos sueñan despiertos	Chile	3.318	14.949
2	El cielo está rojo	Chile	229	1.114
3	El agente Topo	Chile, España, Alemania	133	536
4	Blanco en blanco	Chile, España, Francia	38	178
5	Sergio Larraín: El instante eterno	Chile	20	90
6	La Verónica	Chile	15	75
7	El otro	Chile	15	67
8	Gepe y Margot Loyola	Chile	4	20

Los estrenos iberoamericanos con más éxito durante 2021 en Chile son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con casi 37.000 espectadores y la española *Way down* (Jaume Balagueró) con más de 6.000.

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos *Ron da error* y *Sin tiempo para morir* con más de 85.000 espectadores en los cines chilenos (cuadro 1.24).

Cuadro 1.24
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Chile

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	36.942	153.316
2	Way down	España	6.032	27.167
3	Cato	Argentina	734	4.182
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ron da error	Reino Unido, USA	88.553	382.957
2	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	85.128	480.031
3	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	29.449	129.633
4	El aro: resurrección	China	20.248	89.569
5	Rock dog 2	China, USA	19.585	89.091



COLOMBIA

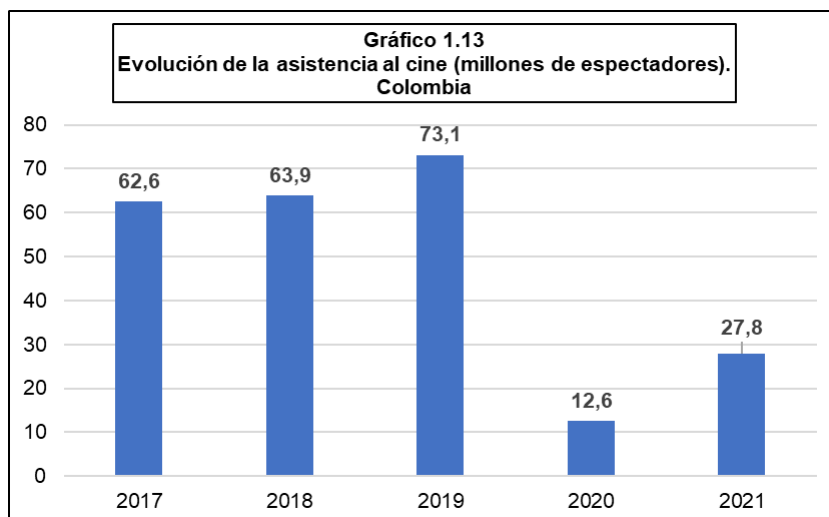
Los cines colombianos en 2021 suman una asistencia de 27,8 millones de espectadores y recaudan 78,4 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 82,8% en 2020 y en un 62% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 2,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 14,1% y el cine colombiano obtiene una cuota de mercado del 3,4% (cuadro 1.25).

Cuadro 1.25
Panorama cinematográfico en Colombia

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	48,7	49,2	49,8	50,3	50,8
Número de pantallas de cine	1.081	1.172	1.227	1.210	1.224
Ingresos cine (millones USD)	182,2	187,3	199,0	35,8	78,4
Espectadores cine (millones)	62,6	64,0	73,1	12,6	27,8
Espectadores cine nacional (millones)	3,72	2,18	2,51	0,85	0,95
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,0	3,4	3,4	6,8	3,4
Número de estrenos totales	314	360	355	125	213
Número de estrenos extranjeros	270	319	307	98	183
Número de estrenos nacionales	44	41	48	27	30
Asistencia anual por habitante	1,2	1,3	1,5	0,2	0,5
Precio medio entrada/boleto (USD)	2,9	2,9	2,8	2,4	2,5

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 73,1 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 12,6 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Colombia recuperan más de 15 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.13).



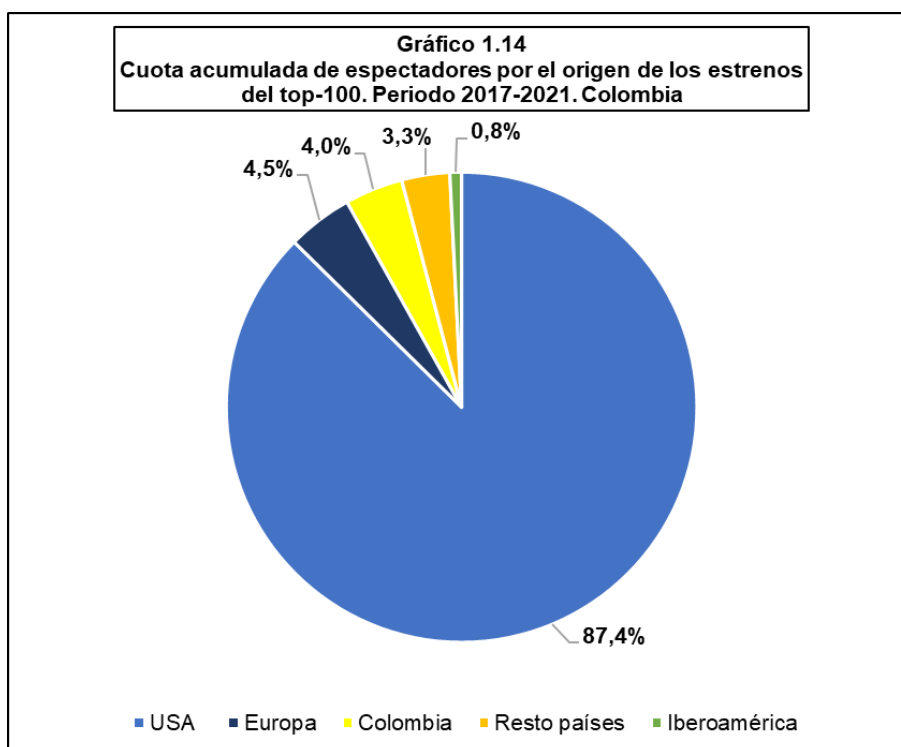
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 90,1% del total de espectadores, la del cine nacional en el 3,1% y la del iberoamericano en el 0,7% (cuadro 1.26).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 87,4% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,5%. El cine nacional representa una cuota del 4% y el iberoamericano el 0,8% (gráfico 1.14).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	61.870.506	90,3	9.973.455	80,4	25.261.529	90,1
Colombia	1.942.585	2,8	756.036	6,1	864.775	3,1
Iberoamérica	463.688	0,7	35.137	0,3	183.697	0,7
Europa	2.265.152	3,3	555.827	4,5	1.223.597	4,4
Resto países	2.007.476	2,9	1.079.691	8,7	505.707	1,8
Total	68.549.407		12.400.146		28.039.305	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	153.424.538	87,9	28.287.408	16,2	69.243.926	90,2
Colombia	4.942.997	2,8	2.038.714	1,2	2.375.565	3,1
Iberoamérica	460.112	0,3	102.616	0,1	461.784	0,6
Europa	12.816.182	7,3	1.756.247	1,0	3.395.380	4,4
Resto países	2.848.658	1,6	3.373.204	1,9	1.323.964	1,7
Total	174.492.487		35.558.189		76.800.619	

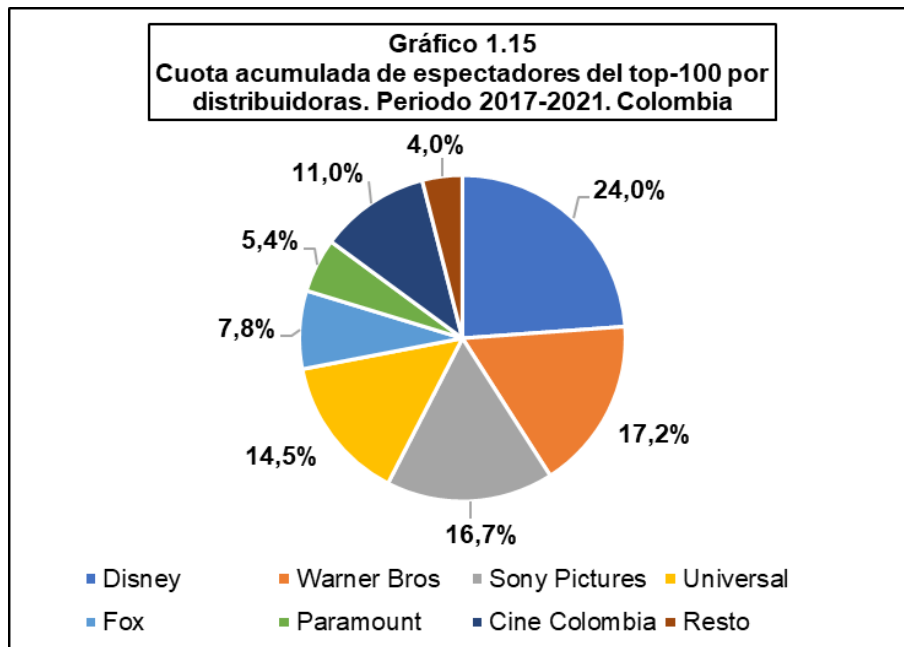


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 89% y las independientes el 11% restante. El *Estudio* con más éxito es Disney con más de 8 millones de entradas vendidas por sus películas, seguido de Sony con casi 6 y Warner con 5,4 millones de entradas (cuadro 1.27).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,6% y el de las independientes en el 14,4% restante (gráfico 1.15). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (24%) y Warner (17,2%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (11%).

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

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	5.132.243	7,5	1.124.175	9,1	0	0,0
Disney	29.264.855	42,7	699.379	5,6	8.341.927	29,8
Warner Bros	12.381.852	18,1	1.126.239	9,1	5.448.413	19,4
Paramount	2.706.997	3,9	1.198.930	9,7	633.935	2,3
Universal	6.356.526	9,3	1.720.652	13,9	4.594.789	16,4
Sony Pictures	4.702.679	6,9	3.963.440	32,0	5.942.069	21,2
Cine Colombia	5.983.546	8,7	1.967.743	15,9	2.012.988	7,2
Cinecolor	449.599	0,7	30.600	0,2	154.954	0,6
Cineplex	0	0,0	198.129	1,6	272.233	1,0
Diamond	1.182.851	1,7	202.439	1,6	335.981	1,2
Santa Bárbara	0	0,0	94.914	0,8	143.785	0,5
Resto distribuidoras	388.259	0,6	73.506	0,6	158.231	0,6
Total	68.549.407		12.400.146		28.039.305	



En 2021, el ranking cinematográfico en Colombia está liderado por la película de animación estadounidense *Encanto* con 3,7 millones de espectadores, seguida de *Spiderman: sin camino a casa* con 3,2 millones y *Fast & Furious 9* con más de 2,3 millones. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.28).

Cuadro 1.28
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Encanto	USA	3.737.739	10.631.076
2	Spider-man: sin camino a casa	USA	3.230.842	9.113.355
3	Fast & Furious 9	USA	2.362.074	6.464.218
4	Venom: Habrá matanza	USA	1.565.637	4.352.736
5	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	1.285.318	3.360.102
6	Eternals	USA	1.220.114	3.492.914
7	Space Jam: A new legacy	USA	1.017.716	2.707.464
8	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	845.080	2.421.563
9	Godzilla vs. Kong	USA	793.490	2.051.441
10	Viuda Negra	USA	671.409	1.938.078

En el ranking nacional, las dos producciones con más éxito son *El paseo 6* (Rodrigo Triana) con casi 400.000 espectadores y *El olvido que seremos* (Fernando Trueba) con más de 300.000 (cuadro 1.29). En este top-10, hay ocho películas íntegramente colombianas y dos coproducciones con otros países, en concreto, *Memoria* (Apichatpong Weerasethakul) y *Las mejores familias* (Javier Fuentes).

Cuadro 1.29
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El paseo 6	Colombia	391.428	972.974
2	El olvido que seremos	Colombia	301.202	924.860
3	Llanto maldito	Colombia	46.147	120.608
4	Lokillo en: Mi otra yo	Colombia	39.069	104.952
5	Ángel de mi vida	Colombia	35.690	103.173
6	Memoria	Colombia, México, Francia	26.973	79.677
7	Diablo	Colombia	24.266	69.320
8	El baño	Colombia	13.181	5.747
9	Tundama	Colombia	10.793	24.014
10	Las mejores familias	Colombia, Perú	8.903	25.294

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Colombia son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 68.315 espectadores, la chilena *Contra el demonio* (José Miguel Zúñiga) con más de 44.000, la obra española *Malasaña 32* (Albert Pintó) con 39.009 espectadores y la producción mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega) con más de 31.000 (cuadro 1.30).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* y *Ron da error*, y la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2*. La primera es la que más éxito obtiene, con más de 525.000 espectadores, y las dos siguientes se sitúan en torno a los 180.000 (cuadro 1.30).

<i>Cuadro 1.30</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Colombia</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	68.315	180.403
2	Contra el demonio	Chile	44.720	110.981
3	Malasaña 32	España	39.009	103.187
4	El exorcismo de Carmen Farías	México	31.653	67.213
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	525.933	1.567.386
2	Ron da error	Reino Unido, USA	186.672	463.262
3	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	179.049	435.449
4	Cats and Peachtopia	China	111.111	279.165
5	Yaga: pesadilla del bosque oscuro	Rusia	68.654	169.763



COSTA RICA

Los cines costarricenses en 2021 suman una asistencia de 3,1 millones de espectadores y recaudan 16,1 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 84% en 2020 y en un 61,7% en 2021, respecto a 2019.

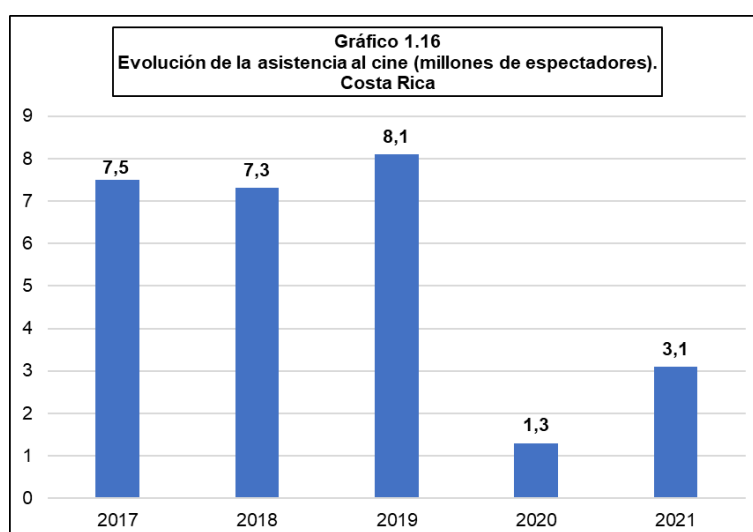
La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 4,6% y el cine costarricense obtiene una cuota de mercado del 1,7% (cuadro 1.31).

Cuadro 1.31

Panorama cinematográfico en Costa Rica

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	4,9	5,0	5,0	5,1	5,1
Número de pantallas de cine	148	151	167	110	152
Ingresos cine (millones USD)	40,2	37,0	41,7	6,9	16,1
Espectadores cine (millones)	7,5	7,3	8,1	1,3	3,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,18	0,37	0,12	0,01	0,05
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,4	5,1	1,5	1,0	1,7
Número de estrenos totales	240	253	232	134	197
Número de estrenos extranjeros	226	242	219	128	188
Número de estrenos nacionales	14	11	13	6	9
Asistencia anual por habitante	1,5	1,5	1,6	0,2	0,6
Precio medio entrada (USD)	5,4	5,1	5,1	5,0	5,1

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 8,1 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 1,3 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Costa Rica recuperan 1,8 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.16).



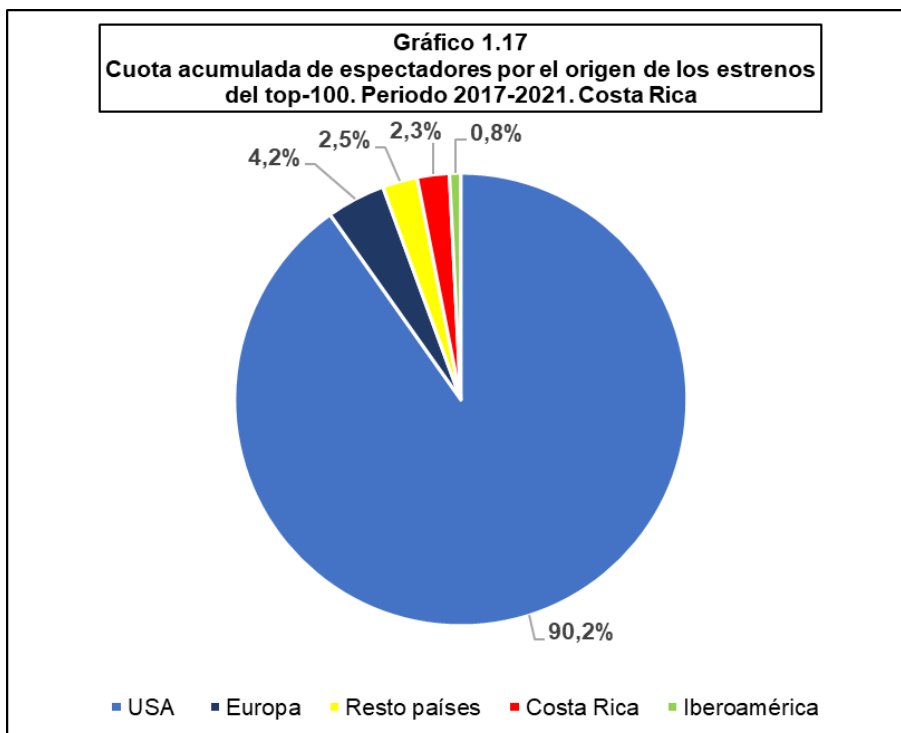
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 91,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,6% y la del iberoamericano en el 0,3% (cuadro 1.32).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 90,2% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,2%. El cine costarricense registra una cuota de mercado del 2,3% y el iberoamericano un 0,8% (gráfico 1.17).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	7.487.465	94,4	1.149.632	85,2	2.843.316	91,7
Costa Rica	107.788	1,4	16.980	1,3	50.035	1,6
Iberoamérica	57.259	0,7	8.667	0,6	10.458	0,3
Europa	99.428	1,3	88.492	6,6	115.875	3,7
Resto países	179.515	2,3	85.748	6,4	81.955	2,6
Total	7.931.455		1.349.519		3.101.639	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	38.675.195	95,1	5.844.499	84,9	14.566.521	92,3
Costa Rica	453.591	1,1	82.227	1,2	231.062	1,5
Iberoamérica	251.190	0,6	43.079	0,6	47.395	0,3
Europa	493.702	1,2	475.635	6,9	550.030	3,5
Resto países	803.809	2,0	438.961	6,4	380.526	2,4
Total	40.677.487		6.884.401		15.775.534	

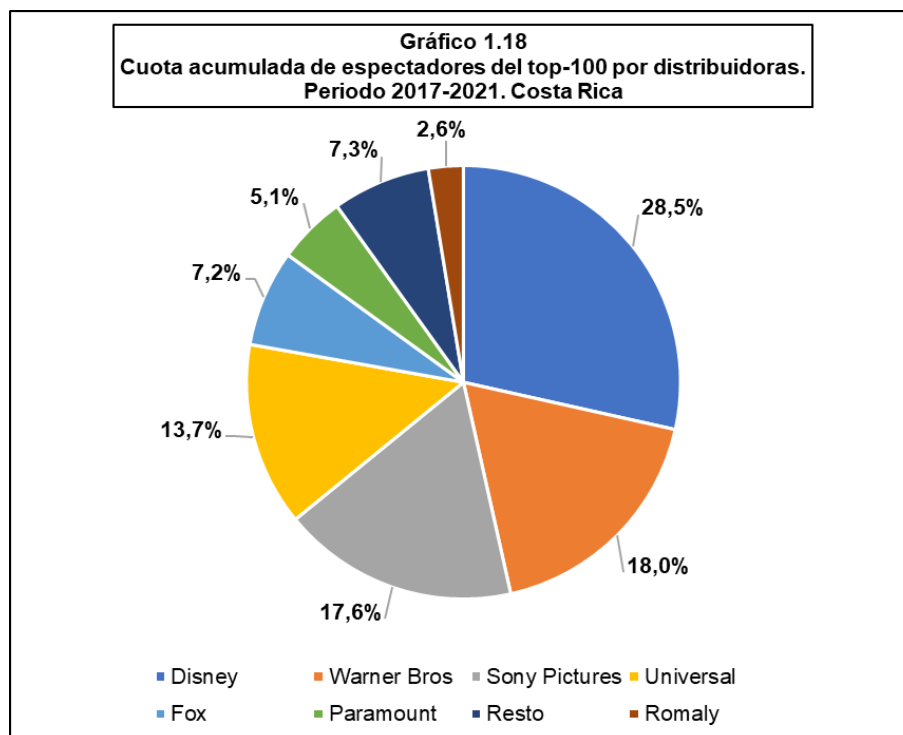


Las distribuidoras americanas en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 91,1% y las independientes el 8,9% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con casi 900.000 entradas vendidas, seguido de Disney con más de 730.000 y de Warner con más de 670.000 entradas (cuadro 1.33).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,1% y el de las independientes en el 9,9% restante (gráfico 1.17). La distribuidora con más cuota de mercado es Disney (28,5%). Entre las independientes destaca Romaly (2,6%).

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

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	442.313	5,6	97.728	7,2	0	0,0
Disney	4.062.250	51,2	120.372	8,9	730.061	23,5
Warner Bros	1.309.928	16,5	222.553	16,5	670.321	21,6
Paramount	244.682	3,1	151.056	11,2	88.517	2,9
Sony Pictures	730.152	9,2	335.046	24,8	894.377	28,8
Universal	640.582	8,1	216.835	16,1	443.513	14,3
Romaly	138.455	1,7	12.369	0,9	48.825	1,6
Resto	363.093	4,6	193.560	14,3	226.025	7,3
Total	7.931.455		1.349.519		3.101.639	



En 2021, el ranking cinematográfico en Costa Rica está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con casi 550.000 espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza* con más de 182.000 espectadores (cuadro 1.34). Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos.

Cuadro 1.34

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Costa Rica

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: Sin camino a casa	USA	544.437	3.018.715
2	Venom: Habrá matanza	USA	182.278	950.419
3	Fast & Furious 9	USA	169.835	882.495
4	Eternals	USA	162.313	871.313
5	Godzilla Vs. Kong	USA	154.916	794.850
6	Encanto	USA	121.235	583.723
7	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	110.478	597.153
8	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	102.716	467.960
9	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	94.822	468.961
10	Cruella	USA	87.752	415.035

En el *ranking* nacional, las producciones con más éxito son *Mi papá es un Santa* (Daniel Moreno), con más de 28.000 espectadores, *Clara Sola* (Nathalie Álvarez Mesén) con más de 10.000 y *A un paso de mí* (José Mario Salas) con 9.141 espectadores (cuadro 1.35). En este *ranking*, solo hay seis películas, de las que una está en coproducción con Alemania y Bélgica y otra con Chile y Estados Unidos.

Cuadro 1.35

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Costa Rica

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi papá es un Santa	Costa Rica	28.309	126.052
2	Clara Sola	Costa Rica, Alemania, Bélgica	10.183	49.615
3	A un paso de mí	Costa Rica	9.141	45.313
4	El pájaro de fuego	Costa Rica, Chile, USA	2.402	10.082
5	En un instante	Costa Rica	1.857	8.985
6	Paroniria	Costa Rica	918	4.573

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Costa Rica son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada) con más de 6.000 espectadores, la obra guatemalteca *La Llorona* (Jayro Bustamante) con casi 2.200 y la película mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega) con 1.817 espectadores.

Las películas del resto de países más populares son la japonesa *Guardianes de la Noche: Tren infinito* con más de 42.000 espectadores y las dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* y *Ron da error*, con más de 33.000 espectadores y casi 26.000, respectivamente (cuadro 1.36).

Cuadro 1.36
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Costa Rica

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.444	26.285
2	La Llorona	Guatemala, Francia	2.197	11.310
3	El exorcismo de Carmen Farías	México	1.817	9.800
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	42.248	207.405
2	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	33.129	205.008
3	Ron da error	Reino Unido, USA	25.898	107.773
4	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	9.757	39.480
5	The father	Bulgaria, Grecia	7.994	43.862



ECUADOR

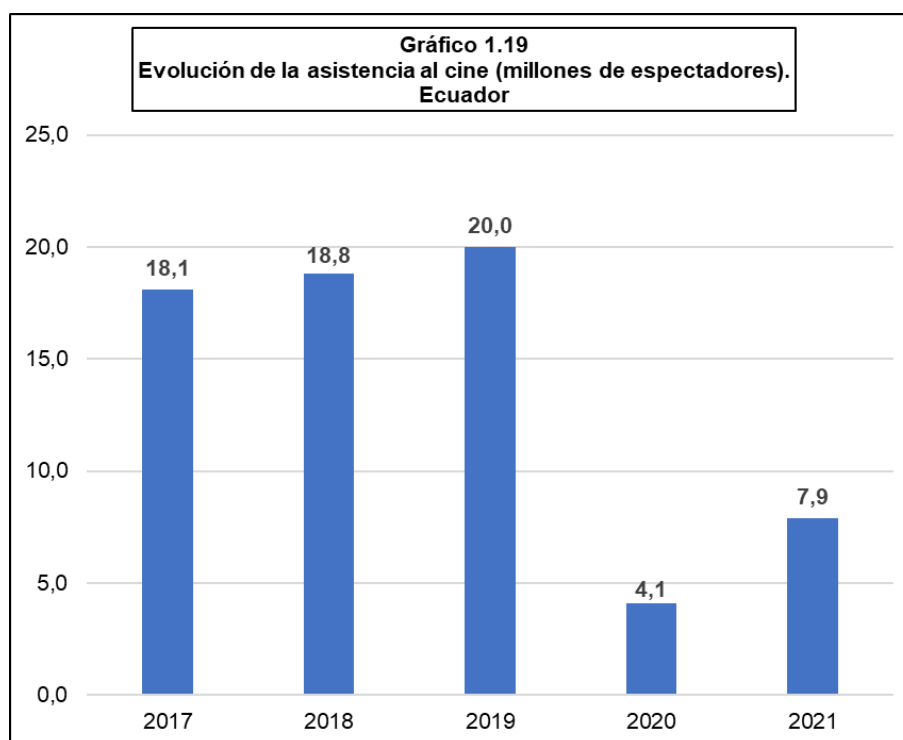
Los cines ecuatorianos en 2021 suman una asistencia de 7,9 millones de espectadores y recaudan 38,2 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 79,5% en 2020 y en un 60,5% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 6,8% y el cine ecuatoriano obtiene una cuota de mercado del 1,3% (cuadro 1.37).

Cuadro 1.37
Panorama cinematográfico en Ecuador

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	16,7	17,0	17,2	17,5	17,7
Número de pantallas de cine	302	324	356	356	315
Ingresos cine (millones USD)	82,5	84,7	94,9	18,1	38,2
Asistencia espectadores (millones)	18,1	18,8	20,0	4,1	7,9
Espectadores cine nacional (millones)	0,10	0,12	0,37	0,03	0,10
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,6	0,7	1,9	1,0	1,3
Número de estrenos totales	243	250	230	135	192
Número de estrenos extranjeros	229	232	220	128	179
Número de estrenos nacionales	14	18	10	7	13
Asistencia anual por habitante	1,1	1,1	1,2	0,2	0,4
Precio medio entrada/boleto (USD)	4,6	4,5	4,7	4,4	4,8

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 20 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 4,1 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Ecuador recuperan 3,8 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.19).



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 88,8% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,1% y la del iberoamericano en el 1,4% (cuadro 1.38).

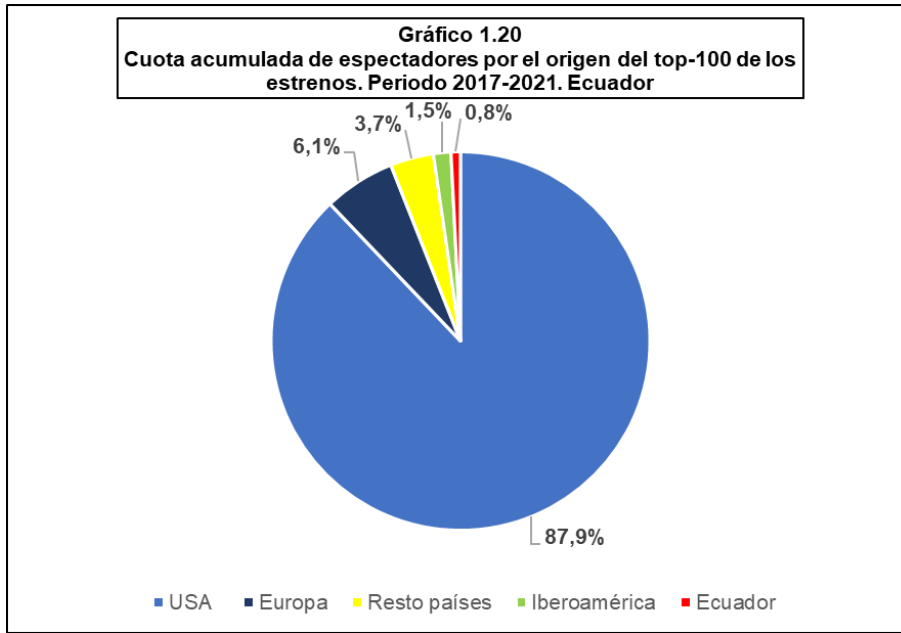
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 87,9% del mercado, seguido del cine europeo con un 6,1%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,5% y el ecuatoriano un 0,8% (gráfico 1.20).

Cuadro 1.38

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	16.939.673	89,8	3.129.065	79,0	6.845.633	88,8
Ecuador	338.442	1,8	34.122	0,9	82.241	1,1
Iberoamérica	203.674	1,1	92.414	2,3	109.565	1,4
Europa	717.480	3,8	368.402	9,3	499.753	6,5
Resto países	658.856	3,5	338.409	8,5	172.217	2,2
Total	18.858.125		3.962.412		7.709.409	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	81.967.448	90,9	14.192.666	80,4	33.450.066	90,1
Ecuador	1.462.521	1,6	149.852	0,8	360.844	1,0
Iberoamérica	817.006	0,9	369.108	2,1	429.920	1,2
Europa	2.887.209	3,2	1.542.800	8,7	2.205.918	5,9
Resto países	3.017.410	3,3	1.397.059	7,9	691.824	1,9
Total	90.151.594		17.651.485		37.138.572	



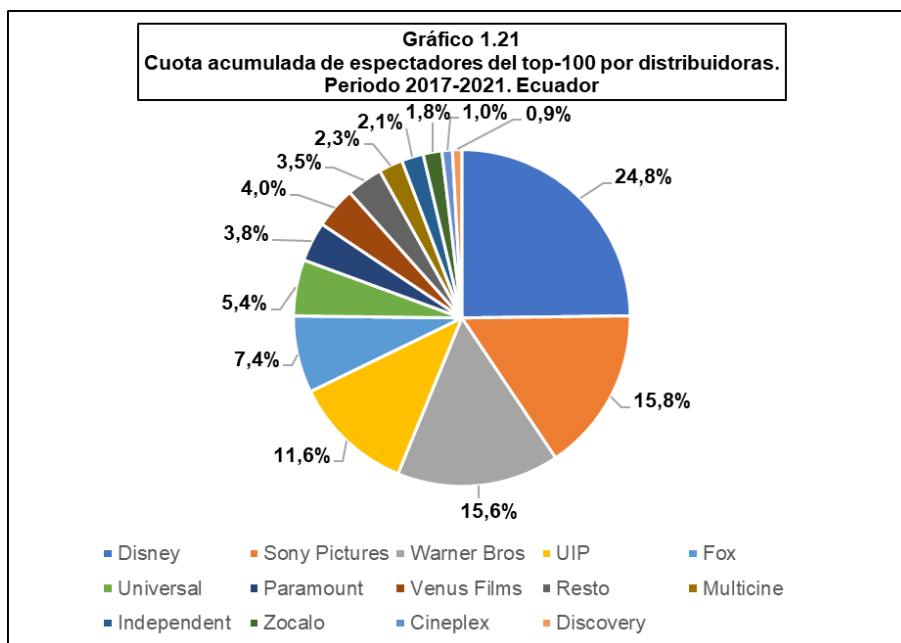
Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 85,4% y las independientes el 14,6% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con casi 2,2 millones de entradas vendidas por sus películas, seguido de Disney con casi 1,8 millones de entradas (cuadro 1.39).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 84,4% y el de las independientes en el 15,6% restante (gráfico 1.21). La distribuidora con más cuota de mercado es Disney (24,8%). Entre las independientes destaca Venus Films (4%).

Cuadro 1.39

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Ecuador

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	1.336.231	7,1	322.851	8,1	0	0,0
Disney	8.173.525	43,3	205.457	5,2	1.799.033	23,3
UIP	2.776.979	14,7	0	0,0	0	0,0
Warner Bros	2.950.304	15,6	463.544	11,7	1.344.024	17,4
Sony Pictures	1.534.674	8,1	705.615	17,8	2.199.117	28,5
Paramount	0	0,0	656.713	16,6	186.033	2,4
Universal	0	0,0	532.164	13,4	1.058.005	13,7
Venus Films	644.371	3,4	130.628	3,3	195.712	2,5
Multicine	337.155	1,8	235.197	5,9	123.245	1,6
Cineplex	0	0,0	154.308	3,9	93.017	1,2
Independent	431.432	2,3	59.330	1,5	205.477	2,7
Zocalo	0	0,0	282.895	7,1	139.989	1,8
Discovery	0	0,0	170.000	4,3	0	0,0
Resto distribuidoras	673.454	3,6	43.710	1,1	365.757	4,7
Total	18.858.125		3.962.412		7.709.409	



En 2021, el ranking cinematográfico en Ecuador está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con 1,3 millones de espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza* y *Fast & Furious 9*, ambas con más de 500.000 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.40).

Cuadro 1.40

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Ecuador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: Sin camino a casa	USA	1.301.938	7.708.401
2	Venom: Habrá matanza	USA	515.629	2.576.935
3	Fast & Furious 9	USA	505.779	2.405.319
4	Eternals	USA	341.701	1.752.393
5	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	280.407	1.445.298
6	Godzilla Vs. Kong	USA	280.055	1.401.161
7	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	243.414	1.147.496
8	Cruella	USA	203.478	927.038
9	Encanto	USA	202.570	1.038.459
10	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	180.431	830.691

En el ranking nacional, la producción con más éxito es *Misfit #Eres o te haces* (Orlando Herrera), con más de 80.000 espectadores, seguida a bastante distancia de *Enchufe sin Visa* (Chistian Moya) con casi 11.000 espectadores. En este ranking, todas las películas son íntegramente ecuatorianas (cuadro 1.41).

Cuadro 1.41
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Misfit #Eres o te haces	Ecuador	82.241	360.844
2	Enchufe sin Visa	Ecuador	10.639	40.781
3	La leyenda de Tayos	Ecuador	3.934	17.248
4	Algoritmo	Ecuador	3.567	14.849
5	Sumergible	Ecuador	2.070	8.249
6	Sansón	Ecuador	1.055	4.213
7	Gafas amarillas	Ecuador	1.021	5.062
8	Vacío	Ecuador	932	4.055
9	Llévame contigo	Ecuador	850	3.539
10	Libre	Ecuador	361	2.548

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Ecuador son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con más de 62.000 espectadores, la mexicana *Un rescate de Huevitos* (Gabriel Riva Palacio Alatríste), con casi 32.000, y la película chilena *Contra el demonio* (José Miguel Zúñiga), al borde de los 15.000 espectadores (cuadro 1.42).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* (100.063 espectadores) y *Ron da error* (89.701 espectadores), y la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2* (51.986 espectadores).

Cuadro 1.42
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Ecuador

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	62.728	250.838
2	Un rescate de Huevitos	México	31.974	131.099
3	Contra el demonio	Chile	14.863	47.983
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	100.063	561.290
2	Ron da error	Reino Unido, USA	89.701	428.039
3	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	51.986	200.616
4	10 días sin mamá	Italia	49.040	187.809
5	Uuups! La aventura continúa...	Alemania	43.964	159.648



EL SALVADOR

Los cines salvadoreños en 2021 suman una asistencia de 1,9 millones de espectadores y recaudan 8,1 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 85,7% en 2020 y en un 54,8% en 2021, respecto a 2019.

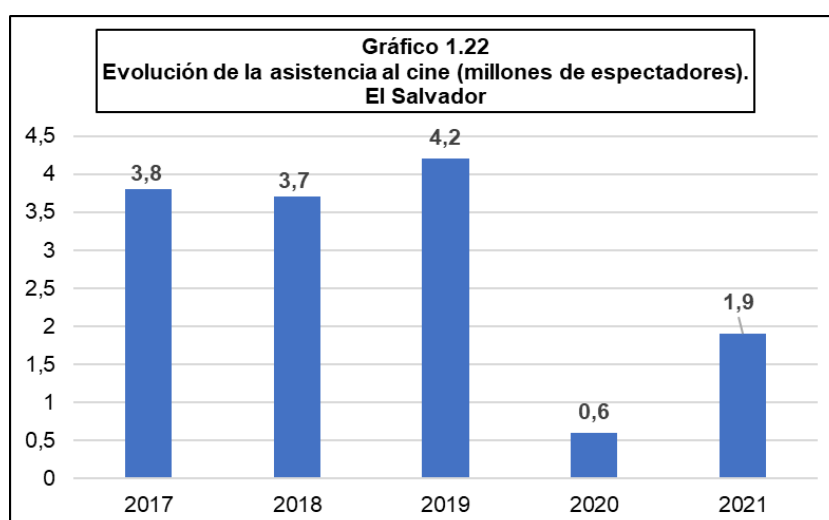
La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2,8% y el cine boliviano obtiene una cuota de mercado del 0,1% (cuadro 1.43).

Cuadro 1.43

Panorama cinematográfico en El Salvador

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	6,4	6,4	6,4	6,4	6,5
Número de pantallas de cine	68	68	66	66	67
Ingresos cine (millones USD)	14,9	14,4	17,2	2,5	8,1
Asistencia espectadores (millones)	3,8	3,7	4,2	0,6	1,9
Espectadores cine nacional (millones)	0	0,005	0,004	0,004	0,001
Cuota de mercado cine nacional (%)	0	0,1	0,1	0,6	0,1
Número de estrenos totales	204	212	175	99	179
Número de estrenos extranjeros	204	211	174	97	174
Número de estrenos nacionales	0	1	1	2	5
Asistencia anual por habitante	0,6	0,6	0,6	0,1	0,3
Precio medio entrada/boleto (USD)	3,9	3,9	4,0	4,0	4,2

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,2 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,6 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Bolivia recuperan 1,3 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.22).



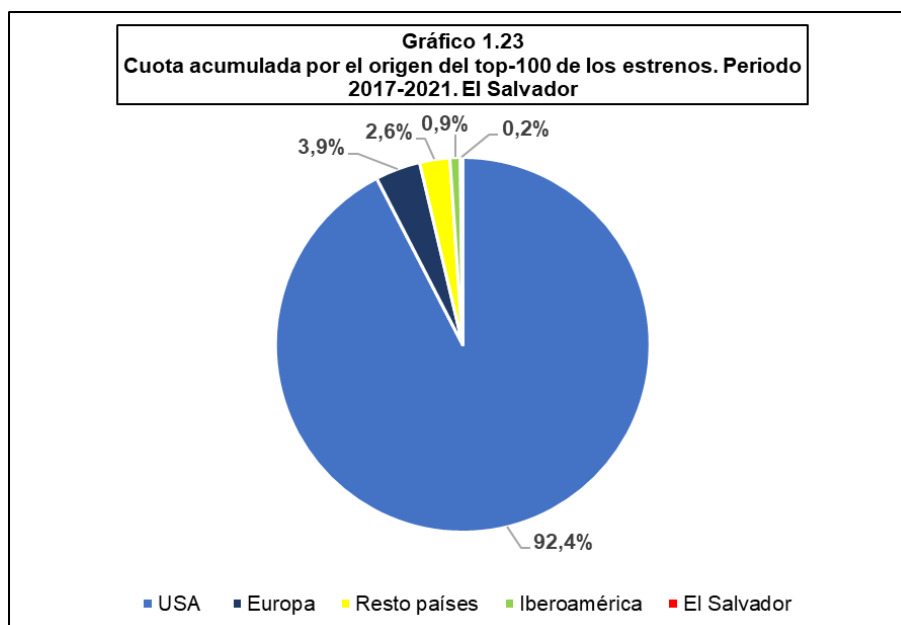
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 91,5% del total de espectadores, la del cine europeo un 4,2% y la del iberoamericano en un 0,8% (cuadro 1.44).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 92,4% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,9%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,9% y el salvadoreño un 0,2% (gráfico 1.23).

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	3.908.075	94,4	578.090	89,0	1.744.478	91,5
El Salvador	3.986	0,1	4.057	0,6	0	0,0
Iberoamérica	28.629	0,7	4.879	0,8	14.673	0,8
Europa	80.507	1,9	33.781	5,2	80.462	4,2
Resto países	118.429	2,9	28.974	4,5	67.812	3,6
Total	4.139.626		649.781		1.907.425	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	16.086.359	94,8	2.308.719	89,0	7.406.509	92,1
El Salvador	16.755	0,1	16.812	0,6	0	0,0
Iberoamérica	107.519	0,6	19.296	0,7	54.469	0,7
Europa	308.300	1,8	133.727	5,2	310.606	3,9
Resto países	454.310	2,7	116.062	4,5	269.785	3,4
Total	16.973.243		2.594.616		8.041.369	

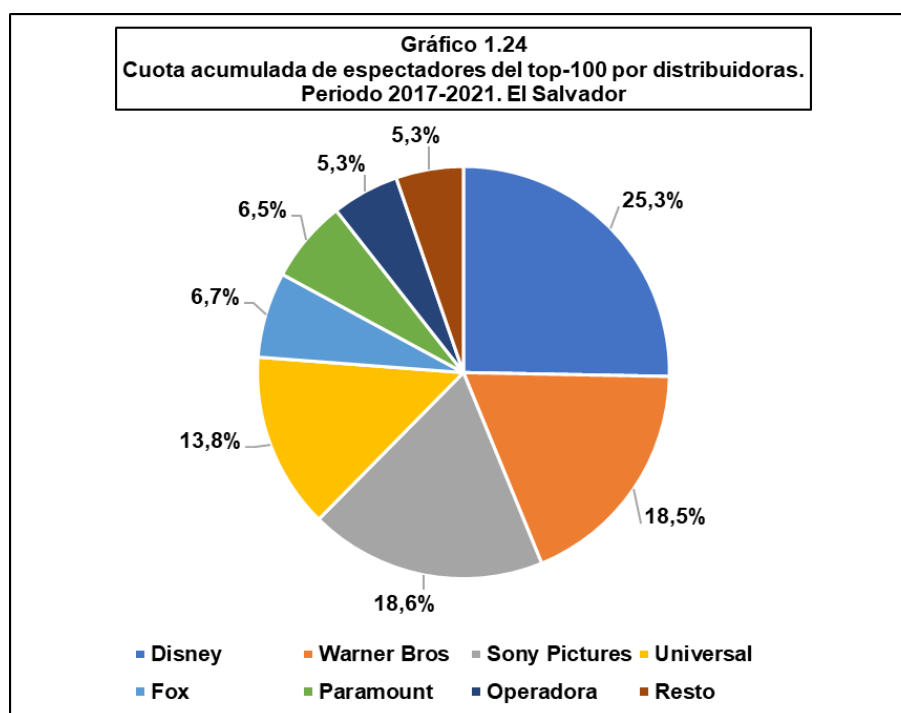


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 89,5% y las independientes el 10,5% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más de 550.000 entradas vendidas por sus películas, seguido de Warner con más de 430.000 entradas (cuadro 1.45).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,4% y el de las independientes en el 10,6% restante (gráfico 1.24). La distribuidora con más cuota de mercado es Disney (25,3%) seguida de Sony (18,6%) y Warner (18,5).

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

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	250.188	6,0	37.869	5,8	0	0,0
Disney	1.946.163	47,0	44.100	6,8	360.893	18,9
Warner Bros	721.671	17,4	104.030	16,0	430.373	22,6
Paramount	157.603	3,8	100.737	15,5	51.378	2,7
Sony Pictures	362.223	8,8	183.620	28,3	556.803	29,2
Universal	375.461	9,1	66.296	10,2	308.472	16,2
Operadora	174.268	4,2	66.053	10,2	97.835	5,1
Canzion	4.782	0,1	0	0,0	0	0,0
Resto	147.267	3,6	47.076	7,2	101.671	5,3
Total	4.139.626		649.781		1.907.425	



En 2021, el ranking cinematográfico en El Salvador está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 300.000 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* con casi 165.000 y de *Venom: Habrá matanza* y *Godzilla Vs. Kong*, ambas con más de 120.000 espectadores (cuadro 1.46). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos.

Cuadro 1.46
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	309.902	1.516.845
2	Fast & Furious 9	USA	164.752	694.576
3	Venom: Habrá matanza	USA	124.507	538.633
4	Godzilla Vs. Kong	USA	120.886	493.987
5	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	93.751	378.210
6	Eternals	USA	75.221	328.456
7	Cruella	USA	66.378	263.012
8	Ruega por nosotros	USA	63.952	253.358
9	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	58.966	227.954
10	Shan-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	51.766	217.589

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *Hoy* (Ricardo B'atz) y *El suspiro del silencio* (Alfonso Quijada), con tan solo 572 y 475 espectadores en las salas salvadoreñas, respectivamente. Solo hay cinco estrenos comerciales y todos son íntegramente salvadoreños salvo una coproducción con Francia.

Cuadro 1.47
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Hoy	El Salvador, Francia	572	2.338
2	El suspiro del silencio	El Salvador	475	2.004
3	La travesía	El Salvador	213	925
4	Adrenalina en el teatro nacional	El Salvador	177	1.601
5	No somos leyenda	El Salvador	38	167

El estreno iberoamericano con más éxito en 2021 es la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada) con casi 7.000 espectadores, seguido de la obra mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega) con casi 3.000 y de la producción paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo) con más de 2.600 espectadores (cuadro 1.48).

Las películas del resto de países más populares son la producción japonesa *Guardianes de la Noche: Tren infinito* (27.079 espectadores), la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* (21.387 espectadores) y la británica *The Jack in the Box* (15.257 espectadores).

Cuadro 1.48
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. El Salvador

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.912	24.917
2	El exorcismo de Carmen Farías	México	2.946	11.286
3	Morgue	Paraguay	2.687	9.011
4	Sambo Creek: el regreso de la Llorona	Honduras	1.279	5.367
5	Way down	España	849	3.888
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	27.079	112.004
2	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	21.387	99.005
3	The Jack in the Box	Reino Unido	15.257	51.409
4	Ron da error	Reino Unido, USA	10.919	40.989
5	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	9.774	35.565



ESPAÑA

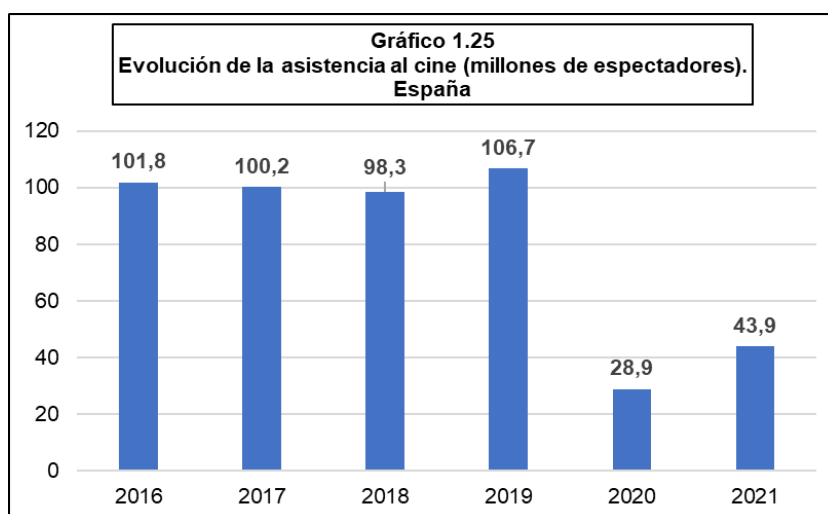
Los cines españoles en 2021 suman una asistencia de 43,9 millones de espectadores y recaudan 315,2 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 72,9% en 2020 y en un 58,9% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 7,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 43,3% y el cine español obtiene una cuota de mercado del 16,2% (cuadro 1.49).

Cuadro 1.49
Panorama cinematográfico en España

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	46,5	46,7	46,9	47,3	47,3
Número de pantallas de cine	3.534	3.518	3.593	3.563	3.432
Ingresos cine (millones USD)	676,1	695,9	705,5	198,3	315,2
Espectadores cine (millones)	100,2	98,3	106,7	28,9	43,9
Espectadores cine nacional (millones)	17,29	17,62	16,05	7,37	7,10
Cuota de mercado cine nacional (%)	17,2	17,9	15,0	25,4	16,2
Número de estrenos totales	688	847	770	673	681
Número de estrenos extranjeros	500	633	579	489	386
Número de estrenos nacionales	188	214	191	184	295
Asistencia anual por habitante	2,1	2,1	2,2	0,6	0,9
Precio medio entrada/boleto (USD)	6,7	7,0	6,7	6,8	7,2

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 106,7 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 28,9 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en España recuperan 15 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.25).



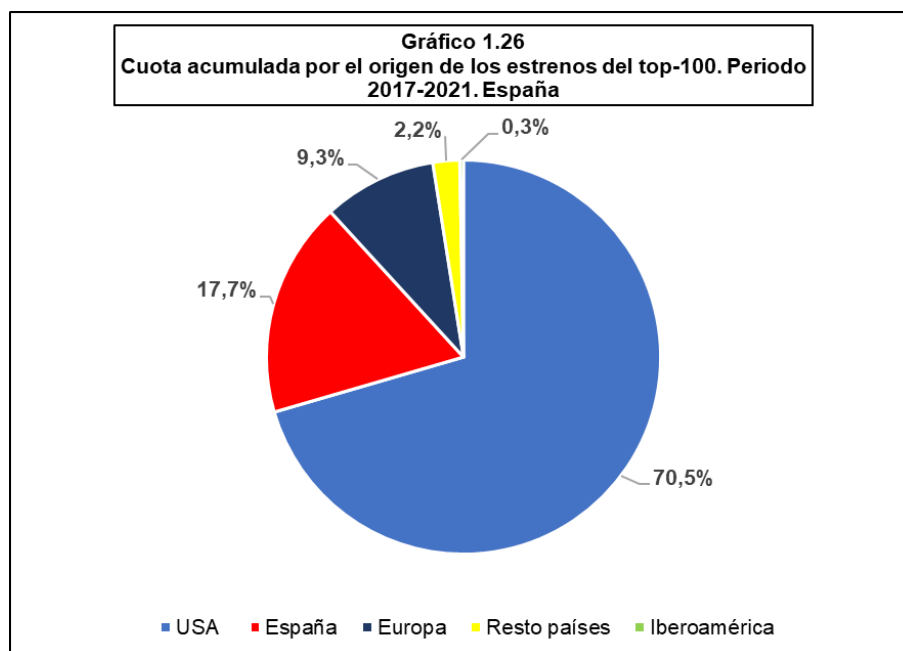
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 76,8% del total de espectadores, la del cine nacional en un 15,3% y la del iberoamericano en un 0,3% (cuadro 1.50).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 70,5% del mercado, seguido del cine español con un 17,7% y del cine europeo con un 9,3% (gráfico 1.26).

Cuadro 1.50
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. España

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	76.566.044	79,7	13.087.401	48,6	30.963.760	76,8
España	14.045.315	14,6	6.920.141	25,7	6.166.391	15,3
Iberoamérica	0	0,0	0	0,0	136.611	0,3
Europa	4.913.249	5,1	4.972.105	18,5	2.544.748	6,3
Resto países	554.801	0,6	1.934.443	7,2	519.168	1,3
Total	96.079.409		26.914.090		40.330.678	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	505.733.718	79,6	90.722.366	49,1	223.558.514	77,0
España	92.437.382	14,5	46.134.648	25,0	43.415.919	14,9
Iberoamérica	0	0,0	0	0,0	950.732	0,3
Europa	33.592.437	5,3	34.725.968	18,8	19.101.792	6,6
Resto países	3.760.867	0,6	13.287.747	7,2	3.381.627	1,2
Total	635.524.404		184.870.729		290.408.584	



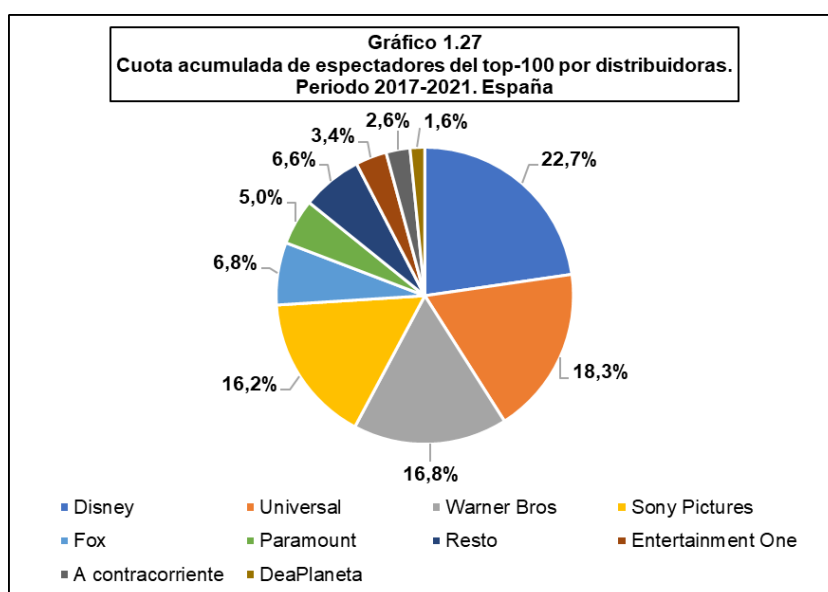
Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 90,3% y las independientes el 9,7% restante. El *Estudio* con más éxito es Warner

con 9,2 millones de entradas vendidas por sus películas. Por su parte, Universal y Disney casi sumaron ambos 9 millones de entradas y Sony superó los 8 millones (cuadro 1.51).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,8% y el de las independientes en el 14,2% restante (gráfico 1.27). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (22,7%) y Universal (18,3%). Entre las independientes destaca Entertainment One (3,4%).

Cuadro 1.51
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. España

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Universal	11.197.444	11,7	2.807.105	10,4	8.950.517	22,2
Fox	4.497.024	4,7	0	0,0	0	0,0
Warner Bros	14.620.859	15,2	4.742.228	17,6	9.207.065	22,8
Disney	36.460.508	37,9	3.179.652	11,8	8.951.860	22,2
Sony Pictures	15.100.737	15,7	5.368.885	19,9	8.186.174	20,3
Paramount	4.718.470	4,9	2.151.521	8,0	1.103.624	2,7
Entertainment One	3.804.139	4,0	2.200.455	8,2	158.126	0,4
DeaPlaneta	908.397	0,9	610.289	2,3	424.595	1,1
Tri Pictures	0	0,0	108.927	0,4	799.058	2,0
A contracorriente	1.582.559	1,6	1.077.506	4,0	695.553	1,7
Vertigo Films	0	0,0	48.761	0,2	0	0,0
Filmax	228.302	0,2	600.429	2,2	100.677	0,2
Diamond	0	0,0	1.267.029	4,7	745.503	1,8
Aventura	0	0,0	987.384	3,7	0	0,0
Caramel	0	0,0	274.234	1,0	0	0,0
Flins	0	0,0	380.794	1,4	0	0,0
Vertice	0	0,0	469.923	1,7	168.821	0,4
Resto productoras	2.960.970	3,1	638.968	2,4	839.105	2,1
Total	96.079.409		26.914.090		40.330.678	



En 2021, el ranking cinematográfico en España está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con casi 3,5 millones de espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* y de la producción española *¡A todo tren! Destino Asturias* (Santiago Segura), ambas con 1,5 millones de espectadores. En cuanto al origen de las producciones, nueve provienen de Estados Unidos (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido) y una es la mencionada película española (cuadro 1.52).

Cuadro 1.52
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	3.480.845	25.789.565
2	Fast & Furious 9	USA	1.542.064	11.342.970
3	¡A todo tren! Destino Asturias	España	1.521.226	10.167.105
4	Venom: Habrá matanza	USA	1.402.278	10.562.577
5	Dune	USA, Canadá	1.375.721	9.788.510
6	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	1.191.141	9.466.562
7	Eternals	USA	1.153.660	8.703.401
8	Encanto	USA	1.045.921	7.476.769
9	Godzilla Vs. Kong	USA	1.011.671	7.519.623
10	Viuda negra	USA	995.264	7.239.146

En el ranking nacional, aparte de *¡A todo tren! Destino Asturias*, tuvieron un éxito significativo *Way down* (Jaume Balagueró), con casi 900.000 espectadores, y *Operación Camarón* (Carlos Theron), *El buen patrón* (Fernando León de Aranoa) y *Maixabel* (Iciar Bollaín), las tres con más de 500.000 espectadores (cuadro 1.53).

Cuadro 1.53
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	¡A todo tren! Destino Asturias	España	1.521.226	10.167.105
2	Way down	España	898.258	6.728.159
3	Operación Camarón	España	597.700	4.163.495
4	El buen patrón	España	533.701	3.982.558
5	Maixabel	España	514.820	3.341.021
6	Madres paralelas	España	426.895	3.108.198
7	Mamá o papá	España	348.054	2.522.539
8	D'Artacan y los tres mosqueperros	España	216.848	1.396.132
9	La familia perfecta	España	203.647	1.555.069
10	García y García	España	176.181	1.211.979

Los estrenos iberoamericanos en coproducción con productoras españolas con más éxito en 2021 son la coproducción con Argentina, México y Perú *El refugio* (Macarena Astorga) con 30.203 espectadores, la coproducción con Chile *El agente Topo* (Maite Alberdi) con 27.653 y la coproducción con Perú *La casa del caracol* (Macarena Astorga) con 20.673 espectadores.

El estreno íntegramente iberoamericano con más éxito en 2021 en España es la obra colombiana *El olvido que seremos* (Fernando Trueba), con más de 136.000 espectadores, seguido a bastante distancia de las producciones mexicanas *Anette* (Leos Carax) con casi 46.000 y *Nuevo Orden* con más de 38.000 (Michel Franco).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* con 1,1 millones de espectadores y *Ron da error*, con más de 266.000. Y en tercer lugar se encuentra la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2* con 265.623 espectadores (cuadro 1.54).

<i>Cuadro 1.54</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. España</i>				
<i>España en coproducción con países de Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El refugio	España, Argentina, México, Perú	30.203	213.187
2	El agente Topo	España, Chile	27.653	188.871
3	La casa del caracol	España, Perú	20.673	150.290
4	Akelarre	España, Argentina	6.545	42.803
5	El año de la furia	España, Uruguay	5.368	35.736
<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El olvido que seremos	Colombia	136.611	950.732
2	Annette	México, Alemania, Francia	45.591	327.086
3	Nuevo Orden	México, Francia	38.719	284.136
4	El robo del siglo	Argentina	11.859	84.362
5	Ahi viene Cascarrabias	México, Reino Unido	4.802	32.588
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	1.191.141	9.466.562
2	Ron da error	Reino Unido, USA	266.428	1.866.630
3	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	265.623	1.564.803
4	Guardianes de la noche...	Japón	180.366	1.274.097
5	Otra ronda	Dinamarca, Suecia	171.958	1.226.341



GUATEMALA

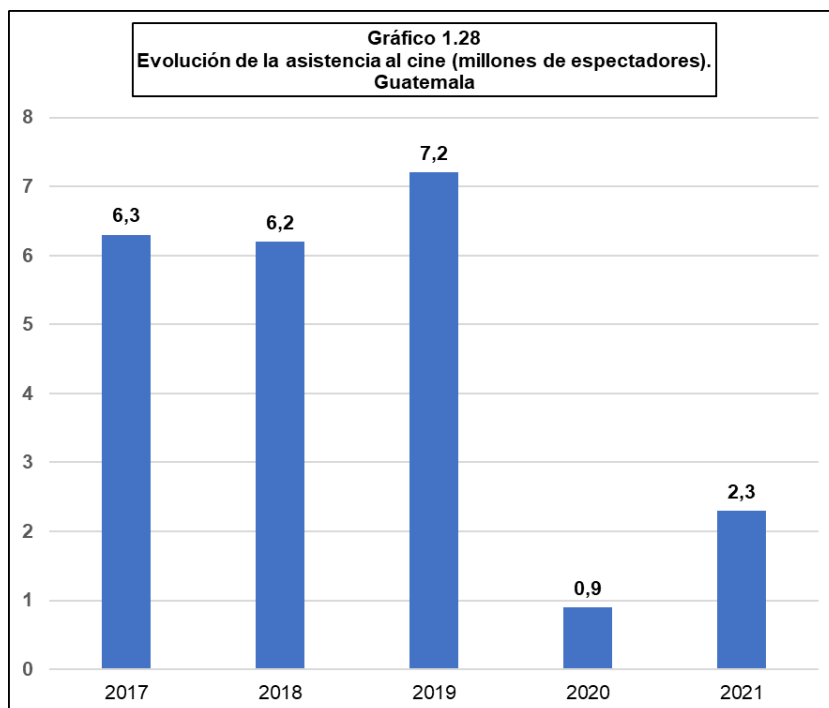
Los cines guatemaltecos en 2021 suman una asistencia de 2,3 millones de espectadores y recaudan 11,8 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 87,5% en 2020 y en un 68,1% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5 dólares. Los estrenos nacionales representan el 2,7% y el cine guatemalteco obtiene una cuota de mercado del 0,5% (cuadro 1.55).

Cuadro 1.55
Panorama cinematográfico en Guatemala

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	16,0	16,3	16,6	16,8	17,1
Número de pantallas de cine	154	160	172	172	172
Ingresos cine (millones USD)	29,9	29,2	34,1	4,1	11,8
Espectadores cine (millones)	6,3	6,2	7,2	0,9	2,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,008	0,002	0,01	0,01	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,1	0,04	0,2	0,9	0,5
Número de estrenos totales	205	211	189	93	183
Número de estrenos extranjeros	202	209	184	90	178
Número de estrenos nacionales	3	2	5	3	5
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,4	0,1	0,1
Precio medio entrada/boleto (USD)	4,7	4,6	4,7	4,6	5,0

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 7,2 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,9 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Guatemala recuperan 1,4 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.28).



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 92,9% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,5% y la del iberoamericano también en el 0,5% (cuadro 1.56).

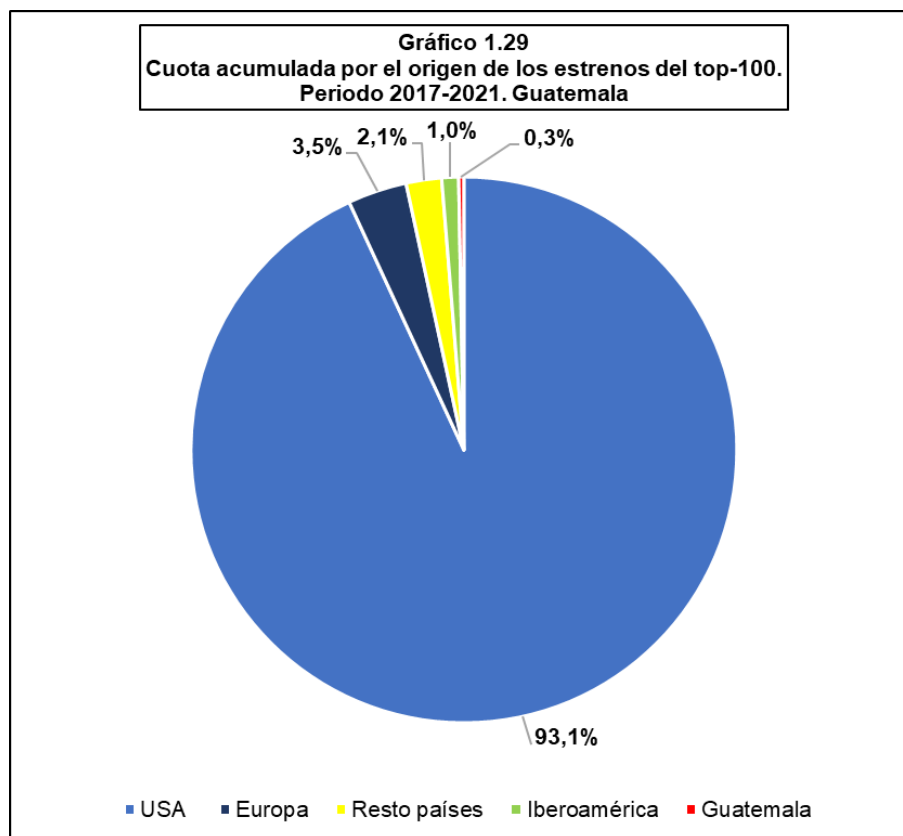
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 93,1% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,5%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1% y el guatemalteco un 0,3% (gráfico 1.29).

Cuadro 1.56

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	6.742.300	95,1	807.777	89,8	2.160.796	92,9
Guatemala	15.711	0,2	8.017	0,9	11.783	0,5
Iberoamérica	42.969	0,6	4.416	0,5	12.290	0,5
Europa	116.040	1,6	39.217	4,4	83.503	3,6
Resto países	169.103	2,4	40.097	4,5	56.813	2,4
Total	7.086.123		899.524		2.325.185	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	32.085.064	95,6	3.732.338	89,7	10.908.370	93,3
Guatemala	68.760	0,2	36.634	0,9	59.120	0,5
Iberoamérica	188.646	0,6	18.649	0,4	54.174	0,5
Europa	515.856	1,5	192.153	4,6	411.168	3,5
Resto países	718.566	2,1	180.107	4,3	262.443	2,2
Total	33.576.892		4.159.881		11.695.275	



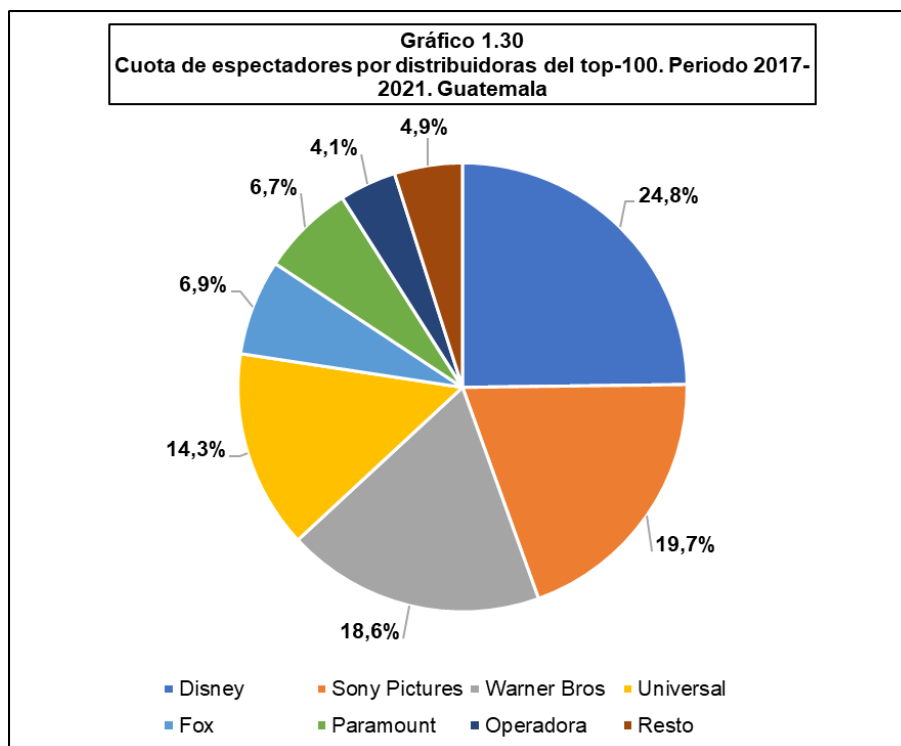
Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 92,8% y las independientes el 7,2% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más de 800.000 entradas vendidas por sus películas, seguido de Warner y Universal, ambos con más de 400.000 entradas (cuadro 1.57).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 91% y el de las independientes en un 9% restante (gráfico 1.30). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (24,8%), Sony (19,7%) y Warner (18,6%).

Cuadro 1.57

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Guatemala

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	460.468	6,5	61.214	6,8	0	0,0
Warner Bros	1.304.123	18,4	125.009	13,9	481.243	20,7
Disney	3.448.630	48,7	68.010	7,6	390.804	16,8
Paramount	243.770	3,4	153.830	17,1	63.110	2,7
Sony Pictures	624.532	8,8	257.426	28,6	820.340	35,3
Universal	555.206	7,8	111.679	12,4	402.651	17,3
Operadora	250.199	3,5	55.335	6,2	72.202	3,1
Independent CA	0	0,0	51.924	5,8	14.203	0,6
Resto	199.195	2,8	15.097	1,7	80.632	3,5
Total	7.086.123		899.524		2.325.185	



En 2021, el ranking cinematográfico en Guatemala está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 550.000 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* con más de 220.000 y *Venom: Habrá matanza* y *Godzilla Vs. Kong*, ambas con casi 160.000 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.58).

Cuadro 1.58

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	553.377	3.130.348
2	Fast & Furious 9	USA	221.246	1.037.226
3	Venom: Habrá matanza	USA	157.592	819.668
4	Godzilla Vs. Kong	USA	155.800	741.852
5	Eternals	USA	107.048	557.600
6	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	100.728	461.803
7	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	68.988	311.216
8	Encanto	USA	58.078	289.426
9	Cruella	USA	57.148	261.252
10	Shang-chi y la leyenda de los diez anillos	USA	54.792	287.616

En el ranking nacional, la producción con más éxito es, por segundo año consecutivo, *La Llorona* (Jayro Bustamante) con casi 7.000 espectadores. En segundo lugar, se encuentra *Miculax* (Luis Garistu) con 2.826 espectadores y, en tercera posición, *El técnico del Internet* (Edwin Ramírez), con casi 2.000 espectadores (cuadro 1.59). En este ranking, hay cuatro películas íntegramente guatemaltecas y dos coproducciones con otros países (Francia y México).

Cuadro 1.59

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La Llorona	Guatemala, Francia	6.980	35.907
2	Miculax	Guatemala	2.826	13.186
3	El técnico del Internet	Guatemala	1.977	10.028
4	Luz	Guatemala	276	1.259
5	El secreto de la serpiente de oro	Guatemala	171	742
6	Cadejo blanco	Guatemala, México	26	158

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Guatemala son la producción mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega) con 4.638 espectadores, la obra peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 3.816, y la producción española *Way down* (Jaume Balagueró) con 2.094 espectadores (cuadro 1.60).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* y *Ron da error*, con más de 27.000 y 17.000 espectadores, respectivamente, y el estreno japonés *Guardianes de la Noche: Tren infinito*, con 20.177 espectadores en los cines guatemaltecos.

Cuadro 1.60

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Guatemala

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El exorcismo de Carmen Farías	México	4.638	20.131
2	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	3.816	16.530
2	Way down	España	2.094	10.881
3	Morgue	Paraguay	1.742	6.632
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	27.427	159.391
2	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	20.177	94.727
3	Ron da error	Reino Unido, USA	17.251	76.005
4	El aro: Resurrección	China	11.215	51.940
5	Peter Rabbit 2: A la fuga	Australia, Canadá	9.110	39.251



HONDURAS

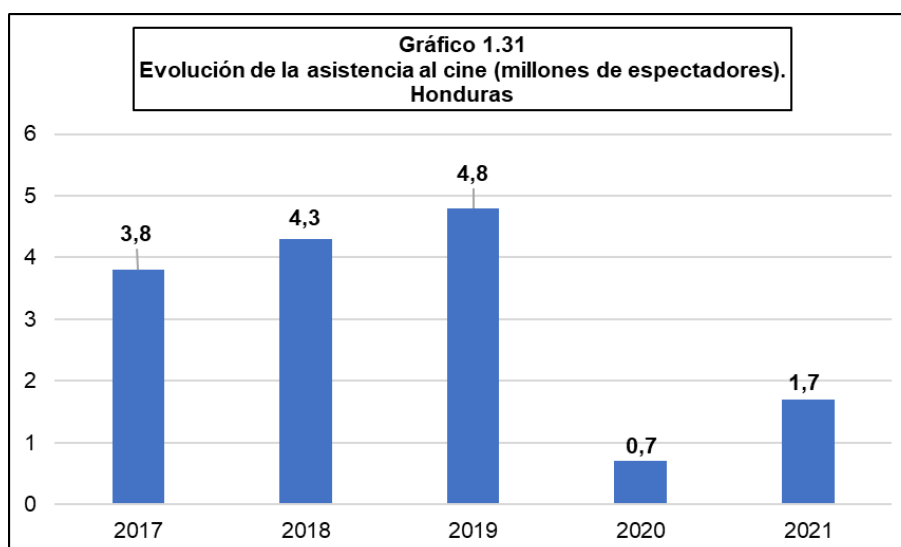
Los cines hondureños en 2021 suman una asistencia de 1,7 millones de espectadores y recaudan 6,4 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 85,4% en 2020 y en un 64,6% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,7 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2,3% y el cine hondureño obtiene una cuota de mercado del 0,4% (cuadro 1.61).

Cuadro 1.61
Panorama cinematográfico en Honduras

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	8,8	9,0	9,1	9,3	9,4
Número de pantallas de cine	99	106	111	111	124
Ingresos cine (millones USD)	13,4	14,5	16,5	2,5	6,4
Asistencia espectadores (millones)	3,8	4,2	4,8	0,7	1,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,21	0,03	0,05	0,03	0,006
Cuota de mercado cine nacional (%)	5,5	0,9	1,2	4,0	0,4
Número de estrenos totales	177	198	167	89	173
Número de estrenos extranjeros	164	191	164	86	169
Número de estrenos nacionales	13	7	3	3	4
Asistencia anual por habitante	0,4	0,5	0,5	0,1	0,2
Precio medio entrada/boleto (USD)	3,5	3,4	3,4	3,3	3,7

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,8 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,7 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Bolivia recuperan un millón de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.31).



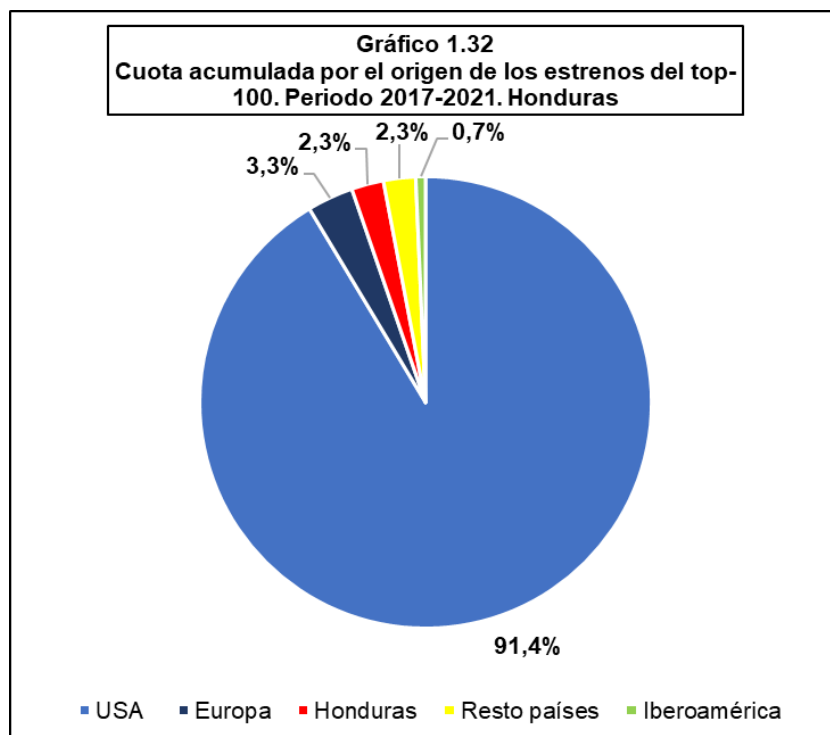
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 92,5% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,4% y la del iberoamericano en el 0,7% (cuadro 1.62).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 91,4% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,3%. El cine hondureño registra una cuota de mercado del 2,3% y el cine iberoamericano un 0,7% (gráfico 1.32).

Cuadro 1.62
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	4.413.313	93,1	674.009	88,1	1.589.203	92,5
Honduras	57.277	1,2	30.985	4,0	6.102	0,4
Iberoamérica	30.998	0,7	5.299	0,7	11.966	0,7
Europa	101.093	2,1	29.874	3,9	64.100	3,7
Resto países	138.636	2,9	24.986	3,3	46.185	2,7
Total	4.741.317		765.153		1.717.556	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	15.309.104	93,8	2.275.856	88,4	5.878.542	92,9
Honduras	158.667	1,0	92.556	3,6	19.818	0,3
Iberoamérica	86.406	0,5	16.559	0,6	36.912	0,6
Europa	329.580	2,0	102.739	4,0	236.920	3,7
Resto países	443.281	2,7	85.908	3,3	154.652	2,4
Total	16.327.038		2.573.618		6.326.844	

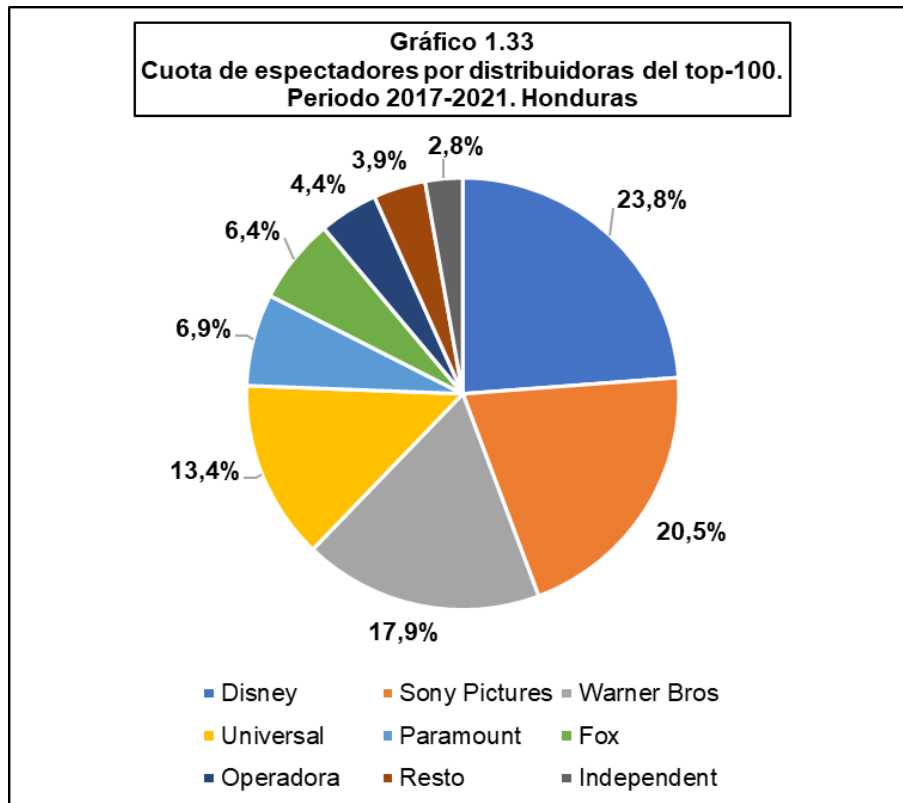


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 92% y las independientes el 8% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más de medio millón de entradas vendidas por sus películas, seguido de Disney, Warner y Universal, todos con más de 300.000 entradas (cuadro 1.63).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,9% y el de las independientes en el 11,1% restante (gráfico 1.33). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (23,8%) y Sony (20,5%).

Cuadro 1.63
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Honduras

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	316.342	6,7	38.347	5,0	0	0,0
Warner Bros	823.298	17,4	104.958	13,7	317.147	18,5
Disney	2.110.727	44,5	41.090	5,4	346.250	20,2
Paramount	192.936	4,1	111.801	14,6	60.437	3,5
Sony Pictures	435.894	9,2	250.751	32,8	555.692	32,4
Universal	424.594	9,0	88.228	11,5	300.637	17,5
Independent	69.202	1,5	34.675	4,5	11.580	0,7
Canzion	14.537	0,3	0	0,0	0	0,0
Operadora	192.575	4,1	68.639	9,0	64.624	3,8
Resto	161.212	3,4	26.664	3,5	61.189	3,6
Total	4.741.317		765.153		1.717.556	



En 2021, el ranking cinematográfico en Honduras está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 300.000 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* y *Venom: Habrá matanza*, ambas con más de 100.000 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.64).

Cuadro 1.64
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Honduras

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	318.339	1.329.539
2	Fast & Furious 9	USA	157.805	560.556
3	Venom: Habrá matanza	USA	126.967	487.097
4	Eternals	USA	87.956	345.439
5	Godzilla Vs. Kong	USA	81.962	281.436
6	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	69.652	239.867
7	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	53.782	200.947
8	Cruella	USA	47.987	160.423
9	Encanto	USA	45.845	165.208
10	Ruega por nosotros	USA	43.155	141.236

En el ranking nacional, las producciones con más éxito son: *¿Dónde está la cigüeña?* (Abraham Espinoza), con más de 2.000 espectadores, y *Sambo Creek* (Liana Hassim) y *La Condesa* (Mario Ramos), ambas con más de 1.900. En este ranking, hay tres películas íntegramente hondureñas y una en coproducción con Estados Unidos (cuadro 1.65).

Cuadro 1.65
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Honduras

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	¿Dónde está la cigüeña?	Honduras	2.171	6.909
2	Sambo Creek: The return of La Llorona	Honduras	1.983	6.591
3	La Condesa	Honduras, USA	1.948	6.318
4	Raeman: El Inicio de todo	Honduras	225	742

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Honduras son la producción paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo), con más de 4.000 espectadores, la obra peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con casi 3.000, y la producción guatemalteca *La Llorona* (Jayro Bustamante), con más de 2.000 espectadores.

Las películas del resto de países más populares son la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos *Sin tiempo para morir*, con 33.158 espectadores, y la película de animación japonesa *Guardianes de la Noche: Tren infinito*, con 12.282 espectadores (cuadro 1.66).

Cuadro 1.66
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Honduras

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Morgue	Paraguay	4.193	11.433
2	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	2.848	8.450
3	La Llorona	Guatemala, Francia	2.356	7.948
4	Way down	España	1.521	5.305
5	El exorcismo de Carmen Farías	México	1.048	3.775
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	33.158	140.623
2	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	12.282	42.272
3	El aro: Resurrección	China	7.472	24.840
4	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	7.364	23.557
5	The jack in the box	Reino Unido	6.872	18.946



MÉXICO

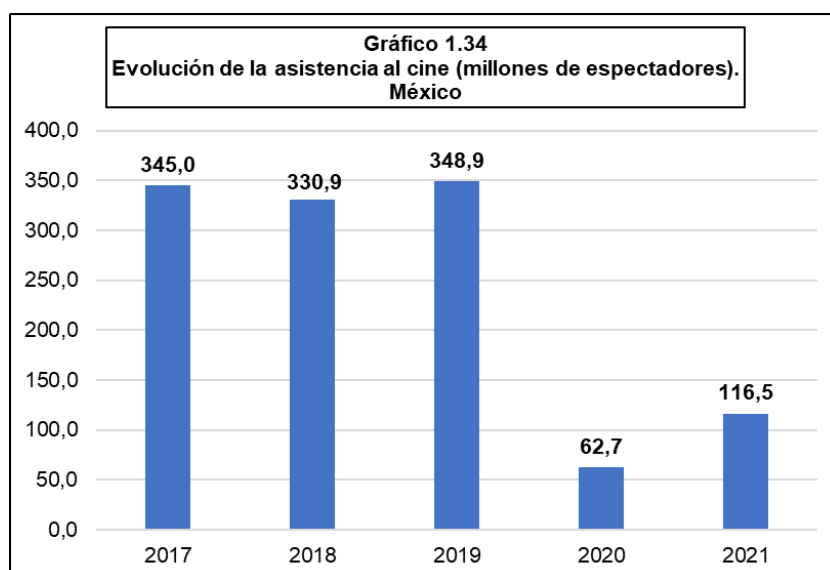
Los cines mexicanos en 2021 suman una asistencia de 116,5 millones de espectadores y recaudan 380,5 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 82% en 2020 y en un 66,6% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 18% y el cine mexicano obtiene una cuota de mercado del 4% (cuadro 1.67).

Cuadro 1.67
Panorama cinematográfico en México

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	124,0	125,3	126,5	127,7	128,9
Número de pantallas de cine	6.633	7.106	7.619	7.525	7.252
Ingresos cine (millones USD)	878,2	871,6	988,2	188,0	380,5
Asistencia espectadores (millones)	345,0	330,9	348,9	62,7	116,5
Espectadores cine nacional (millones)	22,4	29,5	34,6	7,6	4,6
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,6	8,9	9,9	12,1	4,0
Número de estrenos totales	424	523	497	255	367
Número de estrenos extranjeros	336	407	389	209	301
Número de estrenos nacionales	88	116	108	46	66
Asistencia anual por habitante	2,8	2,7	2,8	0,5	0,9
Precio medio entrada/boleto (USD)	2,5	2,6	2,7	2,7	3,2

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de casi 349 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 62,7 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Bolivia recuperan 53,8 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.34).



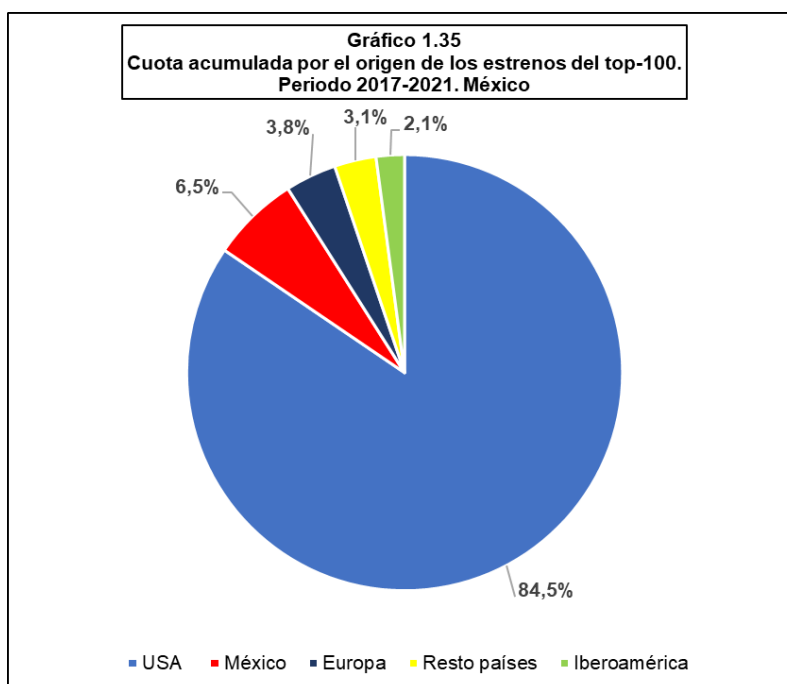
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 89,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 3,9% y la del iberoamericano en el 0,4% (cuadro 1.68).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 84,5% del mercado, seguido del cine mexicano con un 6,5%. El cine europeo registra una cuota de mercado del 3,8% y el iberoamericano un 2,1% (gráfico 1.35).

Cuadro 1.68
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	280.715.656	86,6	44.106.508	72,2	101.535.813	89,7
México	30.269.949	9,3	7.341.029	12,0	4.367.655	3,9
Iberoamérica	2.399.526	0,7	595.282	1,0	423.502	0,4
Europa	5.043.096	1,6	3.217.187	5,3	4.773.715	4,2
Resto países	5.539.525	1,7	5.812.838	9,5	2.078.407	1,8
Total	323.967.752		61.072.844		113.179.092	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	801.191.845	87,5	129.509.056	70,7	331.335.756	89,7
México	79.796.847	8,7	21.632.069	11,8	13.219.837	3,6
Iberoamérica	6.294.426	0,7	1.556.587	0,8	1.271.020	0,3
Europa	14.307.310	1,6	11.254.086	6,1	16.343.898	4,4
Resto países	14.061.168	1,5	19.216.149	10,5	7.224.066	2,0
Total	915.651.596		183.167.947		369.394.577	



Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 88,9% y las independientes el 11,1% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con

más de 34 millones de entradas vendidas por sus películas, seguido de Warner y Universal, ambos con más de 21 millones (cuadro 1.69).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 82,3% y el de las independientes en el 17,7% restante (gráfico 1.36). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (21%), Warner (16,8%), Sony (15,6%) y Universal (14,9%). Entre las independientes destaca Videocine (7,2%).

Cuadro 1.69
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. México

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	18.185.741	5,6	5.880.922	9,6	0	0,0
Warner Bros	54.823.936	16,9	8.108.296	13,3	22.235.959	19,6
Disney	126.007.289	38,9	3.493.939	5,7	18.882.457	16,7
Paramount	13.158.939	4,1	7.050.801	11,5	3.845.883	3,4
Sony Pictures	29.863.582	9,2	10.207.691	16,7	34.014.561	30,1
Universal	33.078.172	10,2	8.706.383	14,3	21.654.675	19,1
Videocine	22.585.378	7,0	5.076.241	8,3	2.791.873	2,5
Diamond	8.370.491	2,6	1.939.362	3,2	1.701.054	1,5
Gussi	2.874.830	0,9	734.060	1,2	0	0,0
Zima	790.791	0,2	1.459.550	2,4	2.091.189	1,8
Corazón	8.071.326	2,5	2.219.171	3,6	2.129.410	1,9
Cinepolis	4.431.525	1,4	1.584.784	2,6	2.387.617	2,1
SDA	0	0,0	2.099.229	3,4	0	0,0
Imagen	0	0,0	797.855	1,3	632.607	0,6
Dark side	0	0,0	400.290	0,7	0	0,0
Star	0	0,0	366.640	0,6	135.639	0,1
Canibal	0	0,0	301.639	0,5	0	0,0
Resto	1.725.752	0,5	645.991	1,1	676.168	0,6
Total	323.967.752		61.072.844		113.179.092	



En 2021, el ranking cinematográfico en México está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con 19,6 millones de espectadores, seguida de *Fast & Furious 9*, con 8 millones, *Venom: Habrá matanza*, con 7,7 millones de espectadores, y *Godzilla Vs. Kong*, con 6,3 millones (cuadro 1.70). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos.

Cuadro 1.70
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	19.694.533	68.887.548
2	Fast & Furious 9	USA	8.054.350	25.596.766
3	Venom: Habrá matanza	USA	7.776.135	24.996.113
4	Godzilla Vs. Kong	USA	6.371.967	19.699.859
5	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	5.315.873	16.492.034
6	Eternals	USA	4.643.072	15.641.398
7	Cruella	USA	3.472.100	11.345.978
8	Viuda negra	USA	2.797.498	9.874.875
9	¡Canta! 2	USA	2.691.733	8.706.189
10	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	2.657.175	8.359.885

En el ranking nacional, las cinco producciones con más éxito son *El mesero* (Raúl Martínez), con un millón de espectadores; *Un rescate de Huevitos*, con más de 900.000 (Gabriel y Rodolfo Riva Palacio Alatriste); *Chilangolandia* (Carlos Santos), con casi 600.000 espectadores; *Juega conmigo* (Adrián García), con 543.420, y *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega), con casi 500.000 espectadores (cuadro 1.71).

Cuadro 1.71
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El mesero	México, Bolivia	1.034.143	3.253.911
2	Un rescate de Huevitos	México	934.966	2.546.327
3	Chilangolandia	México	595.256	1.776.940
4	Juega conmigo	México	543.420	1.506.861
5	El exorcismo de Carmen Farías	México	499.001	1.491.782
6	Los trapos sucios se lavan en casa	México	177.951	532.917
7	Karem, la posesión	México	156.510	484.612
8	Después de ti	México	122.834	391.493
9	Dime cuando tú	México	111.692	355.846
10	Ni tuyo, ni mía	México	110.798	371.632

Los estrenos iberoamericanos presentes en el top-100 con más éxito en 2021 en México son la producción española *Way down* (Jaume Balagueró) y la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), ambas con más de 200.000 espectadores.

Las películas del resto de países más populares en los cines mexicanos son la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir*, con 1,6 millones de espectadores, la película nipona *Guardianes de la Noche: Tren Infinito*, con más de 820.000 espectadores, y la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2*, con casi 630.000 espectadores (cuadro 1.72).

Cuadro 1.72**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. México**

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Way down	España	219.985	683.627
2	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	203.517	587.393
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	1.615.012	6.418.453
2	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	821.488	3.318.027
3	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	627.803	1.758.239
4	Ron da error	Reino Unido, USA	468.110	1.416.422
5	The King's Man: la primera misión	Reino Unido, USA	315.925	1.123.968



NICARAGUA

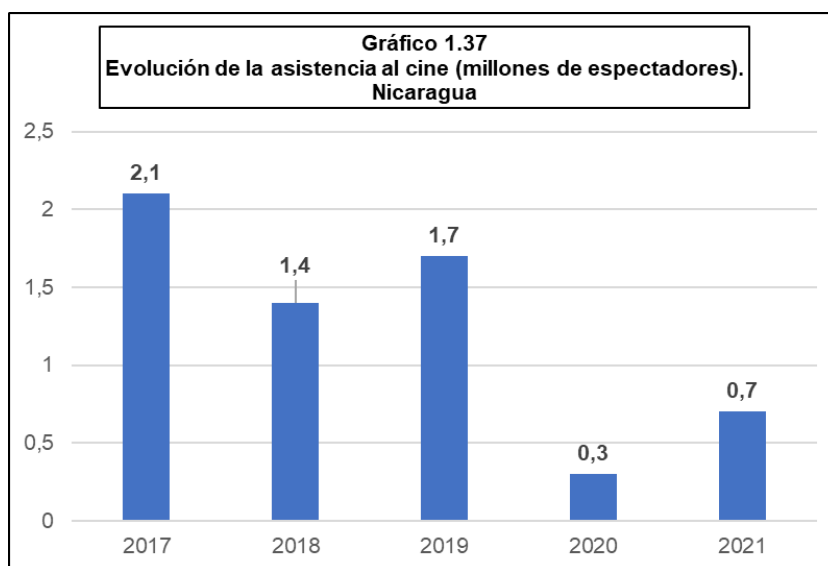
Los cines nicaragüenses en 2021 suman una asistencia de 755.247 espectadores y recaudan 3 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 82,3% en 2020 y en un 58,8% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,1 dólares (cuadro 1.73).

Cuadro 1.73
Panorama cinematográfico en Nicaragua

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	6,3	6,4	6,5	6,6	6,6
Número de pantallas de cine	54	55	55	55	52
Ingresos cine (millones USD)	8,9	5,7	6,7	1,2	3,0
Asistencia espectadores (millones)	2,1	1,4	1,7	0,3	0,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,001	0,003	0,0002	0,0002	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,1	0,2	0	0	0
Número de estrenos totales	152	160	147	84	147
Número de estrenos extranjeros	150	159	147	84	147
Número de estrenos nacionales	2	1	0	0	0
Asistencia anual por habitante	0,4	0,2	0,3	0,05	0,1
Precio medio entrada/boleto (USD)	4,2	4,1	3,9	3,9	4,1

La evolución de la venta de entradas en los últimos años muestra un máximo de 2,1 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 0,3 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Nicaragua recuperan 450.000 espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.37).



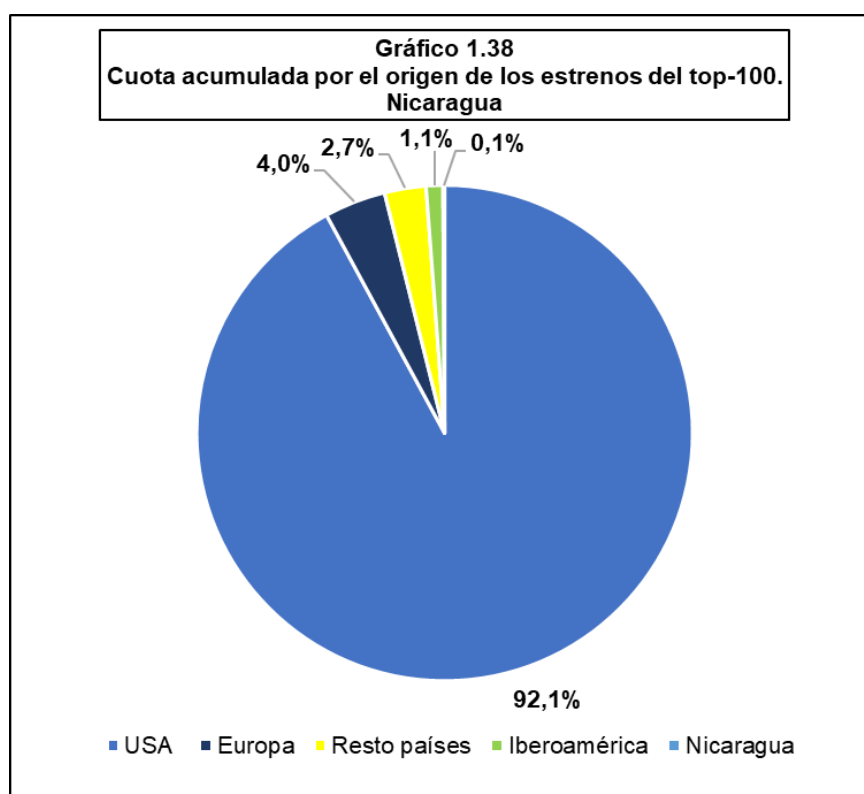
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 92,3% del total de espectadores, la del europeo en un 3,6% y la del cine iberoamericano en el 0,9% (cuadro 1.74).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 92,1% del mercado, seguido del cine europeo con un 4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,1% (gráfico 1.38).

Cuadro 1.74
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Nicaragua

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	1.577.761	92,2	272.916	88,6	688.741	92,3
Nicaragua	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	17.690	1,0	5.905	1,9	7.038	0,9
Europa	43.265	2,5	16.599	5,4	27.219	3,6
Resto países	73.108	4,3	12.584	4,1	22.992	3,1
Total	1.711.824		308.004		745.990	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	6.149.345	92,7	1.066.707	88,9	2.822.122	92,7
Nicaragua	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	54.142	0,8	21.433	1,8	26.031	0,9
Europa	164.873	2,5	62.834	5,2	106.187	3,5
Resto países	261.923	4,0	49.392	4,1	89.442	2,9
Total	6.630.283		1.200.366		3.043.782	

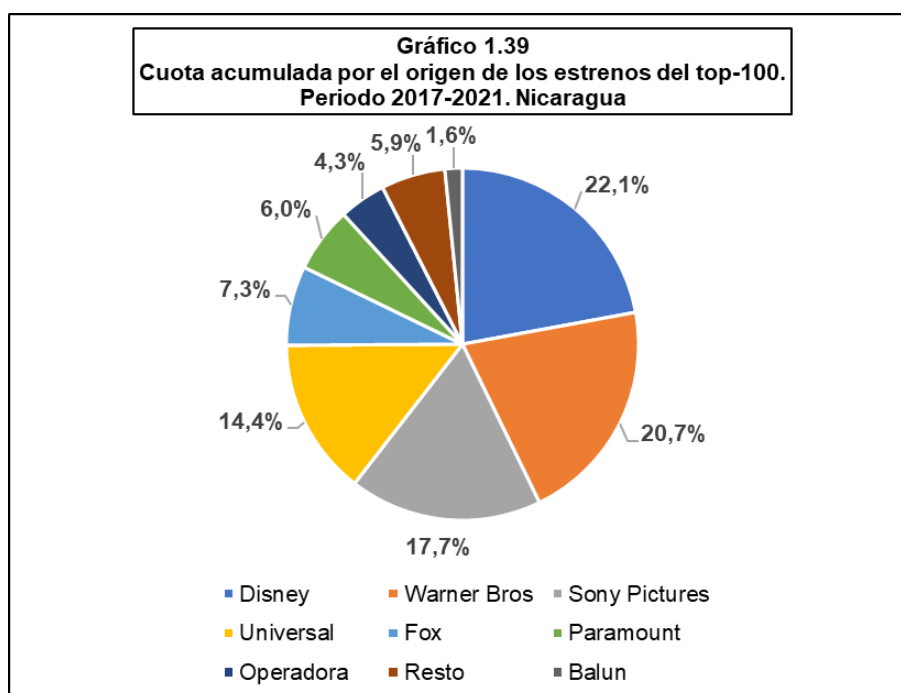


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 89,8% y las independientes el 10,2% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más de 225.000 entradas vendidas por sus películas, seguido de Warner con 188.147 entradas (cuadro 1.75).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,2% y el de las independientes en el 11,8% restante (gráfico 1.39). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (22,1%) y Warner (20,7%).

Cuadro 1.75
Ranking de distribuidoras del Top 100. Nicaragua

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	133.411	7,8	21.578	7,0	0	0,0
Warner Bros	307.717	18,0	54.465	17,7	188.147	25,2
Disney	778.574	45,5	17.657	5,7	114.168	15,3
Paramount	73.688	4,3	37.366	12,1	20.873	2,8
Sony Pictures	127.828	7,5	79.861	25,9	226.012	30,3
Universal	136.550	8,0	40.285	13,1	120.400	16,1
Independent	17.826	1,0	1.561	0,5	1.104	0,1
Operadora	57.537	3,4	26.718	8,7	44.360	5,9
Balun	0	0,0	18.269	5,9	13.880	1,9
Romaly	0	0,0	0	0,0	993	0,1
Canzion	8.091	0,5	0	0,0	0	0,0
Resto	70.602	4,1	10.244	3,3	16.053	2,2
Total	1.711.824		308.004		745.990	



En 2021, el ranking cinematográfico en Nicaragua está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con más de 132.000 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9*, con 63.071 espectadores, y *Godzilla Vs. Kong*, con más de 55.000 espectadores (cuadro 1.76). Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos.

Cuadro 1.76
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Nicaragua

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	132.851	612.899
2	Fast & Furious 9	USA	63.071	248.729
3	Godzilla Vs. Kong	USA	55.663	223.116
4	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	39.408	151.833
5	Venom: Habrá matanza	USA	38.801	153.640
6	Ruega por nosotros	USA	29.934	111.425
7	Eternals	USA	25.083	103.393
8	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	22.798	91.316
9	Tom y Jerry	USA	22.798	85.427
10	Cruella	USA	17.425	65.061

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Nicaragua son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 2.642 espectadores, seguida de la obra paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo), con 2.166 espectadores, y de la producción mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega), con 1.742 espectadores.

Las películas del resto de países más populares son la producción nipona *Guardianes de la Noche: Tren infinito*, con 11.010 espectadores y la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* con casi 9.000 espectadores (cuadro 1.77).

Cuadro 1.77
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Nicaragua

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	2.642	9.254
2	Morgue	Paraguay	2.166	7.549
3	El exorcismo de Carmen Farías	México	1.742	7.112
4	Way down	España	488	2.116
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	11.010	42.964
2	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	8.777	39.937
3	The Jack in the Box	Reino Unido	4.501	14.681
4	Peter Rabbit 2: A la fuga	Australia, Canadá	2.377	8.361
5	Ron da error	Reino Unido, USA	1.957	7.246



PANAMÁ

Los cines panameños en 2021 suman una asistencia de 2,6 millones de espectadores y recaudan 14,8 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 84,5% en 2020 y en un 63,4% en 2021, respecto a 2019.

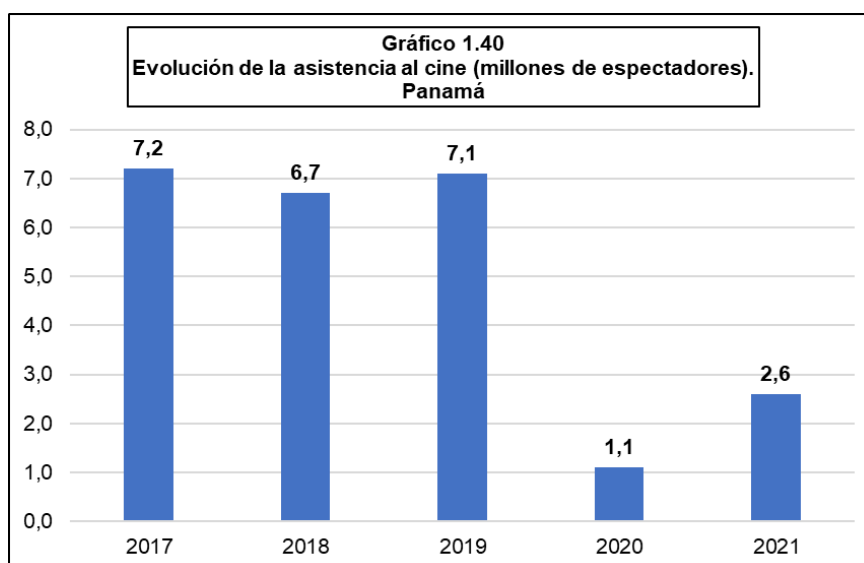
La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 1,7% y el cine panameño obtiene una cuota de mercado del 1% (cuadro 1.78).

Cuadro 1.78

Panorama cinematográfico en Panamá

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	4,0	4,1	4,2	4,2	4,3
Número de pantallas de cine	142	155	167	167	169
Ingresos cine (millones USD)	36,8	34,1	36,0	5,7	14,8
Asistencia espectadores (millones)	7,2	6,7	7,1	1,1	2,6
Espectadores cine nacional (millones)	0,17	0,98	0,06	0	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,4	14,5	1,0	0,0	1,0
Número de estrenos totales	221	231	220	89	177
Número de estrenos extranjeros	213	222	213	89	174
Número de estrenos nacionales	8	9	7	0	3
Asistencia anual por habitante	1,8	1,7	1,7	0,2	0,6
Precio medio entrada/boleto (USD)	5,1	5,1	5,0	5,0	5,5

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 7,2 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 1,1 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Panamá recuperan 1,5 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.40).



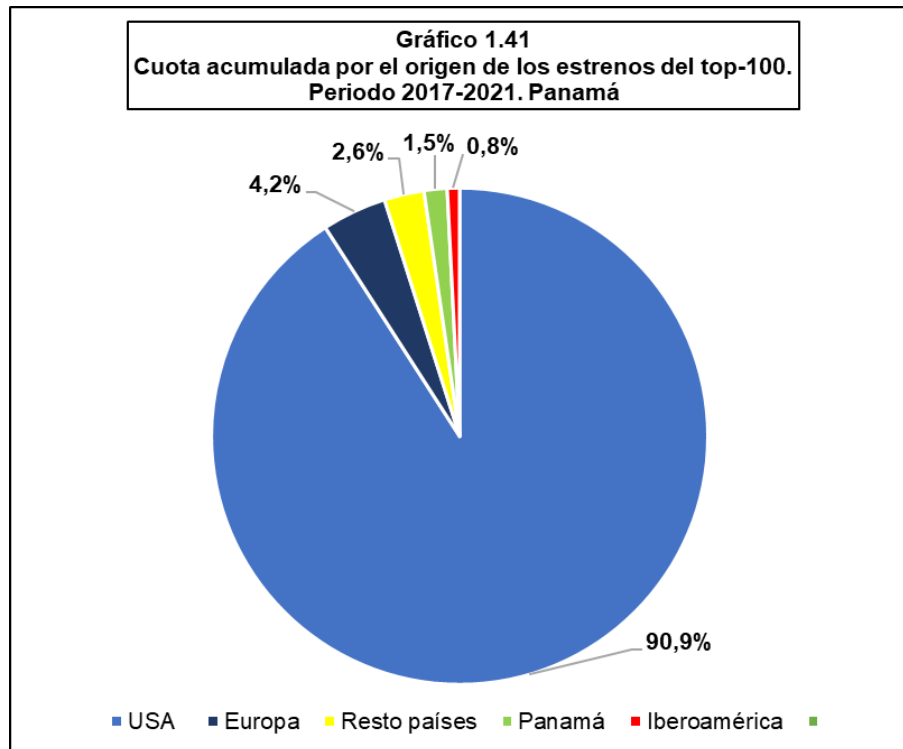
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 90,1% del total de espectadores, la del cine nacional en un 1% y la del iberoamericano en el 0,5% (cuadro 1.79).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 90,9% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,2%. El cine panameño registra una cuota de mercado del 1,5% y el iberoamericano un 0,8% (gráfico 1.41).

Cuadro 1.79
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Panamá

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	6.460.794	93,2	1.040.207	90,3	2.388.102	90,1
Panamá	65.453	0,9	0	0,0	25.715	1,0
Iberoamérica	61.880	0,9	3.817	0,3	14.050	0,5
Europa	182.960	2,6	55.254	4,8	131.540	5,0
Resto países	157.699	2,3	52.350	4,5	90.287	3,4
Total	6.928.786		1.151.628		2.649.694	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	32.632.883	93,7	5.177.527	89,3	13.279.027	90,5
Panamá	328.246	0,9	0	0,0	140.329	1,0
Iberoamérica	274.187	0,8	17.493	0,3	64.509	0,4
Europa	884.018	2,5	313.048	5,4	741.512	5,1
Resto países	722.941	2,1	289.379	5,0	442.339	3,0
Total	34.842.275		5.797.447		14.667.716	

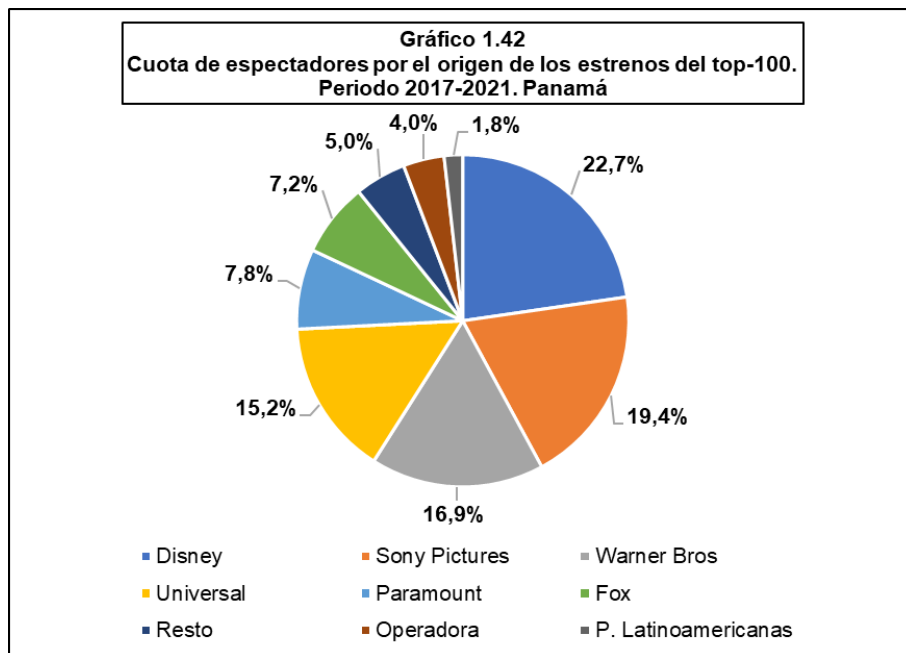


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 91% y las independientes el 9% restante. Los *Estudios* con más éxito son Sony y Disney, ambos con un 26% del total de entradas vendidas por sus películas, lo que representa unos 700.000 espectadores cada uno (cuadro 1.80).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,2% y el de las independientes en el 10,8% restante (gráfico 1.42). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (22,7%) y Sony (19,4%).

Cuadro 1.80
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top 100. Panamá

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	505.269	7,3	92.650	8,0	0	0,0
Warner Bros	1.144.047	16,5	114.463	9,9	493.790	18,6
Disney	2.742.963	39,6	61.513	5,3	694.471	26,2
Paramount	379.138	5,5	181.112	15,7	112.234	4,2
Sony Pictures	669.133	9,7	408.621	35,5	704.780	26,6
Universal	753.275	10,9	157.355	13,7	407.167	15,4
Operadora	424.470	6,1	58.971	5,1	104.788	4,0
Independent	0	0,0	5.460	0,5	2.182	0,1
Canzion	0	0,0	0	0,0	0	0,0
P. Latinoamericanas	121.662	1,8	47.677	4,1	5.768	0,2
Balun	0	0,0	22.438	1,9	39.274	1,5
Resto	188.829	2,7	1.368	0,1	85.240	3,2
Total	6.928.786		1.151.628		2.649.694	



En 2021, el ranking cinematográfico en Panamá está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con 384.529 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* con 190.744. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.81).

Cuadro 1.81
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: Sin camino a casa	USA	384.529	2.357.397
2	Fast & furious 9	USA	190.744	1.006.669
3	Eternals	USA	164.996	969.888
4	Venom: Habrá matanza	USA	147.891	837.933
5	Shang-chi y la leyenda de los diez anillos	USA	135.302	768.592
6	Encanto	USA	104.226	570.070
7	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	102.201	533.595
8	Godzilla Vs. Kong	USA	98.628	523.811
9	Cruella	USA	80.233	416.643
10	Crazy famous	USA	76.686	432.334

En el ranking nacional, de las tres producciones estrenadas, *Algo azul* (Mariel García Spooner) es la que más éxito registra, con más de 14.000 espectadores. En segunda posición se sitúa *Sancocho Presidencial* (Juan Zelaya), con casi 12.000 espectadores y, por último, a bastante distancia, se encuentra *Plaza Catedral* (Abner Benaim), con 1.100 espectadores. Este último título y el primero mencionado son dos coproducciones con Colombia (cuadro 1.82).

Cuadro 1.82
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Algo azul	Panamá, Colombia	14.068	75.695
2	Sancocho presidencial	Panamá	11.647	64.633
3	Plaza Catedral	Panamá, Colombia, México	1.102	5.159

El estreno iberoamericano con más éxito en 2021 en Panamá es la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con más de 7.700 espectadores. Por encima de 2.000 entradas vendidas se sitúan la obra española *Corazón ardiente* (Antonio Cuadri, Andrés Garrigó) y la película mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega).

La película del resto de países más popular, es la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos *Sin tiempo para morir*, con más de 50.000 espectadores. En segundo plano, y por encima de las 20.000 entradas vendidas se encuentra la película de animación nipona *Guardianes de la Noche: Tren infinito*, la coproducción anglo-americana *Ron da error* y la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2* (cuadro 1.83).

Cuadro 1.83*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Panamá*

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	7.764	34.642
2	Corazón ardiente	España	2.545	10.641
3	El exorcismo de Carmen Farías	México	2.092	10.134
4	Way down	España	1.649	9.093
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	53.258	371.856
2	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	28.913	145.115
3	Ron da error	Reino Unido, USA	25.885	122.987
4	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	20.073	90.421
5	Alerta roja	Corea del Sur	13.362	68.706



PARAGUAY

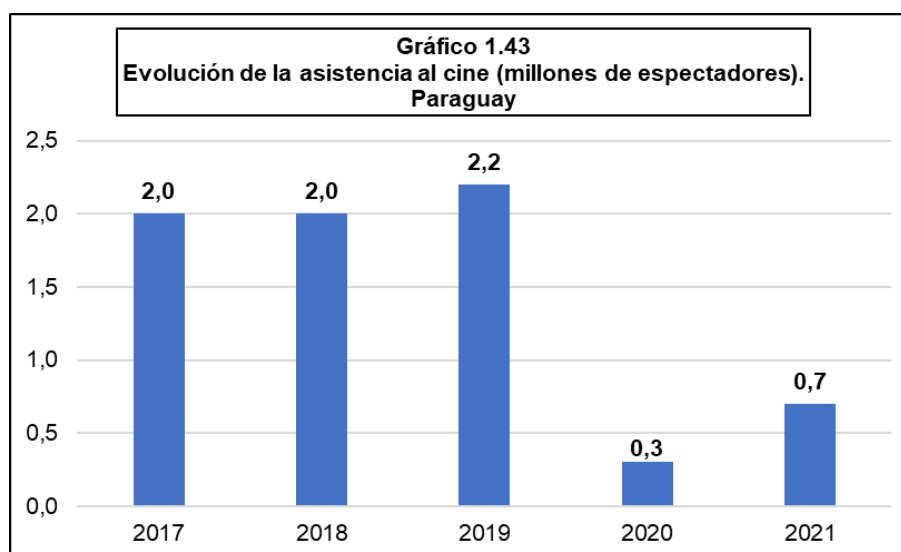
Los cines paraguayos en 2021 suman una asistencia de 752.909 espectadores y recaudan 3,5 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 86,4% en 2020 y en un 68,2% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2,7% y el cine paraguayo obtiene una cuota de mercado del 1,6% (cuadro 1.84).

Cuadro 1.84
Panorama cinematográfico en Paraguay

	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	6,9	7,0	7,1	7,2	7,3
Número de pantallas de cine	70	72	76	76	87
Ingresos cine (millones USD)	10,5	10,0	10,5	1,4	3,5
Asistencia espectadores (millones)	2,0	2,0	2,2	0,3	0,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,16	0,11	0,07	0,006	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	7,9	5,7	3,5	2,0	1,6
Número de estrenos totales	161	196	180	74	149
Número de estrenos extranjeros	155	192	174	71	145
Número de estrenos nacionales	6	4	6	3	4
Asistencia anual por habitante	0,3	0,3	0,3	0,05	0,1
Precio medio entrada/boleto (USD)	5,2	5,0	4,8	4,2	4,8

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 2,2 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,3 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Paraguay recuperan 420.000 espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.43).



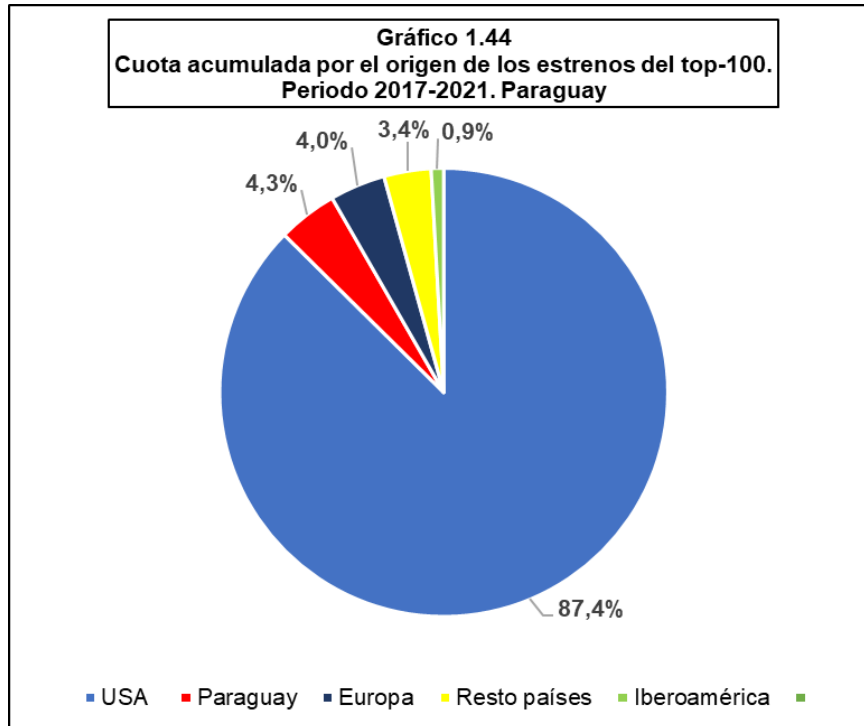
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 92,1% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,6% y la del iberoamericano en el 0,3% (cuadro 1.85).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 87,4% del mercado, seguido del cine paraguayo con un 4,3% y del europeo con un 4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,9% (gráfico 1.44).

Cuadro 1.85

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

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	1.937.789	89,5	279.504	84,7	686.136	92,1
Paraguay	75.936	3,5	6.811	2,1	11.709	1,6
Iberoamérica	25.544	1,2	3.221	1,0	2.020	0,3
Europa	30.353	1,4	11.624	3,5	28.346	3,8
Resto países	95.671	4,4	28.818	8,7	16.377	2,2
Total	2.165.293		329.978		744.588	
INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	9.373.387	91,1	1.160.265	83,5	3.286.774	92,6
Paraguay	321.011	3,1	28.178	2,0	48.331	1,4
Iberoamérica	102.197	1,0	14.849	1,1	8.561	0,2
Europa	128.748	1,3	57.965	4,2	138.836	3,9
Resto países	367.396	3,6	128.440	9,2	67.406	1,9
Total	10.292.739		1.389.697		3.549.908	

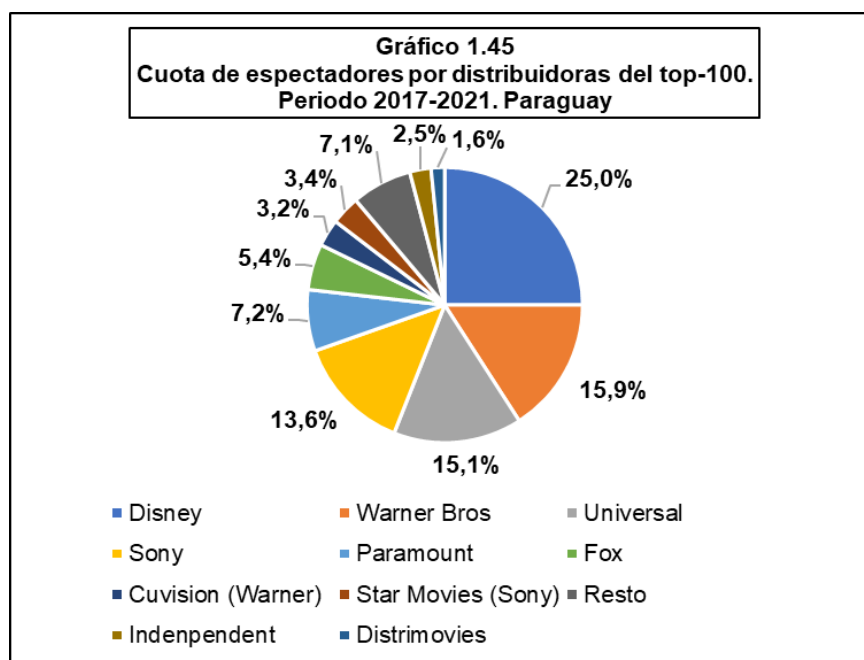


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 90,9% y las independientes el 9,1% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony + Star Movies con más de 250.000 entradas vendidas por sus películas, seguido de Disney con más de 146.000 entradas (cuadro 1.86).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,8% y el de las independientes en el 11,2% restante (gráfico 1.45). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (25%), Warner + Cuvisión (19,1%) y Sony + Star Movies (17%).

Cuadro 1.86
Cuota de espectadores por las distribuidoras del top-100. Paraguay

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Disney	991.313	45,8	38.522	11,7	146.834	19,7
Fox	132.800	6,1	24.274	7,4	0	0,0
Warner Bros	371.718	17,2	46.027	13,9	131.497	17,7
Sony Pictures	193.144	8,9	92.030	27,9	205.205	27,6
Paramount	56.557	2,6	45.532	13,8	21.223	2,9
Universal	209.855	9,7	33.481	10,1	122.669	16,5
Star Movies (Sony)	4.039	0,2	0	0,0	48.739	6,5
Cuvisión (Warner)	0	0,0	15.564	4,7	569	0,1
Mediagroup	0	0,0	7.627	2,3	23.822	3,2
Independent	24.526	1,1	4.496	1,4	8.149	1,1
Distribimovies	58.579	2,7	6.030	1,8	0	0,0
Life Films	0	0,0	6.694	2,0	15.553	2,1
Filmagic	0	0,0	6.141	1,9	2.381	0,3
Diamond	0	0,0	2.261	0,7	11.787	1,6
Resto	122.762	5,7	1.299	0,4	6.160	0,8
Total	2.165.293		329.978		744.588	



En 2021, el ranking cinematográfico en Paraguay está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con más de 190.000 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* con casi 80.000 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.87).

Cuadro 1.87

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Paraguay				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: Sin camino a casa	USA	193.179	1.008.465
2	Fast & Furious 9	USA	78.112	372.145
3	Venom: Habrá matanza	USA	43.139	219.739
4	Eternals	USA	36.579	194.651
5	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	34.340	137.643
6	Encanto	USA	21.325	99.772
7	Viuda negra	USA	20.665	112.116
8	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	20.576	80.173
9	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	19.469	104.614
10	Cruella	USA	17.174	69.651

El ranking nacional está conformado por los cinco estrenos contabilizados en 2021 y en los que destaca que dos producciones son íntegramente paraguayas, dos están en coproducción con Argentina y la otra está en coproducción con Suiza (cuadro 1.88).

En cuanto a sus resultados en taquilla, dos obras superan los 3.000 espectadores: *Apenas el sol* (Arami Ullón) y *Charlotte* (Simón Franco). Además, otras dos producciones rebasan los 2.300 espectadores: *Jubentú* (Ricardo Morínigo) y *Matar a un muerto* (Hugo Giménez).

Cuadro 1.88

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Paraguay				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Apenas el sol	Paraguay, Suiza	3.546	14.081
2	Charlotte	Paraguay, Argentina	3.168	13.188
3	Jubentú	Paraguay	2.614	10.606
4	Matar a un muerto	Paraguay, Argentina, Francia	2.381	10.415
5	Reflejos: Castle of dance	Paraguay	61	246

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Paraguay son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 1.137 espectadores y la película documental española *Vivo* (Jorge Pareja) con casi 900 espectadores (cuadro 1.89).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* (10.233 espectadores) y *Ron da error* (3.595 espectadores), y la película de animación japonesa *Guardianes de la Noche: Tren infinito* (5.851 espectadores).

Cuadro 1.89
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Paraguay

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	1.137	4.438
2	Vivo	España	883	4.123
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	10.233	60.643
2	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	5.851	25.735
3	Ron da error	Reino Unido, USA	3.595	16.348
4	Peter Rabbit 2: A la fuga	Australia, Canadá	2.684	9.327
5	Pinocho	Italia, Francia, UK	2.369	8.894



PERÚ

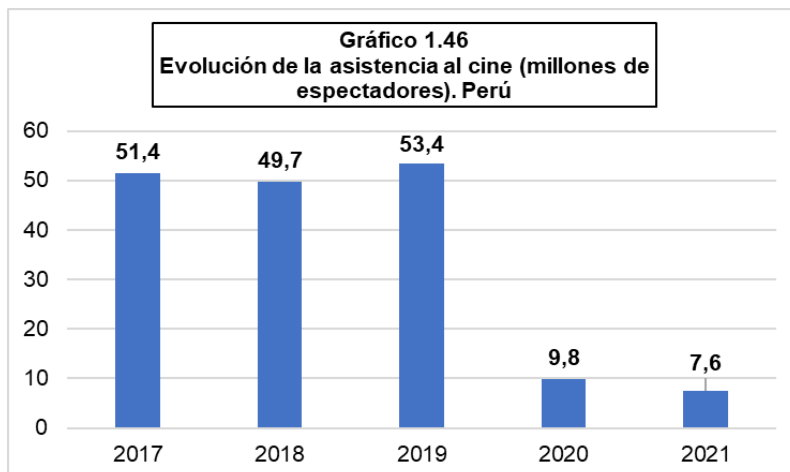
Los cines peruanos en 2021 suman una asistencia de 7,6 millones de espectadores y recaudan 25,4 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 81,5% en 2020 y en un 85,7% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,3 dólares. El número de estrenos peruanos representa el 6,3% y la cuota de mercado del cine nacional es del 5,2% (cuadro 1.90).

Cuadro 1.90
Panorama cinematográfico en Perú

Conceptos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	31,2	31,6	32,1	32,6	33,0
Número de pantallas de cine	625	657	661	661	663
Ingresos cine (millones USD)	173,7	166,6	178,9	29,9	25,4
Espectadores cine (millones)	51,4	49,7	53,4	9,8	7,6
Espectadores cine nacional (millones)	5,22	7,31	2,64	2,37	0,13
Cuota de mercado cine nacional (%)	10,2	14,7	4,9	24,0	5,2
Número de estrenos totales	267	327	325	74	143
Número de estrenos extranjeros	242	300	289	66	134
Número de estrenos nacionales	25	27	36	8	9
Asistencia anual por habitante	1,6	1,6	1,7	0,3	0,2
Precio medio entrada/boleto (USD)	3,3	3,3	3,3	3,0	3,3

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 53,4 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 7,6 en 2021 debido a la covid-19. En dicho año, las salas de cine en Perú incluso pierden 2,2 millones de espectadores respecto a 2020, siendo el único país en el que en el segundo año de pandemia la reducción de la actividad cinematográfica se agudiza más (gráfico 1.46).



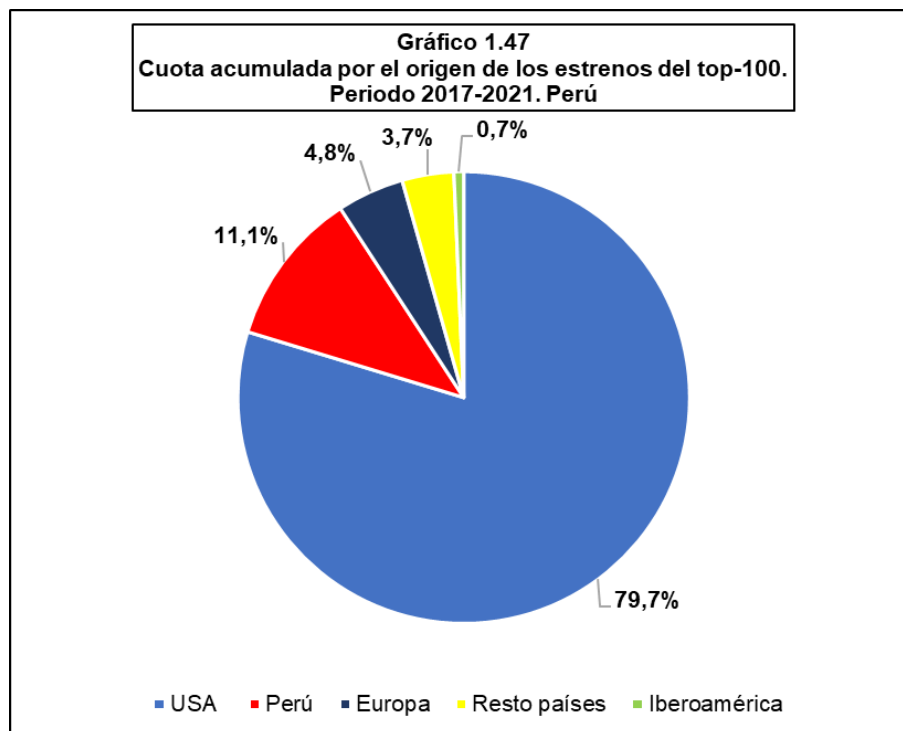
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 87,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,8% y la del iberoamericano en el 1,1% (cuadro 1.91).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 79,7% del mercado, seguido del cine peruano con un 11,1%. El cine europeo registra una cuota del 4,8% y el cine iberoamericano registra un 0,7% (gráfico 1.47).

Cuadro 1.91
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Perú

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	43.549.661	86,7	6.493.044	65,8	6.646.401	87,7
Perú	2.294.708	4,6	2.373.227	24,1	133.030	1,8
Iberoamérica	432.208	0,9	6.322	0,1	82.230	1,1
Europa	2.252.262	4,5	367.713	3,7	324.960	4,3
Resto países	1.717.087	3,4	620.769	6,3	390.970	5,2
Total	50.245.926		9.861.075		7.577.591	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	148.008.989	87,9	19.523.414	65,3	22.573.118	89,1
Perú	7.257.300	4,3	6.982.923	23,3	446.496	1,8
Iberoamérica	1.269.054	0,8	26.850	0,1	220.114	0,9
Europa	6.586.417	3,9	1.263.183	4,2	959.808	3,8
Resto países	5.340.425	3,2	2.112.009	7,1	1.142.958	4,5
Total	168.462.185		29.908.379		25.342.494	

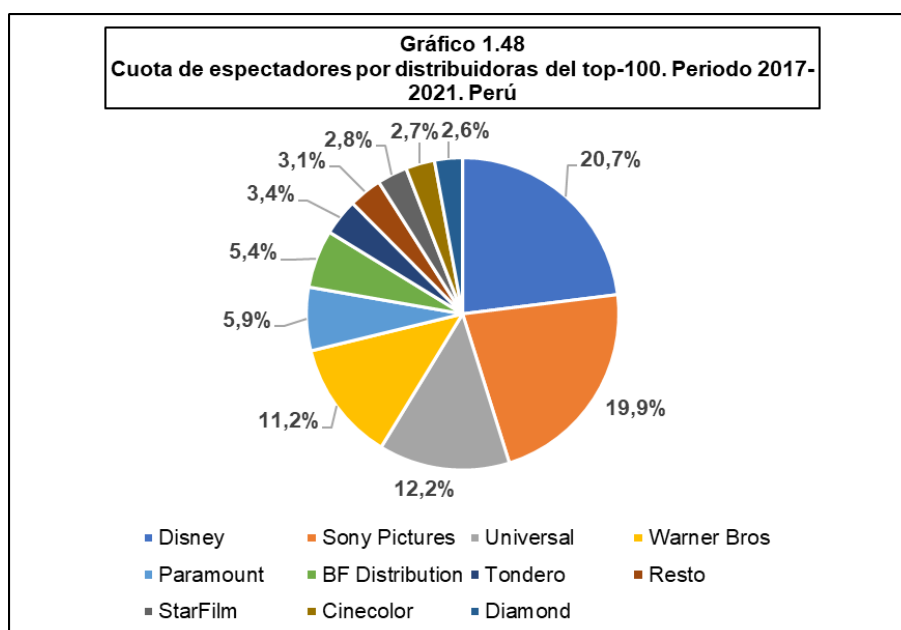


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 85,9% y las independientes el 14,1% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con 3,5 millones de entradas vendidas por sus películas, seguido de Disney con 1,5 millones de entradas (cuadro 1.92).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 69,9% y el de las independientes en el 30,1% restante (gráfico 1.48). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (20,7%) y Sony (19,9%). Entre las independientes destaca BF Distribution (5,4%).

Cuadro 1.92
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Perú

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	3.029.525	6,0	904.977	9,2	0	0,0
Warner Bros	7.743.909	15,4	480.990	4,9	453.023	6,0
Disney	20.341.376	40,5	540.008	5,5	1.551.213	20,5
Paramount	2.043.245	4,1	1.208.865	12,3	148.764	2,0
Universal	4.715.558	9,4	1.108.799	11,2	827.060	10,9
Sony Pictures	3.680.787	7,3	1.755.553	17,8	3.529.387	46,6
BF Distribution	3.742.899	7,4	171.383	1,7	264.763	3,5
New Century	612.758	1,2	1.050.708	10,7	0	0,0
Diamond	1.240.708	2,5	521.847	5,3	22.350	0,3
Delta Films	800.484	1,6	65.775	0,7	0	0,0
Star Film	541.283	1,1	321.473	3,3	387.838	5,1
Cinecolor	1.258.688	2,5	996.789	10,1	68.408	0,9
Tondero Films	397.666	0,8	650.102	6,6	89.130	1,2
Resto distribuidoras	97.040	0,2	83.806	0,8	235.655	3,1
Total	50.245.926		9.861.075		7.577.591	



En 2021, el ranking cinematográfico en Perú está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con más de 2,3 millones de espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza*, con más de 900.000, y *Eternals* superando los 600.000 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.93).

Cuadro 1.93
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: Sin camino a casa	USA	2.343.638	9.012.793
2	Venom: Habrá matanza	USA	906.129	2.936.851
3	Eternals	USA	603.556	2.024.410
4	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	330.675	1.030.026
5	Fast & Furious 9	USA	277.875	864.171
6	Encanto	USA	277.020	875.005
7	¡Canta! 2	USA	170.290	539.588
8	Alerta roja	USA	114.972	332.948
9	Jungle Cruise	USA	110.401	335.576
10	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	90.561	284.792

El ranking nacional está liderado por la película *Medias hermanas* (Ani Alva Helfer), con casi 51.000 espectadores, seguida de *Un mundo para Julius* (Rossana Díaz Costa), con 42.230, y la obra de animación *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 22.476 espectadores (cuadro 1.94). En este ranking, hay cinco películas íntegramente peruanas y cuatro en coproducción con otros países (Argentina, Colombia, Estados Unidos y España).

Cuadro 1.94
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Medias hermanas	Perú	50.853	160.769
2	Un mundo para Julius	Perú, Argentina, España	42.230	160.032
3	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	22.476	71.207
4	Manco Capac	Perú	7.256	21.169
5	El refugio	Perú, España	6.939	19.887
6	Las mejores familias	Perú, Colombia	3.276	13.431
7	Raúl con Soledad	Perú	3.787	11.502
8	La cantera	Perú	356	1.441
9	El viaje Macho	Perú	380	1.293

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en Perú son las producciones mexicanas *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega) y, la comedia, *Doblemente embarazadas* (Eduardo Mendoza de Echave), con 37.662 y 23.626 espectadores, respectivamente (cuadro 1.95).

Las películas del resto de países más populares son el estreno coreano *Alerta roja* con casi 115.000 espectadores, la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos *Sin tiempo para morir*, con casi 62.000, y la película china *El aro: Resurrección*, con más de 55.000 espectadores en los cines peruanos (cuadro 1.95).

Cuadro 1.95
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Perú

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El exorcismo de Carmen Farías	México	37.662	86.943
2	Doblemente embarazada	México	23.626	67.624
3	Contra el demonio	Chile	7.712	21.931
4	Un rescate de Huevitos	México	6.694	19.472
5	Way Down	España	6.536	24.143

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alerta roja	Corea del Sur	114.972	332.948
2	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	61.720	209.251
3	El aro: Resurrección	China	55.885	155.661
4	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	42.891	117.901
5	Ron da error	Reino Unido, USA	41.398	132.350



PORTUGAL

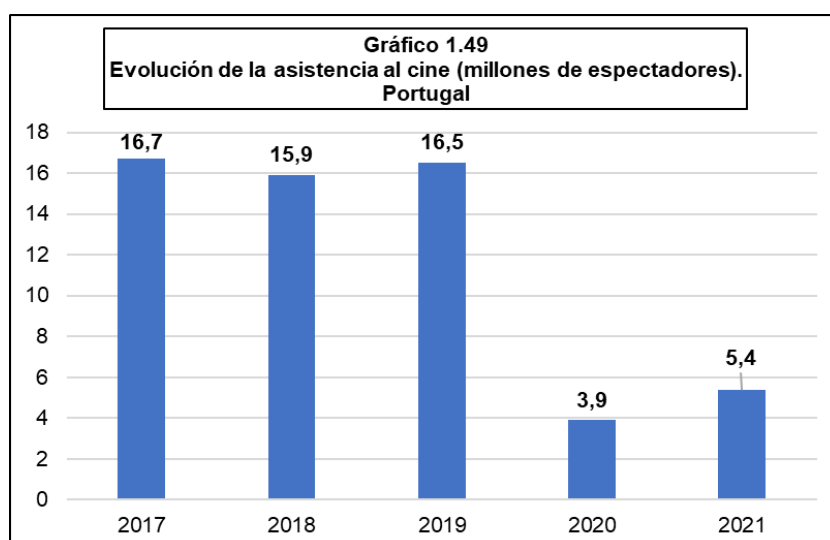
Los cines portugueses en 2021 suman una asistencia de 5,4 millones de espectadores y recaudan 36,1 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 76,4% en 2020 y en un 67,3% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 6,6 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 5,4% y el cine portugués obtiene una cuota de mercado del 3% (cuadro 1.96).

Cuadro 1.96
Panorama cinematográfico en Portugal

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	10,3	10,3	10,2	10,2	10,3
Número de pantallas de cine	571	580	580	561	543
Ingresos cine (millones USD)	103,3	100,4	97,7	23,7	36,1
Espectadores cine (millones)	16,7	15,8	16,5	3,9	5,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,40	0,28	0,70	0,13	0,16
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,4	1,8	3,8	3,5	3,0
Número de estrenos totales	375	397	398	235	295
Número de estrenos extranjeros	337	357	357	211	279
Número de estrenos nacionales	38	40	41	24	16
Asistencia anual por habitante	1,5	1,5	1,6	0,4	0,5
Precio medio entrada/boleto (USD)	6,1	6,3	5,9	6,0	6,6

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 16,7 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 3,9 en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine en Portugal recuperan 1,5 millones de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.49).



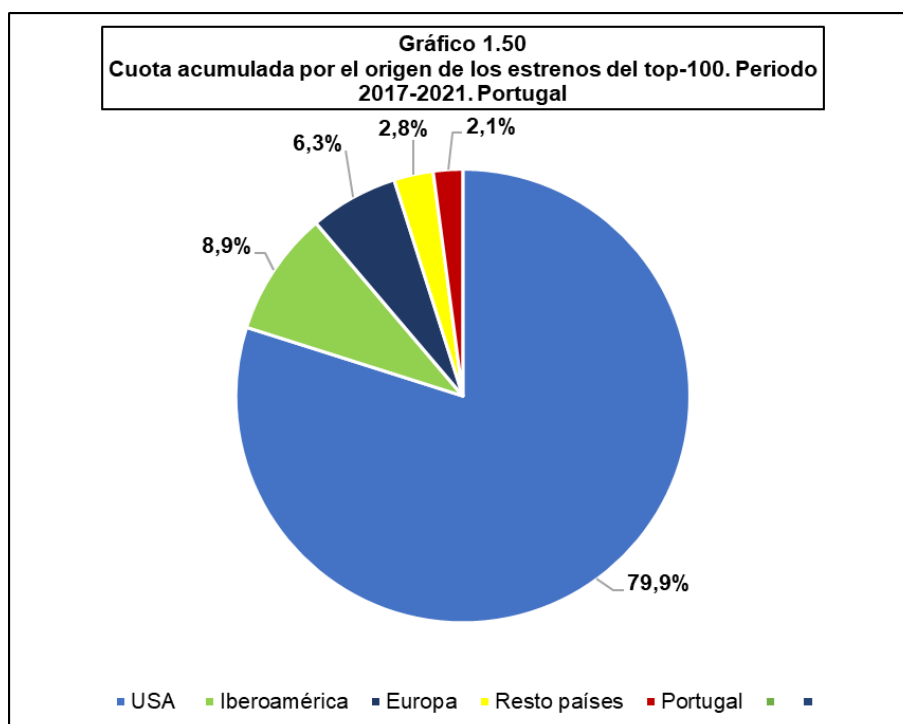
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 77,7% del total de espectadores y la cuota del cine europeo en el 14,7%. Por su parte, el cine iberoamericano consigue un 3,8% del mercado y el portugués un 2,3% (cuadro 1.97).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 79,9% del total, seguido del cine iberoamericano con un 8,9%. El cine portugués registra una cuota de mercado del 2,1% (gráfico 1.50).

Cuadro 1.97
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Portugal

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	12.959.137	87,7	2.332.846	63,3	4.069.457	77,7
Portugal	507.199	3,4	87.041	2,4	121.513	2,3
Iberoamérica	276.208	1,9	51.760	1,4	198.331	3,8
Europa	923.795	6,3	928.883	25,2	770.223	14,7
Resto países	106.690	0,7	282.302	7,7	80.820	1,5
Total	14.773.029		3.682.832		5.240.344	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	77.350.295	88,1	13.939.497	62,6	27.193.553	77,9
Portugal	3.062.509	3,5	547.324	2,5	804.667	2,3
Iberoamérica	1.486.337	1,7	301.024	1,4	1.227.261	3,5
Europa	5.352.946	6,1	5.793.445	26,0	5.208.726	14,9
Resto países	581.961	0,7	1.689.925	7,6	484.451	1,4
Total	87.834.048		22.271.215		34.918.658	



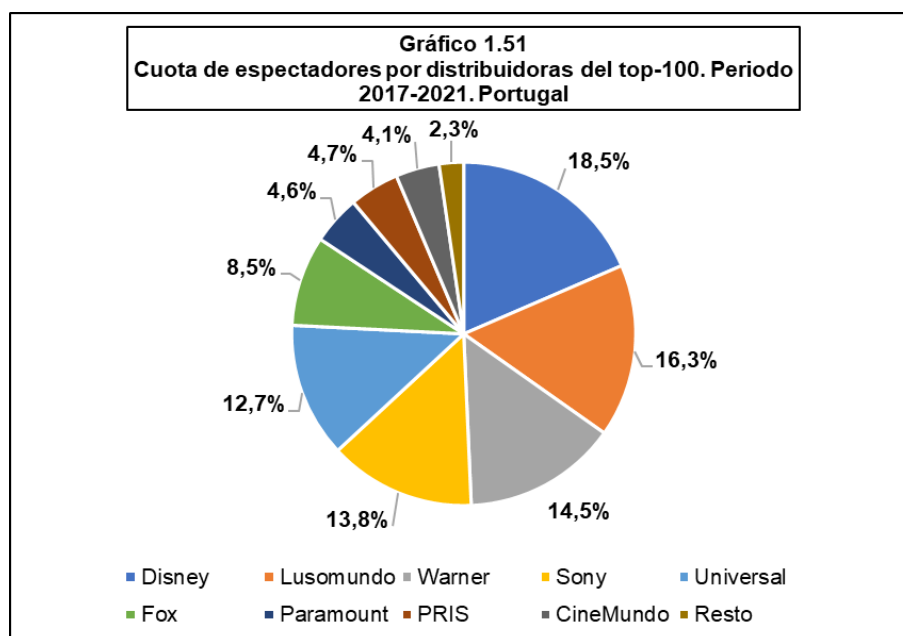
Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 91,3% y las independientes el 8,7% restante. El *Estudio* con más éxito es Disney con más de 962.000 entradas seguido de Sony con casi 862.000 espectadores. Además, Lusomundo, licenciataria de las *Majors* en Portugal, vendió 1,1 millones de entradas (cuadro 1.98).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por los *Estudios* se sitúa en un 88,9% y el de las independientes en el 11,1% restante (gráfico 1.51). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (18,5%) y Lusomundo (16,3%). Entre las independientes destaca PRIS (4,7%).

Cuadro 1.98

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Portugal

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	896.473	6,1	233.308	6,3	160.357	3,1
Lusomundo	2.082.695	14,1	823.257	22,4	1.139.675	21,7
Paramount	487.627	3,3	171.963	4,7	197.015	3,8
Sony Pictures	1.428.355	9,7	702.834	19,1	861.672	16,4
Universal	1.227.919	8,3	71.680	1,9	740.245	14,1
Disney	4.908.482	33,2	274.585	7,5	962.295	18,4
Warner	2.204.256	14,9	544.385	14,8	722.940	13,8
PRIS	788.754	5,3	289.595	7,9	130.799	2,5
CineMundo	577.621	3,9	335.269	9,1	236.916	4,5
Resto	170.847	1,2	235.956	6,4	88.430	1,7
Total	14.773.029		3.682.832		5.240.344	



En 2021, el ranking cinematográfico en Portugal está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con casi 460.000 espectadores, seguida de *Sin tiempo para morir* con 440.441 espectadores y *Fast & Furious 9* con 375.034 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos siendo dos de ellas coproducciones: una con Canadá y otra con Reino Unido (cuadro 1.99).

Cuadro 1.99
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA,	459.859	3.230.551
2	Sin tiempo para morir	UK, USA	440.441	3.112.700
3	Fast & Furious 9	USA	375.034	2.568.779
4	Dune	USA, Canadá	204.166	1.508.474
5	Venom: Habrá matanza	USA	204.126	1.389.435
6	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	179.164	1.219.415
7	Eternals	USA	178.710	1.259.198
8	Crazy famous	USA	161.440	1.100.038
9	Viuda negra	USA	130.600	899.249
10	Encanto	USA	130.376	793.668

En el ranking nacional, la producción con más éxito es *Bem Bom* (Patricia Sequeira), con casi 90.000 espectadores. El resto tuvo una menor aceptación entre el público portugués ya que solo tres títulos superaron los 10.000 espectadores: *Irregular* (Diogo Morgado), *A metamorfose dos passaros* (Catarina Vasconcelos) y *Sombra* (Bruno Gascon). En este cuadro, todas las películas son íntegramente nacionales (cuadro 1.100).

Cuadro 1.100
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bem Bom	Portugal	88.803	569.980
2	Irregular	Portugal	14.989	93.426
3	A metamorfose dos passaros	Portugal	13.165	81.153
4	Sombra	Portugal	11.600	69.973
5	Paraíso	Portugal	3.361	19.731
6	Prazer, camaradas!	Portugal	3.266	11.504
7	Terra Nova	Portugal	2.757	17.773
8	O movimento das coisas	Portugal	1.802	9.644
9	Diarios de Otsoga	Portugal	1.507	9.029
10	Journal de tua	Portugal	1.134	8.877

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en los cines portugueses son las producciones españolas *D'artacan y los tres Mosqueperros* (122.984 espectadores) de Toni García; *Way Down* (33.931 espectadores) de Jaime Balagueró y *Madres paralelas* (21.113 espectadores) de Pedro Almodóvar (cuadro 1.101).

La película originaria de otros países más popular en 2021 es la coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos *Sin tiempo para morir*, con más de 440.000 espectadores. Los cuatro estrenos restantes acumulan cada uno 40.000 espectadores en la taquilla, todos son coproducciones y muestran una

gran variabilidad en cuanto a la procedencia de las obras: *The Father* (Bulgaria y Grecia), *Ron da error* (Reino Unido y Estados Unidos), *Peter Rabbit 2* (Australia y Canadá) y *La vuelta al mundo en 80 días* (Alemania, Francia, Italia).

<i>Cuadro 1.101</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Portugal</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	122.984	743.805
2	Way down	España	33.931	213.947
3	Madres paralelas	España	21.113	142.477
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	440.441	3.112.700
2	The Father	Bulgaria, Grecia	49.838	333.265
3	Ron da error	Reino Unido, USA	42.743	258.549
4	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	41.986	236.544
5	La vuelta al mundo en 80 días	Alemania, Francia, Italia	41.707	250.149



REPÚBLICA DOMINICANA

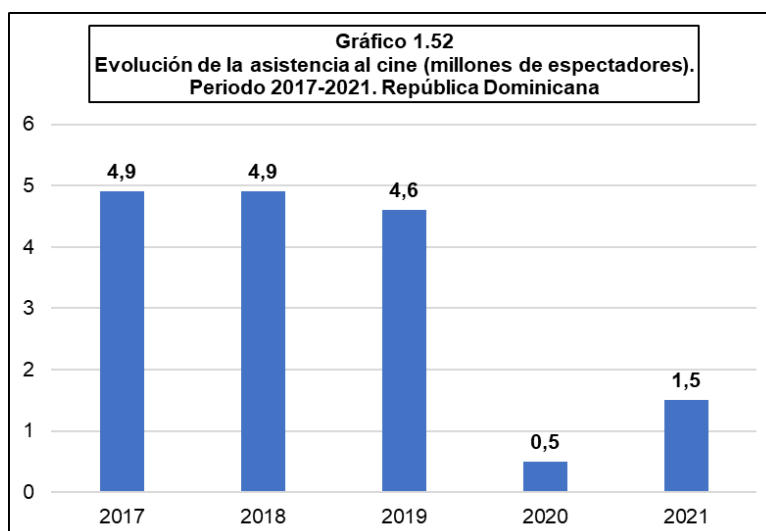
Los cines dominicanos en 2021 suman una asistencia de 1,5 millones de espectadores y recaudan 7,7 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 89,1% en 2020 y en un 67,4% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 15% y el cine dominicano obtiene una cuota de mercado del 10,2% (cuadro 1.102).

Cuadro 1.102
Panorama cinematográfico en República Dominicana

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	10,5	10,6	10,7	10,7	10,8
Número de pantallas de cine	191	201	200	197	183
Ingresos cine (millones USD)	23,1	21,7	21,0	2,3	7,7
Asistencia espectadores (millones)	5,1	5,4	4,6	0,5	1,5
Espectadores cine nacional (millones)	1,03	1,30	0,89	0,04	0,15
Cuota de mercado cine nacional (%)	21,0	26,4	19,2	8,6	10,2
Número de estrenos totales	220	256	192	86	107
Número de estrenos extranjeros	194	233	164	76	91
Número de estrenos nacionales	26	23	28	10	16
Asistencia anual por habitante	0,5	0,5	0,4	0,1	0,2
Precio medio entrada/boleto (USD)	4,7	5,0	4,6	4,6	4,8

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,9 millones de espectadores en 2017 y 2018 y un mínimo de medio millón en 2020 debido a la covid-19. En 2021 las salas de cine de la República Dominicana recuperan un millón de espectadores, respecto al año anterior (gráfico 1.52).



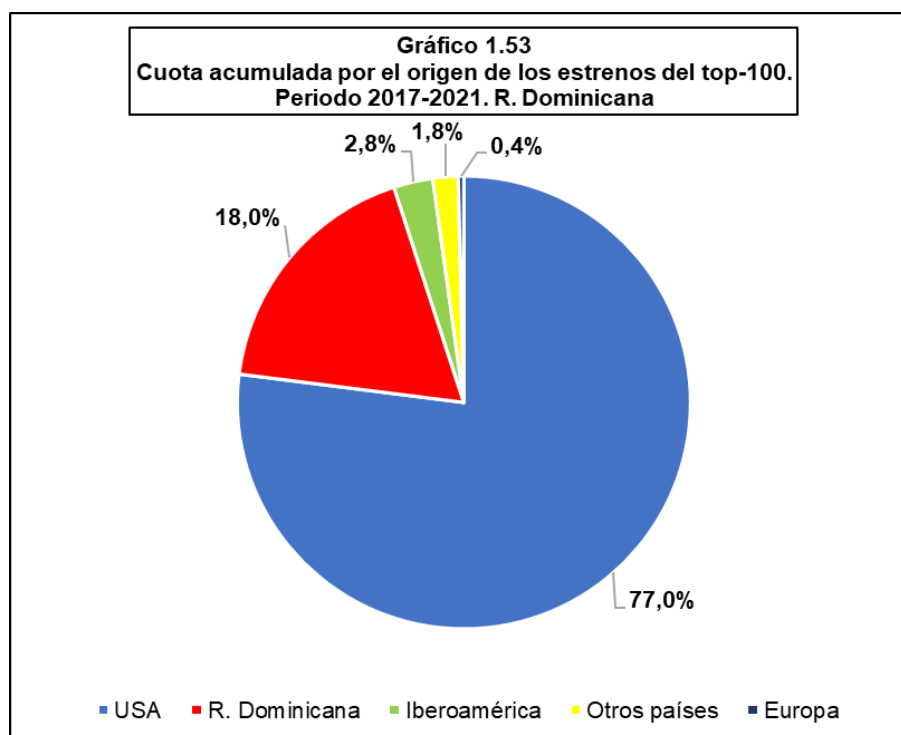
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 83,5% del total de espectadores, la del cine nacional en un 10,2% y la del iberoamericano en un 0,7% (cuadro 1.103).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 77% del mercado, seguido del cine dominicano con un 18%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2,8% (gráfico 1.53).

Cuadro 1.103
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. República Dominicana

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	3.527.268	77,6	441.213	82,7	1.294.777	83,5
R. Dominicana	889.579	19,6	46.046	8,6	157.892	10,2
Iberoamérica	13.157	0,3	153	0,0	11.230	0,7
Europa	37.340	0,8	17.781	3,3	72.856	4,7
Resto países	77.520	1,7	28.046	5,3	13.456	0,9
Total	4.544.864		533.239		1.550.211	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	16.324.261	79,4	1.940.644	81,8	6.496.355	83,7
R. Dominicana	3.631.537	17,7	187.823	7,9	745.849	9,6
Iberoamérica	59.803	0,3	927	0,0	48.131	0,6
Europa	182.424	0,9	99.356	4,2	374.156	4,8
Resto países	357.258	1,7	144.263	6,1	94.809	1,2
Total	20.555.283		2.373.013		7.759.300	



Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 85,1% y las independientes el 14,9% restante. El *Estudio* con más éxito es Disney con más de 400.000 entradas vendidas, seguido de Universal, Warner y Sony con casi 300.000 entradas, cada distribuidora. Las producciones exhibidas por la empresa independiente Caribbean Films acumulan más de 231.000 entradas (cuadro 1.104).

Cuadro 1.104
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Año 2021. R. Dominicana

Distribuidora	Espectadores	%	Recaudación (\$)	%
Disney	416.716	26,9	2.096.240	27,0
Universal	293.751	18,9	1.403.071	18,1
Warner Bros	285.488	18,4	1.430.423	18,4
Sony Pictures	284.401	18,3	1.536.780	19,8
Paramount	38.288	2,5	171.496	2,2
Caribbean Films	231.567	14,9	1.121.290	14,5
Total	1.550.211		7.759.300	

En 2021, el ranking cinematográfico en la República Dominicana está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con más de 182.000 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9*, con 155.173, y la producción de animación *Encanto* con 103.531 espectadores (cuadro 1.105).

Este top-10 está conformado por siete estrenos estadounidenses, una coproducción entre Reino Unido y Estados Unidos y dos producciones nacionales. Estas obras son: *La vida de los Reyes* (Frank Perozo), con más de 63.000 espectadores, y *No es lo que parece* (David Maler) con casi 50.000 espectadores.

Cuadro 1.105
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. R. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	182.357	993.389
2	Fast & Furious 9	USA	155.173	706.588
3	Encanto	USA	103.531	527.474
4	Venom: Habrá matanza	USA	91.790	487.354
5	Eternals	USA	82.370	422.829
6	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	71.592	386.888
7	La vida de los Reyes	R. Dominicana	63.401	301.211
8	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	51.453	222.018
9	No es lo que parece	R. Dominicana	49.508	225.415
10	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	45.022	253.205

En el *ranking* nacional, aparte de los dos estrenos anteriormente mencionadas, en los cuatro puestos siguientes se encuentran la película de terror *La Bruja* (Ronny A. Sosa) con 18.234 espectadores y los dramas sociales *Hotel Coppelia* (José María Cabral), *Carta blanca* (Pedro Urrutia) y *Más que el agua* (Amauris Pérez), con 11.257, 6.597 y 4.584 espectadores, respectivamente (cuadro 1.106).

Cuadro 1.106

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. R. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La vida de los Reyes	R. Dominicana	63.401	301.211
2	No es lo que parece	R. Dominicana	49.508	225.415
3	La Bruja	R. Dominicana	18.234	85.067
4	Hotel Coppelía	R. Dominicana	11.257	56.826
5	Carta blanca	R. Dominicana	6.597	30.987
6	Más que el agua	R. Dominicana	4.584	23.639
7	Sol en el agua	R. Dominicana	1.348	7.291
8	Liborio	R. Dominicana	1.324	6.233
9	Candela	R. Dominicana	557	3.272
10	15 horas	R. Dominicana	324	1.801

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2021 en República Dominicana son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con 6.091 espectadores y la portorriqueña *El cuartito* (Marcos Carnevale) con 3.689 espectadores (cuadro 1.107). Este ranking lo completan tres estrenos españoles con un menor éxito: *Way down* (Jaume Balagueró), *Plantados* (Manu Ochoa, Yolanda Román) e *Intemperie* (Benito Zambrano).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* (45.022 espectadores) y *Ron da error* (13.431 espectadores) y la obra de animación japonesa *Guardianes de la Noche: Tren infinito* (10.055 espectadores).

Cuadro 1.107

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. R. Dominicana

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.091	24.204
2	El cuartito	Puerto Rico	3.689	16.662
3	Way down	España	1.026	5.001
4	Plantados	España	330	1.731
5	Intemperie	España, Portugal	58	324
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	45.022	253.205
2	Ron da error	Reino Unido, USA	13.431	55.841
3	Guardianes de la Noche: Tren infinito	Japón	10.055	74.912
4	Una familia feliz 2	Alemania, UK	4.974	20.960
5	Baba Yaga	Rusia	4.731	21.043



URUGUAY

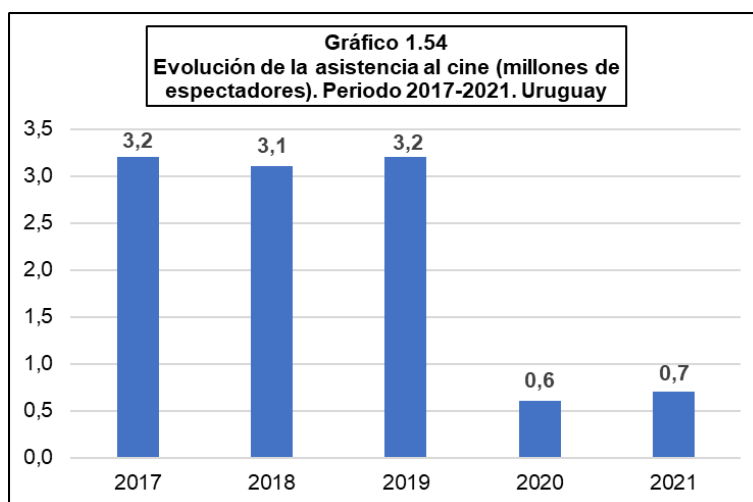
Los cines uruguayos en 2021 suman una asistencia de 0,7 millones de espectadores y recaudan 3,9 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 81,3% en 2020 y en un 78,1% en 2021, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,3 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 12% y el cine uruguayo obtiene una cuota de mercado del 1,8% (cuadro 1.108).

Cuadro 1.108
Panorama cinematográfico en Uruguay

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	3,4	3,5	3,5	3,5	3,5
Número de pantallas de cine	112	105	105	105	97
Ingresos cine (millones USD)	20,4	18,7	18,4	3,3	3,9
Asistencia espectadores (millones)	3,2	3,0	3,2	0,6	0,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,09	0,08	0,02	0,006	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,8	2,7	0,8	0,9	1,8
Número de estrenos totales	211	232	208	96	117
Número de estrenos extranjeros	197	212	191	92	103
Número de estrenos nacionales	14	20	17	4	14
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	0,9	0,2	0,2
Precio medio entrada/boleto (USD)	6,3	6,2	5,7	5,5	5,3

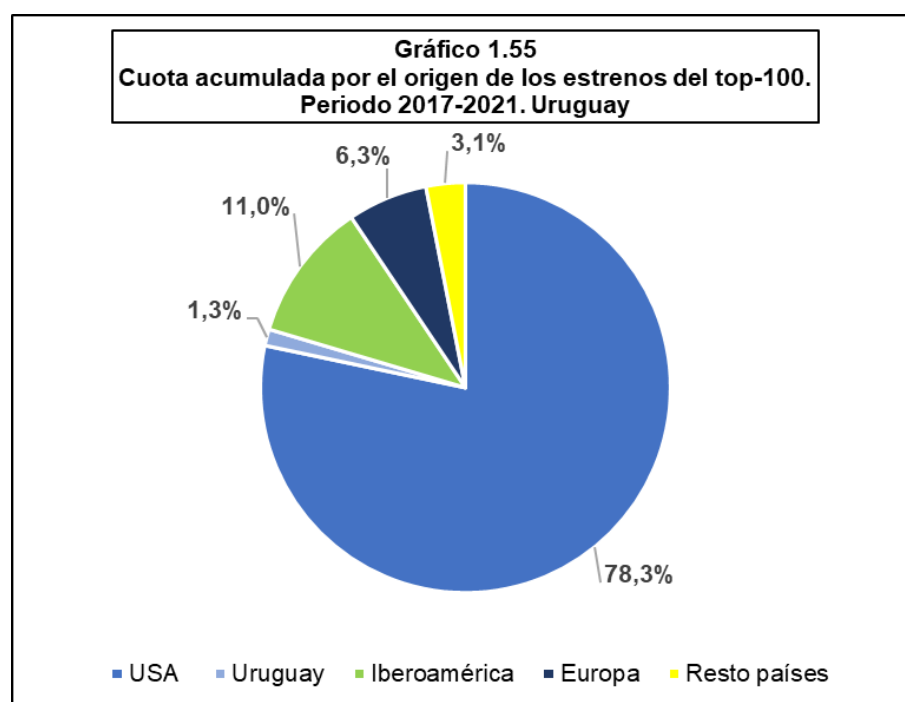
La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra que en el trienio 2017-2019, los espectadores cinematográficos se sitúan en cada año por encima de los 3 millones y en el bienio posterior se producen los mínimos de 607.915 espectadores (2020) y de 747.036 (2021). Las salas de cine uruguayas solo recuperan unos 140.000 espectadores en el segundo año de pandemia (gráfico 1.54).



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2021 en un 89,5% del total de espectadores y la del cine europeo en un 4,8%. La cuota del cine iberoamericano representa el 2,1% y el uruguayo el 1,8% (cuadro 1.109).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2017-2021 refleja el dominio del cine USA, con un 78,3% del mercado, seguido del cine europeo iberoamericano con un 11%. El cine europeo registra una cuota de mercado del 6,3% y el uruguayo un 1,3% (gráfico 1.55).

<i>Cuadro 1.109</i>						
<i>Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Uruguay</i>						
ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	2.622.492	85,5	375.783	62,0	667.377	89,5
Uruguay	22.748	0,7	6.028	1,0	13.541	1,8
Iberoamérica	248.667	8,1	118.652	19,6	15.405	2,1
Europa	130.217	4,2	44.700	7,4	35.763	4,8
Resto países	42.174	1,4	60.635	10,0	13.309	1,8
Total	3.066.298		605.798		745.395	
INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	15.149.881	86,3	2.143.650	63,4	3.505.094	89,7
Uruguay	116.705	0,7	26.303	0,8	65.293	1,7
Iberoamérica	1.284.923	7,3	634.434	18,8	83.120	2,1
Europa	746.933	4,3	249.856	7,4	184.256	4,7
Resto países	249.535	1,4	329.337	9,7	71.592	1,8
Total	17.547.977		3.383.580		3.909.355	

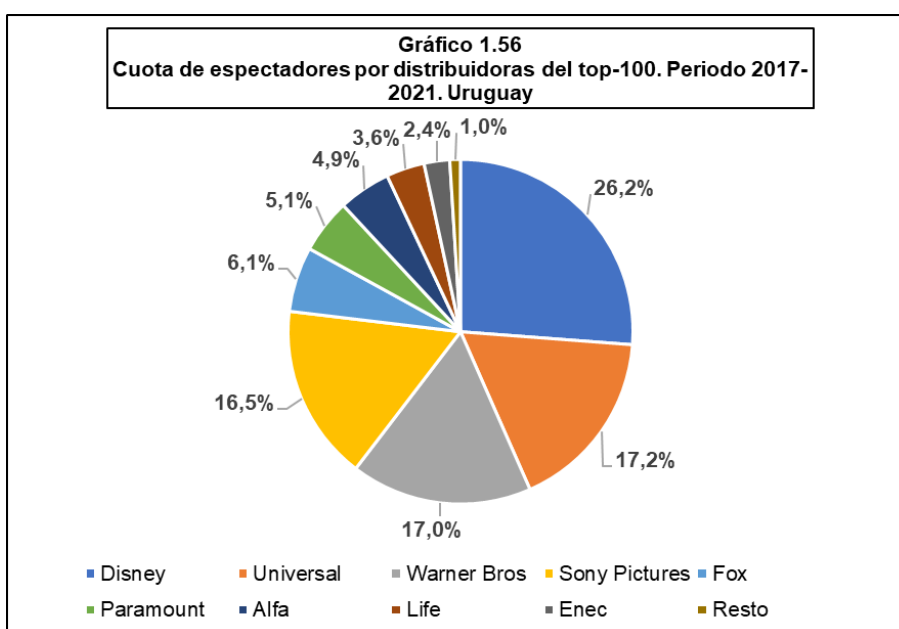


Las distribuidoras americanas, en 2021 representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 92,8% y las independientes el 7,2% restante. El *Estudio* con más éxito es Sony con más de 237.000 entradas vendidas por sus películas, seguido de Disney con 175.434 y Universal con 150.185 entradas (cuadro 1.110).

En el periodo 2017-2021, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,1% y el de las independientes en el 11,9% restante (gráfico 1.56). La distribuidora con más cuota de mercado es Disney (26,2%) y entre las independientes destaca Alfa (4,9%).

Cuadro 1.110
Ranking de distribuidoras del top-100. Uruguay

Distribuidora	2019	%	2020	%	2021	%
Warner Bros	595.409	19,4	158.396	26,1	106.726	14,3
Disney	1.316.518	42,9	68.286	11,3	175.434	23,5
Sony Pictures	226.827	7,4	124.980	20,6	237.913	31,9
Fox	114.542	3,7	32.587	5,4	0	0,0
Paramount	92.027	3,0	47.528	7,8	21.701	2,9
Universal	428.521	14,0	65.400	10,8	150.185	20,1
Alfa	90.721	3,0	36.285	6,0	33.272	4,5
Life	131.123	4,3	16.876	2,8	0	0,0
Enec	59.221	1,9	47.175	7,8	12.849	1,7
Independent	11.389	0,4	1.877	0,3	6.586	0,9
Otras	0	0,0	6.408	1,1	729	0,1
Total	3.066.298		605.798		745.395	



En 2021, el ranking cinematográfico en Uruguay está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con 134.006 espectadores, seguida de *Fast & Furious 9* con 63.267, y de *Venom: Habrá matanza* y *No respire 2*, ambas con más de 40.000 espectadores. Las producciones del ranking de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos (cuadro 1.111).

Cuadro 1.111
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	134.006	728.402
2	Fast & Furious 9	USA	63.267	345.796
3	Venom: Habrá matanza	USA	41.821	238.994
4	No respire 2	USA	40.794	205.413
5	Eternals	USA	36.653	195.250
6	Encanto	USA	31.772	176.880
7	Space Jam: Nuevas leyendas	USA	26.895	132.220
8	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	24.993	123.893
9	Viuda negra	USA	19.372	101.341
10	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	18.709	100.574

En el *ranking* nacional, los dos estrenos con más éxito son la coproducción con Argentina y Brasil *La teoría de los vidrios rotos* (Diego Fernández Pujol), con más de 8.800 espectadores, y la comedia *Muerto con Gloria* (Marcela Matta, Mauro Sarser) con 1.251 espectadores (cuadro 1.112).

Cuadro 1.112
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2021. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La teoría de los vidrios rotos	Uruguay, Argentina, Brasil	8.826	41.341
2	Muerto con Gloria	Uruguay	1.251	5.796
3	Ojos grises	Uruguay	791	2.956
4	Greg Mortimer	Uruguay	700	5.614
5	Las vacaciones de Hilda	Uruguay, Brasil	608	2.799
6	Sñar robots	Uruguay	579	3.200
7	Porque todas las quiero cantar	Uruguay	308	1.732
8	Carmen Vidal mujer detective	Uruguay	275	979
9	El viento nos dejará	Uruguay	203	877
10	La muerte del perro	Uruguay	146	545

Los estrenos iberoamericanos con más éxito, en el año 2021 en Uruguay, son la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Richard Claus, José Zelada), con más de 6.500 espectadores, y la película argentina *La noche mágica* (Gastón Portal), con 2.251 espectadores. En este ranking también figuran tres estrenos españoles con más de 1.000 espectadores cada uno: *Medjedorje, la película* (Jesús García Colomer, Borja Martínez-Echevarría), *Way down* (Jaume Balagueró) y *Explota explota* (Nacho Álvarez).

Las películas del resto de países más populares son dos coproducciones entre Reino Unido y Estados Unidos, *Sin tiempo para morir* y *Ron da error*, con 16.573 y 6.763 espectadores, respectivamente, y la coproducción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2*, con más de 9.500 espectadores (cuadro 1.113).

Cuadro 1.113
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2021. Uruguay

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	6.589	35.194
2	La noche mágica	Argentina	2.251	11.084
3	Medjugorje, la película	España	1.303	9.935
4	Way down	España	1.301	5.908
5	Explota explota	España, Italia	1.290	6.482

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	16.573	87.092
2	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	9.526	47.216
3	Ron da error	Reino Unido, USA	6.763	33.530
4	Dios mío, ¿Pero qué te hemos hecho ahora?	Francia	3.201	15.845
5	The Father	Bulgaria, Grecia	2.593	12.339



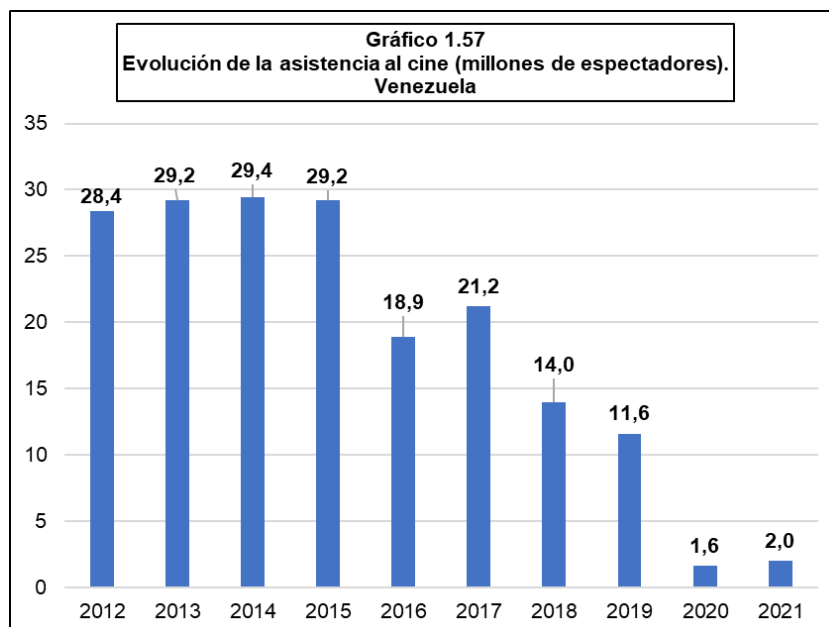
VENEZUELA

Los cines venezolanos en 2021 suman una asistencia de 2 millones de espectadores y la audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 86,2% en 2020 y en un 82,8% en 2021, respecto a 2019 (cuadro 1.114).

Cuadro 1.114
Panorama cinematográfico en Venezuela

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	31,3	31,6	32,2	32,6	32,9
Número de pantallas de cine	428	399	378	378	378
Asistencia espectadores (millones)	20,8	14,0	11,6	1,6	2,0
Número de estrenos totales	116	76	*	32	43
Número de estrenos extranjeros	100	65	*	28	33
Número de estrenos nacionales	16	21	10	4	10
Asistencia anual por habitante	0,7	0,4	0,4	0,1	0,1

La evolución de la venta de entradas en los últimos diez años muestra un primer cuatrienio 2012-2015 en el que la asistencia al cine se mantuvo en un rango comprendido entre 28 y 29 millones de espectadores. En el cuatrienio siguiente (2016-2019), se aprecia una gran variabilidad con un máximo de 21,2 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 11,6 millones en 2019. En los años de pandemia (2019-2020), tan solo acudieron al cine 1,6 y 2 millones de espectadores, respectivamente (gráfico 1.57).



En 2021, el ranking cinematográfico en Venezuela está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con más de 462.000 espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza* con 170.617 espectadores. Otras tres producciones superan los 100.000 espectadores: *Eternals*, *Fast & Furious 9* y *Encanto* (cuadro 1.115).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos y la cuota de espectadores acumulada por el top-10, con más éxito en los cines de Venezuela, representa el 65,2% (1.321.507 espectadores).

Cuadro 1.115				
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Venezuela				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: Sin camino a casa	USA	462.413	-
2	Venom: Habrá matanza	USA	170.617	-
3	Eternals	USA	136.376	-
4	Fast & Furious 9	USA	123.162	-
5	Encanto	USA	107.697	-
6	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	81.921	-
7	Space Jam: Una nueva Era	USA	81.777	-
8	Jungle Cruise	USA	53.751	-
9	Cruella	USA	53.439	-
10	Black Widow	USA	50.354	-



**Proudly putting
our clients first
for more than**

**45
YEARS**

We'll see you at the movies!





ARTÍCULO 3

La transformación audiovisual

ARTÍCULO 3

La transformación audiovisual

Rafael González Lasso de la Vega
CEO de Inusual Events

Como el instrumento que en una gran orquesta no llama la atención y casi no se hace ver o, en este caso, mejor dicho, sonar, los eventos han sido ese pequeño protagonista de una sección musical menor, ese pícolo de viento, esa caja china de percusión que hace que la obra despunte, brille, destaque y tenga su propio color.

Paso a paso, lentos pero seguros, los eventos y, en particular, los medios y, en especial, la producción audiovisual presente en los eventos, han ido creciendo, aún con situaciones tan complicadas como la pandemia que lastró este sector durante casi 2 años, y han sido referentes omnipresentes en todos los congresos, conferencias y convenciones. Las instituciones públicas y, muy en especial, la iniciativa privada, han implementado y apostado fuertemente en claras mejoras desde que decidieron reunir a sus equipos o clientes para relatar del modo más impactante y entretenido hacia donde van a dirigir sus estrategias.

Las empresas han ido evolucionando en su comunicación externa e interna. Con el *boom* de la tecnología y la aplastante irrupción de internet, rápidamente entendieron que el cara a cara con sus empleados, el valor personal de atender y cautivar a sus clientes, eran medios e impactos no sólo eficaces, sino con grandes posibilidades de crecimiento.

Históricamente, los eventos han sido pasado y presente de nuestra sociedad y de la actividad empresarial. Y en este movimiento, en esta pata tan relevante de la venta y la comunicación, el sector audiovisual ha generado y producido grandes relatos e historias no sólo ocurrentes sino rodeadas de una potente inversión y presupuesto, que ha supuesto la creación de puestos de trabajo directos e indirectos que han dinamizado la economía de nuestra región.

La obligada exigencia del mercado como resultado de los tiempos que vivimos han hecho que los relatos audiovisuales de los eventos experimenten una continua evolución convirtiéndose en propuestas cada vez más atractivas y cautivadoras gracias también a una tecnológica en pleno auge y desarrollo, que han permitido la convivencia de:



Eventos PRESENCIALES
Symposium de Absolute 2021



Eventos VIRTUALES
Congreso de Sage 2020



Eventos HIBRIDOS
Simplicity Awards 2021

Doblaje de películas, videos motivacionales, videos opening, teasers, cortinillas, son claros ejemplos de tipologías de piezas audiovisuales que han formado parte del día a día de la reuniones y eventos de empresa.

Sin embargo, la enorme competitividad, la necesidad de cautivar e impactar de manera contundente y el efecto sedante en las audiencias motivada por la dolorosa pandemia Covid19, han sacudido el mercado y a las audiencias, exigiendo un valor añadido aún superior al ya establecido en las propuestas audiovisuales que se proponían previamente en los eventos.

La no presencialidad de las audiencias en un periodo pandémico cercano a los dos años, ha significado un esfuerzo adicional para los profesionales de los eventos obligados a crear contenidos muy atractivos que mediante ritmos potentes, breves y dinámicos logren cautivar a las audiencias. Este reto fue superado no sin grandes esfuerzos.

La satisfacción y el buen sabor de boca del audiovisual generado en los eventos, durante el periodo pandémico, ha significado que muchos de los profesionales de los eventos hayan decidido diversificar sus iniciativas profesionales.

Y en esa diversificación cabe destacar como principal diferencia una mayor presencia cuantitativa del audiovisual en los contenidos comunicativos de las compañías, ya sea para transmitir a sus colectivos los objetivos de desarrollo de negocio, determinados hitos corporativos, acciones de sostenibilidad o productos formativos para la fuerza de ventas, mediante todo tipo de soluciones, como apps, boletines digitales, conferencias o congresos virtuales, eventos digitales, híbridos o virtuales, ferias semipresenciales, retransmisiones en streaming o showroom virtuales, por citar algunos.

Las compañías se ven cada vez más obligadas a mantener líneas de comunicación sólidas con sus empleados en un entorno más que complejo al estar inmersas en una pandemia que dejaba vacías las empresas y que obligaba a comunicarse con sus equipos de manera telemática.

Pero comunicarse no era suficiente, el verdadero reto pasaba por conectar y motivar a un colectivo desarraigado, desmotivado y fuertemente afectado por un escenario diferente y en muchos casos muy doloroso por lo que la actividad propiamente corporativa además de diversa, atractiva y arriesgada era obligada. Era necesario experimentar un cambio.

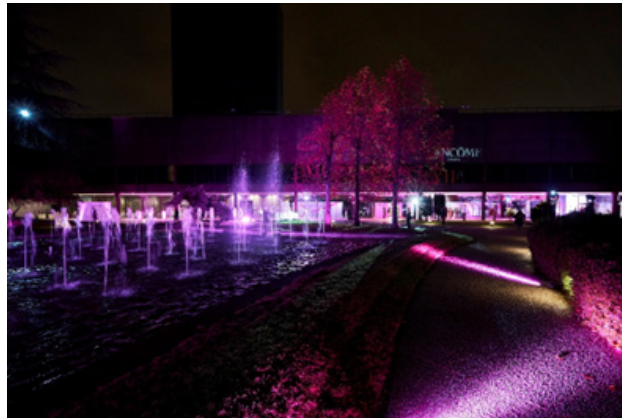
En este nuevo escenario, los profesionales de los eventos debían afrontar un camino de no retorno, dado el frágil horizonte y el dudoso futuro que se presentaba para el entorno corporativo debido a una pandemia que había transformado completamente la actividad de los eventos presenciales abocándolos o a una desaparición inmediata o cuando menos a una severa transformación.

Algunas de estas compañías apostaron por la publicidad, destinando sus propuestas y objetivos a grandes grupos publicitarios proponiendo nuevas formas de comunicar mediante atractivos y sobre todo muy motivacionales propuestas audiovisuales.

El videoclip musical fue otro nicho al que se han dirigido algunos profesionales de los eventos, aunque con no tanta fortuna como otros segmentos del mercado.

Los musicales y los espectáculos de gran formato también han sido un nicho al que muchos profesionales de los eventos han destinado sus servicios profesionales, partiendo muchas veces de arriesgadas iniciativas privadas y otras, mediante joint ventures con majors. Las empresas del entretenimiento han incorporado a su portfolio las ideas, los medios y la experiencia de muchos profesionales del sector eventos.

Pero donde se ha percibido de manera potente y en donde han focalizado sus procesos de diversificación estas empresas, ha sido en la creación y producción de grandes eventos y espectáculos y, en especial, en la generación de nuevos productos de ficción. El amplio bagaje y recorrido de muchas de estas empresas, les ha convertido en grandes expertos en contar historias diferentes bajo presupuestos en muchos casos contenidos.



Cena Navidad Lancôme 2021



Premios Platino 2021

El primitivo complejo de inferioridad del que partían los profesionales de los audiovisuales de los eventos respecto a los profesionales de la ficción tradicional se ha visto superado por una aplastante realidad: el incremento de oportunidades de generación de productos audiovisuales como consecuencia de los grandes niveles de consumo audiovisual.

Con esta nueva tendencia, por y para la ficción, los eventos han identificado una nueva vía de desarrollo de negocio que ha reactivado una actividad y un sector, el de la organización y producción de eventos corporativos, que tras una dura pandemia había experimentado una crisis al tender el sector corporativo a realizar menores inversiones y al apostar por la comunicación virtual:

- Contenido audiovisual corto a través de redes sociales, que permite un consumo fácil y una difusión rápida.
- Eventos híbridos, englobando lo mejor de lo presencial y del online.
- Roadshow, presentando productos/servicios en diferentes lugares, promoviendo el consumo o el turismo de proximidad.

Toda esta realidad tan compleja que se instaló en nuestras vidas y que impactó en plena línea de flotación del sector eventos, ha hecho visible de nuevo la capacidad de adaptación y superación que aflora en los momentos duros, transformando nuestro negocio con una apuesta firme por nuevas iniciativas y nuevos formatos audiovisuales, como la ficción. Una realidad que hace vislumbrar con algo más de optimismo el futuro del sector de los eventos corporativos.



Rafael González Lasso de la Vega

Rafael González Lasso de la Vega. CEO Inusual Events.

Con más de 20 años de experiencia, funda Inusual Events con la firme convicción de disfrutar y transformar los proyectos de sus clientes en experiencias únicas.

Clientes como Egeda, Grupo Lóreal, Sage, The Walt Disney Company o Bandai Namco, entre otros, son su mejor tarjeta de presentación.

En la actualidad, también destaca su figura como director y Productor Ejecutivo de los Premios Forqué y Premios Platino del Cine Iberoamericano.



CAPITULO II

La producción de ficción en iberoamérica

CAPITULO II

La producción de ficción en iberoamérica

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN: LA FICCIÓN IBEROAMERICANA EN PANDEMIA

El análisis de la difusión en televisión de la ficción iberoamericana incluido en el Panorama Audiovisual 2022, tiene su base en diferentes estudios sectoriales publicados por organismos especializados. El principal estudio consultado en el periodo 2010-2020 es el anuario realizado por OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva).

La primera parte del estudio se centra en el análisis de la difusión conjunta de la ficción de estreno en una muestra de canales de televisión en abierto. La muestra de esta edición incluye un total de 93 canales que operan en once países. Por su titularidad, 61 pertenecen a empresas privadas y 32 a organismos públicos (cuadro introducción 2.1).

Cuadro Introducción 2.1

Muestra de canales de televisión en abierto. Año 2020. Países Obitel

Países	Privados	Públicos	Total
Argentina	América, El Nueve, Telefé, El Trece, Net TV	Televisión Pública	6
Brasil	Globo, Record, 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	Antena 3, Tele5, Cuatro, LaSexta, Divinity, FDF, Nova, Mega, Paramount	La 1 (TVE)	10
EE.UU.	Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás, Univision	-	5
México	Televisa (canales 2, 5, 9 y Foro TV), TV Azteca (canales 1, 7, ADN40 y A+), Imagen TV	Once TV (canal 11 y 11.1), Conaculta (canal 22), Canal 14	13
Perú	Latina (Canal 2), América TV (Canal 4), Panamericana TV (Canal 5), ATV (Canal 9), Global TV (Canal 13)	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria y Canal Parlamento	7

Uruguay	Canal 4, Saeta, Teledoce	Televisión Nacional (TNU), TV Ciudad	5
Venezuela	Canal I, Globovision, TLT, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevision, Vepaco TV	123TV, Alba TV, ANTV, Ávila TV, Conciencia TV, Corazón, Colombeia, PDV, Telesur, Tves, TV Fanb, Vive TV, VTV	22
Total	61	32	93

El punto de partida inicial corresponde al análisis del porcentaje de tiempo de programación dedicado a la ficción por los canales de la muestra. En el periodo 2010-2020, el porcentaje promedio se sitúa en el 27% del tiempo total de programación (cuadro introducción 2.2).

Los canales de Estados Unidos (habla hispana) y los canales españoles, entre los que se encuentran los temáticos en abierto, superan el 41% de promedio de ficción, seguido de los canales chilenos con el 38,1% y peruanos con el 35,1%.

Cuadro Introducción 2.2
Porcentaje de tiempo dedicado a la Ficción por los canales de televisión en abierto.
Periodo 2016-2020. Países Obitel

Países	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Argentina	18,4	16,0	14,2	7,2	14,3	14,0
Brasil	14,0	13,9	13,6	11,8	12,9	13,2
Chile	34,3	41,3	37,9	*	38,8	38,1
Colombia	26,7	20,5	21,4	33,9	32,8	27,1
España	41,4	41,3	41,5	42,7	42,3	41,8
EE.UU.	43,9	39,4	41,2	40,7	41,5	41,3
México	14,8	15,0	16,0	16,0	12,0	14,8
Perú	37,3	37,9	36,4	32,8	31,3	35,1
Portugal	23,6	24,7	24,4	19,9	20,8	22,7
Uruguay	25,9	26,0	27,0	25,8	20,4	25,0
Venezuela	*	11,5	*	22,1	41,6	25,1
Promedio	28,0	26,1	27,4	25,3	28,1	27,0

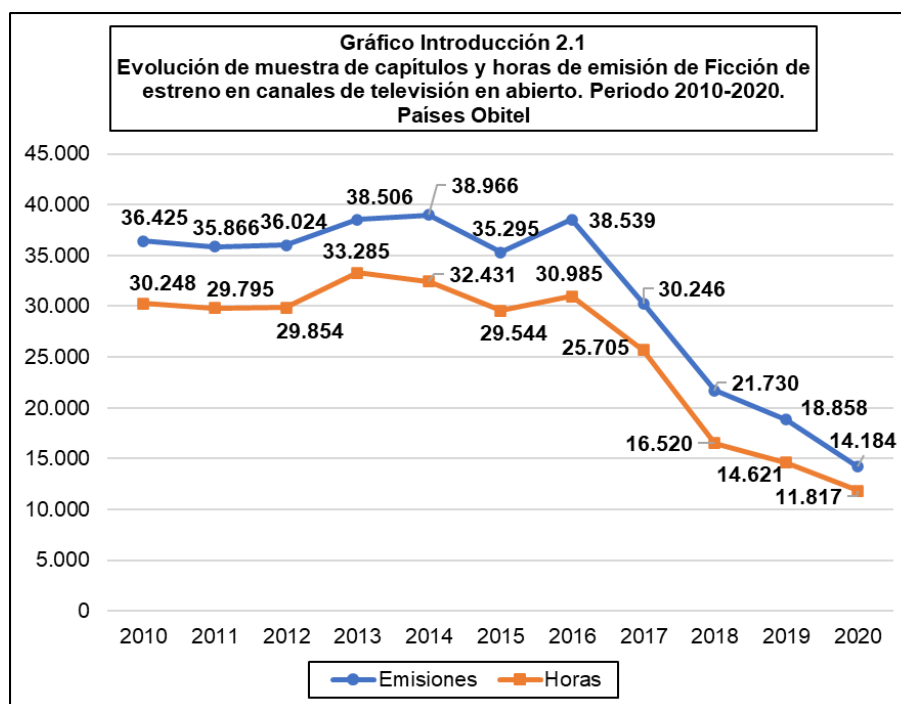
Los canales de televisión de los países analizados difundieron un total de 5.170 títulos de series de ficción de estreno durante el periodo 2010-2020. El peso de la ficción nacional representa el 46,9% del total de títulos frente al 52,8% de la ficción iberoamericana (cuadro introducción 2.3)

La muestra analizada en el periodo de referencia acumula más de 344.000 capítulos de estreno y casi 285.000 horas de programación. El peso de las emisiones nacionales en dicha muestra es del 39,5% en número y del 36,4% en horas de difusión.

Cuadro Introducción 2.3
Muestra acumulada de la Ficción de estreno en canales de televisión en abierto.
Periodo 2010-2020. Países Obitel

Origen	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Nacional	2.432	46,9	136.026	39,5	103.695	36,4
Iberoamericano	2.738	52,8	208.613	60,5	181.110	63,6
Total	5.170		344.639		284.805	

El gráfico Introducción 2.1 muestra la evolución de los capítulos y horas de programación de ficción de estreno en los anuarios publicados por OBITEL durante el periodo 2010-2020. El máximo de emisiones tiene lugar en 2014 (38.966) y el máximo de horas de programación se produce en 2013 (33.285). Desde el año 2017 el volumen de la muestra se ha reducido de forma significativa hasta registrar sus mínimos en 2020.



Los canales de la muestra estrenaron un total de 5.170 títulos de ficción en el periodo 2010-2020.

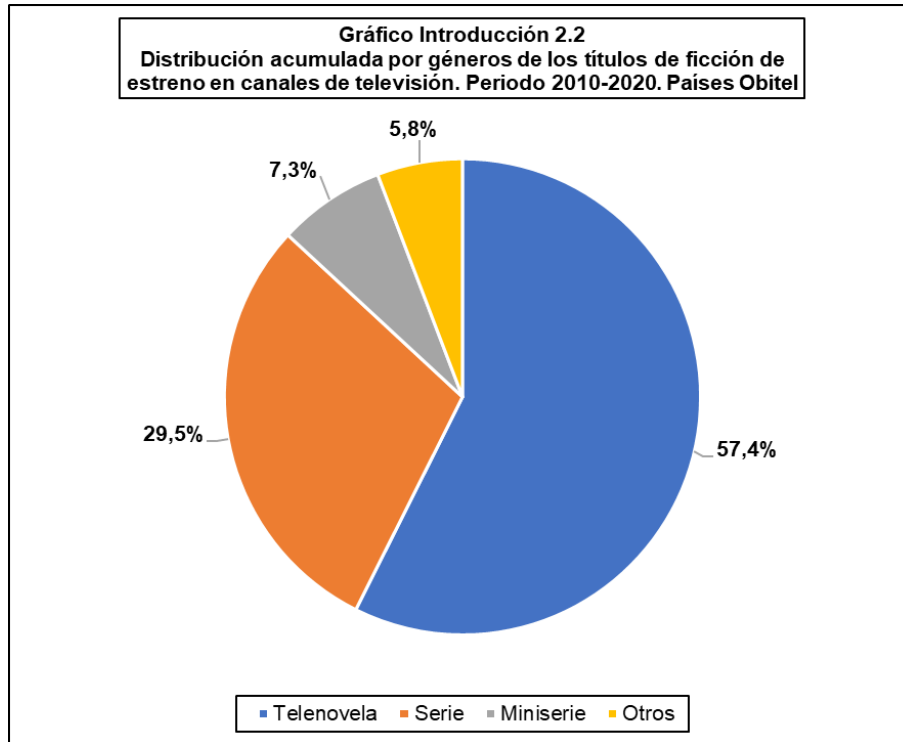
En los años analizados, entre 2010 y 2016, el volumen de la muestra superó los 500 títulos y a partir de 2017 se baja de dicha barrera para acabar en el mínimo de 244 de 2020 (cuadro 2.4).

Cuadro Introducción 2.4

Títulos de Ficción de estrenados en canales de televisión por su origen. Países Obitel

Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total	%
Nacional	256	235	243	256	251	243	216	238	203	176	115	2.432	46,9
Iberoamérica	289	302	300	310	309	296	312	214	143	134	129	2.738	52,8
Total	545	537	543	566	560	539	528	452	346	310	244	5.170	

La distribución de los títulos de ficción por géneros refleja que en el periodo 2010-2020 el formato de la telenovela (57,4%) es el más común en los canales de televisión, seguido de las series convencionales (29,5%) y las miniseries (7,3%), tal como refleja el gráfico Introducción 2.2.



Los capítulos de ficción de estreno de series nacionales se sitúan en el periodo 2010-2016 en un rango entre los 35.000 y casi 39.000 capítulos. En 2017, el volumen desciende a 30.000 y posteriormente se reduce progresivamente hasta registrar solo 14.184 capítulos en 2020.

Las horas de programación de ficción también siguen la misma evolución. Entre 2010 y 2016 el rango se sitúa entre 29.000 y 33.300 horas y a partir de 2017 se produce la misma reducción del volumen de programación que en el caso de los capítulos, hasta acabar en casi 12.000 horas en 2020 (cuadro Introducción 2.5).

Cuadro introducción 2.5

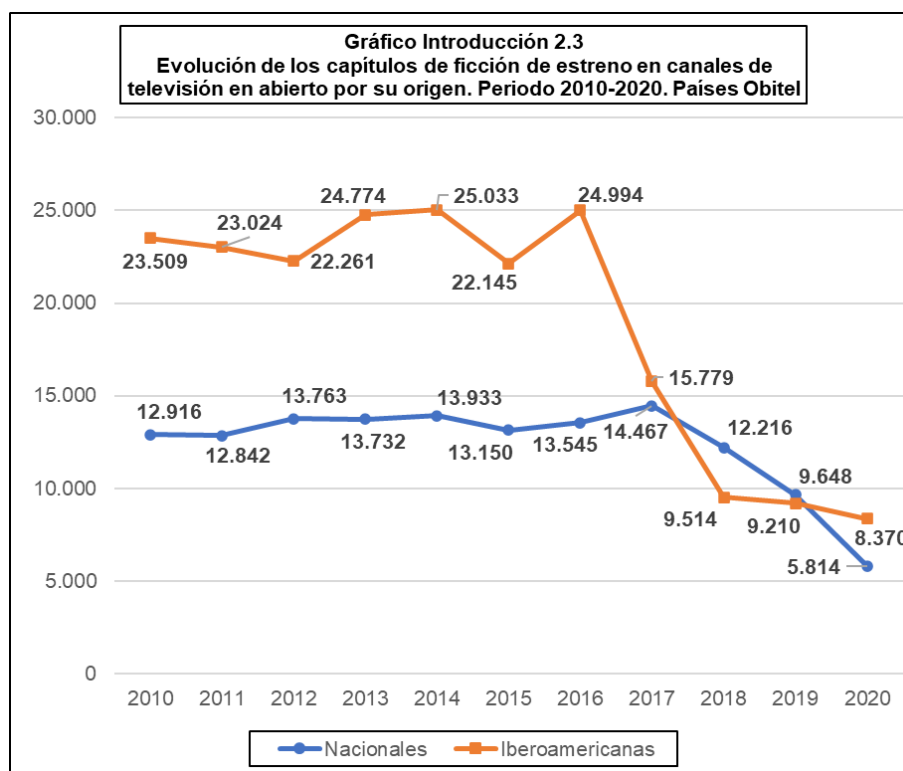
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Países Obitel

<i>Número de capítulos</i>											
Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nacional	12.916	12.842	13.763	13.732	13.933	13.150	13.545	14.467	12.216	9.648	5.814
Iberoamérica	23.509	23.024	22.261	24.774	25.033	22.145	24.994	15.779	9.514	9.210	8.370
Total	36.425	35.866	36.024	38.506	38.966	35.295	38.539	30.246	21.730	18.858	14.184

<i>Tiempo de emisión (Horas)</i>											
Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nacional	9.549	10.139	10.877	11.493	10.636	9.248	10.282	11.246	8.653	6.963	4.612
Iberoamérica	20.699	19.656	18.977	21.792	21.795	20.296	20.703	14.459	7.867	7.658	7.205
Total	30.248	29.795	29.854	33.285	32.431	29.544	30.985	25.705	16.520	14.621	11.817

El gráfico introducción 2.3 refleja la evolución de la muestra de emisiones de ficción entre los años 2010 y 2020, comprobándose que la producción nacional tiene una presencia estable en los siete primeros años del estudio, con un rango de capítulos de estreno comprendido entre 12.000 y 14.500, para luego descender en los últimos tres años hasta registrar el mínimo de 2020 de 5.814 capítulos.

Respecto a la producción iberoamericana, también en los siete primeros años del estudio el número de capítulos se mantiene en los máximos contabilizados, con un intervalo comprendido entre los 22.000 y 25.000. En este caso, el descenso desde 2017 es más radical que en el de la producción nacional puesto que el mínimo de 2020 registra 8.370 capítulos, lo cual supone una pérdida en la muestra de más de 16.600 capítulos.



Los países que acumulan en la muestra un mayor número de capítulos de ficción en el periodo 2010-2020 son: Chile (43.155), Estados Unidos (36.946), Venezuela (34.173) y México (31.663). Los países con más horas de ficción de estreno son Estados Unidos (37.884) y Chile (30.579) y con más títulos difundidos a través de sus canales analizados son también Chile y Estados Unidos con más de 575 títulos estrenados en dicho periodo (cuadro introducción 2.6).

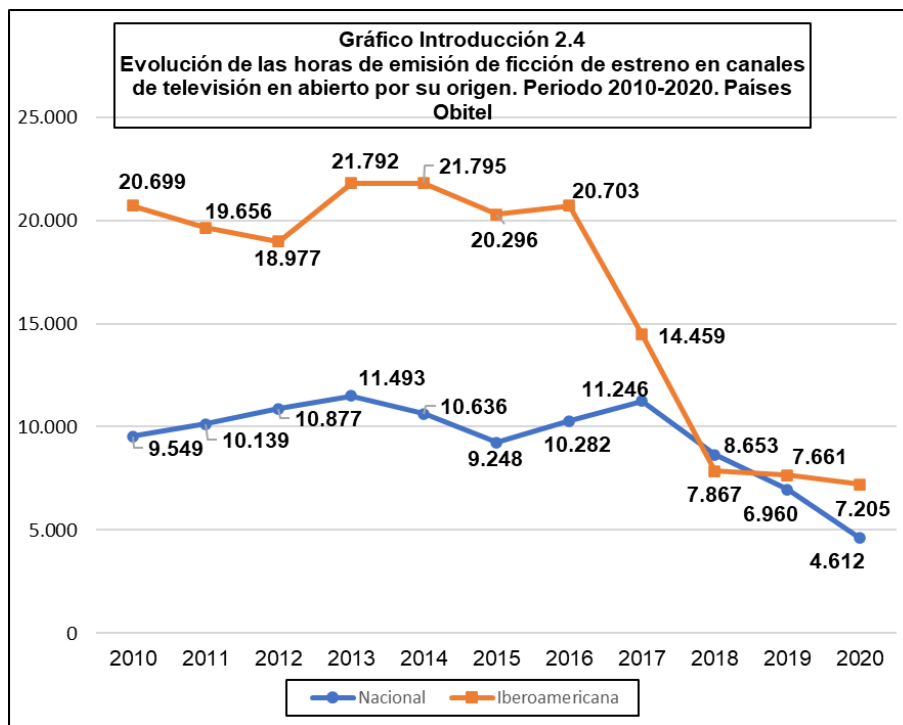
Cuadro Introducción 2.6

Distribución acumulada de la Ficción por países de difusión. Periodo 2010-2020

País de difusión	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Argentina	421	8,1	23.028	6,7	19.383	6,8
Brasil	494	9,6	25.004	7,3	17.142	6,0
Chile	578	11,2	43.155	12,5	30.579	10,7
Colombia	312	6,0	24.401	7,1	18.423	6,5
Ecuador	386	7,5	26.370	7,7	25.437	8,9
España	471	9,1	20.038	5,8	17.047	6,0
EE.UU.	576	11,1	36.946	10,7	37.884	13,3
México	396	7,7	31.663	9,2	26.371	9,3
Perú	406	7,9	25.180	7,3	23.851	8,4
Portugal	346	6,7	29.078	8,4	19.119	6,7

Uruguay	379	7,3	25.603	7,4	22.166	7,8
Venezuela	405	7,8	34.173	9,9	27.403	9,6
Total	5.170		344.639		284.805	

El gráfico introducción 2.4 muestra la evolución de horas de programación de ficción entre los años 2010 y 2020, tanto nacional como iberoamericana. En ambos casos, el tiempo de programación sufre una reducción importante en el periodo 2017-2020, respecto a los siete años anteriores. La ficción nacional oscila entre el máximo de 11.493 horas en 2013 y el mínimo de 4.612 de 2020 y la ficción iberoamericana oscila entre el máximo de 21.795 horas de 2014 y el mínimo de 7.205 de 2020.



Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno aportaron a los canales de televisión de la muestra durante el periodo 2010-2020 son: México (1.316 títulos, 107.660 capítulos y 93.939 horas), Brasil (871 títulos, 53.526 capítulos y 42.483 horas) y Colombia (628 títulos, 44.140 capítulos y 36.473 horas).

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno producida por estos países representa el 54,4% del total de títulos, el 59,6% del total de capítulos y el 60,7% del tiempo total de emisión de los canales de televisión de la muestra (cuadro introducción 2.7).

Cuadro Introducción 2.7

Distribución acumulada de la Ficción por países de origen. Periodo 2010-2020

País de origen	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Argentina	389	7,5	19.743	5,7	16.525	5,8
Brasil	871	16,8	53.526	15,5	42.483	14,9
Chile	262	5,1	15.422	4,5	9.739	3,4
Colombia	628	12,1	44.140	12,8	36.473	12,8

Ecuador	77	1,5	4.323	1,3	3.378	1,2
España	523	10,1	22.723	6,6	20.005	7,0
EE.UU.	483	9,3	32.890	9,5	28.803	10,1
México	1.316	25,5	107.660	31,2	93.939	33,0
Perú	117	2,3	5.752	1,7	5.571	2,0
Portugal	261	5,0	21.343	6,2	13.330	4,7
Uruguay	25	0,5	475	0,1	278	0,1
Venezuela	145	2,8	11.016	3,2	9.255	3,2
Otros	73	1,4	5.626	1,6	5.026	1,8
Total	5.170		344.639		284.805	

Los rankings de audiencia de 2020 indican que las emisiones de ficción brasileñas en Globo son las que generan los mayores éxitos en cuanto al interés de los espectadores. En concreto, las diez primeras difusiones del top-20 pertenecen al país carioca. El cuadro lo completan siete emisiones peruanas, dos mexicanas y una chilena (cuadro introducción 2.8)

Las emisiones con más audiencia son *Fina estampa* (31%), *Amor de mae* (29,8%), *Bom sucesso* (29,1%) y *Totalmente demais* (29,1%). En el resto del top-10, la serie de ficción peruana cuyo capítulo alcanza el mayor porcentaje pertenece a *Los Vilchez* (21,4%); la producción chilena más exitosa corresponde a un capítulo de *Verdades ocultas* (19,4%) y la mexicana más popular es *Te doy la vida* con un 18,9%.

Cuadro introducción 2.8

Ranking de ficción en canales de televisión en abierto. Año 2020

Nº	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share	País emisión
1	Fina estampa	Brasil	Globo	31,0	48,6	Brasil
2	Amor de mae	Brasil	Globo	29,8	48,1	Brasil
3	Bom sucesso	Brasil	Globo	29,1	49,8	Brasil
4	Totalmente demais	Brasil	Globo	29,1	45,6	Brasil
5	Salve-se quem puder	Brasil	Globo	28,0	45,7	Brasil
6	A Força do querer	Brasil	Globo	26,5	43,7	Brasil
7	A auto da compadecida	Brasil	Globo	25,0	45,3	Brasil
8	Hoja coração	Brasil	Globo	23,0	39,2	Brasil
9	Éramos seis	Brasil	Globo	22,3	40,3	Brasil
10	Eta mundo bom	Brasil	Globo	22,1	43,2	Brasil
11	Los Vilchez	Perú	América TV	21,4	31,6	Perú
12	Chapa tu Combi	Perú	América TV	20,3	31,0	Perú
13	Dos hermanas	Perú	América TV	19,9	29,3	Perú
14	Verdades ocultas	Chile	Mega	19,4	53,8	Chile
15	De vuelta al barrio	Perú	América TV	19,0	30,2	Perú
16	Te doy la vida	México	Canal 2	18,9	29,6	México
17	La rosa de Guadalupe	Perú	América TV	18,6	26,2	Perú
18	La rosa de Guadalupe	México	América TV	18,0	29,8	Perú
19	Te volveré a encontrar	Perú	América TV	18,0	27,2	Perú
20	Princesas	Perú	América TV	17,9	29,7	Perú

El top-1 de audiencia en 2020 refleja que ocho títulos nacionales dominan el ranking de sus países de origen (Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal y Venezuela) y en tres países, a

la cabeza del ranking se sitúa una producción foránea, en concreto en Argentina, Estados Unidos (habla hispana) y Uruguay (cuadro introducción 2.9).

Cuadro introducción 2.9
Top-1 de ficción de cada país en televisión en abierto. Año 2020

Top	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share	País emisión
1	Jesús	Brasil	Telefe	12,6	24,1	Argentina
1	Fina estampa	Brasil	Globo	31,0	48,6	Brasil
1	Verdades ocultas	Chile	Mega	19,4	53,8	Chile
1	Pasión de gavilanes	Colombia	Caracol	14,3	43,1	Colombia
1	El Pueblo	España	Telecinco	5,5	16,3	España
1	Te doy la vida	México	Univision	7,5	17,1	EE.UU.
1	Te doy la vida	México	Canal 2	18,9	29,6	México
1	Los Vílchez 2	Perú	América TV	21,4	31,6	Perú
1	Nazaré	Portugal	SIC	14,6	27,1	Portugal
1	Nuevo sol	Brasil	Teledoce	8,7	13,9	Uruguay
1	Juana La Virgen	Venezuela	Televen	*	*	Venezuela

El volumen de títulos de ficción de estreno disponible en las plataformas VoD analizadas, en el trienio 2018-2020, suma un total de 1.400. Del total de esta oferta de títulos de ficción, el 21,9% pertenecen a producciones nacionales y el 78,1% son obras iberoamericanas. Estos datos contrastan con la ficción de estreno difundida en los canales de televisión en abierto que suma 900 títulos en dicho periodo, con casi un 55% de títulos nacionales (cuadro introducción 2.10).

Cuadro Introducción 2.10
Títulos de Ficción de estreno por territorio de origen. Periodo 2018-2020

Origen	Free TV	%	VOD	%
Nacional	494	54,9	306	21,9
Iberoamericano	406	45,1	1.094	78,1
Total	900		1.400	

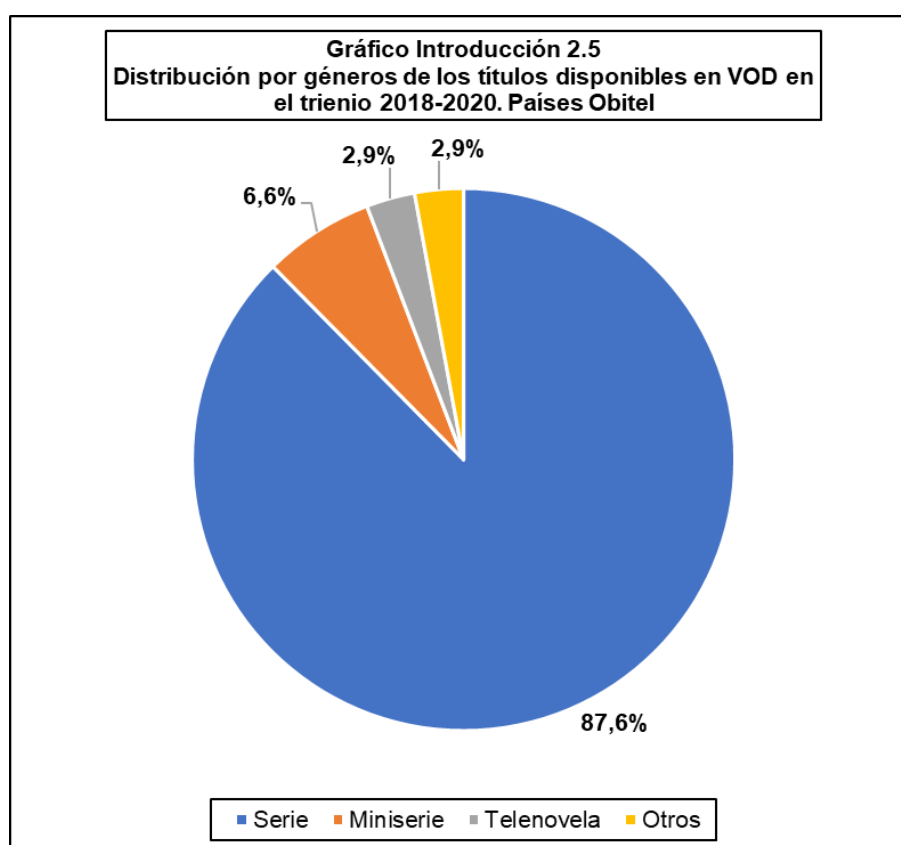
La distribución de títulos por país de acceso refleja que Uruguay es el que más oferta disponible mantuvo, con 217 títulos, seguido de España con 172, Brasil con 164 títulos y Argentina con 145 (cuadro Introducción 2.11).

Cuadro Introducción 2.11
Distribución de los títulos de Ficción de estreno disponibles en VOD por país de acceso. Países Orbitel

País acceso	2018	2019	2020	Total	%
Argentina	21	54	70	145	10,4
Brasil	43	50	71	164	11,7
Chile	45	*	64	109	7,8
Colombia	23	40	20	83	5,9
España	24	68	80	172	12,3
EE.UU.	29	43	48	120	8,6
México	24	27	36	87	6,2

Perú	30	47	41	118	8,4
Portugal	22	63	36	121	8,6
Uruguay	95	64	58	217	15,5
Venezuela	0	28	36	64	4,6
Total	356	484	560	1.400	

La distribución por géneros de los títulos de ficción disponibles en plataformas VoD en 2020 pone de manifiesto que el 87,6% son series convencionales, el 6,6% son miniseries y el 2,9% son telenovelas (gráfico Introducción 2.5).



La distribución de títulos por país de origen, en dicho periodo, refleja que España es el que mayor cantidad de títulos aportó a las plataformas VoD con 447 títulos, seguido de México con 323 y de Brasil con 250 títulos (cuadro Introducción 2.12).

Cuadro Introducción 2.12
Distribución de los títulos de Ficción de estreno disponibles en VOD por país de origen. Países Obitel

País origen	2018	2019	2020	Total	%
Argentina	40	69	37	146	10,4
Brasil	54	98	98	250	17,9
Chile	2	5	16	23	1,6
Colombia	24	46	52	122	8,7
España	113	145	189	447	31,9

EE.UU.	14	9	32	55	3,9
México	98	100	125	323	23,1
Perú	5	5	3	13	0,9
Portugal	3	5	5	13	0,9
Uruguay	3	1	2	6	0,4
Venezuela	0	1	1	2	0,1
Total	356	484	560	1.400	

La distribución de títulos por plataformas VoD en el periodo 2018-2020 pone de manifiesto el dominio de Netflix con 848 títulos de estreno ofertados, lo que supone más del 60% del total de la muestra. También hay que mencionar la oferta de Prime (Amazon) con 145 títulos, Movistar (Telefónica) con 97 y HBO (Turner) con 58 títulos (cuadro Introducción 2.13).

Cuadro Introducción 2.13
Distribución de los títulos de Ficción de estreno disponibles en VOD por plataformas. Países Orbitel

Plataforma	2018	2019	2020	Total
Netflix	226	298	324	848
Prime	11	39	95	145
Movistar+	29	39	29	97
HBO	3	25	30	58
Globo Play	6	11	24	41
Claro Video	9	8	19	36
Cablevision Flow	7	16	11	34
Disney + (Fox)	6	7	4	17
UN3TV	13	1	2	16
Direct TV	11	4	0	15
Blim	6	6	2	14
RTP Play	3	5	2	10
Caracol Play	2	4	2	8
Box Brazil	0	0	6	6
Otras plataformas	24	21	10	55
Total	356	484	560	1.400

El estudio de la ficción de estreno en 2020 por países de origen refleja que, en cuanto a los canales de televisión México es el que más títulos aporta en el conjunto de países (5) y respecto a las plataformas VoD es España el que más obras oferta (6).

El otro país destacado en el ámbito de los canales de televisión en abierto es Brasil, dominando la oferta de ficción en cuatro países. Por otra parte, en el ámbito del VoD el otro país predominante es México, estando a la cabeza de la oferta en cuatro países (cuadro Introducción 2.14). Solo en España y Perú en todos los parámetros estudiados (títulos tv, capítulos tv, horas tv y títulos VoD) un solo país (México) dominó la oferta de ficción, en el resto se observa una cierta variabilidad.

Cuadro introducción 2.14

País iberoamericano no nacional que más ficción aporta en cada país. Año 2020

Nº	País de emisión	Títulos TV	Capítulos TV	Horas TV	Títulos VoD
1	Argentina	Colombia	Colombia	Brasil	España
2	Brasil	México	Portugal	México	España
3	Chile	Brasil	Brasil	Brasil	México
4	Colombia	México	México	México	EE.UU.
5	España	México	México	México	México
6	EE.UU.	México	México	México	España
7	México	Brasil, Colombia	Brasil	Brasil	España
8	Perú	México	México	México	México
9	Portugal	Brasil	Brasil	Brasil	España
10	Uruguay	Brasil	Brasil	Brasil	España
11	Venezuela	Colombia	Colombia	Colombia	México

El ranking de títulos con mayor disponibilidad en VoD en 2020, refleja que la mayoría formaron parte del catálogo de la plataforma Netflix, ya que, de los 27 títulos con una mayor distribución a través de este sistema, 22 estuvieron accesibles en dicha plataforma y tan solo cinco títulos lo fueron en Amazon Prime (cuadro Introducción 2.15).

Las series disponibles en más países son la producción mexicana *Alguien tiene que morir* y la colombiana *El robo del siglo* con presencia en diez países. En cuanto al resto, hubo ocho series presentes en nueve países, diez títulos en ocho países y siete producciones en siete países.

Cuadro introducción 2.15

Títulos en plataformas VoD con mayor disponibilidad. Año 2020

Nº	Título	Origen	Plataforma	Nº países
1	Alguien tiene que morir	México	Netflix	10
2	El robo del siglo	Colombia	Netflix	10
3	Como sobrevivir soltero	México	Prime	9
4	Control Z	México	Netflix	9
5	El Cid	España	Prime	9
6	El desorden que dejas	España	Netflix	9
7	La búsqueda	México	Netflix	9
8	Los favoritos de Midas	España	Netflix	9
9	Oscuro deseo	México	Netflix	9
10	Valeria	España	Netflix	9
11	3% 4T	Brasil	Netflix	8
12	Amar y vivir	Colombia	Netflix	8
13	De brutos, nada	México	Prime	8
14	El Presidente	Argentina, Chile	Prime	8
15	Élite 2T, 3T	España	Netflix	8
16	La casa de las flores	México	Netflix	8
17	La venganza de Analía	Colombia	Netflix	8
18	Las chicas del cable 5T	España	Netflix	8
19	Omnisciente	Brasil	Netflix	8
20	Reality Z	Brasil	Netflix	8
21	Buenos días, Verónica	Brasil	Netflix	7

22	Caronte	España	Prime	7
23	Chichipatos	Colombia	Netflix	7
24	Coisa mais linda	Brasil	Netflix	7
25	Narcos: México	EE.UU., México	Netflix	7
26	Puerta 7	Argentina	Netflix	7
27	Selena: La serie	EE.UU., México	Netflix	7

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



ARGENTINA

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Argentina en 2020 son América, El Nueve, Telefe, El Trece, Net TV y el canal de la Televisión Pública (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Telefe (7,8%) y El Trece (5,8%) y la audiencia conjunta de los seis canales incluidos en el estudio representa el 19%.

En 2020, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el de la información (24,3%). La ficción aportó un 14,3% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2016-2020 el promedio es del 14% (cuadro 2.1).

Cuadro 2.1

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales argentinos de televisión en abierto. Período 2016-2020

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Ficción	18,4	16,0	14,2	7,2	14,3	14,0
Información	16,4	20,0	29,0	23,4	24,3	22,6
Entretenimiento	24,5	15,0	13,3	16,3	15,1	16,8
Deportes	5,2	3,0	3,3	3,0	2,2	3,3
Otros	35,5	46,0	40,2	50,1	44,1	43,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales argentinos en 2020 suman 12 títulos de ficción de estreno, 475 capítulos emitidos y 419 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman cinco, los procedentes de Colombia tres, los brasileños dos y los de España y Estados Unidos, uno cada país. Los capítulos de estreno de la ficción argentina se sitúan en el 17,5% respecto al total de los difundidos y el tiempo de programación en el 14,8% (cuadro 2.2).

En cuanto a las reposiciones de la ficción de otras temporadas, las producciones argentinas y colombianas son mayoritarias y también se aprecia un aumento de la oferta de las telenovelas turcas en los canales de televisión argentinos, tanto de estreno como de reposición.

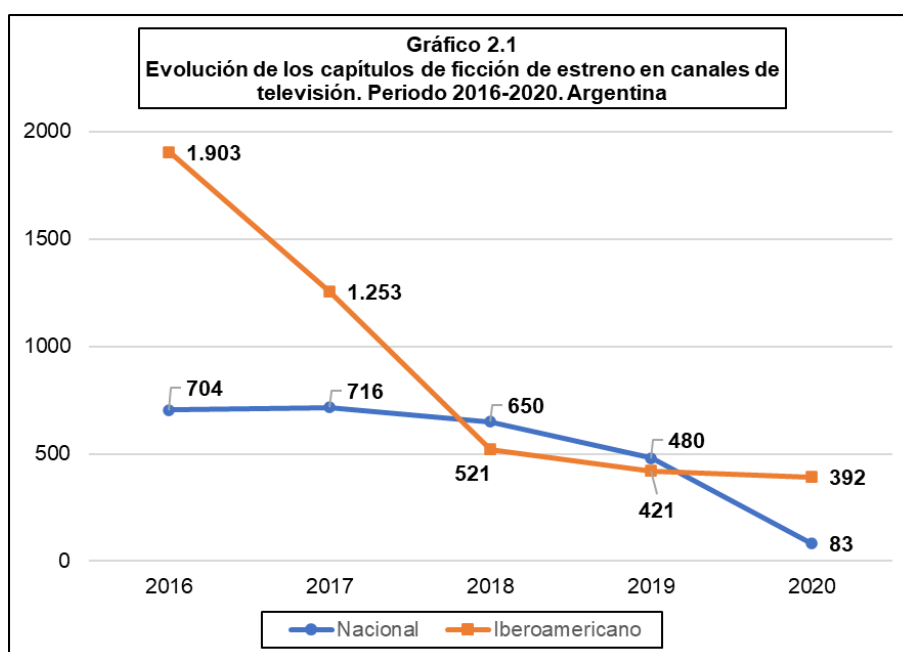
Cuadro 2.2

Ficción de estreno por países de origen. Año 2020. Argentina

País	Títulos	Capítulos	Horas
Argentina	5	83	62
Brasil	2	136	179
Chile	0	0	0
Colombia	3	194	153
Ecuador	0	0	0
España	1	2	2

EE. UU.	1	60	23
México	0	0	0
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Total	12	475	419

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia descendente desde el año 2017 (716 capítulos), intensificándose en 2020 en el que solo se registra el estreno de 83 capítulos. La ficción iberoamericana de estreno también sigue el mismo patrón con el máximo de 2016 (1.903 capítulos) y el mínimo en 2020. Sin duda, una de las causas de la significativa reducción del lanzamiento de nuevas series en televisión es la Covid-19 (gráfico 2.1).



La ficción nacional de estreno en los canales argentinos analizados, en el periodo 2010-2020, representa el 42%, tanto en capítulos difundidos como en horas de programación (cuadro 2.3). Respecto a los títulos, de los 421 estrenados en ese periodo, casi el 56% son producciones argentinas y casi el 54% del total pertenecen al género de la telenovela.

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Argentina fue México con el 28,5% en emisiones y en tiempo. Por otra parte, Brasil, Colombia, Estados Unidos y España acumulan un volumen de ficción superior al 5% en dicho periodo.

Cuadro 2.3

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2020. Argentina

País	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Argentina	235	55,8	9.670	42,0	8.122	41,9
Brasil	34	8,1	1.988	8,6	1.718	8,9
Chile	2	0,5	198	0,9	140	0,7

Colombia	32	7,6	1.789	7,8	1.480	7,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	18	4,3	1.140	5,0	1.038	5,4
EE. UU.	15	3,6	1.341	5,8	1.074	5,5
México	78	18,5	6.565	28,5	5.527	28,5
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	0,2	66	0,3	52	0,3
Otros	6	1,4	271	1,2	232	1,2
Total	421		23.028		19.383	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno refleja un evidente equilibrio puesto que cinco son miniseries, cuatro son telenovelas y tres son series convencionales. En cuanto a emisiones y tiempo de difusión, las telenovelas de estreno son las que más presencia tuvieron en la parrilla de programación frente al resto de producciones (cuadro 2.4).

Cuadro 2.4
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen.
Año 2020. Argentina

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	1	35	35	3	194	210
Serie	0	0	0	3	190	141
Miniserie	4	48	27	1	8	6
Unitario	0	0	0	0	0	0
Total	5	83	62	7	392	357

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 46,3% telenovelas, 30,2% miniseries, 20,1% series convencionales y 3,4% programas unitarios (gráfico 2.2).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 registra la presencia de series argentinas (5 emisiones), colombianas (2 emisiones), brasileñas (2 emisiones) y estadounidenses (1 emisión) y los canales de televisión Telefe (4 emisiones), TVP (3 emisiones), Net TV (2 emisiones) y El Trece (1 emisión).

Las obras más populares en el top-10 son la telenovela brasileña *Jesús* con un 12,6% de audiencia, la telenovela argentina *Separadas* con un 9% y la miniserie brasileña *Acoso*, con casi un 7% de audiencia (cuadro 2.5).

Cuadro 2.5
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Argentina

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Jesús	Brasil	Telefe	12,6	24,1
2	Separadas	Argentina	El Trece	9,0	18,3
3	Acoso	Brasil	Telefe	6,9	17,4
4	Los Internacionales	Argentina	Telefe	4,6	12,8
5	Club 57	EE. UU.	Telefe	1,0	4,9
6	La promesa	Colombia	Net TV	0,6	1,4
7	La persuasión	Argentina	TVP	0,5	2,2
8	Fugitivos	Colombia	Net TV	0,5	1,3
9	Terapia en cuarentena	Argentina	TVP	0,3	1,2
10	Si solo si	Argentina	TVP	0,2	0,8

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 82 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 70 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 12 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.6). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: España (23), México (16), Argentina (14) y Brasil (13).

Cuadro 2.6
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Argentina

País	Free TV	VOD
Argentina	5	14
Brasil	2	13
Chile	0	1
Colombia	3	3
Ecuador	0	0
España	1	23
EE. UU.	1	0
México	0	16
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	12	70

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series y miniseries, con casi el 100% de los títulos disponibles (cuadro 2.7).

Cuadro 2.7
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por géneros y origen. Año 2020. Argentina

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	1	52	53
Miniserie	13	3	16
Unitario	0	1	1
Total	14	56	70

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el mayor peso de la ficción iberoamericana frente a la nacional. Del conjunto de 82 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, casi un 77% (63 títulos) proceden de otros países iberoamericanos y el 23% son producciones argentinas (cuadro 2.8).

Cuadro 2.8
Distribución de los títulos de ficción de estreno por sistema de difusión y origen. Año 2020. Argentina

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
El Trece	Free TV	1	0
Net TV	Free TV	0	3
Telefe	Free TV	1	3
TVPública	Free TV	3	1
Cablevisión	VOD	6	0
Claro	VOD	0	5
Cont.ar	VOD	3	0
Movistar	VOD	1	10
Netflix	VOD	3	24
Prime	VOD	1	17
Total		19	63

Los títulos argentinos con mayor disponibilidad en VoD en 2020 en el conjunto de países analizados son: *El presidente* (8 países) en Prime y *Puerta 7* (7 países) y *Casi feliz* (6 países), ambos en Netflix (cuadro 2.9).

Cuadro 2.9
Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Argentina

Nº	Título	País de origen	Plataforma	País de acceso
1	El presidente	Argentina, Chile	Prime	AR, BR, CL, ES, PO, UG, VE, US
2	Puerta 7	Argentina	Netflix	AR, CL, ES, PO, UG, VE, US
3	Casi feliz	Argentina	Netflix	AR, CL, ES, PO, UG, VE
4	Secreto bien guardado	Argentina	Netflix	AR, CL, ES
5	Adentro	Argentina	Flow	AR, UG

6	Entre hombres	Argentina	HBO	BR, US
7	Pepper, todo por un like	Argentina	Flow	AR, UG
8	Post Mortem	Argentina	Flow	AR, UG
9	Tony	Argentina	Flow	AR, UG
10	Almost happy	Argentina	Netflix	US
11	Cromo	Argentina	Netflix	UG
12	Famoso	Argentina	Flow	AR
13	Fehler 78	Argentina, Uruguay	UN3TV	UG
14	La persuasión	Argentina	Cont.ar	AR
15	Los Internacionales	Argentina, Colombia	Flow	AR
16	Manual de supervivencia	Argentina	Movistar	AR
17	No grites	Argentina	Cont.ar	AR
18	Submersos	Argentina, Brasil	BoxBrazil	BR
19	Terapia en cuarentena	Argentina	Cont.ar	AR
20	Todo por el juego	Argentina, España	Globoplay	BR



BRASIL

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Brasil en 2020 son Globo, Record TV, SBT, Band, Rede TV y los canales públicos TV Brasil y TV Cultura (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Globo (12,4%), Record (4,4%) y SBT (4,3%) y la audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 29,5%.

En 2020, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra fue el de informativos (32,3%). La ficción aportó un 12,9% del tiempo de emisión en dicho año y en el quinquenio 2016-2020 el promedio es del 13,2% (cuadro 2.10).

Cuadro 2.10
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión brasileños

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Informativo	26,2	29,7	29,7	31,0	32,3	29,8
Ficción	14,0	13,9	13,6	11,8	12,9	13,2
Entretenimiento	19,8	23,3	21,8	23,3	19,7	21,6
Religioso	9,1	10,3	10,0	12,8	14,8	11,4
Deportes	5,5	4,2	4,4	3,6	2,6	4,1
Educativo	0,2	0,2	0,2	3,4	3,3	1,5
Político	0,1	0,1	0,3	0,0	0,1	0,1
Otros	25,1	18,3	20,0	14,1	14,3	18,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales brasileños en 2020 suman 27 títulos de ficción de estreno, 1.138 capítulos emitidos y 837 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman 23, los procedentes de México dos y los de Estados Unidos y Portugal, uno cada país. El número de capítulos de estreno de la ficción brasileña se sitúan en el 57,4% respecto al total de los difundidos y el tiempo de programación casi en el 50% (cuadro 2.11).

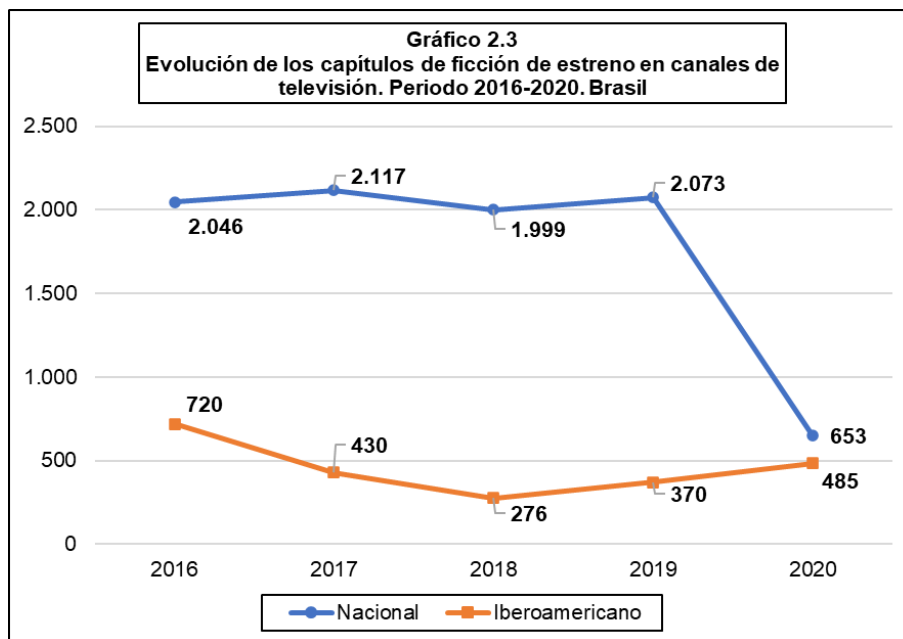
En cuanto a las reposiciones de ficción de otras temporadas, también predominan ampliamente las producciones autóctonas, frente a las procedentes de otros países iberoamericanos. Las telenovelas mexicanas son las únicas obras que tienen una presencia significativa en los canales de televisión brasileña.

Cuadro 2.11
Ficción de estreno en televisión por países de origen.
Año 2020. Brasil

País	Títulos	Capítulos	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	23	653	416
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0

Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE. UU.	1	135	134
México	2	154	147
Perú	0	0	0
Portugal	1	196	140
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	27	1.138	837

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia estable entre 2016 y 2019, con un rango situado entre 1.999 y 2.117 capítulos y claramente descendente en 2020 con tan solo 653 capítulos estrenados. La falta de producción nacional sin duda se debe motivada a la pandemia mundial originada por la Covid 19. En cambio, la ficción iberoamericana ha tenido más presencia en la parrilla de programación en 2020 respecto a los tres años anteriores (gráfico 2.3).



La ficción nacional de estreno en los canales brasileños analizados, en el periodo 2010-2020, representa más del 82% de los títulos, capítulos y horas de programación (cuadro 2.12).

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Brasil fue México con el 9,5% de los capítulos y el 11,3% del tiempo de programación. Por encima del 1% de dichos parámetros tan solo aparecen Argentina y Portugal.

Cuadro 2.12

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2010-2020. Brasil

País	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Argentina	7	1,4	550	2,2	319	1,9
Brasil	440	89,1	20.969	83,9	14.190	82,8
Chile	2	0,4	204	0,8	81	0,5
Colombia	3	0,6	201	0,8	132	0,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	2	0,4	25	0,1	15	0,1
EE. UU.	1	0,2	135	0,5	134	0,8
México	31	6,3	2.376	9,5	1.929	11,3
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	5	1,0	374	1,5	245	1,4
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	0,6	170	0,7	97	0,6
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	494		25.004		17.142	

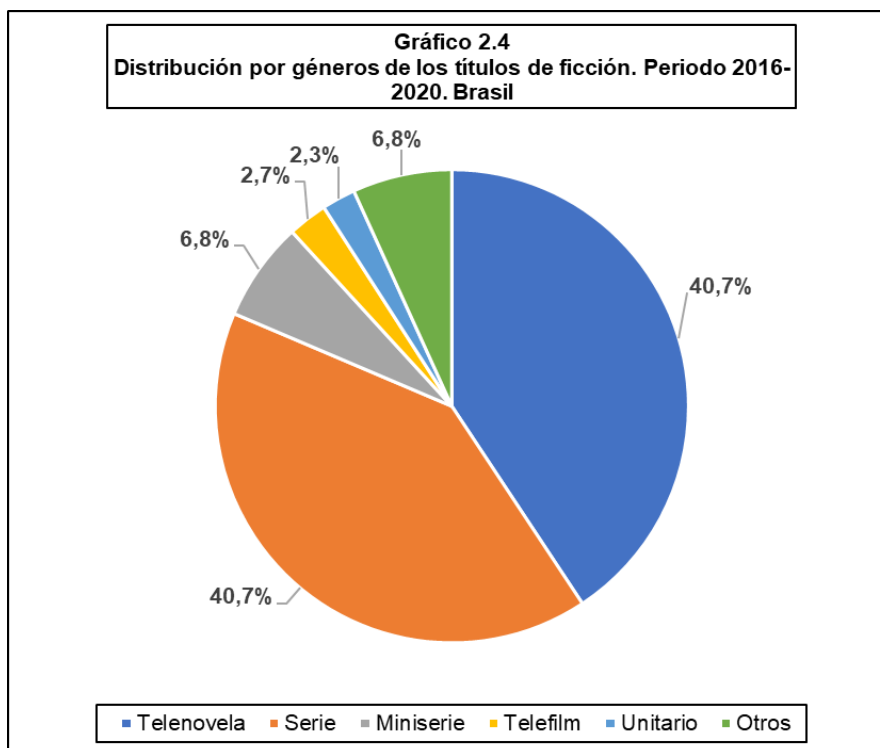
La distribución de los géneros televisivos refleja el dominio de las telenovelas en cuanto al número de capítulos y horas de difusión (cuadro 2.13). En cuanto a los títulos predominan las series (14 títulos) frente a las telenovelas (10 títulos).

Cuadro 2.13

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2020. Brasil

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	6	493	340	4	485	421
Serie	14	148	66	0	0	0
Miniserie	1	10	8	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	2	2	2	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	23	653	416	4	485	421

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 40,7% telenovelas, 40,7% series convencionales y 6,8% miniseries (gráfico 2.4).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 refleja el dominio de las producciones brasileñas en Globo (cuadro 2.14). Las obras más populares en el top-10 son las telenovelas *Fina estampa* (31%), *Amor de mae* (29,8%), *Bom sucesso* (29,1%) y *Totalmente demais* (29,1%).

Cuadro 2.14

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Brasil

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Fina estampa	Brasil	Globo	31,0	48,6
2	Amor de mae	Brasil	Globo	29,8	48,1
3	Bom sucesso	Brasil	Globo	29,1	49,8
4	Totalmente demais	Brasil	Globo	29,1	45,6
5	Salve-se quem puder	Brasil	Globo	28,0	45,7
6	A Força do querer	Brasil	Globo	26,5	43,7
7	A auto da compadecida	Brasil	Globo	25,0	45,3
8	Hoja coração	Brasil	Globo	23,0	39,2
9	Éramos seis	Brasil	Globo	22,3	40,3
10	Eta mundo bom	Brasil	Globo	22,1	43,2

La oferta de programación de estrenos en VOD en Brasil es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 98 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 71 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 27 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.15). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: Brasil (39), España (18) y México (9).

Cuadro 2.15
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Brasil

País	Free TV	VOD
Argentina	0	1
Brasil	23	39
Chile	0	2
Colombia	0	1
Ecuador	0	0
España	0	18
EE. UU.	1	1
México	2	9
Perú	0	0
Portugal	1	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	27	71

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series frente al resto de géneros con más del 94% de los títulos disponibles en las plataformas (cuadro 2.16).

Cuadro 2.16
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Brasil

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	37	30	67
Miniserie	2	2	4
Unitario	0	0	0
Total	39	32	71

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el mayor peso de la ficción nacional frente a la iberoamericana. Del conjunto de 98 títulos lanzados entre los canales de televisión en abierto y las plataformas VoD en 2020 en Brasil, más del 63% (62 títulos) son producciones nacionales (cuadro 2.17).

Cuadro 2.17
Distribución de los títulos por su origen y sistema de difusión

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
Globo	Free TV	15	0
TV Cultura	Free TV	6	0
Band	Free TV	0	1
Record	Free TV	1	0
SBT	Free TV	1	3
Globoplay	VOD	20	4

Netflix	VOD	7	16
Prime	VOD	5	7
BoxBrazil	VOD	6	0
HBO	VOD	1	5
Total		62	36

Los títulos brasileños con mayor disponibilidad en VoD en 2020 en el conjunto de países analizados son *3%*, *Omnisciente* y *Reality Z* presentes en ocho países; *Buenos días*, *Verónica* y *Coisa mais linda* en siete países; *Espectros* en seis países y *Boca a boca* en cinco. Dichas series forman parte de la oferta de Netflix (cuadro 2.18).

Cuadro 2.18

Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2020. Brasil

Nº	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	3% 4T	Brasil	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PO, UG, US
2	Omnisciente	Brasil	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PE, VE, US
3	Reality Z	Brasil	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PE, VE, US
4	Buenos días, Verónica	Brasil	Netflix	AR, BR, CL, CO, ES, VE, US
5	Coisa mais linda	Brasil	Netflix	AR, BR, CL, ES, PE, PO, UG
6	Espectros	Brasil	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, US
7	Boca a boca	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PO, VE
8	El reto del beso	Brasil	Netflix	CL, ES, PE, US
9	Todxs nosotrxs	Brasil	HBO	BR, VE, US
10	1 contra todos 2T	Brasil	Prime	AR, BR
11	Homens?	Brasil	Prime	AR, BR
12	Impuros	Brasil	Prime	AR, BR
13	Me chama de bruna	Brasil	Prime	AR, BR
14	Sonhadores	Brasil	Prime	AR, BR



CHILE

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra Obitel Chile son los privados Canal 13, Telecanal, La Red, Chilevisión, Mega, TV+ y el canal público TVN (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Mega (7%) y Chilevisión (7%) y la audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 24%.

En 2020, los géneros audiovisuales a los que más tiempo dedicaron el conjunto de canales de la muestra fueron el de la ficción (38,8%) y los informativos (31,3%). La ficción aportó un 37,7% del tiempo de emisión en el periodo 2015-2020 (cuadro 2.19).

Cuadro 2.19

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en televisión. Periodo 2015-2020. Chile

Géneros	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Ficción	36,0	34,3	41,3	37,9	*	38,8	37,7
Informativo	24,2	24,5	39,4	30,1	*	31,3	29,9
Entretenimiento	16,7	15,3	7,0	8,3	*	8,8	11,2
Deportes	1,7	2,4	1,1	2,2	*	0,5	1,6
Servicio	11,0	11,9	4,4	8,9	*	6,2	8,5
Otros	10,5	11,6	6,8	12,6	*	14,4	11,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0		100,0	

Los canales chilenos en 2020 suman 25 títulos de ficción de estreno, 1.418 capítulos emitidos y 994 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos, por su origen, los nacionales suman 12, los procedentes de Brasil 5, los originarios de México 4, los estadounidenses 2 títulos y los colombianos y españoles, uno cada país. Los capítulos de estreno de la ficción chilena se sitúan en el 35,5% respecto al total de los difundidos y el tiempo de programación en el 27,6% (cuadro 2.20).

En cuanto a las reposiciones de ficción de otras temporadas, las producciones chilenas son mayoritarias seguidas de las series mexicanas y en menor medida por las obras seriadas brasileñas y colombianas.

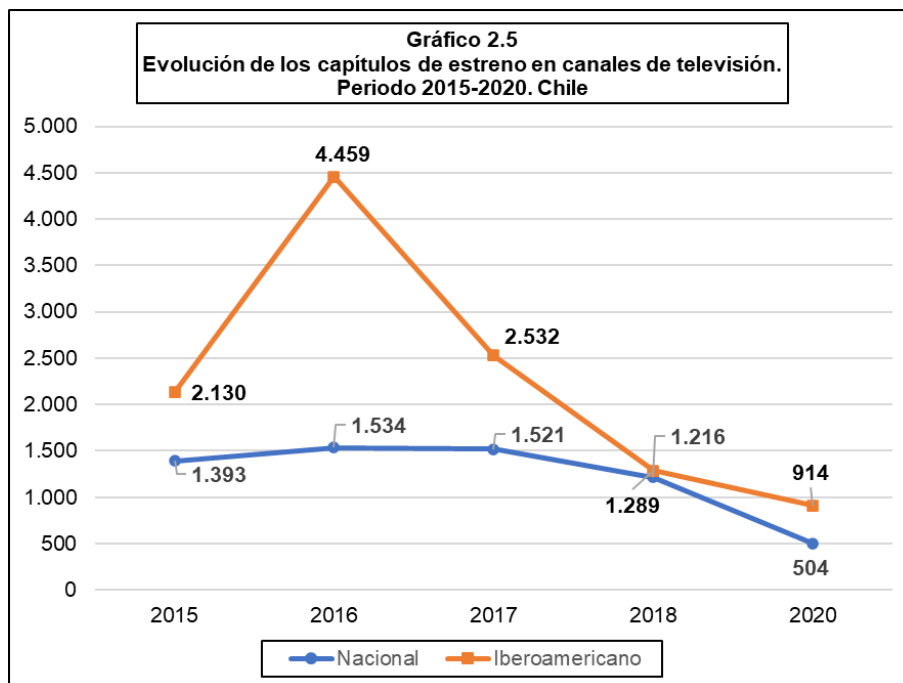
Cuadro 2.20

*Ficción de estreno en televisión por países de origen.
Año 2020. Chile*

País	Títulos	Capítulos	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	5	451	350
Chile	12	504	274
Colombia	1	36	31
Ecuador	0	0	0
España	1	3	3
EE. UU.	2	11	8
México	4	413	328

Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	25	1.418	994

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el periodo 2015-2020 muestra una tendencia descendente desde el año 2016 (4.459 capítulos) hasta 2020 en el que solo se registra el estreno de 914 capítulos. La ficción iberoamericana sigue un patrón más estable con un rango de emisiones situado entre 1.289 y 1.534 capítulos entre 2015 y 2018. El mínimo tiene lugar en el año 2020 con solo 504 emisiones. Sin duda, una de las causas de la significativa reducción del lanzamiento de nuevas series en televisión es la Covid-19 (gráfico 2.5).



La ficción nacional de estreno en los canales chilenos analizados, en el periodo 2010-2020, representa el 29,1% en capítulos difundidos y el 24,4% en horas de programación. El peso del número de títulos lanzados en dicho periodo se eleva hasta el 38,4% (cuadro 2.21).

El país iberoamericano que más ficción, aparte de las producciones chilenas, fue México con más del 40% de capítulos y horas de programación. Del resto de países destacan Brasil, Colombia y Estados Unidos (habla hispana).

Cuadro 2.21

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2010-2020. Chile

País	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Argentina	10	1,7	410	1,0	321	1,0
Brasil	68	11,8	4.164	9,6	3.608	11,8
Chile	222	38,4	12.549	29,1	7.466	24,4
Colombia	38	6,6	2.830	6,6	2.003	6,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	23	4,0	1.275	3,0	1.171	3,8
EE. UU.	41	7,1	2.951	6,8	2.073	6,8
México	166	28,7	18.534	42,9	13.577	44,4
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	3	0,5	191	0,4	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	1,0	172	0,4	141	0,5
Total	578		43.155		30.579	

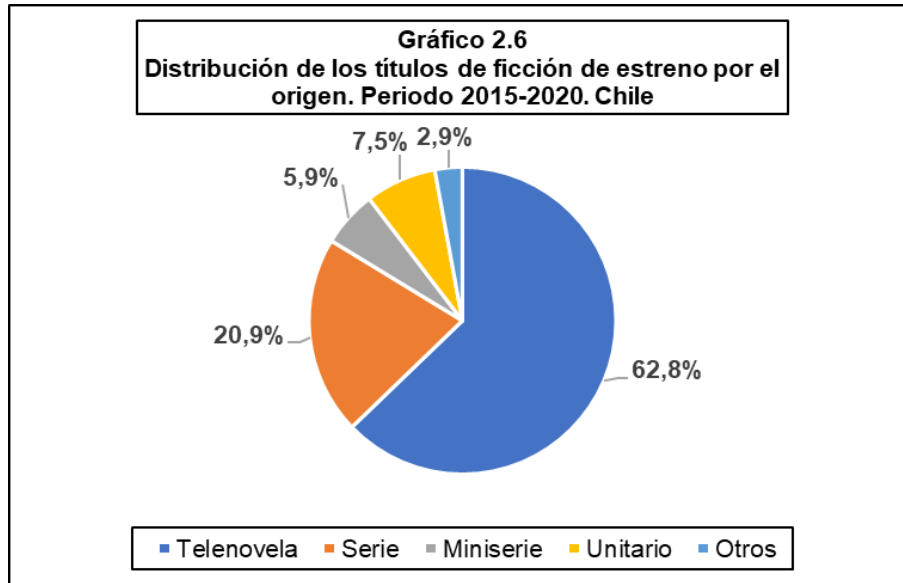
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en los canales chilenos refleja la preferencia de las telenovelas (14 títulos) sobre las series (8 títulos). En cuanto a emisiones y tiempo de difusión, las telenovelas dominan todavía más ampliamente la oferta de programación en 2020 con más del 86% del volumen total de capítulos y tiempo de emisión (cuadro 2.22).

Cuadro 2.22

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2020. Chile

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	5	435	225	9	795	632
Serie	6	65	44	2	5	4
Miniserie	1	4	5	1	3	3
Telefilme	0	0	0	0	0	81
Unitario	0	0	0	1	111	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	12	504	274	13	914	720

En el periodo 2015-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 62,8% telenovelas, 20,9% series convencionales, 7,5% programas unitarios y 5,9% miniseries (gráfico 2.6).



El ranking de audiencia de ficción en los canales chilenos en 2020 registra la presencia de series chilenas (8 emisiones) y brasileñas (2 emisiones) y los canales de televisión representados son Mega (6 emisiones), Chilevision (2 emisiones), Canal 13 (1 emisión) y TVN (1 emisión).

Las obras más populares en el top-10 son las telenovelas chilenas *Verdades ocultas* (19,4%), *Yo soy Lorenzo* (17%) y *100 días para enamorarse* (15,8%). También hay que mencionar la presencia de dos telenovelas brasileñas con más de un 10% de audiencia: *El otro lado del paraíso* y *Nuevo sol* (cuadro 2.23).

Cuadro 2.23

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Chile

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Verdades ocultas	Chile	Mega	19,4	53,8
2	Yo soy Lorenzo	Chile	Mega	17,0	40,9
3	100 días para enamorarse	Chile	Mega	15,8	35,3
4	Historias de cuarentena	Chile	Mega	11,4	28,4
5	El otro lado del paraíso	Brasil	Mega	10,7	38,4
6	Nuevo sol	Brasil	Mega	10,4	31,4
7	Los Carcamales	Chile	Canal 13	9,8	23,7
8	Gemelas idénticas en nada	Chile	Chilevision	9,6	21,7
9	La jauría	Chile	TVN	9,3	21,0
10	Héroes invisibles	Chile	Chilevision	9,0	23,5

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 89 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 64 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 25 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.24). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: México (20), España (18), Brasil (7) y Colombia (7).

Cuadro 2.24
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Chile

País	Free TV	VOD
Argentina	0	3
Brasil	5	7
Chile	12	4
Colombia	1	7
Ecuador	0	0
España	1	18
EE. UU.	2	5
México	4	20
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	25	64

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el amplio dominio del formato de las series con más del 90% de los títulos disponibles (cuadro 2.25).

Cuadro 2.25
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Chile

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	2	2
Serie	4	55	59
Miniserie	0	3	3
Unitario	0	0	0
Total	4	60	64

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el mayor peso de la ficción iberoamericana frente a la nacional. Del conjunto de 89 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, un 82% (73 títulos) proceden de otros países iberoamericanos y el 18% son producciones chilenas (cuadro 2.26).

Cuadro 2.26
Distribución de los títulos por su origen y sistema de difusión. Año 2020. Chile

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
Canal 13	Free TV	3	1
CHV	Free TV	2	1
La Red	Free TV	0	4
Mega	Free TV	5	3

TV+	Free TV	0	4
TVN	Free TV	2	0
Prime	VOD	4	9
Claro	VOD	0	2
Netflix	VOD	0	48
Movistar	VOD	0	1
Total		16	73

Los títulos chilenos con mayor disponibilidad en VoD en 2020 en el conjunto de países analizados son: *El presidente* (8 países), *Dignidad* (4 países), *Inés del alma mía* (3 países) y *La jauría* (3 países). Todos ellos estuvieron en servicio en la plataforma de Amazon (cuadro 2.27).

Cuadro 2.27

Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2020. Chile

Nº	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	El presidente	Chile, Argentina	Prime	AR, BR, CL, ES, PO, UG, VE, US
2	Dignidad	Chile	Prime, HBO	AR, BR, CL, ES
3	Inés del alma mía	Chile, España	Prime	AR, CL, ES
4	La jauría	Chile	Prime	CL, ES, VE
5	Homenade	Chile, Italia	Netflix	ES



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 introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Caracol (14,5%) y RCN (11,3%) y la audiencia conjunta de los cinco canales incluidos en el estudio representa el 32,2%.

En 2020, los géneros al que más tiempo dedican el conjunto de canales colombianos de la muestra son el de ficción (32,8%) y los informativos (32,2%). La ficción aportó un promedio del 27,1% del tiempo de emisión en el periodo 2016-2020 (cuadro 2.28).

Cuadro 2.28

*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión.
Periodo 2016-2020. Colombia*

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Ficción	26,7	20,5	21,4	33,9	32,8	27,1
Información	27,7	17,4	18,8	26,9	32,2	24,6
Entretenimiento	27,8	26,8	22,1	13,4	15,9	21,2
Deportes	6,0	18,4	22,2	13,8	8,2	13,7
Otros	11,8	16,9	15,5	12,0	10,9	13,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales colombianos en 2020 suman 12 títulos de ficción de estreno, 558 capítulos emitidos y 387 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman ocho y los mexicanos cuatro. Los capítulos de estreno de la ficción colombiana se sitúan en el 60,2% respecto al total de los difundidos y el tiempo de programación en el 70% (cuadro 2.29).

En cuanto a las reposiciones de ficción de otras temporadas, en primer lugar, aumentó el volumen de programación respecto a otros años y como en caso de los estrenos son mayoritarias las telenovelas colombianas y mexicanas.

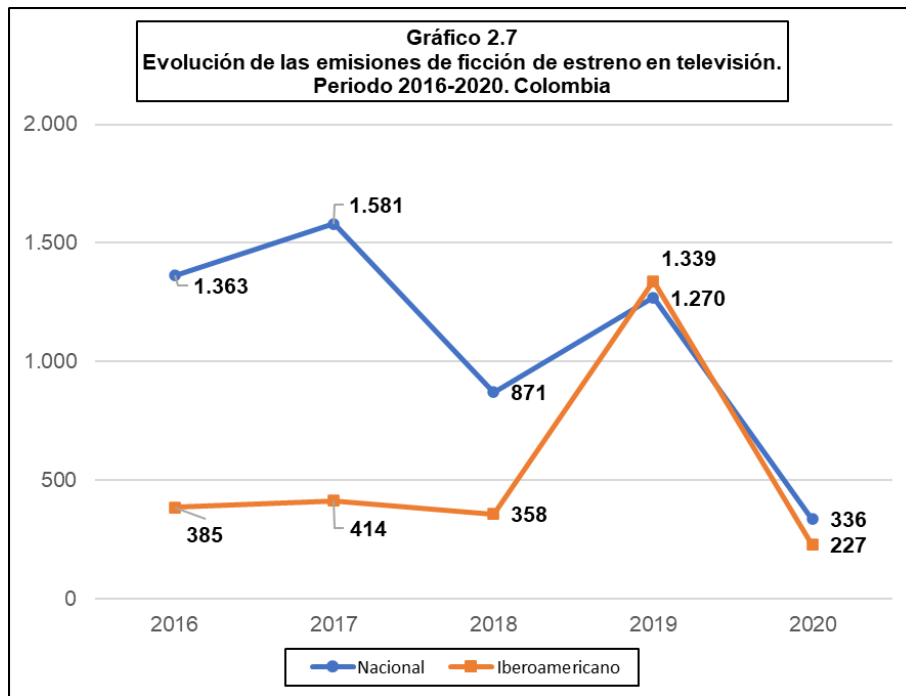
Cuadro 2.29

*Ficción de estreno en televisión por países de origen.
Año 2020. Colombia*

País	Títulos	Capítulos	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	8	336	271
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE. UU.	0	0	0
México	4	222	116
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0

Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	12	558	387

La evolución del número de capítulos de ficción nacional de estreno en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia irregular. El número máximo se alcanza en 2017 con 1.581 capítulos y el mínimo se produce en 2020 con solo 336 capítulos. La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón diferente puesto que el máximo se alcanza en 2019 con 1.339 capítulos y el mínimo en 2020 con 227, no obstante, este mínimo no es muy inferior a los valores registrados en 2016 y 2018.



Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en el periodo 2010-2020 superaron el 60% del total de emisiones y tiempo de programación (cuadro 2.30). Respecto a los títulos, de los 312 estrenados en dicho periodo, el 63,5% son producciones colombianas y el resto de los países que más títulos aportaron son México (64 títulos), Estados Unidos (20 títulos) y Brasil (8 títulos).

Cuadro 2.30

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2010-2020. Colombia

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,6	139	0,6	201	1,1
Brasil	8	2,6	642	2,6	387	2,1
Chile	4	1,3	448	1,8	300	1,6
Colombia	198	63,5	14.971	61,4	11.111	60,3
Ecuador	1	0,3	58	0,2	44	0,2
España	2	0,6	25	0,1	15	0,1
EE. UU.	20	6,4	1.413	5,8	1.027	5,6

México	64	20,5	5.443	22,3	4.175	22,7
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	1,3	153	0,6	100	0,5
Otros	9	2,9	1.109	4,5	1.063	5,8
Total	312		24.401		18.423	

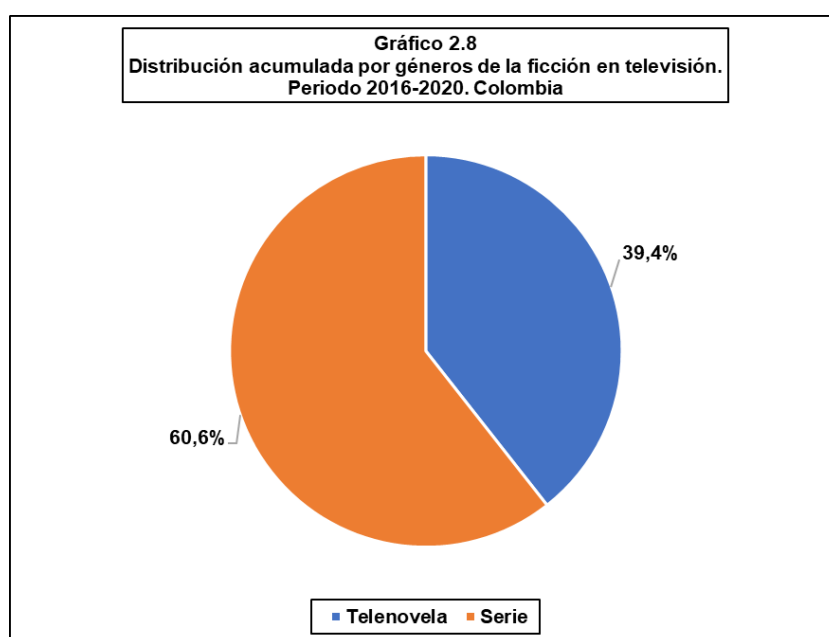
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno y reposiciones refleja el dominio de las telenovelas sobre las series. En cuanto al origen, el volumen de programación está muy equilibrado entre las producciones colombianas y las procedentes de países iberoamericanos (cuadro 2.31).

Cuadro 2.31

Distribución de la Ficción en televisión por su origen (estrenos y reposiciones). Año 2020. Colombia

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	25	2.946	2.482	21	2.440	1.854
Serie	12	604	815	14	902	1250
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	37	3.550	3.297	35	3.342	3.104

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 60,6% series y 39,4% telenovelas (gráfico 2.8).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 solo registra la presencia de series colombianas en Caracol (6 emisiones) y RCN (4 emisiones). Las series con más audiencia son *Pasión de Gavilanes* con un 14,3% y *La venganza de Analía* con un 12,8% (cuadro 2.32).

Cuadro 2.32
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Colombia

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Pasión de gavilanes	Colombia	Caracol	14,3	43,1
2	La venganza de Analía	Colombia	Caracol	12,8	36,2
3	Amar y vivir	Colombia	Caracol	11,9	34,6
4	Pedro el Escamoso	Colombia	Caracol	11,3	40,9
5	Pa quererte	Colombia	RCN	11,3	18,9
6	Enfermeras	Colombia	RCN	10,5	22,6
7	Rafael Orozco, el ídolo	Colombia	Caracol	10,3	36,5
8	El general Naranjo	Colombia	Caracol	9,9	36,8
9	Amor sincero	Colombia	RCN	9,2	24,4
10	3 milagros	Colombia	RCN	8,3	24,0

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 32 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 20 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 12 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.33). Los países de procedencia de los títulos en VOD son: Colombia (7), Estados Unidos (7), España (5) y México (1).

Cuadro 2.33
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Colombia

País	Free TV	VOD
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	8	7
Ecuador	0	0
España	0	5
EE. UU.	0	7
México	4	1
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	12	20

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series y los telefilms, con casi el 100% de los títulos disponibles (cuadro 2.34).

Cuadro 2.34
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Colombia

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	5	5	10
Miniserie	0	0	0
Telefilm	2	7	9
Documental	0	1	1
Total	7	13	20

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el equilibrio entre el peso de la ficción iberoamericana y la nacional. Del conjunto de 32 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, un 53% (17 títulos) proceden de otros países iberoamericanos y el 47% son producciones colombianas (cuadro 2.35).

Cuadro 2.35
Distribución de los títulos de estreno por su origen y sistema de difusión. Año 2020. Colombia

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
Caracol	Free TV	4	3
RCN	Free TV	3	1
Canal 1	Free TV	1	0
Caracol Play	VOD	2	0
Claro	VOD	0	1
HBO	VOD	0	1
Netflix	VOD	5	11
Total		15	17

Los títulos colombianos con mayor disponibilidad en VoD en 2020 en el conjunto de países analizados son: *El robo del siglo* (10 países), *Amar y vivir* (8 países), *La venganza de Analía* (8 países), *Chichipatos* (7 países), *Siempre bruja* (5 países) y *La reina de Indias y el Conquistador* (4 países) (cuadro 2.36).

Cuadro 2.36
Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2020. Colombia

N°	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	El robo del siglo	Colombia	Netflix	AR, BR, CL, CO, ES, PE, PO, UG, VE, US
2	Amar y vivir	Colombia	Netflix	AR, CL, CO, ES, PE, UG, VE, US
3	La venganza de Analía	Colombia	Netflix	AR, CL, CO, ES, PE, UG, VE, US
4	Chichipatos	Colombia	Netflix	CL, CO, ES, PE, UG, VE, US
5	Siempre bruja	Colombia	Netflix	CL, CO, ES, ME, US
6	La reina de Indias y el Conquistador	Colombia	Netflix	CL, ES, UG, US
7	Bolívar	Colombia	Netflix	CL, CO
8	La reina del Flow	Colombia	Netflix	CL, ES
9	El General Naranjo	Colombia	FOX	ES
10	La nocturna 2T	Colombia	Caracol	CO
11	Loco por vos	Colombia	Netflix	CO



ESPAÑA

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel España en 2020 son los operadores privados Antena 3, Telecinco, Cuatro, LaSexta, Divinity, FDF, Nova, Mega, Paramount y los públicos La1 y La2 (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de KantarMedia, los canales con más audiencia son Telecinco (14,6%), Antena 3 (11,8%) y La1 (9,4%). La audiencia conjunta de los canales incluidos en el estudio supera el 60% de la cuota de mercado total.

En 2020, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales españoles de la muestra fue el de la ficción (42,3%) seguido de los programas de entretenimiento (17,8%). El promedio aportado por la ficción en el periodo 2016-2020 el 41,8% (cuadro 2.37).

Cuadro 2.37
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión.
Periodo 2016-2020. España

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Cultural	18,2	18,6	13,3	13,4	13,7	15,4
Informativos	8,9	8,9	9,1	9,1	9,8	9,2
Entretenimiento	10,9	10,6	16,1	17,2	17,8	14,5
Concurso	1,6	1,7	2,0	2,1	2,1	1,9
Deporte	12,1	13,7	14,0	11,6	10,8	12,4
Musical	5,7	4,0	2,9	3,0	2,7	3,7
Ficción	41,4	41,3	41,5	42,7	42,3	41,8
Otros	1,2	1,2	1,1	0,9	0,8	1,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales españoles en 2020 suman 21 títulos de ficción de estreno, 1.564 capítulos emitidos y 1.380 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman 13, los procedentes de México cinco y los brasileños, colombianos y estadounidenses aportan uno cada país. Los capítulos de estreno de la ficción española representan el 73,2% respecto al total de los difundidos y el tiempo de programación casi el 75% (cuadro 2.38).

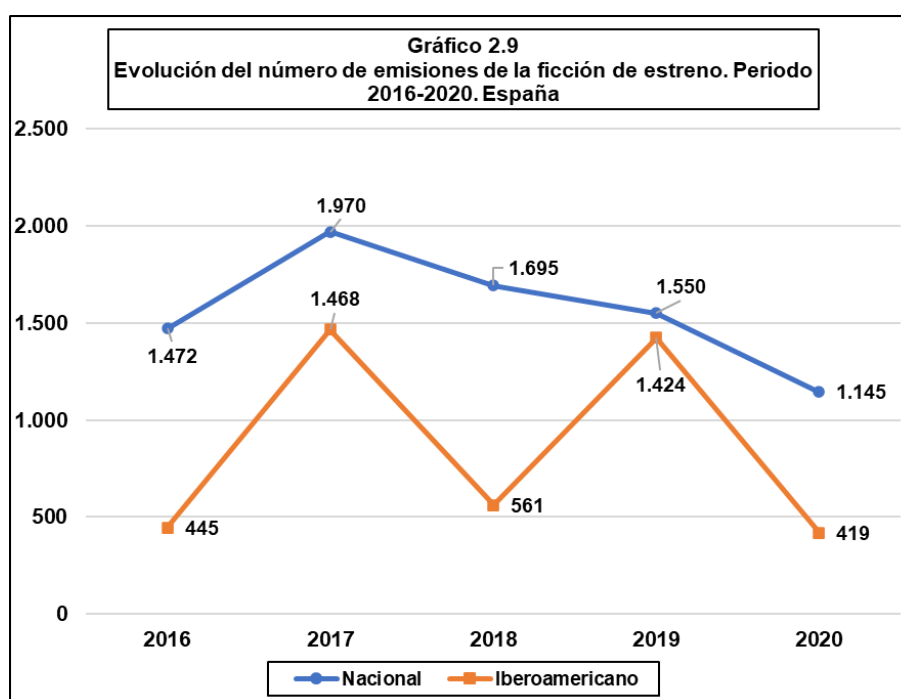
En el ámbito nacional, las reposiciones de ficción autóctona también sumaron 13 títulos (5 en La1, 4 en Divinity, 3 en Telecinco y uno en Cuatro) y en cuanto a los títulos foráneos también hay que señalar importante presencia y éxito de las telenovelas turcas. En el ámbito autonómico, las series españolas de estreno alcanzaron 18 títulos (6 en TVG, 5 en TV3, 4 en ETB1, 2 en IB3 y uno en Aragón TV) y las obras repuestas sumaron 16 (7 en À Punt, 3 en Aragón TV, 3 en CMM, uno en TVC y uno en Telemadrid).

Cuadro 2.38
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2020. España

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	1	31	23

Chile	0	0	0
Colombia	1	42	31
Ecuador	0	0	0
España	13	1.145	1.030
EE. UU.	1	105	79
México	5	241	217
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	21	1.564	1.380

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia descendente desde el año 2017 (1.970 capítulos), hasta el mínimo de 2020 (1.145 capítulos). La ficción iberoamericana de estreno también sigue un patrón diferente porque tiene tres valores mínimos parecidos en 2016 (445 capítulos), 2018 (561 capítulos) y 2020 (419 capítulos) y dos máximos en 2017 (1.468 capítulos) y 2019 (1.424 capítulos). En el caso de España la incidencia de la Covid-19 no tiene una influencia muy significativa sobre la ficción de estreno en el primer año de pandemia (gráfico 2.9).



La ficción nacional de estreno en los canales españoles analizados, en el periodo 2010-2020, representa casi el 75% en capítulos difundidos y el 77% en horas de programación (cuadro 2.39). Respecto a los títulos, de los 471 estrenados en ese periodo, el 84,5% son producciones españolas. Los países iberoamericanos con más peso en este periodo son México (7,4%), Estados Unidos (3,6%) y Argentina (2,1%).

Cuadro 2.39

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. España. Periodo 2010-2020

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	10	2,1	917	4,6	579	3,4
Brasil	4	0,8	228	1,1	271	1,6
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	3	0,6	266	1,3	127	0,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	398	84,5	15.000	74,9	13.132	77,0
EE. UU.	17	3,6	1.144	5,7	879	5,2
México	35	7,4	2.183	10,9	1.810	10,6
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	0,8	180	0,9	105	0,6
Otros	0	0,0	120	0,6	144	0,8
Total	471		20.038		17.047	

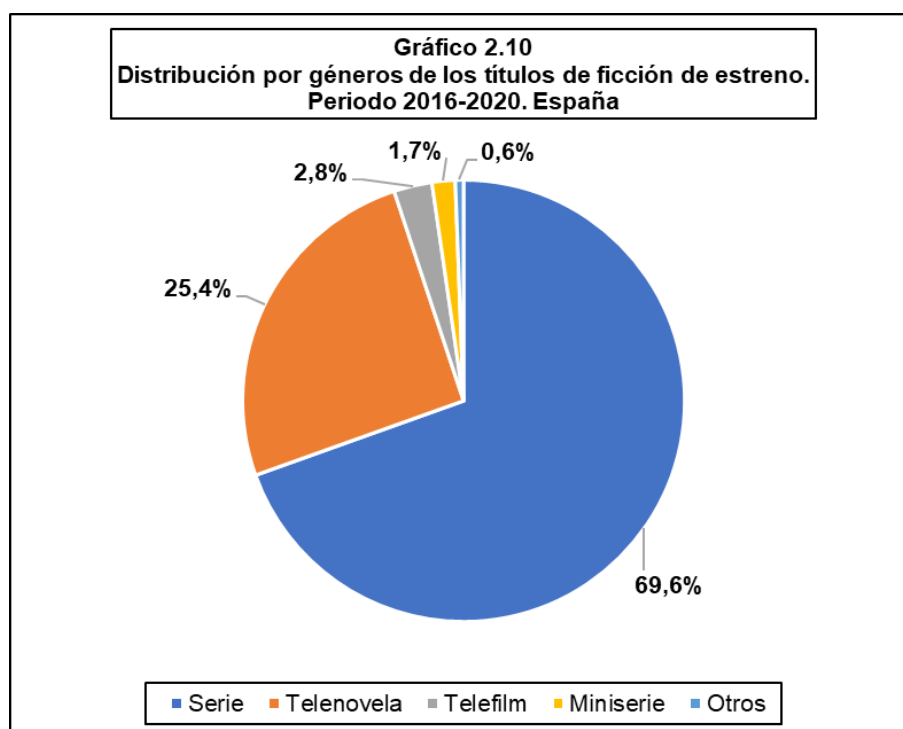
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno refleja el dominio de las series convencionales frente a las telenovelas, pero con diferencias asociadas al origen. En el caso de las producciones autóctonas, el 100% de los títulos son series y en el caso de las obras iberoamericanas el 57,5% de los capítulos estrenados pertenecen a títulos de telenovelas (cuadro 2.40).

Cuadro 2.40

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2020. España

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	5	241	217
Serie	13	1.145	1.030	3	178	133
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	13	1.145	1.030	8	419	350

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 69,6% series convencionales, 25,4% telenovelas y 2,8% telefilms (gráfico 2.10).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 registra la presencia de series españolas de forma exclusiva y su distribución por canales es la siguiente: La1 (6 emisiones), Telecinco (2 emisiones) y Antena 3 (2 emisiones).

Las obras más populares en el top-10 son *El Pueblo* (T5) con un 5,5% de audiencia, *Cuéntame cómo pasó* (La1) con un 4,6%, *Lejos de ti* (T5) con un 3,6% y la serie *HIT* (La1) con un 3,1% de audiencia (cuadro 2.41).

Cuadro 2.41

Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2020. España

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El Pueblo	España	T5	5,5	16,3
2	Cuéntame cómo pasó	España	La1	4,6	14,4
3	Lejos de ti	España, Italia	T5	3,6	11,8
4	HIT	España	La1	3,1	9,1
5	Diarios de la Cuarentena	España	La1	2,8	6,9
6	El Ministerio del Tiempo	España	La1	2,7	8,0
7	Amar es para siempre	España	A3	2,6	10,6
8	Néboa	España	La1	2,6	8,4
9	El secreto de Puente Viejo	España	A3	2,3	9,4
10	Servir y proteger	España	La1	2,1	8,9

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 101 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 80 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 21 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.42). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: España (33), México (13), Colombia (11) y Brasil (11).

Cuadro 2.42*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. España*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	0	3
Brasil	1	11
Chile	0	4
Colombia	1	11
Ecuador	0	0
España	13	33
EE. UU.	1	5
México	5	13
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	21	80

La distribución por géneros de los títulos presentes en plataformas VoD con oferta disponible en España, en 2020, refleja el dominio del formato de las series convencionales con el 87,5% de los títulos totales ofertados (cuadro 2.43).

Cuadro 2.43*Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. España*

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	8	8
Serie	32	38	70
Miniserie	1	1	2
Unitario	0	0	0
Total	33	47	80

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto un mayor peso de la ficción iberoamericana frente a la nacional. Del conjunto de 101 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, casi un 54,5% (55 títulos) proceden de otros países iberoamericanos y el 45,5% son producciones españolas (cuadro 2.44).

Cuadro 2.44*Distribución de los títulos de la Ficción de estreno por sistema de difusión. Año 2020. España*

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
La1	Free TV	9	0
A3	Free TV	2	0
T5	Free TV	2	0
Nova	Free TV	0	5

Divinity	Free TV	0	3
Netflix	VOD	8	37
Movistar	VOD	9	0
Prime	VOD	8	6
HBO	VOD	3	1
Orange	VOD	3	0
Fox	VOD	1	3
TNE	VOD	1	0
Total		46	55

Los títulos españoles con mayor disponibilidad en VoD, en 2020, en el conjunto de países analizados son: *El Cid* (9 países) y *Caronte* (7 países) en Prime; *El desorden que dejas* (9 países), *Los favoritos de Midas* (9 países), *Valeria* (9 países), *Élite* (8 países) y *Las chicas del cable* (8 países) en Netflix y *Dime quien soy* (6 países) en Movistar (cuadro 2.45).

Cuadro 2.45

Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2020. España

Nº	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	El Cid	España	Prime	AR, BR, CL, ES, ME, PO, UG, VE, US
2	El desorden que dejas	España	Netflix	AR, CL, ES, ME, PE, PO, UG, VE, US
3	Los favoritos de Midas	España	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PO, UG, VE, US
4	Valeria	España	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PO, UG, VE, US
5	Élite 2T, 3T	España	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PO, UG, US
6	Las chicas del cable 5T	España	Netflix	AR, BR, CL, ES, PO, ME, UG, US
7	Caronte	España	Prime	AR, CL, ES, ME, PO, VE, US
8	Dime quien soy	España	Movistar	AR, BR, CL, ES, UG, VE
9	Alta mar 3T	España	Netflix	BR, ME, PO, UG, US
10	El sabor de las margaritas	España	Netflix	AR, CL, ES, PO, US
11	La casa de papel 4T	España	Netflix	CL, BR, PO, UG, US
12	La Valla	España	Netflix	CL, ES, PE, UG, VE
13	Patria	España	HBO	ES, ME, PO, UG, ES
14	Perdida	España	Netflix	BR, CL, ES, UG, VE
15	Vis a vis: El oasis	España	Netflix	BR, CL, ES, PE, US
16	Desaparecidos	España	Prime	AR, CL, ES, UG
17	Vivir sin permiso	España	Netflix	AR, CL, ES, PO
18	30 monedas	España	HBO	ES, PO, UG
19	El embarcadero	España	Movistar	AR, PO, UG
20	Pequeñas coincidencias	España	Prime	CL, UG, US



ESTADOS UNIDOS

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Estados Unidos (habla hispana) son Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás y Univision, todos privados (ver cuadro introducción 2.1). Según los datos de Nielsen, los canales con más audiencia sobre el total acumulado por estos cinco canales son Univision (41%) y Telemundo (37,5%).

En 2020, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales americanos incluidos en el estudio es la ficción (42,2%), seguido del entretenimiento (20,3%). El promedio de la ficción en el periodo 2016-2020 se sitúa en el 41,5% (cuadro 2.46).

Cuadro 2.46
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género por los canales de televisión.
Período 2016-2020. EE.UU.

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Informativos	11,9	14,6	16,8	16,8	17,2	15,5
Entretenimiento	16,2	19,1	19,8	21,1	20,3	19,3
Deporte	5,3	5,9	6,8	6,7	4,7	5,9
Educativo	0,1	0,1	0,0	2,5	2,3	1,0
Ficción	43,9	39,4	41,2	40,7	42,2	41,5
Talkshows	11,5	10,4	7,4	8,4	7,8	9,1
Concurso	1,4	2,4	0,5	0,8	2,3	1,5
Otros	9,7	8,1	7,5	3,0	3,2	6,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Los canales estadounidenses en 2020 suman 28 títulos de ficción de estreno, 1.601 capítulos emitidos y 1.611 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman nueve, los procedentes de México 16, los colombianos dos y los brasileños uno. La ficción de estreno estadounidense representa el 22,3% respecto de total de capítulos difundidos y tiempo de programación (cuadro 2.47).

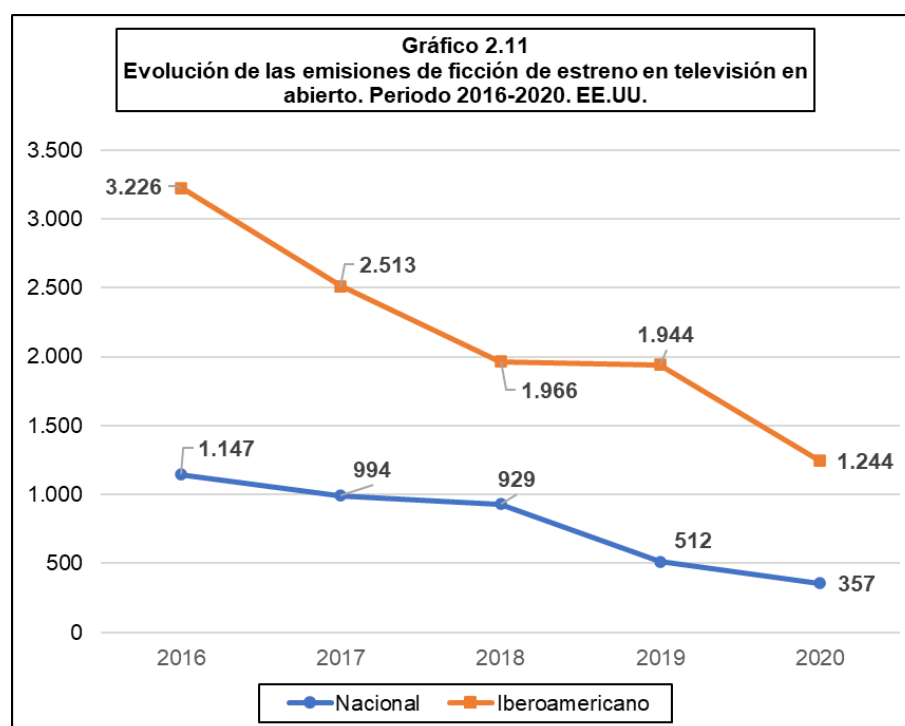
En cuanto a las reposiciones de ficción de otras temporadas, de los 46 títulos programados la mayoría son telenovelas procedentes de México. El resto pertenecen a series estadounidenses y colombianas. Como en otros países iberoamericanos, también tienen su hueco en la programación las telenovelas turcas (*Cenet, Todo por mi hija, Amor eterno, Pájaro soñador y Fatmagul*).

Cuadro 2.47
Ficción de estreno por países de origen. Año 2020. EE.UU.

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	1	77	77
Chile	0	0	0
Colombia	2	154	154
Ecuador	0	0	0

España	0	0	0
EE.UU.	9	357	367
México	16	1.013	1.013
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	28	1.601	1.611

La evolución del número de capítulos de ficción iberoamericana de estreno en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia descendente desde su máximo de 2016 (3.226 capítulos) a su mínimo en 2020 (1.244 capítulos). La ficción nacional sigue el mismo patrón también con un máximo en 2016 (1.147 capítulos) y el mínimo en 2020 (357 capítulos). La reducción más significativa del lanzamiento de nuevas series en televisión en el último año es debido a la Covid-19, pero esta disminución ha sido habitual en los últimos tiempos en Estados Unidos, no en vano desde 2016 a 2020 la reducción de la cantidad de capítulos de ficción de estreno iberoamericano es superior a 1.900 y la de nacionales es de casi 800.



La ficción nacional de estreno en los canales estadounidenses analizados, en el periodo 2010-2020, representa el 25%, tanto en capítulos difundidos como en horas de programación (cuadro 2.48). Respecto a los títulos, de los 576 estrenados en ese periodo, el 31,3% pertenecen a series estadounidenses.

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Estados Unidos fue México con más del 52% del total de emisiones y tiempo de programación. Otros dos países con una cierta representación son Colombia (10%) y Brasil (7%).

Cuadro 2.48

Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2010-2020. EE.UU.

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	37	6,4	2.560	6,9	2.913	7,7
Chile	1	0,2	54	0,1	105	0,3
Colombia	62	10,8	4.025	10,9	4.018	10,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	6	1,0	133	0,4	142	0,4
EE. UU.	180	31,3	9.540	25,8	9.462	25,0
México	271	47,0	19.232	52,1	19.816	52,3
Perú	1	0,2	39	0,1	58	0,2
Portugal	1	0,2	195	0,5	180	0,5
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	15	2,6	1.138	3,1	1.135	3,0
Otros	2	0,3	30	0,1	55	0,1
Total	576		36.946		37.884	

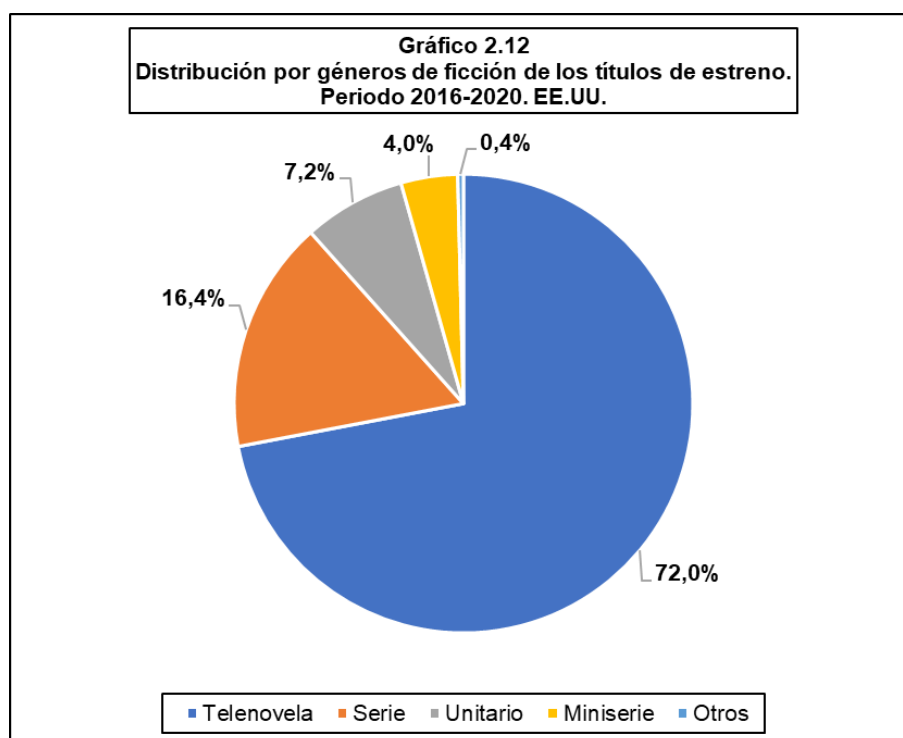
La distribución de la ficción de estreno por géneros televisivos refleja el dominio de las telenovelas frente a las series convencionales. En cuanto a emisiones y tiempo de difusión, las telenovelas estadounidenses superaron el 90% respecto al total y las iberoamericanas el 70% (cuadro 2.49).

Cuadro 2.49

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen y géneros. Año 2020. EE. UU.

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	7	333	343	15	913	913
Serie	2	24	24	4	331	331
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	9	357	367	19	1.244	1.244

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 72% telenovelas, 16,4% series, 7,2% programas unitarios y 4% miniseries (gráfico 2.12).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 en Estados Unidos refleja el éxito de las producciones mexicanas, ya que en el top-10, nueve tienen dicho origen de forma exclusiva y tan solo una es en coproducción. El canal más popular es Univision y la obra con más audiencia es la telenovela mexicana *Te doy la vida* con un 7,5%. El resto de las emisiones que consiguieron superar el 6,5% pertenecen a las también producciones mexicanas *Rubí*, *Como tú no hay nada* y *Ringo* (cuadro 2.50).

Cuadro 2.50

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. EE.UU.

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Te doy la vida	México	Univision	7,5	17,1
2	Rubí	México	Univision	6,8	17,0
3	Como tú no hay nada 2T	México	Univision	6,6	17,4
4	Ringo	México	Univision	6,6	14,1
5	El Dragón	EE. UU., México	Univision	6,2	15,6
6	Vencer el desamor	México	Univision	6,2	15,3
7	La rosa de Guadalupe	México	Univision	5,8	14,2
8	Médicos de la vida	México	Univision	5,7	14,3
9	Imperio de mentiras	México	Univision	5,4	13,4
10	Sin miedo a la verdad	México	Univision	5,2	12,1

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 76 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 48 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 28 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.51). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: España (15), México (12), Brasil (8) y Colombia (6).

Cuadro 2.51*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. EE.UU.*

País	Free TV	VOD
Argentina	0	3
Brasil	1	8
Chile	0	1
Colombia	2	6
Ecuador	0	0
España	0	15
EE. UU.	9	3
México	16	12
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	28	48

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series con más del 95% de los títulos disponibles (cuadro 2.52).

Cuadro 2.52*Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. EE.UU.*

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	1	1
Serie	3	43	46
Miniserie	0	1	1
Unitario	0	0	0
Total	3	45	48

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el mayor peso de la ficción iberoamericana frente a la nacional. Del conjunto de 76 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, un 84% (64 títulos) proceden de otros países iberoamericanos y el 16% son producciones estadounidenses de habla hispana (cuadro 2.53).

Cuadro 2.53*Distribución de los títulos de Ficción de estreno por sistema de difusión. Año 2020. EE.UU.*

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
Telemundo	Free TV	9	2
Azteca	Free TV	0	1
Univision	Free TV	0	15
UniMás	Free TV	0	1
Netflix	VOD	3	33

HBO	VOD	0	4
Prime	VOD	0	8
Total		12	64

Los títulos estadounidenses con mayor disponibilidad en VoD en 2020 en el conjunto de países analizados son: *Selena* (7 países), *Narcos: México* (7 países), *100 días para enamorarnos* (6 países) y *Enemigo íntimo* (3 países). Todos estos títulos estuvieron disponibles en Netflix (cuadro 2.54).

Cuadro 2.54

Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2020. Colombia

Nº	Título	País de origen	Plataforma	País de acceso
1	Selena: La serie	EE. UU., México	Netflix	CL, ES, ME, PE, PO, VE, US
2	Narcos: México	EE. UU., México	Netflix	BR, CL, ES, ME, PE, UG, US
3	100 días para enamorarnos	EE. UU.	Netflix	CL, ES, ME, PE, UG, VE
4	Enemigo íntimo	EE. UU.	Netflix	CL, ES, PE
5	Esta mierda me supera	EE. UU.	Netflix	CL, CO
6	Falsa identidad	EE. UU.	Netflix	CL, ES
7	El Halloween de Hubie	EE. UU.	Netflix	CO
8	Jane the Virgen	EE. UU.	Netflix	BR
9	La vieja guardia	EE. UU.	Netflix	CO
10	Locke & Key	EE. UU.	Netflix	CO
11	Maldita	EE. UU.	Netflix	CO
12	Murder on Middle Beach	EE. UU.	HBO	CO
13	On day at a time	EE. UU.	Netflix	US
14	On my Block	EE. UU.	Netflix	US
15	Proyecto Power	EE. UU.	Netflix	CO



MÉXICO

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel México en 2020 son Televisa (Canal 2, Canal 5, Canal 9 y Foro TV), TV Azteca (Canal 1, Canal 7, ADN40 y A+) e Imagen Television (Canal 3) y los canales públicos Once TV (Canal 11 y Canal 11.1), Conaculta (Canal 22) y Canal 14 (ver cuadro introducción 2.1).

En 2020, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales mexicanos de la muestra fue el de los programas de entretenimiento (30%). La ficción aportó un 12% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2016-2020 el promedio es del 14,8% (cuadro 2.55).

Cuadro 2.55
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género por los canales de televisión.
Periodo 2016-2020. México

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Informativos	15,9	17,0	18,0	17,0	15,0	16,6
Entretenimiento	37,1	36,0	40,0	39,0	30,0	36,4
Educativo	3,4	2,8	1,0	2,0	24,0	6,6
Deporte	18,7	18,0	19,0	15,0	10,0	16,1
Ficción	14,8	15,0	16,0	16,0	12,0	14,8
Otros	10,1	11,2	6,0	11,0	9,0	9,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales mexicanos en 2020 suman 21 títulos de ficción de estreno, 1.813 capítulos emitidos y 1.791 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman 13, los de Brasil y Colombia tres cada país y los procedentes de España y Estados Unidos, uno cada uno. Los capítulos de estreno y horas de programación de la ficción mexicana representan más del 50% del total (cuadro 2.56).

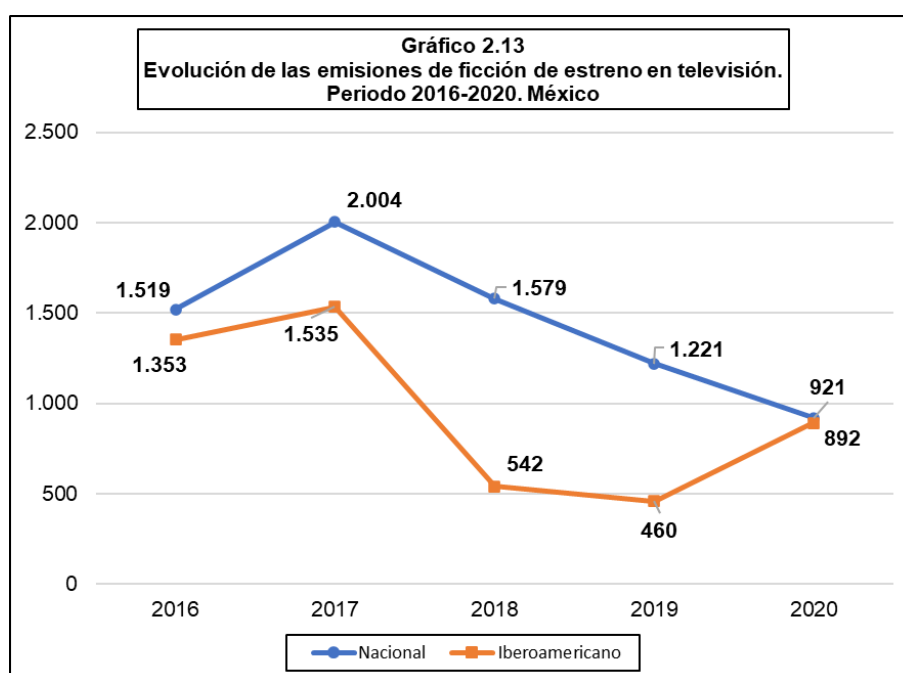
En cuanto a las reposiciones de ficción de otras temporadas, las producciones mexicanas son mayoritarias y como en otros países iberoamericanos también tienen cabida en la programación las telenovelas turcas.

Cuadro 2.56
Ficción de estreno por países de origen. Año 2020. México

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	3	463	460
Chile	0	0	0
Colombia	3	374	371
Ecuador	0	0	0
España	1	11	10
EE.UU.	1	44	44
México	13	921	906
Perú	0	0	0

Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	21	1.813	1.791

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia descendente desde el año 2017 (2.004 capítulos) hasta el año 2020 (921 capítulos). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón más irregular porque su máximo tiene lugar en 2017 (1.535 capítulos) y el mínimo en 2019 (460 capítulos). En el caso de México, la pandemia de la Covid-19 afecta en mayor medida a la producción de series nacionales (gráfico 2.13).



La ficción nacional de estreno en los canales mexicanos analizados, en el periodo 2010-2020, representa más del 60%, tanto en capítulos difundidos como en horas de programación. Respecto a los títulos, de los 396 estrenados en ese periodo, casi el 66% son producciones mexicanas y más del 34% son series de otros países iberoamericanos (cuadro 2.57).

Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales analizados en México fueron Estados Unidos (habla hispana), con un 18,3% del total de capítulos de estreno difundidos entre 2010 y 2020, Colombia con un 8% y Brasil con un 6% del total de capítulos.

Cuadro 2.57

Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen.
Periodo 2010-2020. México

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,5	88	0,3	81	0,3
Brasil	16	4,0	1.887	6,0	1.560	5,9
Chile	4	1,0	274	0,9	253	1,0

Colombia	29	7,3	2.519	8,0	2.245	8,5
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	12	3,0	725	2,3	578	2,2
EE.UU.	60	15,2	5.805	18,3	4.292	16,3
México	261	65,9	19.010	60,0	16.153	61,3
Perú	1	0,3	90	0,3	88	0,3
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	11	2,8	1.147	3,6	990	3,8
Otros	0	0,0	118	0,4	131	0,5
Total	396		31.663		26.371	

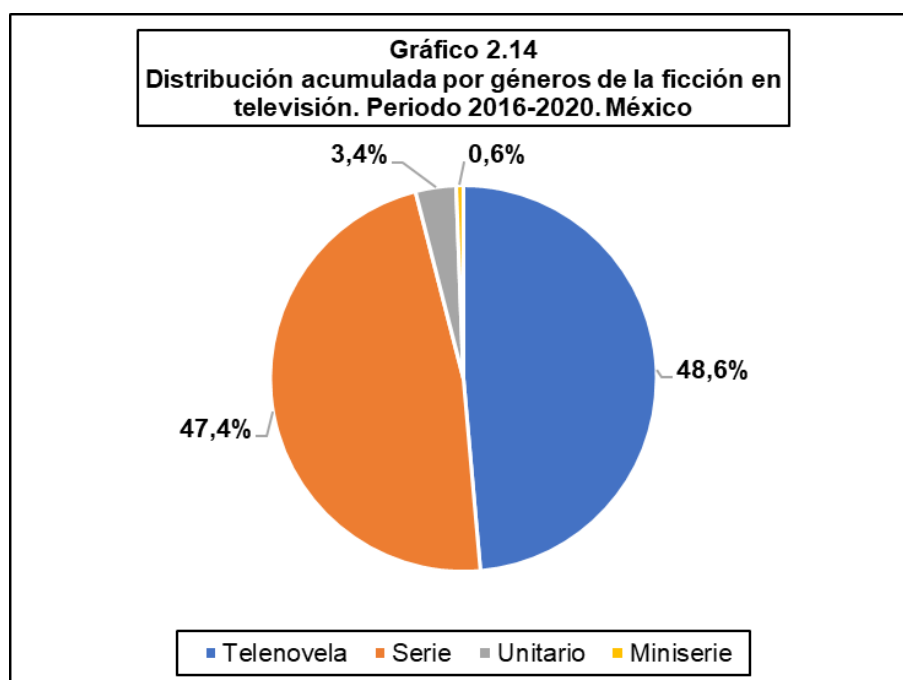
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno refleja el dominio de las telenovelas, pero con diferencias porcentuales en cuanto al origen de las producciones. En el caso de la ficción nacional, casi el 47% de los capítulos pertenecen a telenovelas, el 27,6% pertenecen a series convencionales y el 25,6% a programas unitarios. Y respecto a la ficción iberoamericana, el 73% de los capítulos corresponden a telenovelas y el 27% a capítulos de series convencionales (cuadro 2.58).

Cuadro 2.58

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2020. México

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	5	430	426	4	652	647
Serie	5	255	249	4	240	238
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	3	236	231	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	13	921	906	8	892	885

En el periodo 2010-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno está muy equilibrada entre telenovelas (48,6%) y series (47,4%). Los títulos de programas unitarios también tienen una cierta presencia en las parrillas de programación de los canales de televisión mexicanos con un 3,4% (gráfico 2.14).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 registra la presencia exclusivamente de series mexicanas en el canal 2 de Televisa (cuadro 2.59). Las producciones con más éxito son *Te doy la vida* (18,9%), *Rubí* (17,7%) y *La rosa de Guadalupe* (17,6%).

Cuadro 2.59

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Te doy la vida	México	Canal 2	18,9	29,6
2	Rubí	México	Canal 2	17,7	25,7
3	La rosa de Guadalupe	México	Canal 2	17,6	26,8
4	Vencer el miedo	México	Canal 2	16,5	27,6
5	Como dice el dicho	México	Canal 2	16,2	27,8
6	El Dragón	México	Canal 2	15,4	23,2
7	Vencer el desamor	México	Canal 2	14,1	21,0
8	Quererlo todo	México	Canal 2	13,9	28,1
9	Esta historia me suena	México	Canal 2	13,1	22,2
10	La Mexicana y el Güero	México	Canal 2	12,3	18,9

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 57 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 36 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 21 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.60). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: México (17), España (10), EE.UU. (4) y Brasil (4).

Cuadro 2.60*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. México*

País	Free TV	VOD
Argentina	0	0
Brasil	3	4
Chile	0	0
Colombia	3	1
Ecuador	0	0
España	1	10
EE. UU.	1	4
México	13	17
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	21	36

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series con casi el 100% de los títulos disponibles (cuadro 2.61).

Cuadro 2.61*Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. México*

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	17	18	35
Miniserie	0	1	1
Unitario	0	0	0
Total	17	19	36

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el equilibrio entre el peso de ficción iberoamericana y la nacional. Del conjunto de 57 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, 29 títulos proceden de otros países iberoamericanos y el 28 son producciones mexicanas (cuadro 2.62).

Cuadro 2.62*Distribución de los títulos por sistema de difusión. Año 2020. México*

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
Televisa	Free TV	11	6
TV Azteca	Free TV	0	2
Imagen TV	Free TV	0	1
Canal 22 (Pública)	Free TV	0	1
Netflix	VOD	6	15
Claro	VOD	6	3

Prime	VOD	4	1
Blim	VOD	1	0
Total		28	29

Los títulos mexicanos con mayor disponibilidad en Netflix en 2020 en el conjunto de países analizados son: *Alguien tiene que morir* (10 países), *Control Z* (9 países), *Historia de un crimen: La búsqueda* (9 países), *Oscuro deseo* (9 países), *La casa de las flores* (8 países) y *Narcos: México* (7 países). En Amazon Prime, hay dos títulos muy ofertados: *Como sobrevivir soltero* en 9 países y *De brutas, nada* disponible en 7 países (cuadro 2.63).

Cuadro 2.63

Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. México

Nº	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	Alguien tiene que morir	México	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PE, PO, UG, VE, US
2	Como sobrevivir soltero	México	Prime	AR, BR, CL, ES, ME, PO, UG, VE, US
3	Control Z	México	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PE, UG, VE, US
4	La búsqueda	México	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PE, VE, UG, US
5	Oscuro deseo	México	Netflix	AR, BR, CL, ES, ME, PE, UG, VE, US
6	La casa de las flores	México	Netflix	AR, CL, ES, ME, PE, PO, UG, US
7	De brutas, nada	México	Prime	AR, BR, CL, ES, ME, VE, US
8	Narcos: México	México, US	Netflix	BR, CL, ES, ME, PE, UG, US
9	Desenfrenadas	México	Netflix	AR, CL, ES, ME, PE, VE
10	Diablero 2T	México	Netflix	AR, CL, ES, ME, UG, US
11	El Candidato	México	Prime	AR, CL, ES, ME, VE, US
12	El Dragón	México	Netflix	ES, CL, PE, UG
13	No te puedes esconder	México, Esp	Netflix	CL, ES, PE, UG
14	Pan y Circo	México	Prime	AR, CL, US, ES
15	Ana	México	Prime	BR, ME
16	DesHecho en casa	México	Claro	AR, ME
17	Herederos por accidente	México	Claro	AR, ME
18	Hijos de su madre	México	Claro	CL, UG
19	La Piloto	México	Netflix	CL, UG
20	Manual para galanes	México	Claro	AR, ME
21	Monarca	México	Netflix	CL, ES
22	Orgullo México	México	Claro	AR, ME
23	Promesas de Campaña	México	Claro	AR, ME
24	R	México	Claro	CL, UG
25	Reto Tokio 2020	México	Claro	CO, ME



PERÚ

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Perú en 2020 son Frecuencia Latina (Canal 2), America Television (Canal 4), Panamericana Television (Canal 5), ATV (Canal 9), Global (Canal 13) y el canal público TV Perú (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son America Television (7,1%) y Frecuencia Latina (4,6%) y la audiencia conjunta de los seis canales incluidos en el estudio representa el 20%.

En 2020, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales peruanos de la muestra fue el de la información (36,5%) y la ficción (31,3%). La ficción aportó un promedio del 35,1% del tiempo de emisión en el periodo 2016-2020 (cuadro 2.64).

Cuadro 2.64
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales peruanos

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Informativos	33,0	29,0	30,4	31,2	36,5	32,0
Entretenimiento	22,6	27,0	23,4	23,6	20,4	23,4
Deporte	2,7	3,0	3,6	2,9	1,6	2,8
Ficción	37,3	37,9	36,4	32,8	31,3	35,1
Otros	4,4	3,1	6,2	9,5	10,2	6,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales peruanos en 2020 suman 47 títulos de ficción de estreno, 2.174 capítulos emitidos y 2.144 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman once, los procedentes de México 17, los estadounidenses 9 títulos, los colombianos 5 y los argentinos, chilenos y españoles, uno cada país. Los capítulos de estreno y el tiempo de programación de la ficción peruana representan el 20% respecto al total (cuadro 2.65).

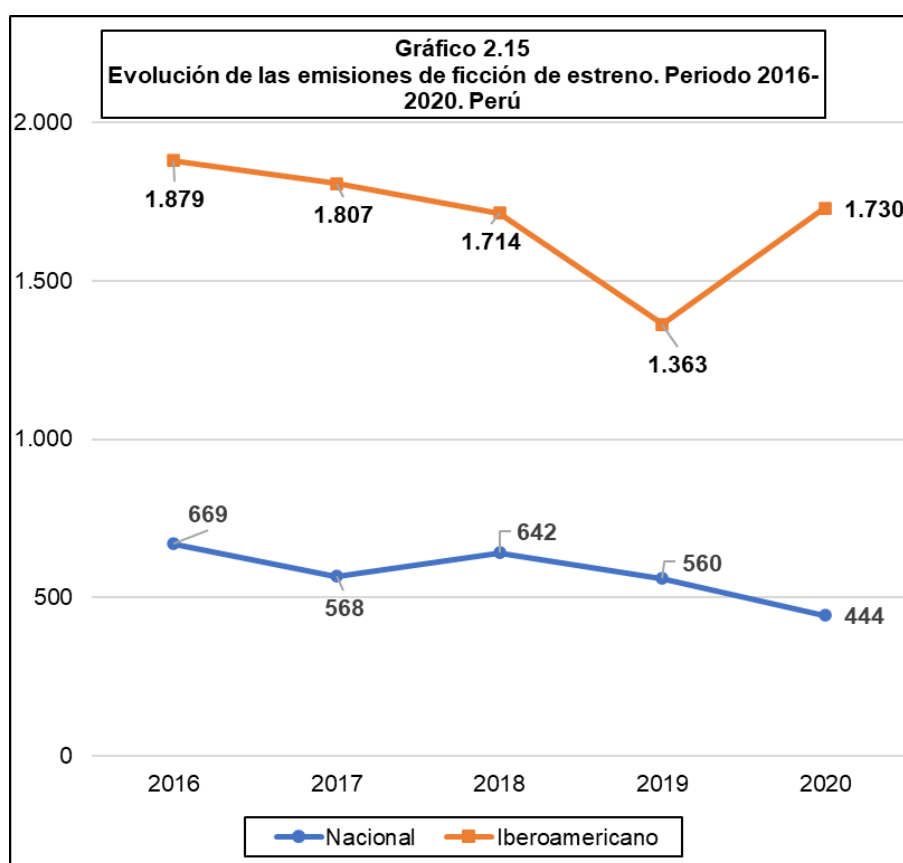
En los canales peruanos se programa una gran variedad de series procedentes de países no iberoamericanos. En este caso también hay que señalar la presencia de telenovelas turcas en la programación de televisión, pero esto no es un fenómeno exclusivo de 2020 porque anteriormente los canales peruanos apostaron por telenovelas asiáticas procedentes de Corea del Sur y europeas originarias de Rumanía.

Cuadro 2.65
Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen.
Año 2020. Perú

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	117	118
Brasil	2	112	112
Chile	1	140	128
Colombia	5	250	287
Ecuador	0	0	0
España	1	2	2

EE. UU.	9	511	515
México	17	598	540
Perú	11	444	442
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	47	2.174	2.144

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el quinquenio 2016-2020 en Perú muestra una tendencia ligeramente descendente en el caso de la ficción nacional, con un máximo de 669 capítulos en 2016 y un mínimo de 444 capítulos en 2020. La ficción iberoamericana de estreno también sigue el mismo patrón con el máximo de 2016 (1.879 capítulos) y un mínimo en 2019 (1.363 capítulos), pero en el primer año del Covid-19 se produce un aumento del volumen de programación hasta 1.730 capítulos (gráfico 2.15).



La ficción nacional de estreno en los canales peruanos analizados, en el periodo 2010-2020, representa en torno al 22%, tanto en capítulos emitidos como en tiempo de programación (cuadro 2.66). Respecto a los títulos, de los 406 estrenados en ese periodo, el 26,6% son producciones peruanas y el 73,4% del total pertenecen a países iberoamericanos.

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Perú fue México con más del 40% del total de emisiones y tiempo. Por otra parte, Estados Unidos superó el 12% en ambos parámetros y Brasil el 11%.

Cuadro 2.66
Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2012-2020. Perú

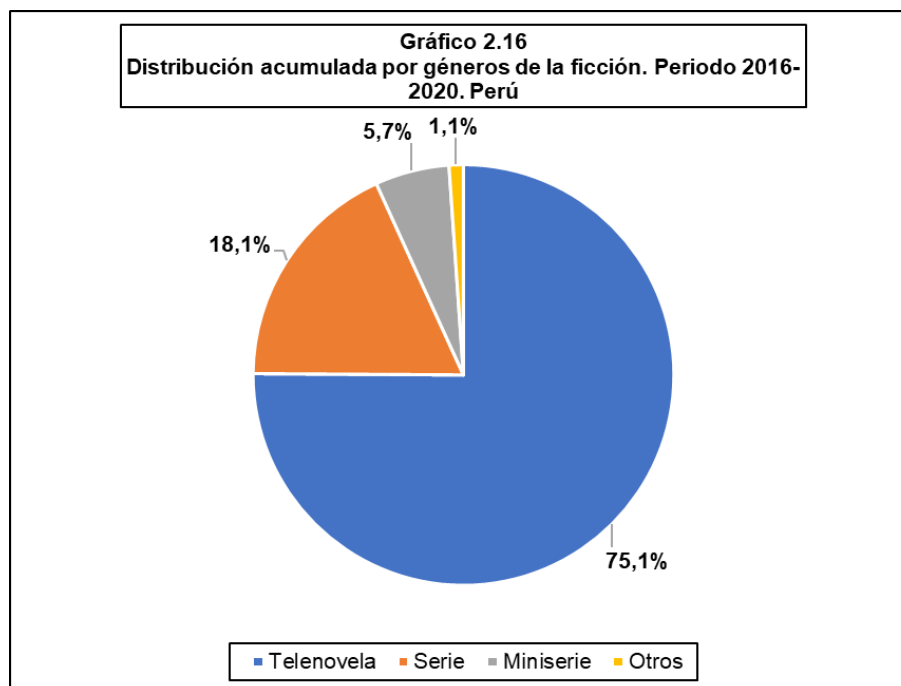
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	8	2,0	292	1,2	286	1,2
Brasil	42	10,3	2.855	11,3	2.726	11,4
Chile	2	0,5	214	0,8	203	0,9
Colombia	39	9,6	1.953	7,8	2.004	8,4
Ecuador	2	0,5	41	0,2	28	0,1
España	3	0,7	46	0,2	36	0,2
EE. UU.	47	11,6	3.025	12,0	3.024	12,7
México	145	35,7	10.764	42,7	9.725	40,8
Perú	108	26,6	5.457	21,7	5.268	22,1
Portugal	1	0,2	22	0,1	18	0,1
Uruguay	2	0,5	19	0,1	14	0,1
Venezuela	2	0,5	206	0,8	172	0,7
Otros	5	1,2	286	1,1	347	1,5
Total	406		25.180		23.851	

La distribución por géneros televisivos de los títulos de estreno en 2020 refleja un evidente dominio de las telenovelas, con el 84,5% del total del volumen de capítulos emitidos, frente a las series convencionales que registran el 15% de número total (cuadro 2.67).

Cuadro 2.67
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Año 2020. Perú

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	7	347	345	27	1.491	1.528
Serie	2	88	88	9	239	174
Miniserie	2	9	9	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	11	444	442	36	1.730	1.702

En el periodo 2010-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 75,1% telenovelas, 18,1% series convencionales y 5,7% miniseries (gráfico 2.16).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 registra la presencia de nueve capítulos de series peruanas y uno mexicano, en América TV. Las obras más populares del top-10 son *Los Vílchez 2* y *Chapa tu combi* con más de un 20% de audiencia y *Dos hermanas* y *De vuelta al barrio* con más de un 19% de audiencia (cuadro 2.68).

Cuadro 2.68

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Perú

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Los Vílchez 2	Perú	América TV	21,4	31,6
2	Chapa tu combi	Perú	América TV	20,3	31,0
3	Dos hermanas	Perú	América TV	19,9	29,3
4	De vuelta al barrio	Perú	América TV	19,0	30,2
5	La rosa de Guadalupe	Perú	América TV	18,6	26,2
6	La rosa de Guadalupe	México	América TV	18,0	29,8
7	Te volveré a encontrar	Perú	América TV	18,0	27,2
8	Princesas	Perú	América TV	17,9	29,7
9	Mi vida sin ti	Perú	América TV	16,1	25,3
10	La otra orilla	Perú	América TV	15,8	24,4

La oferta de programación de estrenos en los canales de televisión es ligeramente más importante que en las plataformas VOD, puesto que, del total de 88 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 47 se programaron en los canales en línea y 41 estuvieron disponibles en las plataformas con el servicio de vídeo bajo demanda. Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son España y México con 11 títulos cada país, Colombia con 6, Brasil con 5 títulos, Perú y EE. UU. de habla hispana con 3, ambos, y Argentina con 2 títulos (cuadro 2.69).

Cuadro 2.69

Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Perú

País	Free TV	VOD
Argentina	1	2
Brasil	2	5
Chile	1	0
Colombia	5	6
Ecuador	0	0
España	1	11
EE. UU.	9	3
México	17	11
Perú	11	3
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	47	41

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series con casi un 88% de los títulos disponibles (cuadro 2.70). Las tres únicas producciones peruanas disponibles en plataformas VoD en Perú son; *Aislados* y *Raúl con Soledad* en Movistar y *Papá en cuarentena* en America TVGO.

Cuadro 2.70

Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Perú

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	2	2
Serie	3	33	36
Miniserie	0	3	3
Unitario	0	0	0
Total	3	38	41



PORTUGAL

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Portugal en 2020 son SIC y TVI y los cinco canales de la Televisión Pública Portuguesa (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Markttest MediaMonitor, los canales con más audiencia son SIC (4,8%), TVI (3,7%) y RTP1 (2,9%) y la audiencia conjunta de los canales incluidos en el estudio representa casi el 24%.

En 2020, los géneros audiovisuales al que más tiempo dedicaron los canales portugueses de la muestra fueron los de entretenimiento (25,8%) e informativos (25,4%). La ficción aportó un 20,8% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2016-2020 el promedio es del 22,7% (cuadro 2.71).

Cuadro 2.71
Porcentaje de tiempo dedicado por los canales de televisión a cada género.
Periodo 2016-2020. Portugal

Género	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Ficción	23,7	24,7	24,4	19,9	20,8	22,7
Información	24,3	21,9	22,5	31,6	25,4	25,1
Entretenimiento	21,7	22,2	21,6	20,5	25,8	22,4
Deportes	4,1	2,3	2,2	5,8	0,9	3,1
Culturales	9,6	10,9	10,2	7,4	9,0	9,4
Publicidad	4,7	5,4	5,9	5,2	6,6	5,6
Otros	11,9	12,6	13,2	9,6	11,5	11,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales portugueses en 2020 suman 23 títulos de ficción de estreno, 1.622 capítulos emitidos y 1.047 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman 19 y los brasileños cuatro. Los capítulos de estreno de la ficción portuguesa y el tiempo de programación representan, aproximadamente, el 76% respecto del volumen total (cuadro 2.72).

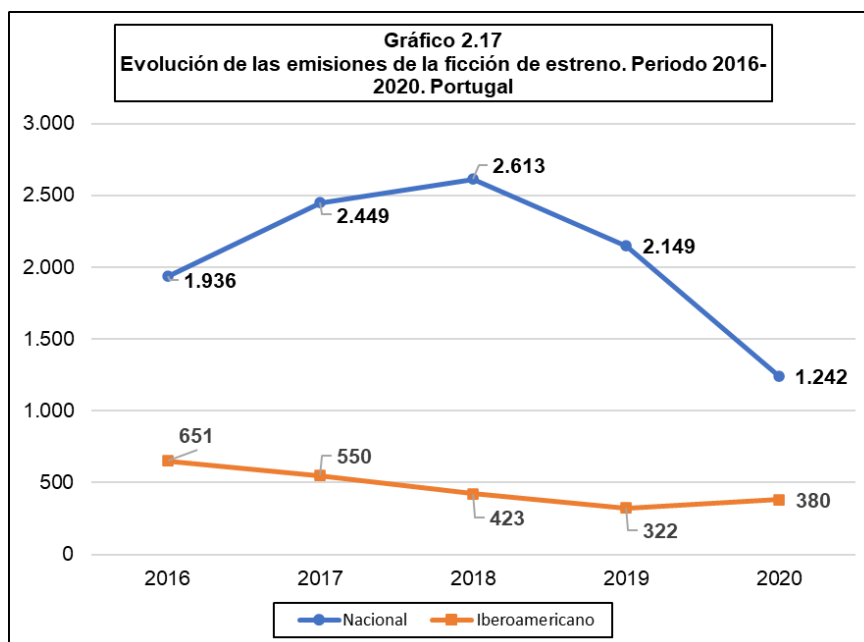
Los títulos repuestos en los canales portugueses superan los 60 y su procedencia se encuentra en la misma línea que los de estrenos, siendo su mayoría de producción nacional, una minoría brasileños y excepcionales los procedentes de otros países iberoamericanos, por ejemplo, México.

Cuadro 2.72
Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen.
Año 2020. Portugal

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	4	380	253
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	1.242	794
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	23	1.622	1.047

La evolución del número de capítulos de ficción nacional en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia descendente desde el año 2018 (2.613 capítulos), intensificándose en 2020 en el que se registra el estreno de 1.242 capítulos. La ficción iberoamericana sigue un mismo patrón que en el caso de los estrenos de ficción nacional pero con una tendencia más uniforme. El máximo tiene lugar en 2016 (651 capítulos) y el mínimo en 2019 (322 capítulos). La Covid-19 en Portugal afecta en mayor medida a la producción nacional, aunque el volumen de ficción iberoamericana en el país luso solo supone un 24% del volumen total.



La ficción nacional de estreno en los canales portugueses analizados, en el periodo 2010-2020, representa el 69,1% en capítulos difundidos y el 64,4% en horas de programación. Respecto a los títulos, de los 346 estrenados, el 71,4% son producciones portuguesas y el 25,4% brasileñas (cuadro 2.73).

Cuadro 2.73

Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Década 2010-2020. Portugal

País	Títulos	%	Capítulos	%	Horas	%
Argentina	5	1,4	444	1,5	374	2,0
Brasil	88	25,4	8.231	28,3	6.201	32,4
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	0,9	48	0,2	19	0,1

EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	1	0,3	59	0,2	43	0,2
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	247	71,4	20.092	69,1	12.319	64,4
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	0,7	145	0,8
Total	346		29.078		19.119	

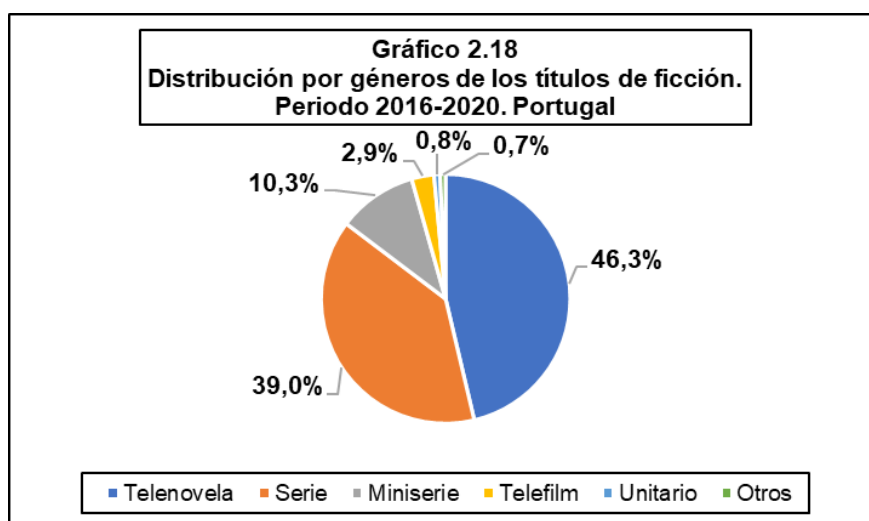
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en Portugal refleja un ligero dominio del formato de las telenovelas, puesto que casi el 43% del número total pertenecen a este género. Por el origen de la ficción el dominio del volumen de programación de las telenovelas es mayor, ya que el 100% de los capítulos iberoamericanos pertenecen a dicho género y el 86,5% a capítulos de producciones portuguesas. Tan solo el 12% de las emisiones de producción lusas corresponden a series convencionales (cuadro 2.74).

Cuadro 2.74

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2020. Portugal

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	6	1.074	709	4	380	253
Serie	8	154	74	0	0	0
Miniserie	3	12	8	0	0	0
Telefilme	1	1	2	0	0	0
Unitario	1	1	1	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	19	1.242	794	4	380	253

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno no es ni mucho menos similar a la reflejada en 2020 ya que el 46,3% pertenecen al género de las telenovelas, el 39% son series convencionales y el 10,3% corresponden a miniseries (gráfico 2.18).



El ranking de audiencia de ficción en Portugal en 2020 registra la presencia de 9 series portuguesas y una brasileña. Los canales de televisión con producciones en el top-10 son SIC (5 emisiones), TVI (4 emisiones) y RTP1 (una emisión).

La emisión más vista pertenece a la telenovela portuguesa *Nazaré* con un 14,6% de audiencia, seguida de *Terra Brava* y de la serie *Patroes fora*, ambas con más de un 12% de audiencia y también portuguesas (cuadro 2.75)

Cuadro 2.75
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2020. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Nazaré	Portugal	SIC	14,6	27,1
2	Terra Brava	Portugal	SIC	12,7	27,6
3	Patroes fora	Portugal	SIC	12,2	22,5
4	Quer o destino	Portugal	TVI	11,5	21,9
5	Bem me quer	Portugal	TVI	11,5	21,9
6	Amar demais	Portugal	TVI	9,2	20,9
7	Eta mundo bom!	Brasil	SIC	8,6	20,4
8	Golpe de sorte 4	Portugal	SIC	7,6	21,3
9	Na corda bamba	Portugal	TVI	7,5	16,2
10	Crónica dos bons malandros	Portugal	RTP1	6,0	10,9

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 59 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 36 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 23 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.76). La distribución de títulos de estreno ofertados en VOD son: España (21), Portugal (5), Brasil (3), México (2), Argentina (2), Chile (1), Colombia (1) y EE.UU. (1).

Cuadro 2.76
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Portugal

País	Free TV	VOD
Argentina	0	2
Brasil	4	3
Chile	0	1
Colombia	0	1
Ecuador	0	0
España	0	21
EE. UU.	0	1
México	0	2
Perú	0	0
Portugal	19	5
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	23	36

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series convencionales, con más del 91% de los títulos disponibles (cuadro 2.77).

Cuadro 2.77
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Portugal

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	5	28	33
Miniserie	0	3	3
Unitario	0	0	0
Total	5	31	36

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión en conjunto pone de manifiesto el mayor peso de la ficción iberoamericana frente a la nacional en Portugal. Del conjunto de 59 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, el 59% (35 títulos) proceden de otros países iberoamericanos y el 41% son producciones portuguesas (cuadro 2.78).

Cuadro 2.78
Distribución de los títulos por sistema de difusión. Año 2020. Portugal

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
RTP1	Free TV	5	0
RTP2	Free TV	2	0
SIC	Free TV	7	4
TVI	Free TV	5	0
Netflix	VOD	0	18
HBO	VOD	0	9
Prime	VOD	0	4
RTP Play	VOD	2	0
Opto	VOD	3	0
Total		24	35

Los títulos portugueses en VoD en 2020 solo estuvieron disponibles en Portugal y en dos plataformas de operadores autóctonos: Opto, propiedad del grupo privado SIC, y RTP Play, propiedad de la Televisión Portuguesa (cuadro 2.79).

Cuadro 2.79
Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Portugal

Nº	Título	País de origen	Plataforma	País de acceso
1	A Generala	Portugal	Opto	PO
2	Dolores	Portugal	RTP Play	PO
3	Esperança	Portugal	Opto	PO
4	Instaverso	Portugal	RTP Play	PO
5	O Clube	Portugal	Opto	PO



URUGUAY

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Uruguay en 2020 son Canal 4, Saeta (Canal 10) y Teledoce (Canal 12) y los públicos, Televisión Nacional de Uruguay y TV Ciudad (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Saeta (5,9%), Teledoce (4,7%) y Canal 4 (4,2%) y la audiencia conjunta de los canales incluidos en el estudio representa el 14,8%.

En 2020, los géneros audiovisuales al que más tiempo dedicaron los canales uruguayos de la muestra fueron los informativos (30,5%) y los de entretenimiento (28,8%). La ficción aportó un 20,4% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2016-2020 el promedio es del 25% (cuadro 2.80).

Cuadro 2.80
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión uruguayos

Géneros	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Ficción	25,9	26,0	27,0	25,8	20,4	25,0
Información	26,9	28,0	31,0	27,2	30,5	28,7
Entretenimiento	32,0	25,0	22,0	22,5	28,8	26,1
Deportivo	3,1	2,0	5,0	2,2	2,0	2,9
Servicio	10,2	19,0	15,0	11,3	7,4	12,6
Otros	1,9	0,0	0,0	11,0	10,9	4,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales argentinos en 2020 suman 16 títulos de ficción de estreno, 978 capítulos emitidos y 539 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los brasileños suman siete, los argentinos tres títulos, los españoles y mexicanos dos cada país y los uruguayos y chilenos un título por cada procedencia. Los capítulos de estreno de la ficción uruguaya representan el 13% respecto al total de los difundidos y el tiempo de programación el 8,7% (cuadro 2.81).

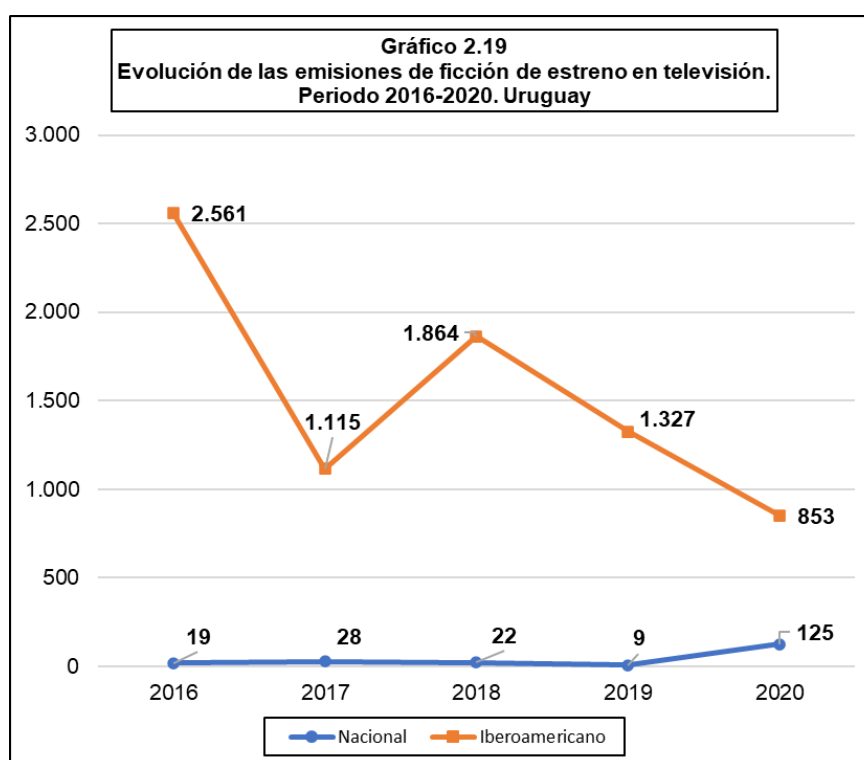
Como sucede en otros países iberoamericanos, entre los títulos de estreno procedentes de otros países, destacan las telenovelas turcas y en el caso de Uruguay también son muy frecuentes las series estadounidenses de habla inglesa. En cuanto a los títulos iberoamericanos repuestos se registran obras autóctonas, argentinas, brasileñas y mexicanas.

Cuadro 2.81
Ficción de estreno en televisión por países de origen.
Año 2020. Uruguay

País	Títulos	Emissiones	Horas
Argentina	3	30	19
Brasil	7	532	364
Chile	1	53	37
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	2	155	17

EE. UU.	0	0	0
México	2	83	55
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	1	125	47
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	16	978	539

La evolución del número de capítulos de ficción iberoamericana en el quinquenio 2016-2020 muestra una tendencia irregular en la primera parte de este periodo, registrando el máximo en 2016 (2.561 capítulos), y también se aprecia una tendencia descendente en los dos últimos años con el mínimo en 2020 (853 capítulos). La ficción nacional, como caso excepcional de los países analizados, obtiene su mayor volumen en 2020, aunque la producción de ficción propia en Uruguay es escasa (gráfico 2.19).



La ficción nacional de estreno en los canales uruguayos analizados, en el periodo 2010-2020, representa solo algo más del 1% del total, tanto en capítulos difundidos como en horas de programación. Respecto a los títulos, de los 379 estrenados en ese periodo, el 5,5% son producciones uruguayas.

La ficción iberoamericana de estreno más abundante en los canales de televisión uruguayos procede de Argentina y Brasil. Con un peso algo menor, también hay que señalar la presencia de las series mexicanas, españolas y colombianas (cuadro 2.82).

Cuadro 2.82
Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen.
Uruguay. Periodo 2010-2020

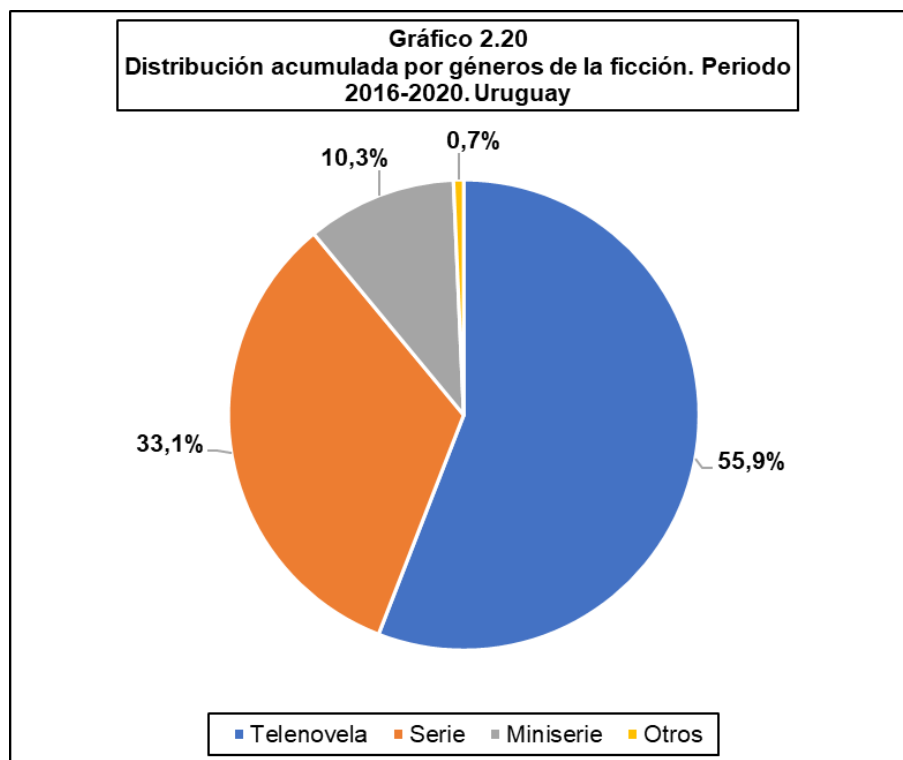
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	89	23,5	5.523	21,6	4.916	22,2
Brasil	80	21,1	5.786	22,6	4.668	21,1
Chile	19	5,0	1.117	4,4	838	3,8
Colombia	28	7,4	1.837	7,2	1.542	7,0
Ecuador	0	0,0	825	3,2	0	0,0
España	50	13,2	3.295	12,9	3.806	17,2
EE. UU.	17	4,5	1.240	4,8	1.132	5,1
México	53	14,0	3.867	15,1	3.557	16,0
Perú	1	0,3	28	0,1	17	0,1
Portugal	1	0,3	179	0,7	200	0,9
Uruguay	21	5,5	437	1,7	240	1,1
Venezuela	5	1,3	427	1,7	417	1,9
Otros	15	4,0	1.042	4,1	833	3,8
Total	379		25.603		22.166	

La distribución de los géneros televisivos por títulos de estreno en 2020 refleja un evidente dominio las telenovelas (11 títulos) frente a las series convencionales (5 títulos). En cuanto a emisiones y tiempo de difusión, el formato de las telenovelas solo tuvo cabida en las producciones iberoamericanas, con el 69% del total de capítulos de estreno y, en cambio, el 31% de los capítulos de series restantes, se repartió entre la única serie uruguaya y los cuatro títulos iberoamericanos (cuadro 2.83).

Cuadro 2.83
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen.
Año 2020. Uruguay

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	11	677	463
Serie	1	125	47	4	176	29
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	1	125	47	15	853	492

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 55,9% telenovelas, 33,1% series convencionales y 10,3% miniseries (gráfico 2.20).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 registra la presencia de series brasileñas (7 emisiones), mexicanas (2 emisiones) y chilena (una emisión). El canal de televisión en el que tuvo más éxito la ficción es Teledoce (cuadro 2.84).

Las obras más populares en el top-10 uruguayo son la telenovela brasileña *Nuevo sol* (8,7%) y la telenovela mexicana *Cuna de lobos* (7,8%). También superaron el 7% de audiencia las telenovelas brasileñas *Suerte de vivir* y *¡Qué buena vida!*

Cuadro 2.84

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Uruguay

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Nuevo sol	Brasil	Teledoce	8,7	13,9
2	Cuna de lobos	México	Teledoce	7,8	12,8
3	Suerte de vivir	Brasil	Teledoce	7,5	15,6
4	¡Qué buena vida!	Brasil	Teledoce	7,1	16,1
5	Huérfanos de su Tierra	Brasil	Teledoce	6,5	11,3
6	Casa de muñecos	Chile	Teledoce	5,9	11,9
7	Partes de mí	Brasil	Teledoce	5,4	11,5
8	Jesús	Brasil	Saeta	5,0	14,9
9	Salve al Rey	Brasil	Teledoce	4,9	11,7
10	Soltero con hijas	México	Teledoce	4,2	10,7

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 74 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 58 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 16 se programaron en los

canales en línea (cuadro 2.85). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: España (27), México (13), Argentina (7) y Colombia (5).

Cuadro 2.85
Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Uruguay

País	Free TV	VOD
Argentina	3	7
Brasil	7	2
Chile	1	1
Colombia	0	5
Ecuador	0	0
España	2	27
EE. UU.	0	1
México	2	13
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	1	2
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	16	58

La distribución por géneros de los títulos en VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series, con más del 90% de los títulos disponibles (cuadro 2.86).

Cuadro 2.86
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Uruguay

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	1	52	53
Miniserie	1	4	5
Unitario	0	0	0
Total	2	56	58

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el abrumador peso de la ficción iberoamericana frente a la nacional. Del conjunto de 74 títulos lanzados en los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020 solo tres producciones son uruguayas (cuadro 2.87).

Las tres series de producción propia estrenadas en 2020 son: C+ en el canal de la Televisión Nacional Uruguaya y *El último youtuber* y *Fehler 78* en la plataforma de vídeo bajo demanda de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UN3TV).

Cuadro 2.87

*Distribución de los títulos por su origen y sistema de difusión.
Año 2020. Uruguay*

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
TNU	TV	1	2
Canal 4	TV	0	2
Saeta	TV	0	1
Teledoce	TV	0	10
UN3TV	VOD	2	0
Prime	VOD	0	6
Claro	VOD	0	2
Flow	VOD	0	5
HBO	VOD	0	3
Movistar	VOD	0	6
Netflix	VOD	0	34
Total		3	71



VENEZUELA

Los canales privados de televisión en abierto de Venezuela incluidos en la muestra de Obitel 2020, son: Canal I, Globovision, La Tele Tuya, Meridiano Television, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevision y Vepaco TV. A estos hay que sumar 13 canales públicos.

El género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales venezolanos es la ficción con un 41,6%, seguido de los programas de entretenimiento con un 21,4%. En el periodo 2014-2020, el promedio de los informativos es del 26,8%, el de los programas de entretenimiento el 22,4% y el promedio de la ficción el 23,4% (cuadro 2.88).

Cuadro 2.88
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión.
Periodo 2014-2020. Venezuela

Géneros	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Ficción	18,4	23,4	*	11,5	*	22,1	41,6	23,4
Información	22,5	40,7	*	47,0	*	13,6	10,0	26,8
Entretenimiento	13,7	14,7	*	24,0	*	38,3	21,4	22,4
Cultural	0,0	0,0	*	0,8	*	8,6	3,5	2,6
Deportivo	13,3	2,7	*	5,2	*	1,3	0,4	4,6
Otros	32,1	18,5	*	11,5	*	16,1	23,1	20,3
Total	100,0	100,0	*	100,0	*	100,0	100,0	

Los canales venezolanos en 2020 suman 12 títulos de ficción de estreno, 843 capítulos emitidos y 668 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, los nacionales suman uno, los procedentes de Colombia siete y los mexicanos tres títulos. Los capítulos de estreno de la ficción iberoamericana y el tiempo de programación representan el 99,5% respecto al volumen total (cuadro 2.89).

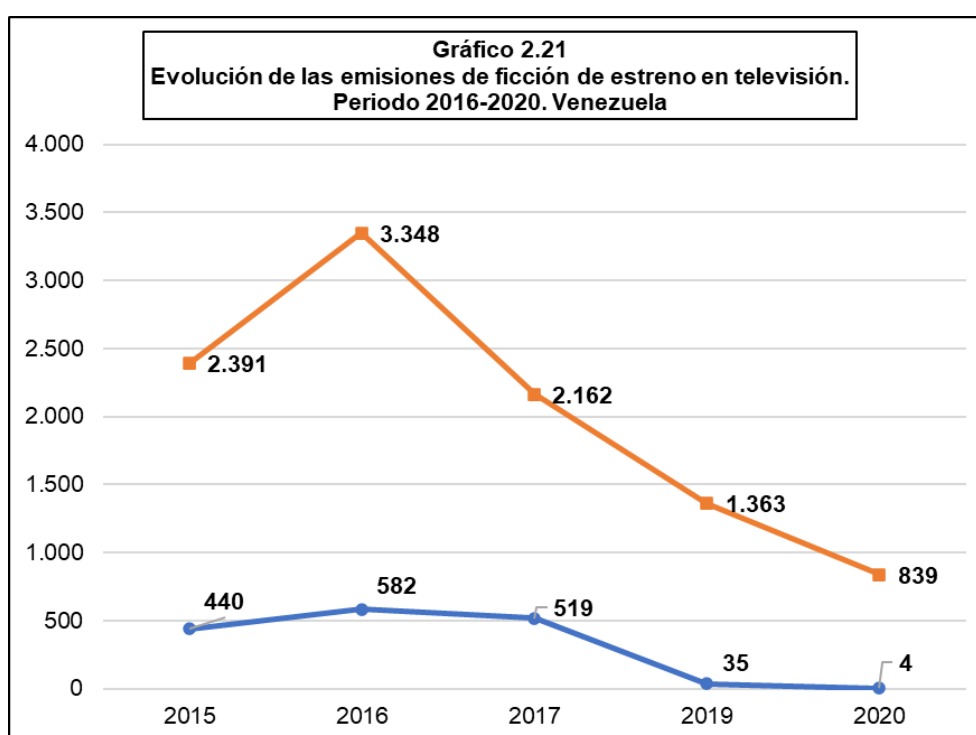
En cuanto a las reposiciones de ficción de otras temporadas, son mayoritarias las telenovelas venezolanas. Entre los más de 30 títulos reprogramados también se encuentran series procedentes de Colombia, México y Estados Unidos (habla hispana). También hay que destacar entre los estrenos no iberoamericanos la presencia en la programación de series turcas, rumanas y griegas.

Cuadro 2.89
Ficción de estreno por países de origen en canales de televisión.
Año 2020. Venezuela

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	46	69
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	7	597	449
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0

México	3	196	147
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	1	4	3
Otros	0	0	0
Total	12	843	668

La evolución del número de capítulos de ficción iberoamericana en el periodo 2015-2020 muestra una tendencia descendente desde el año 2016 (3.348 capítulos) hasta 2020 (839 capítulos). La ficción nacional sigue el mismo patrón con un máximo también en 2016 (582 capítulos) y el mínimo en 2020 de tan solo cuatro emisiones (gráfico 2.21).



La ficción nacional de estreno en los canales argentinos analizados, en el periodo 2010-2020, representa más del 13%, tanto en capítulos difundidos como en horas de programación. Respecto a los títulos, de los 405 estrenados en ese periodo, el 17% son producciones venezolanas y el 83% son producciones iberoamericanas.

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Venezuela fue México con el 30,4% de las emisiones, seguido de Colombia con el 27,6%. Por otra parte, Estados Unidos (habla hispana) aportó casi un 11% del total de capítulos, Brasil un 6% y Argentina casi un 4% (cuadro 2.90).

Cuadro 2.90
Ficción acumulada de estreno por países de origen en canales de televisión.
Periodo 2010-2020. Venezuela

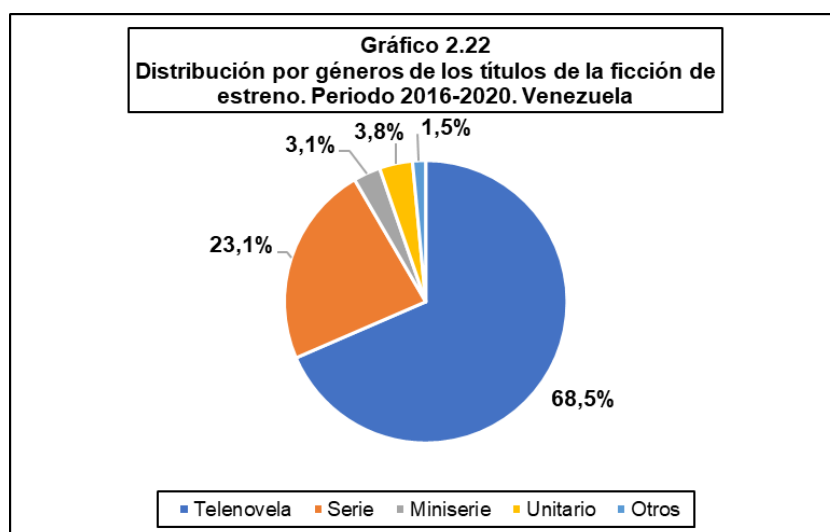
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	16	4,0	1.279	3,7	1.035	3,8
Brasil	22	5,4	2.058	6,0	1.628	5,9
Chile	4	1,0	254	0,7	240	0,9
Colombia	117	28,9	9.418	27,6	7.912	28,9
Ecuador	3	0,7	224	0,7	198	0,7
España	2	0,5	95	0,3	70	0,3
EE. UU.	45	11,1	3.734	10,9	3.119	11,4
México	102	25,2	10.404	30,4	7.828	28,6
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,2	22	0,1	18	0,1
Uruguay	1	0,2	9	0,0	7	0,0
Venezuela	69	17,0	4.639	13,6	3.702	13,5
Otros	23	5,7	2.037	6,0	1.646	6,0
Total	405		34.173		27.403	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno refleja un ligero dominio de las series frente a las telenovelas. Los porcentajes en cuanto al número de capítulos de las primeras es de un 53,5% y del de las segundas de un 46,5% (cuadro 2.91).

Cuadro 2.91
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Año 2020. Venezuela

Género	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Capítulos	Horas	Títulos	Capítulos	Horas
Telenovela	0	0	0	6	392	295
Serie	1	4	3	5	447	370
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Total	1	4	3	11	839	665

En el periodo 2016-2020, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 68,5% telenovelas, 23,1% series convencionales, 3,8% programas unitarios y 3,1% miniseries (gráfico 2.22).



El ranking de audiencia de ficción en 2020 no dispone de los porcentajes de audiencia y cuota de pantalla, pero refleja el éxito de las producciones venezolanas programadas en Venevision y Televen. Las tres series más populares son *Juana La Virgen*, *Guerra de mujeres* y *A todo corazón*. La única serie iberoamericana presente en el top-10 es la producción colombiana *Bolívar* (cuadro 2.92)

Cuadro 2.92

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2020. Venezuela

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Juana La Virgen	Venezuela	Televen	*	*
2	Guerra de mujeres	Venezuela	Venevision	*	*
3	A todo corazón	Venezuela	Venevision	*	*
4	Mis tres hermanas	Venezuela	Televen	*	*
5	La mujer perfecta	Venezuela	Venevision	*	*
6	Bolívar	Colombia	Televen	*	*
7	Mujercitas	Venezuela	Venevision	*	*
8	Chica vampiro	Colombia	Televen	*	*
9	¡Qué clase de amor!	Venezuela	Venevision	*	*
10	Aunque mal paguen	Venezuela	Venevision	*	*

La oferta de programación de estrenos en VOD es cuantitativamente más importante que en los canales de televisión en abierto, puesto que, del total de 48 producciones lanzadas entre ambos sistemas, 36 estuvieron disponibles en las plataformas con este servicio y 12 se programaron en los canales en línea (cuadro 2.93). Los países con una mayor oferta de títulos en VOD son: México (11), España (8), Brasil (6) y Colombia (4).

Cuadro 2.93

Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2020. Venezuela

País	Free TV	VOD
Argentina	1	2
Brasil	0	6

Chile	0	2
Colombia	7	4
Ecuador	0	0
España	0	8
EE.UU.	0	2
México	3	11
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	1	1
Otros	0	0
Total	12	36

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2020 refleja el dominio del formato de las series con más del 90% de los títulos disponibles (cuadro 2.94).

Cuadro 2.94
Distribución de los títulos de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2020. Venezuela

	Nacional	Iberoamericanos	Total
Telenovela	0	0	0
Serie	1	32	33
Miniserie	0	3	3
Unitario	0	0	0
Total	1	35	36

La distribución de los títulos de estreno por sistemas de difusión pone de manifiesto el peso dominante de la ficción iberoamericana frente a la nacional. Del conjunto de 48 títulos lanzados entre los canales de televisión en abierto y en las plataformas VoD en 2020, 46 títulos proceden de otros países iberoamericanos y solo dos son producciones venezolanas (cuadro 2.95).

Las únicas dos series venezolanas estrenadas en 2020 son *Carolay* en el canal Venevision y *Almas en pena* en la plataforma de VoD Prime.

Cuadro 2.95
Distribución de los títulos por su sistema de difusión. Año 2020. Venezuela

Canal	Sistema	Nacional	Iberoamericano
Venevision	Free TV	1	3
Televen	Free TV	0	8
Prime	VOD	1	9
Netflix	VOD	0	23
HBO	VOD	0	3
Total		2	46



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



ARTÍCULO 4

CREA SGR una pieza clave del audiovisual

ARTÍCULO 4

CREA SGR una pieza clave del audiovisual

Rafael Lambea
Director General CREA SGR

CREA SGR es el nombre comercial de la sociedad de garantía recíproca española AUDIOVISUAL FIANZAS SGR.

Las Sociedades de Garantía Recíproca son entidades financieras reguladas y sujetas a la supervisión del Banco de España¹ que se dedican fundamentalmente a la concesión de garantías a sus socios. Estas garantías o avales pueden ser financieros (por ejemplo, para avalar la solicitud de un préstamo a un banco comercial) o técnicos (como los avales de cumplimiento de las obligaciones que exigen las Administraciones Públicas). Asimismo, el sistema de garantías español cuenta con el apoyo del Estado mediante el reaval a las Sociedades de Garantía Recíproca por parte de la Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA). Hay que señalar que CREA SGR es la única de las 18 Sociedades de Garantía Recíproca existentes en España² que tiene ámbito nacional y está especializada en el sector de las industrias culturales y creativas.

1 Las SGR están reguladas de forma exhaustiva, entre otras normas, por la Ley 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, por el Real Decreto 2345/1996, de 8 de noviembre, modificado por el Real Decreto 216/2008 de 15 de febrero, relativo a las normas de autorización administrativa y requisitos de solvencia de las Sociedades de Garantía Recíproca y disposiciones concordantes, Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital de 2 de julio de 2010, Código de Comercio y disposiciones complementarias, el Plan General de Contabilidad, aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, la Orden EHA/1327/2009, de 26 de mayo sobre normas especiales para la elaboración, documentación y presentación de la información contable de las sociedades de garantía recíproca, y la Circular 5/2008, de 31 de octubre, del Banco de España, a las sociedades de garantía recíproca, sobre recursos propios mínimos y otras informaciones de remisión obligatoria. Le es de aplicación la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. Otra normativa genérica es la Circular 4/2004, de 22 de diciembre, a entidades de crédito, modificada por la circular 3/2010, de 29 de junio, sobre normas de información financiera pública y reservada, y modelo de estados financieros; el Real Decreto 216/2008, de 15 de febrero, de recursos propios de las entidades financieras; y la Circular 3/2008, de 22 de mayo, del Banco de España, a entidades de crédito, sobre determinación y control de los recursos propios mínimos.

2 Según los datos de CERSA, desde la creación del sistema en 1988, se han avalado más de 32.000 millones € financiando a más de 175.000 empresas y apoyando 2 millones de empleos. Actualmente se benefician unas 60.000 empresas y se conceden avales por un importe anual de alrededor de 1.300 millones

La sociedad se constituyó en 2005 a iniciativa de EGEDA con la participación del Estado español a través del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), organismo autónomo dependiente del Ministerio de Cultura. Asimismo, contó y cuenta con la participación de otros agentes del sector tanto públicos (como el Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad de Madrid, Cabildo de Canarias) como privados. Los socios partícipes, que son los beneficiarios de los avales de la sociedad, ascienden a diciembre de 2021 a 2.610 personas jurídicas.

Desde su creación, la Sociedad ha avalado operaciones por un importe superior a los 850 millones de euros. Y durante todo este tiempo ha puesto de manifiesto la buena salud financiera del sector, que se demuestra en tanto cuenta con un bajo índice de morosidad (alrededor del 2,5 por ciento).

Gracias al apoyo de sus socios patronos y partícipes, CREA SGR ha ido reforzando su ratio de solvencia, que en 2021 alcanzó el 23%.

Durante la pandemia, CREASGR consiguió, con el fundamental apoyo del Ministerio de Cultura, así como de la Comunidad de Madrid, elevar el número de operaciones de 2019, convirtiéndose en el segundo mejor año de su historia (tras el gran 2018). En 2021 se batió un nuevo récord, al conceder más de 620 avales por un importe de más de 153 millones de euros, frente a los 115 millones de euros del año 2020.

El sector cinematográfico es el principal receptor de avales, con un importe avalado de casi 79 millones de euros, lo que supone un 51,6 % del total. Le sigue la producción para televisión (46,2 millones de euros, que representa un 30,2% del total). El resto de las industrias culturales y creativas (música, artes escénicas...) suponen el 7%, con más de 10,7 millones de euros y a continuación el sector del Deporte, con 9,1 millones de euros avalados (6% del total).

En el año 2021, CREA SGR ha prestado su aval a producciones españolas como:

- *A todo tren. Destino Asturias*, que fue la película española más taquillera del año 2021.
- Y las premiadas por los premios Goya: *El buen patrón* de Fernando León de Aranoa y *Maixabel*, de Iciar Bollain.
- Otros títulos financiados fueron:
 - La familia perfecta* (2021, Arantxa Echevarría)
 - Chavalas* (2021, Carol Rodríguez Colás)
 - Josefina* (2021, Javier Marco)
 - García y García* (2021, Ana Murugarren)
 - Descarrilados* (2021, Fernando García-Ruiz)
 - Las leyes de la frontera* (2021, Daniel Monzón)
 - Bajocero* (2021, Lluís Quilez)
 - La Abuela* (2021, Paco Plaza)
 - Tres* (2021, Juanjo Giménez)
 - La vida era eso* (2020, David Martín de los Santos)
- Y filmes de animación como:
 - Valentina* (2021, Chelo Loureiro)
 - Mironins* (2021, Mikel Mas Bilbao)

En el apartado de televisión aparecen series de ficción como:

- *Ana Tramel. El juego*, de Televisión Española (Salvador García Ruiz, Gracia Querejeta),
- *L'Alqueria Blanca*, de À Punt (Santiago Pumarola, Alberto Fernández, Miguel Conde, Claudia Pinto, Alicia Puig, Jaume Bayarri, Pau Martínez, Nacho Ruipérez).

- *Sin Límites*, de RTVE y Amazon (Simon West),

Y series documentales como:

- *Simeone. Vivir partido a partido*, de Amazon (Jesús Marcos).
- *Palomares*, de Movistar Plus+ (Álvaro Ron), entre otras.

En cuanto al apoyo a la financiación de la producción cinematográfica iberoamericana, hay que señalar que los socios beneficiarios de los avales de CREA SGR son productoras españolas, debido a los requerimientos legales de índole bancario respecto a la dotación de riesgos.

Sin embargo, CREA SGR tiene la intención de buscar las fórmulas de apoyar el cine iberoamericano en la medida de sus posibilidades. En este sentido, ha apoyado la financiación de dos películas, coproducidas por productores españoles, como han sido “Una mujer fantástica” (2007), dirigida por Sebastián Lelio y, recientemente, “Un mundo para Julius” (2021), dirigida por Rossana Diaz Costa.



Rafael Lambea

Director General de CREA SGR.

Titulado en ciencias empresariales por la universidad complutense de Madrid ha realizado toda su trayectoria profesional en el sector de las sociedades de garantía recíproca. Ha trabajado como analista de riesgos en AVALMADRID SGR, Jefe de riesgos de TRANSAVAL SGR hasta 2006 y director adjunto de CREA SGR hasta su nombramiento como Director General, en 2014.

Experto en la financiación de pymes, tiene un amplio conocimiento en emprendimiento, crecimiento de empresas y productos financieros bancarios y no bancarios destinados a las pequeñas y medianas empresas.

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

PANORAMA CINEMATOGRAFICO MUNDIAL

El capítulo del cine iberoamericano más allá de sus fronteras refleja en primer lugar el efecto de la pandemia mundial, provocada por el Covid-19, sobre la actividad cinematográfica en algunos de los territorios más significativos del mundo durante 2020 y 2021.

La reducción media mundial que ha sufrido la asistencia de espectadores a las salas se sitúa en un 71,5% en 2020 y en un 58,4% en 2021, respecto a 2019. Por territorios, Iberoamérica y Estados Unidos tuvieron unas pérdidas de actividad por encima del 80% durante el primer año y del 60% durante el segundo; Europa registró una reducción por debajo de la media mundial en 2020 y con casi 10 puntos de recuperación en 2021. Por último, China fue el territorio que menos actividad cinematográfica perdió con un 68% menos con respecto a la asistencia de espectadores de 2020 y poco más del 20% en 2021 (cuadro 3.1).

Cuadro 3.1

Reducción mundial de la asistencia al cine respecto a 2019 provocada por la pandemia de Coronavirus (%)

Territorio	2020	2021
Mundo	71,5	58,4
Iberoamérica	80,1	67,2
Europa	70,8	61,9
USA	81,2	60,4
China	68,0	20,8

La pandemia ha supuesto una disminución significativa de la asistencia espectadores a las salas de cine debido a las diferentes restricciones de aforo y acceso a los recintos, pero esto no se ha

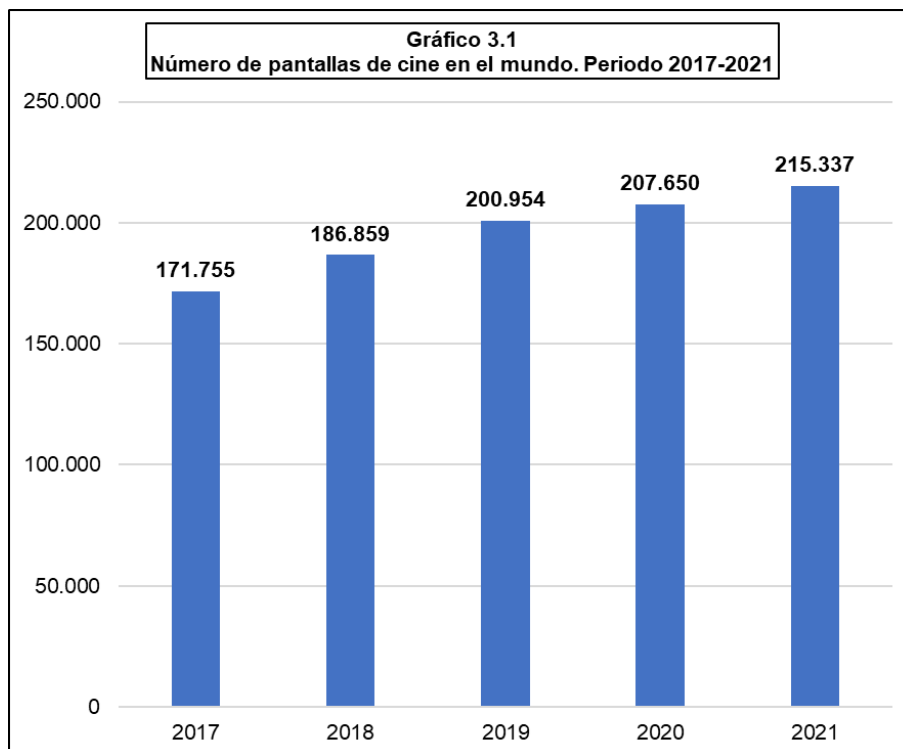
traducido en una reducción de la capacidad exhibidora mundial. En 2019 se sobrepasó la barrera de las 200.000 pantallas de cine en todo el mundo; en 2020 se superaron las 207.000 pantallas y en 2021 el equipamiento volvió a crecer por encima de las 215.000 (gráfico 3.1).

La pérdida sobrevenida de espectadores en los cines se contrapone con los buenos resultados que siguen obteniendo las plataformas de *streaming* en 2021. Según los datos publicados en el estudio anual THEME Report (Motion Picture Association), los suscriptores a los servicios de transmisión ofrecidos por estas plataformas se situaron en 1.300 millones, lo que supone un aumento del 14% respecto a 2020.

El volumen de facturación del mercado digital doméstico aumenta progresivamente desde 2019, ya que en dicho año se alcanzaron los 45.500 millones de dólares, posteriormente, en 2020 la facturación escaló hasta los 62.000 millones y finalmente en 2021 los ingresos del mercado digital doméstico se situaron en 72.000 millones de dólares. En este último año, los ingresos del mercado de la televisión de pago representan el 70% del total, el mercado de las plataformas de *streaming* supone el 22% de los ingresos, la exhibición cinematográfica el 6% y el mercado de las ventas físicas el 2%.

Un último dato que hay que poner en valor es que la facturación global del consumo de obras audiovisuales en 2021 ha igualado el total de 2018 y 2019 (328.000 millones de dólares). La fluctuación más significativa se produce por el trasvase de ingresos del mercado cinematográfico al mercado de las plataformas de *streaming*. Sin duda, la pandemia puede ser uno de los factores con más peso en este hecho, puesto que la televisión de pago mantiene constante sus niveles de ingresos en este periodo y el mercado físico experimenta una ligera reducción.

La evolución de todos estos datos en 2022 va a estar condicionada por el fin de la pandemia, pero a su vez también van a jugar un papel importancia otros problemas de amplio espectro como la crisis energética y de materias primas y las tensiones geopolíticas, cuya primera consecuencia es la inflación galopante, que puede afectar al consumo, en general, y al consumo en el ámbito del audiovisual, en particular.

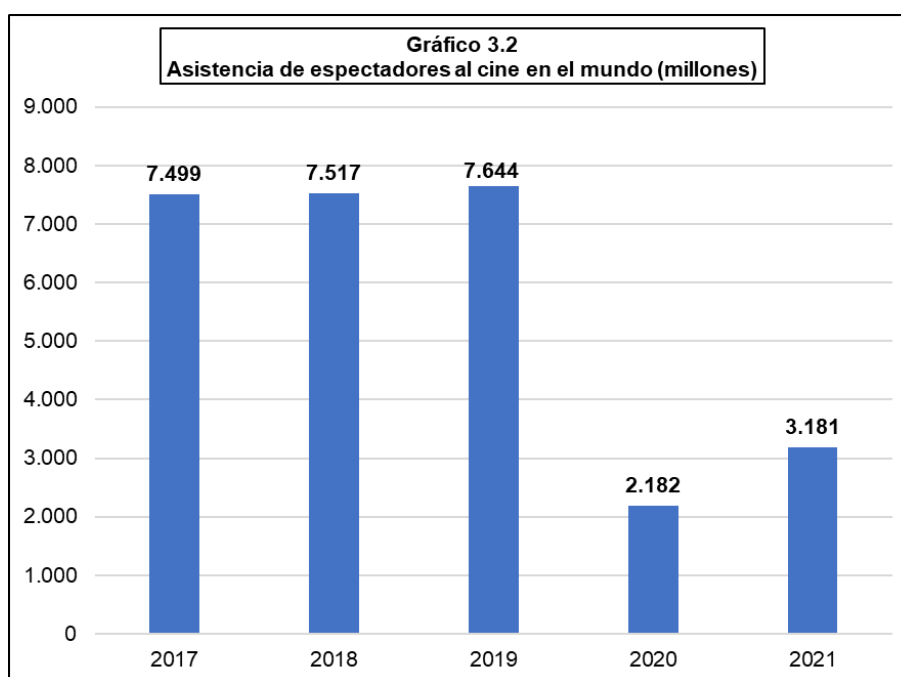


La asistencia a los cines en el mundo en 2021 suma 3.181 millones de espectadores y 21.300 millones de dólares de recaudación. La frecuencia de asistencia se sitúa en 0,5 películas por habitante y año, y el precio medio de la entrada es de 5,5 dólares (cuadro 3.2).

Cuadro 3.2
Panorama cinematográfico mundial

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	7.556	7.672	7.718	7.837	7.953
Pantallas	171.755	186.859	200.954	207.650	215.337
Ingresos cine (millones USD)	40.900	41.800	42.300	11.800	21.300
Espectadores cine (millones)	7.499	7.517	7.644	2.182	3.181
Producciones estrenadas	8.629	9.579	9.926	5.886	7.865
Precio entrada (USD)	5,4	5,5	5,5	5,5	5,5
Asistencia por habitante	1	1	1	0,3	0,5

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2017-2021 muestra una tendencia estable en los tres primeros cuatro años del periodo, con un rango de asistencia comprendido entre 7.499 millones de espectadores y 7.644 millones. En los dos años siguientes, debido a la pandemia mundial por coronavirus apenas se superaron los 2.100 millones de espectadores en 2020, creciendo posteriormente hasta los 3.181 en 2021 (gráfico 3.2).



En 2021, de nuevo, un estreno superó los 1.000 millones de dólares de ingresos y cinco más rebasaron la barrera de los 500 millones y, como en el año anterior, tres películas chinas se incluyeron en el ranking cinematográfico mundial. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 32% de los ingresos cinematográficos totales (6.918 millones de dólares).

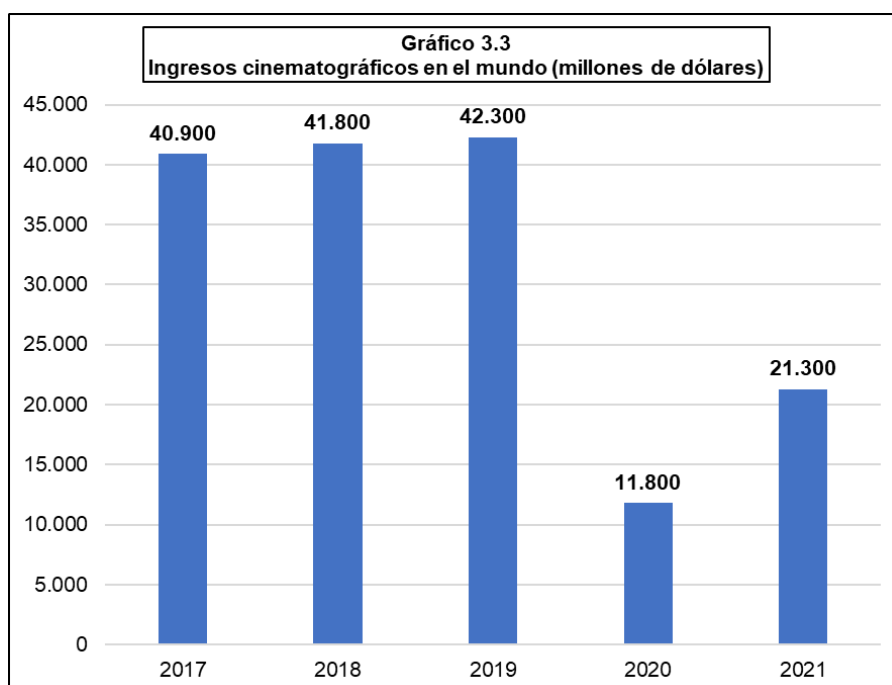
El estreno con más éxito en 2021 es *Spider-man: sin camino a casa* con casi 250 millones de espectadores y más de 1.300 millones de dólares de ingresos. En segundo y tercer lugar del ranking

se situaron dos películas chinas: *La batalla del lago Changjin* (907,3 millones de dólares) y *Hi, Mom* (811,6 millones dólares). Y el resto de los estrenos que superaron los 500 millones de dólares de ingresos son la producción británica *Sin tiempo para morir*, la producción china *Detective Chinatown 3* y la película estadounidense *Fast & Furious 9* (cuadro 3.3)

Cuadro 3.3
Ranking mundial de estrenos cinematográficos (est. 5,5\$). Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	249.657.580	1.373.116.689
2	La batalla en el lago Changjin	China	164.976.096	907.368.529
3	Hi, Mom	China	147.570.308	811.636.692
4	Sin tiempo para morir	UK, USA	130.880.018	719.840.099
5	Detective Chinatown 3	China	123.197.905	677.588.478
6	Fast & Furious 9	USA	121.424.082	667.832.453
7	Venom: Habrá matanza	USA	87.460.793	481.034.361
8	Godzilla vs. Kong	USA	84.613.041	465.371.724
9	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	75.044.966	412.747.314
10	Eternals	USA	72.524.503	402.064.899

La evolución de los ingresos por la venta de entradas en salas de cine en todo el mundo en el periodo 2017-2021 muestra una tendencia estable en los tres primeros años, con un rango de recaudación situado entre 40.900 millones de dólares y 42.300 millones. La pandemia mundial por coronavirus hundió la recaudación en 2020 hasta los 11.800 millones de dólares y se recuperó en parte hasta los 21.300 millones en 2021 (gráfico 3.3).



El top-10 mundial de estrenos cinematográficos iberoamericanos está compuesto por cinco películas españolas, tres mexicanas (una en coproducción con Bolivia), una chilena (en coproducción con Reino Unido) y una peruana (en coproducción con Estados Unidos).

El ranking está liderado por dos producciones con más de 2 millones de espectadores y más de 11 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.4). La primera es el biopic de Lady Di titulado *Spencer* (Pablo Larraín) y la segunda es la producción española *Madres paralelas* (Pedro Almodóvar). Las cinco obras que también forman parte del top-10 y que superaron el millón de espectadores son: *Ainbo* (José Zelada), *Way Down* (Jaume Balagueró), *A todo tren* (Santiago Segura), *Un rescate de huevitos* (Gabriel y Rodolfo Riva-Palacio Alatríste) y *El mesero* (Raúl Martínez).

Cuadro 3.4

Ranking mundial de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spencer	Chile, UK	2.684.477	14.764.621
2	Madres paralelas	España	2.022.533	11.123.933
3	Ainbo	Perú, USA	1.953.926	10.746.593
4	Way Down	España	1.875.102	10.313.060
5	A todo tren	España	1.848.565	10.167.105
6	Un rescate de huevitos	México	1.078.301	3.655.110
7	El mesero	México, Bolivia	1.034.143	3.253.911
8	El buen patrón	España	781.340	4.297.369
9	Annette	México, Francia	764.047	4.202.257
10	Operación Camarón	España	756.999	4.163.495

EL CINE IBEROAMERICANO EN EUROPA

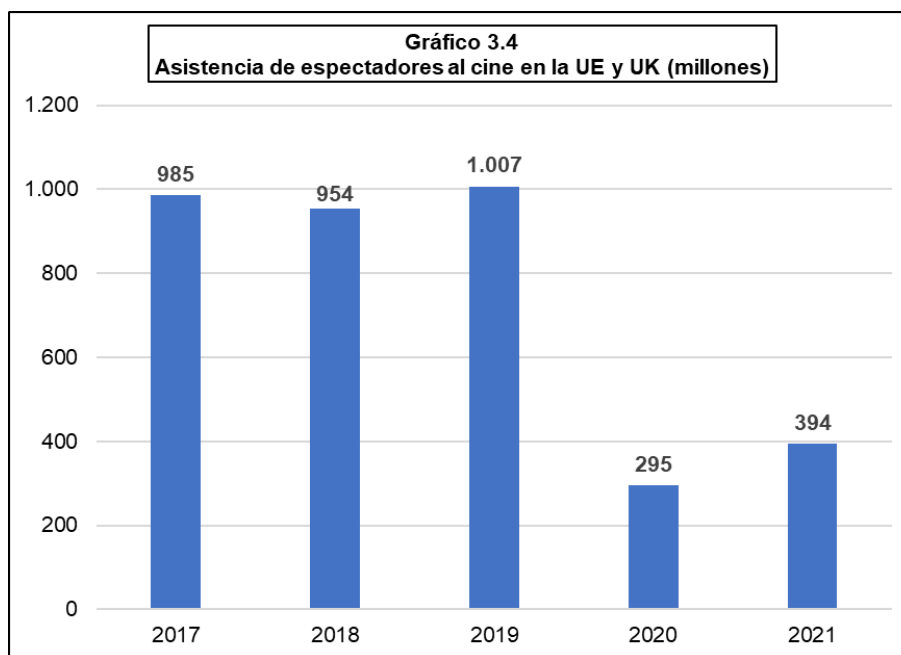
La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido en 2021 suma 394 millones de espectadores y 3.486 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine se estabiliza en torno a las 34.000, la cuota del cine europeo se sitúa casi en el 26,5%, la frecuencia anual de asistencia es casi de una película por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 8,8 dólares (cuadro 3.5).

Cuadro 3.5

Panorama cinematográfico en la Unión Europea y Reino Unido

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	511	512	513	514	515
Pantallas	33.053	33.112	34.541	34.436	34.387
Ingresos cine (millones USD)	7.930	8.030	7.980	2.346	3.486
Espectadores cine (millones)	985	954	1.007	295	394
Cuota cine europeo (%)	27,5	29,4	25,7	26,8	26,5
Producciones (Films+Docs)	1.737	1.807	1.881	1.403	1.836
Precio entrada (USD)	8,1	8,1	7,9	8,0	8,8
Asistencia por habitante	1,9	1,9	1,9	0,6	0,8

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2017-2021 en la Unión Europea y Reino Unido muestra primero una tendencia estable en los tres primeros años, con un rango de espectadores situado entre 950 y 1.000 millones. Después tiene lugar una reducción abrupta en 2020 con tan solo 295 millones de espectadores, provocada por la pandemia mundial de coronavirus, y finalmente se produce una ligera recuperación hasta los 394 millones de espectadores en 2021 (gráfico 3.4).



El ranking europeo está dominado por la película británica (en coproducción con Estados Unidos) *Sin tiempo para morir* con casi 35 millones de espectadores y más de 300 millones de dólares de ingresos. En segundo lugar, *Spider-man: sin camino a casa* obtuvo 26,7 millones de espectadores y 235,5 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.6).

El top-10 europeo está constituido en su totalidad por estrenos estadounidenses (dos en coproducción con Canadá y uno con Reino Unido). La cuota de mercado del ranking europeo supuso el 35% de los ingresos cinematográficos totales en Europa (139,3 millones de dólares). El estreno íntegramente europeo con más taquilla es la producción francesa *Kaamelott* (Alexandre Astier) con 2,7 millones de espectadores.

Cuadro 3.6
Ranking europeo de estrenos cinematográficos (UE y UK). Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	UK, USA	34.354.560	302.320.128
2	Spider-man: sin camino a casa	USA	26.762.890	235.513.432
3	Dune	USA, Canadá	14.345.728	126.242.406
4	Fast & Furious 9	USA	12.134.264	106.781.523
5	Venom: Habrá matanza	USA	10.502.556	92.422.493
6	Viuda Negra	USA	9.106.733	80.139.250
7	Eternals	USA	8.733.957	76.858.822
8	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	8.707.880	76.629.344
9	La Patrulla Canina	USA, Canadá	7.875.277	69.302.438
10	Expediente Warren: Obligado por el demonio	USA	6.856.173	60.334.322

El Panorama Audiovisual 2022 incluye un análisis del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos en 2021 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 70 estrenos, que se corresponden con 36 títulos, suma una asistencia conjunta de 3,9 millones de espectadores y 28 millones de dólares de recaudación. El 52,7% (19 títulos) del total se realizó en régimen de coproducción y, de éstas, un 15,7% (3 títulos) se produjo entre países iberoamericanos (cuadro 3.7).

Cuadro 3.7
Muestra del top-10 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2021

Mercados Analizados	9	Número de títulos de la muestra	36
Nº estrenos de la muestra	70	Número de coproducciones	19
Espectadores top-10	3.955.837	Coproducciones internacionales	16
Ingresos top-10 (\$)	28.075.691	Coproducciones iberoamericanas	3

El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra asciende a 113, siendo Francia (38) e Italia (21) los que estrenaron un mayor número de producciones en 2021. El total de espectadores asciende a 4 millones y la recaudación total casi llega a los 29 millones de dólares (cuadro 3.8).

Los países europeos con un mayor número de consumidores de cine iberoamericano también son Francia (1,4 millones) e Italia (896.601) y sus respectivos ingresos totales en taquilla son 11,1 millones de dólares y 6,6 millones de dólares.

Cuadro 3.8

Datos totales del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2021

Nº	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	72.089	659.496
2	Austria	8	22.095	208.805
3	Francia	38	1.459.513	11.144.433
4	Italia	21	896.601	6.698.476
5	Países Bajos	4	190.055	1.957.567
6	Polonia	1	55.811	262.312
7	Reino Unido	11	610.088	5.490.788
8	Rusia	13	677.409	2.268.624
9	Turquía	7	84.511	201.013
	Total	113	4.068.172	28.891.512

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de cada uno de los nueve mercados también tuvo lugar en Francia con 1,3 millones de espectadores y 10,5 millones de dólares (cuadro 3.9).

Cuadro 3.9

Datos del top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2021

Nº	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	72.089	659.496
2	Austria	8	22.095	208.805
3	Francia	10	1.378.183	10.523.419
4	Italia	10	875.471	6.554.972
5	Países Bajos	4	190.055	1.957.567
6	Polonia	1	55.811	262.312
7	Reino Unido	10	609.827	5.488.439
8	Rusia	10	667.795	2.219.669
9	Turquía	7	84.511	201.013
	Total	70	3.955.837	28.075.691

La evolución de la muestra del estudio del top-10 iberoamericano en mercados europeos en el periodo 2017-2021 refleja que, en los tres primeros años el número de estrenos se situó en torno a 80; en 2020 esta cifra bajó a 60 y en 2021 se situó en un término intermedio en torno a 70 estrenos. El número de títulos de la muestra que corresponde a estos estrenos, no obstante, se mantuvo muy constante en los cinco años analizados, en un rango situado entre 36 y 43 películas (cuadro 3.10).

Los años con una mayor venta de entadas del top-10 iberoamericano en mercados europeos fueron 2018 y 2019, con 7,1 y 5,5 millones, respectivamente. En dichos años también se alcanzaron los mayores ingresos con más de 50 y 40 millones de euros. En cuanto al régimen de coproducción, la cifra más alta de títulos producidos entre dos o más países se registró en 2019 con 27 y el mayor porcentaje de coproducciones realizadas entre países iberoamericanos se produjo en 2017 con un 32% sobre el total.

Cuadro 3.10

Evolución de la muestra del top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Mercados Analizados	9	8	9	8	9
N.º de estrenos de la muestra	83	80	83	60	70
Espectadores top-10	4.530.261	7.128.922	5.581.999	1.596.786	3.955.837
Ingresos top-10 (\$)	28.733.942	50.923.542	40.796.170	9.352.464	28.075.691
Número de títulos de la muestra	43	36	42	41	36
Número de coproducciones	25	25	27	21	19
Coproducciones internacionales	17	20	21	14	17
Coproducciones iberoamericanas	8	5	6	6	2

Los estrenos iberoamericanos que mayor rendimiento tuvieron en las taquillas de los cines europeos fueron *Madres paralelas* con casi 550.000 espectadores en Francia y con más de 360.000 en Italia; la coproducción anglo-chilena *Spencer* con más de 433.000 espectadores en Reino Unido y la película de animación peruana *Ainbo* con casi 314.000 en Rusia y 292.144 espectadores en Francia. También obtuvieron unos resultados significativos la coproducción franco-mexicana *Anette*, con casi 300.000 entradas vendidas en Francia y la coproducción hispano-italiana *Aquí me río yo* con 240.000 espectadores en Italia (cuadro 3.11).

El top-16 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos incluye aquellas películas que sumaron más de 50.000 espectadores en cines. Por mercados de estreno, Francia suma cinco, Rusia cuatro e Italia tres estrenos. Por países de origen España suma siete estrenos y Chile y Perú tres cada uno. En este *ranking* cuantitativo, los títulos con más presencia son *Ainbo* (tres mercados), *Spencer* (tres mercados) y *Madres paralelas* (dos mercados).

Cuadro 3.11

Ranking de estrenos de cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	País estreno
1	Madres paralelas	España	547.888	4.183.519	Francia
2	Spencer	Chile, UK, USA	433.747	3.903.722	R. Unido
3	Madres paralelas	España	361.670	2.776.724	Italia
4	Ainbo	Perú, USA	313.485	846.269	Rusia
5	Annette	México, Francia	299.819	2.289.334	Francia
6	Ainbo	Perú, USA	292.144	2.230.730	Francia
7	Aquí me río yo	España, Italia	240.931	1.809.901	Italia
8	Ainbo	Perú, USA	122.500	1.261.747	P. Bajos
9	Rifkin's Festival	España, Italia, USA	105.211	764.078	Italia
10	Way Down	España	92.982	377.062	Rusia
11	La funeraria	Argentina	75.307	251.820	Rusia
12	D'Artacan y los tres mosqueperros	España	73.305	659.746	R. Unido
13	Spencer	Chile, UK, USA	64.483	223.855	Rusia
14	El hada de las estaciones	Francia	64.060	489.144	Francia
15	Spencer	Chile, UK, USA	55.811	262.312	Polonia
16	Akelarre	España, Argentina	53.917	411.695	Francia

Por títulos, el top-5 está formado por: *Madres paralelas* (909.558 espectadores), *Ainbo* (834.658 espectadores), *Spencer* (645.454 espectadores), *Anette* (418.800 espectadores) y *Aquí me río yo* (240.931

espectadores). Y las producciones con más presencia en Europa son: *Anette* (8 mercados), *Ainbo* (7 mercados), *Spenser* (5 mercados) y *Nuevo Orden* (5 mercados). Hay que destacar las diferencias de exhibición entre *Madres paralelas* y *Ainbo* puesto que la primera obtiene el éxito solo en dos mercados (Francia e Italia) y la segunda en siete mercados (cuadro 3.12).

El rendimiento de las coproducciones realizadas entre países iberoamericanos es el siguiente: *Akelarre* (España, Argentina) 53.917 espectadores; *Memoria* (Colombia, México) 32.554 espectadores y *La gallina Turuleca* (España, Argentina) 21.579 espectadores.

Cuadro 3.12
Títulos cinematográficos iberoamericanos presentes en el top-10 de mercados europeos. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Madres paralelas	España	909.558	6.960.244	2
2	Ainbo	Perú, USA	834.658	5.205.114	7
3	Spencer	Chile, UK, USA	645.454	4.961.444	5
4	Annette	México, Francia	418.800	3.171.496	8
5	Aquí me río yo	España, Italia	240.931	1.809.901	1
6	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	132.893	985.346	3
7	Way Down	España	109.986	552.205	2
8	Rifkin's Festival	España, Italia, USA	108.717	773.150	2
9	La funeraria	Argentina	75.307	251.820	1
10	El hada de las estaciones	Francia	64.060	489.144	1
11	Akelarre	España, Argentina	53.917	411.695	1
12	La boda de Rosa	España	53.264	436.571	3
13	Malasaña 32	España	44.881	389.487	3
14	El buen patrón	España	41.774	314.812	1
15	Memoria	Colombia, México	32.554	248.573	1
16	Sentimental	España	29.604	198.656	2
17	Juega Conmigo	México	23.371	90.323	1
18	La voz humana (2020)	España	22.151	149.525	3
19	La gallina Turuleca	España, Argentina	21.579	46.341	1
20	Josep	España, Francia	18.457	140.932	1
21	El juego de las cien velas	Argentina, N. Zelanda	17.264	59.283	2
22	El olvido que seremos	Colombia	16.962	129.517	1
23	Nuevo Orden	México, Francia	12.820	85.069	5
24	Atlantide	Italia, Francia, Portugal	9.023	64.779	1
25	Azor	Argentina, Francia	6.062	54.559	1
26	Frankie	Portugal, Francia	5.139	46.250	1
27	A vida Invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	2.966	26.693	1
28	Al 3er día	Argentina	1.501	2.875	1
29	Ema	Chile	810	7.806	1
30	A febre	Brasil, Alemania, Francia	645	5.802	1
31	A perfect enemy	España, Alemania, Francia	288	2.642	1
32	Maternal	Argentina, Italia	151	1.300	1
33	Patrick	Portugal, Alemania	140	1.067	1
34	Lobster soup	España	61	604	1
35	Vitalina Varela	Portugal	52	469	1
36	Los reyes	Chile	37	194	1
			3.955.837	28.075.691	

Por país iberoamericano de origen (cuadro 3.13), España es el que más estrenos situó en los top-10 de mercados europeos con 16 títulos (1,8 millones de espectadores), seguido de Argentina con cinco (100.285 espectadores) y Portugal con cuatro títulos (14.354 espectadores).

En cuanto al resto de países, ordenados por espectadores acumulados, se encuentran: Perú un título (834.658 espectadores), Chile tres títulos (646.301), México tres títulos (454.991), Colombia dos títulos (49.516) y Brasil dos títulos (3.611).

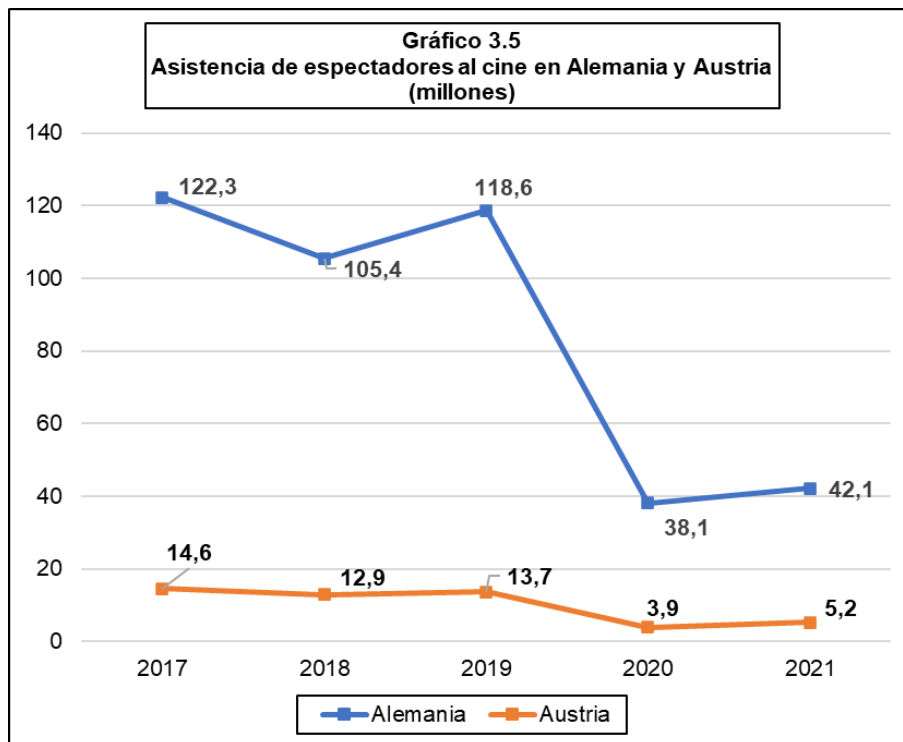
Cuadro 3.13

Títulos cinematográficos iberoamericanos presentes en el top-10 de mercados europeos por el país iberoamericano de origen. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Mercados
1	La funeraria	Argentina	75.307	1
2	El juego de las cien velas	Argentina	17.264	2
3	Azor	Argentina	6.062	1
4	Al 3er día	Argentina	1.501	1
5	Maternal	Argentina	151	1
6	A vida Invisível de Eurídice Gusmão	Brasil	2.966	1
7	A febre	Brasil	645	1
8	Spencer	Chile	645.454	5
9	Ema	Chile	810	1
10	Los reyes	Chile	37	1
11	Memoria	Colombia, México	32.554	1
12	El olvido que seremos	Colombia	16.962	1
13	Madres paralelas	España	909.558	2
14	Aquí me río yo	España	240.931	1
15	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	132.893	3
16	Way Down	España	109.986	2
17	Rifkin's Festival	España	108.717	2
18	El hada de las estaciones	España	64.060	1
19	Akelarre	España, Argentina	53.917	1
20	La boda de Rosa	España	53.264	3
21	Malasaña 32	España	44.881	3
22	El buen patrón	España	41.774	1
23	Sentimental	España	29.604	2
24	La voz humana (2020)	España	22.151	3
25	La gallina Turuleca	España, Argentina	21.579	1
26	Josep	España	18.457	1
27	A perfect enemy	España	288	1
28	Lobster soup	España	61	1
29	Annette	México	418.800	8
30	Juega Conmigo	México	23.371	1
31	Nuevo Orden	México	12.820	5
32	Ainbo	Perú	834.658	7
33	Atlantide	Portugal	9.023	1
34	Frankie	Portugal	5.139	1
35	Patrick	Portugal	140	1
36	Vitalina Varela	Portugal	52	1
			3.955.837	

Una vez analizados los datos globales, el estudio prosigue con el rendimiento de los estrenos iberoamericanos por su origen en los diferentes mercados europeos. La evolución de la venta de entradas en los cines alemanes, en el periodo 2017-2021, refleja una tendencia más o menos estable en los tres primeros años de dicho quinquenio, situándose en un rango comprendido entre 105,4 millones de espectadores (2018) y 122,3 (2017), y posteriormente tiene lugar un descenso debido a la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 38,1 millones en 2020 y 42,1 en 2021 (gráfico 3.5).

La evolución en Austria muestra una evolución de la asistencia de espectadores todavía más estable que en el caso de Alemania en el periodo 2017-2021. En los tres primeros años, la evolución de la venta de entradas se sitúa entre 12,9 millones (2018) y 14,6 (2017), y tras este trienio tiene lugar un descenso en 2020 debido a la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 3,9 millones en 2020 y 5,2 millones en 2021.



El ranking de estrenos iberoamericanos en Alemania en 2021 está liderado por la producción española *La boda de Rosa* (Iciar Bollain) con más de 32.000 espectadores, seguida de la producción peruana *Ainbo* (José Zelada) con 21.377 y la coproducción franco-mexicana *Annette* (Leos Carax) con más de 9.200 espectadores (cuadro 3.14).

El top-10 está conformado por cuatro estrenos españoles, dos producciones mexicanas, una obra argentina, un estreno chileno, una obra peruana y una portuguesa (cuadro 3.14).

Cuadro 3.14

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2021. Alemania

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La boda de Rosa	España	32.423	306.605
2	Ainbo	Perú, USA	21.377	171.068
3	Annette	México, Francia	9.296	92.773
4	Malasaña 32	España	5.700	59.626
5	Nuevo Orden	México, Francia	2.616	23.616
6	A perfect enemy	España, Alemania, Francia	288	2.642
7	Maternal	Argentina, Italia	151	1.300
8	Patrick	Alemania, Portugal	140	1.067
9	Lobster soup	España	61	604
10	Los reyes	Chile	37	194

El ranking de estrenos iberoamericanos en Austria en 2021 está liderado por la producción peruana *Ainbo* con casi 9.000 espectadores, seguida de la obra española *Malasaña 32* (Albert Pintó) con más de 5.700 espectadores. Este ranking solo cuenta con otras seis películas iberoamericanas más, entre las que se encuentran dos españolas, dos mexicanas, una chilena y una portuguesa (cuadro 3.15).

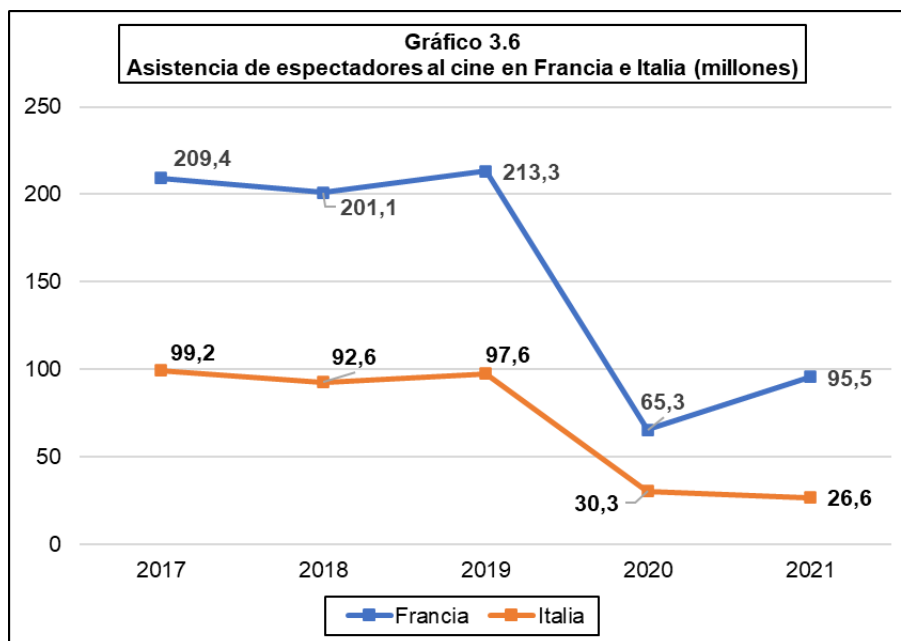
Cuadro 3.15

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2021. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo	Perú, USA	8.927	76.581
2	Malasaña 32	España	5.735	59.419
3	Annette	México, Francia	2.580	26.668
4	La boda de Rosa	España	2.240	20.762
5	Nuevo Orden	México, Francia	1.299	12.515
6	Ema	Chile	810	7.806
7	La voz humana (2020)	España	452	4.585
8	Vitalina Varela	Portugal	52	469

La evolución de la venta de entradas en los cines franceses, en el periodo 2017-2021, refleja una tendencia más o menos estable en los tres primeros años de dicho quinquenio, con un rango comprendido entre 213,3 millones de espectadores (2019) y 201,1 (2018). Posteriormente tiene lugar el descenso debido a la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 65,3 millones en 2020 y 95,5 en 2021 (gráfico 3.6).

La evolución de la venta de entradas en los cines italianos en el periodo 2017-2021 repite la misma tendencia que en los anteriores países analizados. En el primer trienio del ciclo se produce una tendencia estable, con un rango comprendido entre 99,2 millones de espectadores (2017) y 92,6 millones (2018), y posteriormente tiene lugar un descenso debido a la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 30,3 millones en 2020, volviendo a caer en 2021 hasta los 26,6 millones.



El ranking de estrenos iberoamericanos en Francia en 2021 está liderado por la película de Pedro Almodóvar *Madres paralelas* con casi 550.000 espectadores, seguida de la coproducción franco-mexicana *Annette* y la obra de animación peruana *Ainbo*, ambas con casi 300.000 espectadores. El top-10 está conformado por seis estrenos españoles, dos producciones colombianas, una obra mexicana y otra peruana (cuadro 3.16).

Cuadro 3.16

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Madres paralelas	España	547.888	4.183.519
2	Annette	México, Francia, Bélgica	299.819	2.289.334
3	Ainbo	Perú, USA	292.144	2.230.730
4	El hada de las estaciones	España, Francia	64.060	489.144
5	Akelarre	España, Argentina	53.917	411.695
6	Memoria	Colombia, México	32.554	248.573
7	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	32.395	247.359
8	Sentimental	España	19.987	152.615
9	Josep	España, Francia	18.457	140.932
10	El olvido que seremos	Colombia	16.962	129.517

El ranking de estrenos iberoamericanos en Italia durante 2021 está liderado por *Madres paralelas* con 361.670 espectadores, seguida de las obras españolas *Aquí me río yo* (Mario Martone) y *Rifkin's Festival* (Woody Allen), ambas con participación italiana y con más de 240.000 y 105.000 espectadores, respectivamente. El top-10 está conformado por siete estrenos españoles, uno mexicano, uno peruano y otro portugués (cuadro 3.17).

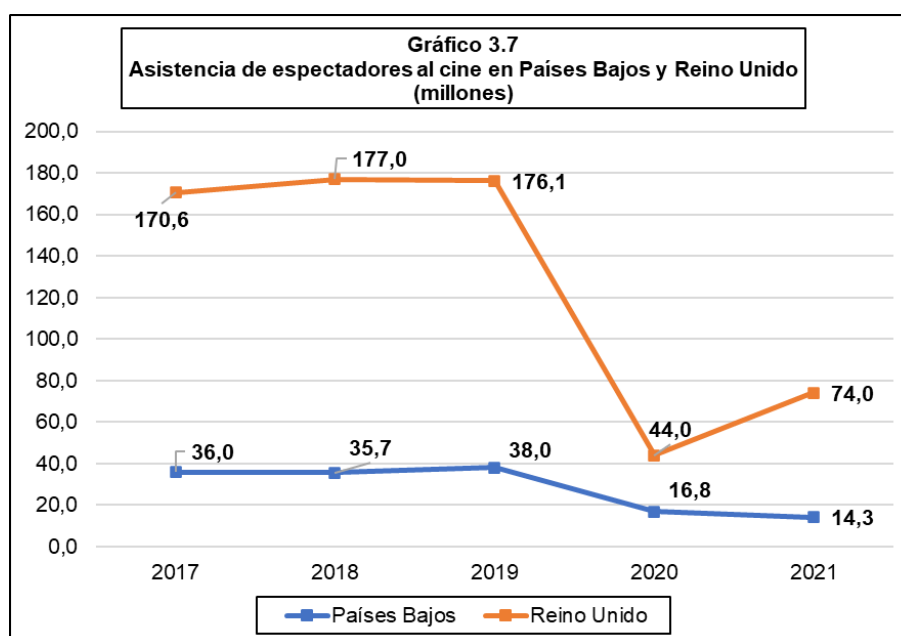
Cuadro 3.17

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Italia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Madres paralelas	España	361.670	2.776.724
2	Aquí me río yo	España, Italia	240.931	1.809.901
3	Rifkin's Festival	España, Italia, USA	105.211	764.078
4	El buen patrón	España	41.774	314.812
5	Ainbo	Perú, USA	39.193	285.431
6	Malasaña 32	España	33.446	270.442
7	La boda de Rosa	España	18.601	109.204
8	Annette	México, Francia	13.883	104.300
9	La voz humana (2020)	España	11.739	55.300
10	Atlantide	Italia, Francia, Portugal	9.023	64.779

La evolución de la venta de entradas en los cines de los Países Bajos, en el periodo 2017-2021, refleja una tendencia estable en los tres primeros años de dicho quinquenio, con un rango comprendido entre 35,7 millones de espectadores (2018) y 38 (2019), y posteriormente tiene lugar un descenso debido a la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 16,8 millones en 2020 y 14,3 en 2021 (gráfico 3.7).

La evolución de la venta de entradas en los cines británicos en el periodo 2017-2021 repite la misma tendencia que en los anteriores países analizados. En el primer trienio del ciclo se produce una tendencia estable, con un rango comprendido entre 170,6 millones de espectadores (2017) y 177 millones (2018), y posteriormente tiene lugar un brusco descenso debido a la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 44 millones en 2020 y con una ligera recuperación en 2021, alcanzando los 74 millones.



El ranking de estrenos iberoamericanos en Países Bajos en 2021 está liderado por la producción peruana *Ainbo* con más de 122.000 espectadores y por la coproducción anglo-chilena *Spencer* con

casi 44.000 espectadores. El top-4 lo completan el estreno español *Way Down* (Jaume Balagueró) con 17.000 espectadores y la producción franco-mexicana *Annette* con más de 6.500 espectadores (cuadro 3.18).

Cuadro 3.18
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Países Bajos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo	Perú, USA	122.500	1.261.747
2	Spencer	Chile, UK, USA	43.982	453.019
3	Way Down	España	17.004	175.143
4	Annette	México, Francia	6.569	67.658

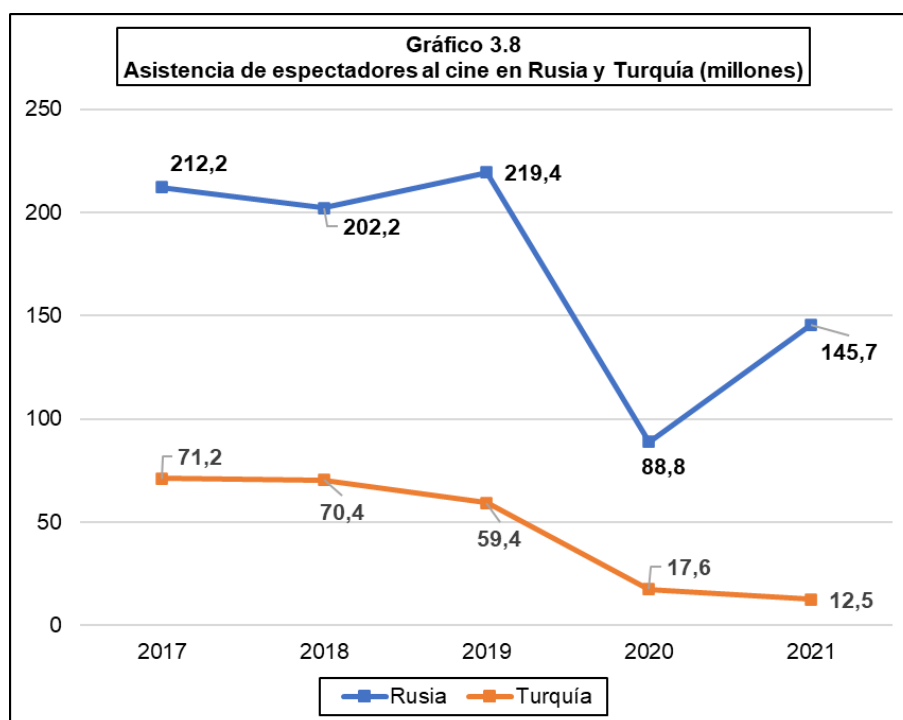
El ranking de estrenos iberoamericanos en Reino Unido durante 2021 está liderado por la coproducción anglo-chilena *Spencer* con 433.747 espectadores, seguida de la obra española *D'Artacan y los tres Mosqueperros* con más de 73.000, la coproducción franco-mexicana *Annette* con 39.083 espectadores y la película de animación peruana *Ainbo* con 37.032. Este top-10 se completa con dos estrenos brasileños, uno argentino, uno español, uno mexicano y otro portugués (cuadro 3.19).

Cuadro 3.19
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Reino Unido

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spencer	Chile, UK, USA	433.747	3.903.722
2	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	73.305	659.746
3	Annette	México, Francia	39.083	351.746
4	Ainbo	Perú, USA	37.032	333.287
5	La voz humana	España	9.960	89.643
6	Azor	Argentina, Francia	6.062	54.559
7	Frankie (2019)	Portugal, Francia	5.139	46.250
8	A vida Invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	2.966	26.693
9	Nuevo orden	México, Francia	1.888	16.991
10	A febre	Brasil, Alemania	645	5.802

La evolución de la venta de entradas en los cines de Rusia, en el periodo 2017-2021, refleja una tendencia estable en los tres primeros años de dicho quinquenio, con un rango comprendido entre 202,2 millones de espectadores (2018) y 219,4 (2019), y posteriormente tiene lugar el descenso esperado por la pandemia mundial situándose la asistencia al cine en 88,8 millones en 2020 y 145,7 en 2021 (gráfico 3.8).

La evolución de la venta de entradas en los cines turcos en el periodo 2017-2021 plantea una evolución ligeramente descendente en los tres primeros años, de 71,2 en 2017 a 59,4 en 2019, se agudiza la caída con la pandemia (17,8 en 2020) y vuelve a caer en 2021 (12,5).



El *ranking* de estrenos iberoamericanos en Rusia durante 2021 está liderado por la producción peruana *Ainbo* con más de 313.000 espectadores, seguida de la película española *Way Down* con casi 93.000 y la producción argentina *La funeraria* (Mauro Iván Ojeda) con más de 75.000 espectadores. Completan el top-10 tres producciones mexicanas, dos españolas, una argentina y otra chilena (cuadro 3.20).

Cuadro 3.20

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Rusia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo	Perú, USA	313.485	846.269
2	Way Down	España	92.982	377.062
3	La funeraria	Argentina	75.307	251.820
4	Annette	México, Francia	44.405	232.274
5	Spencer	Chile, UK, USA	64.483	223.855
6	Juega conmigo	México	23.371	90.323
7	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	27.193	78.241
8	El juego de las cien velas	Argentina, N. Zelanda	11.878	46.189
9	Sentimental	España	9.617	46.041
10	Nuevo orden	México, Francia	5.074	27.595

El *ranking* de estrenos iberoamericanos en Turquía en 2021 solo cuenta con siete producciones: dos argentinas, dos españolas, dos mexicanas y una chilena. Las películas con más éxito son la coproducción anglo-chilena *Spencer*, con más de 47.000 espectadores, y la coproducción hispano-argentina *La gallina Turuleca* con 21.579 espectadores (cuadro 3.21).

Cuadro 3.21**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. Turquía**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spencer	Chile, UK, USA	47.431	118.536
2	La gallina Turuleca	España, Argentina	21.579	46.341
3	El juego de las cien velas	Argentina, N. Zelanda	5.386	13.094
4	Rifkin's Festival	España, Italia, USA	3.506	9.071
5	Annette	México, Francia	3.165	6.743
6	Nuevo orden	México, Francia	1.943	4.352
7	Al Tercer día	Argentina	1.501	2.875

EL CINE IBEROAMERICANO EN IBEROAMÉRICA

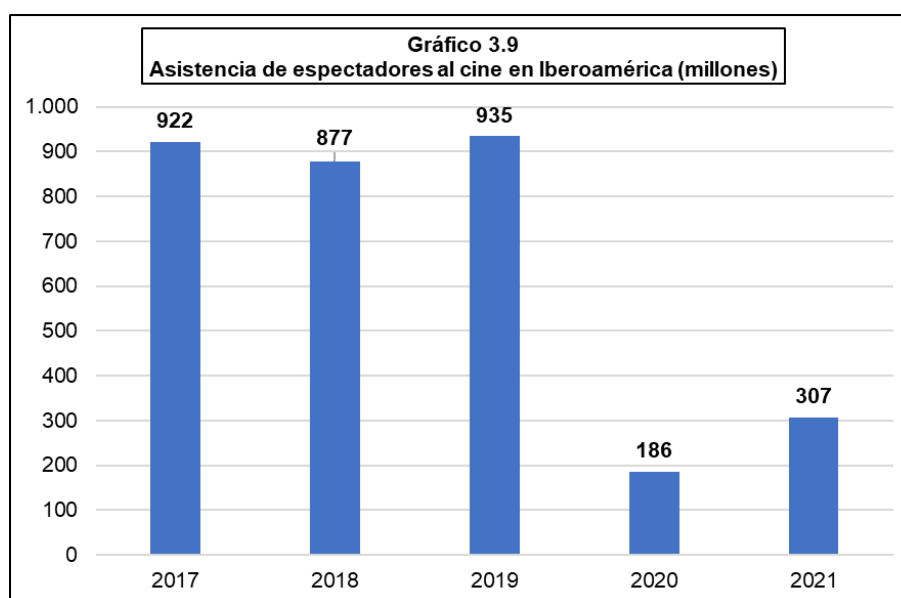
La asistencia a los cines en Iberoamérica en 2021 suma 307 millones de espectadores y 1.235,9 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine en funcionamiento asciende a 19.743. La cuota del cine nacional representa casi un 5% del total, la frecuencia anual de asistencia se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada/boleto es de 4,2 dólares (cuadro 3.22).

Cuadro 3.22

Panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	656,1	661,5	667,5	674,1	682,4
Número de pantallas de cine	18.962	19.769	20.593	20.438	19.743
Ingresos cine (millones USD)	3.616,30	3.358,30	3.540,00	716,1	1.235,9
Espectadores cine (millones)	921,7	877,1	934,9	186,0	307,0
Espectadores cine nacional (millones)	75,6	92,9	86,2	29,7	14,5
Cuota cine nacional (%)	8,2	10,6	9,2	16,0	4,7
Número de estrenos totales	5.668	6.282	5.710	2.790	4.388
Número de estrenos extranjeros	4.753	5.281	4.758	2.358	3.565
Número de estrenos nacionales	915	1.001	952	432	832
Asistencia anual por habitante	1,4	1,3	1,4	0,3	0,4
Coste medio entrada/boleto (USD)	3,9	3,8	3,8	3,9	4,0
Coste promedio entrada/boleto (USD)	4,0	4,0	4,5	4,2	4,4

La evolución de la asistencia al cine en Iberoamérica en el periodo 2017-2021 registró en sus primeros tres años una cierta estabilidad, con un mínimo de 877 millones de espectadores en 2018 y un máximo de 935 millones en 2019. Posteriormente, debido a la pandemia mundial, en 2020 solo pasaron por las salas iberoamericanas 186 millones de espectadores y en 2021 se incrementó ligeramente este volumen de espectadores hasta superar los 300 millones, lo cual, es solo un tercio del total registrado en 2019 (gráfico 3.9).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Iberoamérica en 2021 estuvo liderado, con mucha diferencia sobre el resto, por *Spider-man: sin camino a casa* con 51,6 millones de espectadores acumulados en el conjunto de mercados y más de 210 millones de dólares de ingresos. En segunda y tercera posición se situaron *Fast & Furious 9* con 20,1 millones de espectadores y *Venom: habrá matanza* con 19,2 millones (cuadro 3.23).

El top-20 está conformado solo por estrenos estadounidenses (cuatro en coproducción con Canadá y uno con Reino Unido). Respecto a la distribución acumulada por espectadores, aparte de los ya mencionados, cuatro superaron los diez millones de espectadores, cinco más superaron los cinco millones y ocho rebasaron los tres millones de espectadores.

Cuadro 3.23
Ranking iberoamericano de estrenos cinematográficos. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	51.624.636	210.220.209
2	Fast & Furious 9	USA	20.106.563	75.654.405
3	Venom: habrá matanza	USA	19.231.550	72.653.411
4	Eternals	USA	14.324.734	55.880.455
5	Expediente Warren: obligado por el demonio	USA	11.057.623	40.280.074
6	Godzilla vs. Kong	USA	10.939.178	40.340.083
7	Encanto	USA	10.017.736	37.220.811
8	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	8.557.048	34.663.740
9	Viuda negra	USA	7.754.734	31.907.845
10	Space Jam: nuevas leyendas	USA	6.944.057	26.043.685
11	Cruella	USA	6.271.562	24.139.799
12	Sin tiempo para morir	UK, USA	5.562.019	28.468.212
13	Dune	USA, Canadá	4.858.825	24.180.748
14	¡Canta! 2	USA	4.408.385	17.912.849
15	Crazy Famous	USA	4.258.968	15.576.688
16	Cazafantasmas: más allá	USA, Canadá	3.830.613	15.285.717
17	Un lugar tranquilo 2	USA	3.755.446	13.803.412
18	El bebé jefazo: negocios de familia	USA	3.729.567	15.060.614
19	La familia Addams 2	USA, Canadá	3.491.415	13.736.348
20	La patrulla Canina: la película	USA, Canadá	3.420.235	13.046.863

El ranking acumulado de estrenos iberoamericanos estuvo liderado por los títulos españoles *¡A todo tren! Destino Asturias* y *Way Down* con 1,5 y 1,1 millones de espectadores, respectivamente. En tercer lugar, con un millón de espectadores, se situó la coproducción entre México y Bolivia *El mesero* (cuadro 3.24).

El top-20 iberoamericano está conformado por diez estrenos españoles, seis mexicanos (uno en coproducción con Bolivia), dos colombianos, uno brasileño y uno peruano. Aparte de las tres obras que acumularon en los diferentes mercados un millón de espectadores, otros ocho estrenos superaron el medio millón y otros seis los 300.000 espectadores.

Cuadro 3.24

Ranking iberoamericano de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	¡A todo tren! Destino Asturias	España	1.521.226	10.167.105
2	Way Down	España	1.182.231	7.754.603
3	El mesero	México, Bolivia	1.034.143	3.253.911
4	Un rescate de huevitos	México	979.118	2.722.786
5	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	621.998	2.011.233
6	Operación Camarón	España	597.700	4.163.495
7	Chilangolandia	México	595.256	1.776.940
8	El exorcismo de Carmen Farías	México	589.584	1.739.245
9	Juega conmigo	México	543.420	1.506.861
10	El buen patrón	España	533.701	3.982.558
11	Maixabel	España	514.820	3.341.021
12	Madres paralelas	España	448.008	3.250.675
13	El olvido que seremos	Colombia	437.813	1.875.592
14	El paseo 6	Colombia	391.428	972.974
15	Mamá o papá	España	348.054	2.522.539
16	D'artacan y los tres Mosqueperros	España	339.832	2.139.938
17	Marighella	Brasil	325.818	1.130.890
18	La familia perfecta	España	203.647	1.555.069
19	Los trapos sucios se lavan en casa	México	177.987	533.125
20	García y García	España	176.181	1.211.979

El top-10 de estrenos europeos en Iberoamérica está encabezado, con bastante diferencia sobre el resto, por dos coproducciones angloamericanas: *Sin tiempo para morir* y *Ron da error* con 5,5 y 1,7 millones de espectadores, respectivamente. Respecto a la distribución por espectadores, dos más superaron el medio millón, cuatro los 400.000 espectadores y dos los 300.000 (cuadro 3.25).

El resto del ranking se complete con tres estrenos de Reino Unido (una en coproducción con Francia y Estados Unidos y otra con Estados Unidos), dos alemanas (una en coproducción con Reino Unido), dos producciones rusas y una italiana (en coproducción con Francia y Reino Unido).

Cuadro 3.25

Ranking iberoamericano de estrenos europeos. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin tiempo para morir	UK, USA	5.562.019	28.468.212
2	Ron da error	UK, USA	1.727.822	6.884.867
3	The Father	UK, Francia, USA	533.619	2.739.329
4	Pinocho	Italia, Francia, UK	519.456	1.518.429
5	The king's Man: la primera misión	UK, USA	454.773	2.142.696
6	Chernóbil: la película	Rusia	439.606	1.373.963
7	Una familia feliz 2	Alemania, UK	424.622	1.347.796
8	Última noche en el Soho	UK	411.490	1.851.793
9	Vdova	Rusia	376.329	1.043.839
10	Uuups! La aventura continúa...	Alemania	371.542	1.604.904

El top-10 de estrenos de otros países en Iberoamérica está encabezado por dos títulos, con bastante diferencia sobre el resto, por la producción australiano-canadiense *Peter Rabbit 2*, con 1,5 millones de espectadores acumulados en los diferentes mercados analizados y por el título japonés *Guardianes de la noche: Tren Infinito*, con 1,4 millones de espectadores (cuadro 3.26).

Respecto a la distribución por estrenos, cinco superaron los 200.000 espectadores y tres más los 100.000 espectadores. El resto del ranking se completa con cuatro estrenos de China, dos de Corea del Sur y dos producciones australianas (una en coproducción con China).

Cuadro 3.26
Ranking iberoamericano de estrenos de otros países. Año 2021

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Peter Rabbit 2: a la fuga	Australia, Canadá	1.557.527	5.569.537
2	Guardianes de la noche: Tren Infinito	Japón	1.405.098	6.219.283
3	Blackpink: the movie	Corea del Sur	248.523	1.268.042
4	Relic	Australia, China	241.056	706.866
5	Abismo	Australia	222.240	668.519
6	El aro: resurrección	China	210.529	754.460
7	Rock Dog 2	China	205.847	674.918
8	Alerta roja	Corea del Sur	165.128	556.728
9	Cats y Peachtopia	China	125.717	327.085
10	Terror en el aire	China	107.225	308.818

La muestra de estrenos de este capítulo también se configura a partir de los datos suministrados por ComScore-Rentrak. La selección de los títulos iberoamericanos a partir del top-100 de los 19 países no incluye los estrenos en sus mercados de origen, incluso si son coproducciones con otros países iberoamericanos. En el caso de España la muestra abarca todos los estrenos exhibidos en los cines en 2021.

El número total de estrenos de los 19 países incluidos en la muestra suma 85 (cuadro 3.27). Este número de producciones se corresponde con 39 títulos, acumulando una asistencia de 1,6 millones de espectadores y 6,9 millones de dólares de ingresos. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 36% (14 títulos), de las que solo un 14% se realizaron entre países iberoamericanos (2 títulos).

Cuadro 3.27
Estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 de mercados cinematográficos iberoamericanos. Año 2021. Iberoamérica

Mercados Analizados	19	Número de títulos de la muestra	39
Nº estrenos de la muestra	85	Número de coproducciones	14
Espectadores totales	1.689.675	Coproducciones internacionales	12
Ingresos totales (\$)	6.968.770	Coproducciones iberoamericanas	2

La distribución de los 85 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que España (13) y Uruguay (9) son los países que más obras iberoamericanas no nacionales exhibieron en sus salas de cine (cuadro 3.28).

Los mercados que registran más asistencia de espectadores a los estrenos iberoamericanos no nacionales son México (423.502 espectadores), España (252.878 espectadores), Brasil (210.044 espectadores) y Portugal (198.331 espectadores).

Cuadro 3.28

Distribución por países de exhibición de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 cinematográfico. Año 2021. Iberoamérica

Nº	País estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	4	69.959	267.164
2	Bolivia	3	16.631	77.625
3	Brasil	2	210.044	626.807
4	Chile	3	43.708	184.665
5	Colombia	4	183.697	461.784
6	Costa Rica	3	10.458	47.395
7	Ecuador	3	109.565	429.920
8	El Salvador	5	14.673	54.469
9	España*	13	252.878	1.779.108
10	Guatemala	4	12.290	54.174
11	Honduras	5	11.966	36.912
12	México	2	423.502	1.271.020
13	Nicaragua	4	7.038	26.031
14	Panamá	4	14.050	64.509
15	Paraguay	2	2.020	8.561
16	Perú	5	82.230	220.114
17	Portugal	4	198.331	1.227.261
18	R. Dominicana	6	11.230	48.131
19	Uruguay	9	15.405	83.120
	Total	85	1.689.675	6.968.770

La distribución de los títulos iberoamericanos no nacionales en mercados iberoamericanos por países de origen refleja que España (11 títulos), México (10 títulos) y Argentina (6 títulos) son los países que más producciones iberoamericanas no nacionales distribuyeron entre los 19 países analizados en 2021.

El único título peruano exhibido en los mercados iberoamericanos (excepto Perú) aglutinó a casi 600.000 espectadores, seguido por el resultado conjunto de los 11 títulos españoles, con casi 525.000, y de los estrenos mexicanos con más de 251.000 espectadores. Un total de 12 países iberoamericanos situaron por lo menos un estreno en el top-100 cinematográfico de los 19 países analizados (cuadro 3.29).

Cuadro 3.29

Distribución por países de origen de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 cinematográfico. Año 2020. Iberoamérica

Nº	País origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	6	18.692	121.854
2	Brasil	3	8.208	54.578
3	Chile	1	67.295	180.894
4	Colombia	2	138.547	963.301
5	España	11	523.074	2.285.598
6	Guatemala	1	4.553	19.259
7	Honduras	1	1.279	5.367
8	México	10	251.281	1.159.325
9	Paraguay	1	10.788	34.625

10	Perú	1	599.522	1.940.026
11	Portugal	1	62.747	187.280
12	Puerto Rico	1	3.689	16.662
Total		39	1.689.675	6.968.770

El ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales de 2021 está liderado por la producción española *Way Down* y por la peruana *Ainbo*, ambas con más de 200.000 espectadores en las salas de cine de México. A continuación, con más de 100.000 entradas vendidas en un solo país, se sitúan también *Ainbo* en Brasil, la obra colombiana *El olvido que seremos* (Fernando Trueba) en España y el largometraje de animación español *D'artacan y los tres Mosqueperros* (Toni García) en Portugal (cuadro 3.30)

Este top-45 incluye los estrenos que vendieron más de 3.500 entradas en las salas de cine de alguno de los mercados iberoamericanos analizados. Por su origen, 13 corresponden al título peruano *Ainbo*, once pertenecen a títulos españoles y otros once pertenecen obras mexicanas. Los diez estrenos restantes son tres estrenos chilenos, dos brasileños, uno argentino, uno colombiano, uno paraguayo, uno portugués y otro estreno portorriqueño.

Por países de exhibición, siete títulos se contabilizan en España (ya se ha comentado que en este caso la muestra abarca todos los títulos exhibidos), cinco en Perú, cuatro en Argentina, cuatro en Colombia y otros cuatro en Portugal. Los 21 estrenos restantes se distribuyen entre los siguientes países: Bolivia (3), Ecuador (3), Brasil (2), Chile (2), Guatemala (2), México (2), R. Dominicana (2), Costa Rica (1), El Salvador (1), Honduras (1), Panamá (1) y Uruguay (1).

Cuadro 3.30

Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales. Año 2021. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	País origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	México	Way Down	España	219.985	683.627
2	México	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	203.517	587.393
3	Brasil	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	147.297	439.527
4	España	El olvido que seremos	Colombia	136.611	950.732
5	Portugal	D'artacan y los tres Mosqueperros	España	122.984	743.805
6	Colombia	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	68.315	180.403
7	Brasil	Fatima	Portugal	62.747	187.280
8	Ecuador	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	62.728	250.838
9	España	Annette	México	45.591	327.086
10	Colombia	Contra el demonio	Chile	44.720	110.981
11	Colombia	Malasaña 32	España	39.009	103.187
12	España	Nuevo orden	México	38.719	284.136
13	Perú	El exorcismo de Carmen Farías	México	37.662	86.943
14	Chile	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	36.942	153.316
15	Portugal	Way down	España	33.931	213.947
16	Argentina	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	32.318	123.965
17	Ecuador	Un rescate de huevitos	México	31.974	131.099
18	Colombia	El exorcismo de Carmen Farías	México	31.653	67.213
19	Perú	Doblemente embarazada	México	23.626	67.624
20	Argentina	Malasaña 32	España	21.890	73.828
21	Portugal	Madres paralelas	España	21.113	142.477
22	Portugal	Rifkin's Festival	España	20.303	127.032

23	Ecuador	Contra el demonio	Chile	14.863	47.983
24	España	El robo del siglo	Argentina	11.859	84.362
25	Argentina	Way down	España	8.561	35.370
26	Panamá	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	7.764	34.642
27	Perú	Contra el demonio	Chile	7.712	21.931
28	Argentina	Vivo	España	7.190	34.001
29	Bolivia	El exorcismo de Carmen Farías	México	6.985	31.069
30	El Salvador	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.912	24.917
31	Perú	Un rescate de huevitos	México	6.694	19.472
32	Uruguay	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.589	35.194
33	Perú	Way down	España	6.536	24.143
34	Costa Rica	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.444	26.285
35	R. Dominicana	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.091	24.204
36	Chile	Way down	España	6.032	27.167
37	Bolivia	Un rescate de huevitos	México	5.484	25.887
38	España	Ahí viene cascarrabias	México	4.802	32.588
39	Guatemala	El exorcismo de Carmen Farías	México	4.638	20.131
40	Honduras	Morgue	Paraguay	4.193	11.433
41	Bolivia	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	4.162	20.669
42	Guatemala	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	3.816	16.530
43	R. Dominicana	El cuartito	Puerto Rico	3.689	16.662
44	España	Tres veranos	Brasil	3.557	22.886
45	España	Valentina	Brasil	3.504	22.760

El ranking de los 39 títulos de estreno iberoamericanos no nacionales presentes en los top-100 de los mercados cinematográficos iberoamericanos en 2021, está liderado por la producción peruana *Ainbo* con casi 600.000 espectadores acumulados, seguida de la obra española *Way Down* con más de 283.000. Otros dos títulos que superaron los 100.000 espectadores son el estreno colombiano *El olvido que seremos* y la producción española *D'Artacan y los tres Mosqueperros* (cuadro 3.31).

También hay que resaltar que otros cuatro títulos sumaron más de 60.000 espectadores en los diferentes mercados, en concreto, el estreno mexicano *El exorcismo de Carmen Farías* (Rodrigo Fiallega), la producción chilena *Contra el demonio* (José Miguel Zúñiga), el título portugués *Fátima* (Marco Pontecorvo) y la producción española *Malasaña 32* (Albert Pintó). Esta última película superó los 620.000 espectadores sumando los rendimientos obtenidos en 2020 y 2021.

Los títulos con una mayor presencia en el mercado iberoamericano son *Ainbo* (16 países), *Way Down* (12 países), *El exorcismo de Carmen Farías* (9 países) y la producción paraguaya *Morgue* (4 países). La distribución por mercados es la siguiente: dos títulos tienen presencia en el top-100 de más de diez países, solo un estreno se encuentra en nueve países, otro título en cuatro, tres obras en tres países, otros tres títulos en dos y 29 títulos tienen presencia en el top-100 de un solo país.

Cuadro 3.31

Títulos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100. Año 2021. Iberoamérica

Nº	Título Definitivo	Origen	Mercados	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú, USA	16	599.522	1.940.026
2	Way down	España	12	283.973	1.026.443
3	El olvido que seremos	Colombia	1	136.611	950.732
4	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	1	122.984	743.805

5	El exorcismo de Carmen Farías	México	9	90.583	247.463
6	Contra el demonio	Chile	3	67.295	180.894
7	Fatima	Portugal, USA	1	62.747	187.280
8	Malasaña 32	España	2	60.899	177.015
9	Annette	México, Francia	1	45.591	327.086
10	Un rescate de huevitos	México	3	44.152	176.459
11	Nuevo orden	México, Francia	1	38.719	284.136
12	Doblemente embarazada	México	1	23.626	67.624
13	Madres paralelas	España	1	21.113	142.477
14	Rifkin's Festival	España, Italia, USA	1	20.303	127.032
15	El robo del siglo	Argentina	1	11.859	84.362
16	Morgue	Paraguay	4	10.788	34.625
17	Vivo	España	3	8.276	39.713
18	Ahí viene cascarrabias	México, R. Unido	1	4.802	32.588
19	La llorona	Guatemala, Francia	2	4.553	19.259
20	El cuartito	Puerto Rico	1	3.689	16.662
21	Tres veranos	Brasil	1	3.557	22.886
22	Valentina	Brasil	1	3.504	22.760
23	Corazón ardiente	España	1	2.545	10.641
24	La noche mágica	Argentina	1	2.251	11.084
25	Nuestra película	Colombia	1	1.936	12.570
26	Cato	Argentina	2	1.840	10.188
27	Escuela de miedo	México, Canadá	1	1.607	8.995
28	Las mil y una	Argentina, Alemania	1	1.380	9.297
29	Medjugorje, la película	España	1	1.303	9.935
30	Explota explota	España, Italia	1	1.290	6.482
31	Sambo Creek	Honduras	1	1.279	5.367
32	Human life	Brasil, Italia	1	1.147	8.933
33	El diablo entre las piernas	México	1	1.096	7.800
34	El ombligo de Guie'dani	México	1	1.069	6.964
35	Ex casados	Argentina	1	822	4.171
36	El prófugo	Argentina, México	1	540	2.753
37	Plantados	España	1	330	1.731
38	Intemperie	España, Portugal	1	58	324
39	Los trapos sucios se lavan en casa	México	1	36	209
				1.689.675	6.968.770

Los estrenos argentinos en mercados iberoamericanos en 2021 suman siete y se corresponden con siete títulos. Los mercados de exhibición son Chile, España y Uruguay. El título con mejor rendimiento en los cines es *El robo del siglo* con casi 12.000 espectadores en España (cuadro 3.32).

Cuadro 3.32

<i>Ranking de estrenos argentinos en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2021. Iberoamérica</i>					
Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	España	El robo del siglo	Argentina	11.859	84.362
2	Uruguay	La noche mágica	Argentina	2.251	11.084
3	España	Las mil y una	Argentina	1.380	9.297

4	Uruguay	Cato	Argentina	1.106	6.006
5	Uruguay	Ex casados	Argentina	822	4.171
6	Chile	Cato	Argentina	734	4.182
7	Uruguay	El prófugo	Argentina	540	2.753

Los estrenos españoles en mercados iberoamericanos en 2021 suman 25 y se corresponden con 11 títulos. Los mercados de exhibición con más títulos son Portugal y Uruguay con cuatro estrenos cada país y Argentina y R. Dominicana con tres estrenos también cada mercado. Las producciones con mejor rendimiento en los cines son *Way Down* con casi 284.000 espectadores acumulados en varios mercados y *D'Artacan y los tres Mosqueperros*, solo en Portugal, con más de 122.000 espectadores (cuadro 3.33).

Cuadro 3.33

Ranking de estrenos españoles en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2021. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	México	Way Down	España	219.985	683.627
2	Portugal	D'Artacan y los tres Mosqueperros	España	122.984	743.805
3	Colombia	Malasaña 32	España	39.009	103.187
4	Portugal	Way down	España	33.931	213.947
5	Argentina	Malasaña 32	España	21.890	73.828
6	Portugal	Madres paralelas	España	21.113	142.477
7	Portugal	Rifkin's Festival	España	20.303	127.032
8	Argentina	Way down	España	8.561	35.370
9	Argentina	Vivo	España	7.190	34.001
10	Perú	Way down	España	6.536	24.143
11	Chile	Way down	España	6.032	27.167
12	Panamá	Corazón ardiente	España	2.545	10.641
13	Guatemala	Way down	España	2.094	10.881
14	Panamá	Way down	España	1.649	9.093
15	Honduras	Way down	España	1.521	5.305
16	Uruguay	Medjugorje, la película	España	1.303	9.935
17	Uruguay	Way down	España	1.301	5.908
18	Uruguay	Explota explota	España	1.290	6.482
19	R. Dominicana	Way down	España	1.026	5.001
20	Paraguay	Vivo	España	883	4.123
21	El Salvador	Way down	España	849	3.888
22	Nicaragua	Way down	España	488	2.116
23	R. Dominicana	Plantados	España	330	1.731
24	Uruguay	Vivo	España	203	1.589
25	R. Dominicana	Intemperie	España	58	324

Los estrenos mexicanos en mercados iberoamericanos en 2021 se corresponden con seis títulos. Los mercados de exhibición suman 10 países y los que difundieron más títulos son España y Perú con tres títulos cada mercado. Las producciones con un mejor rendimiento en los cines son *El exorcismo de Carmen Farías* que suma casi 90.000 espectadores en ocho mercados y *Un rescate de Huevitos* con casi 45.000 espectadores en tres mercados (cuadro 3.34).

Cuadro 3.34

Ranking de estrenos mexicanos en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2021. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	España	Annette	México	45.591	327.086
2	España	Nuevo orden	México	38.719	284.136
3	Perú	El exorcismo de Carmen Farías	México	37.662	86.943
4	Ecuador	Un rescate de huevitos	México	31.974	131.099
5	Colombia	El exorcismo de Carmen Farías	México	31.653	67.213
6	Perú	Doblemente embarazada	México	23.626	67.624
7	Bolivia	El exorcismo de Carmen Farías	México	6.985	31.069
8	Perú	Un rescate de huevitos	México	6.694	19.472
9	Bolivia	Un rescate de huevitos	México	5.484	25.887
10	España	Ahí viene cascarrabias	México	4.802	32.588
11	Guatemala	El exorcismo de Carmen Farías	México	4.638	20.131
12	El Salvador	El exorcismo de Carmen Farías	México	2.946	11.286
13	Panamá	El exorcismo de Carmen Farías	México	2.092	10.134
14	Costa Rica	El exorcismo de Carmen Farías	México	1.817	9.800
15	Nicaragua	El exorcismo de Carmen Farías	México	1.742	7.112
16	España	Escuela de miedo	México	1.607	8.995
17	España	El diablo entre las piernas	México	1.096	7.800
18	España	El ombligo de Guie'dani	México	1.069	6.964
19	Honduras	El exorcismo de Carmen Farías	México	1.048	3.775
20	R. Dominicana	Los trapos sucios se lavan en casa	México	36	209

La producción de animación peruana *Ainbo* es el estreno con más presencia en Iberoamérica en 2021, sumando 16 países de exhibición (cuadro 3.35). Los mercados en los que obtuvo un mayor éxito son México (203.517 espectadores), Brasil (147.297 espectadores), Colombia (68.315 espectadores) y Ecuador (62.728 espectadores).

Cuadro 3.35

Ranking de estrenos peruanos en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2021. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	México	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	203.517	587.393
2	Brasil	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	147.297	439.527
3	Colombia	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	68.315	180.403
4	Ecuador	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	62.728	250.838
5	Chile	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	36.942	153.316
6	Argentina	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	32.318	123.965
7	Panamá	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	7.764	34.642
8	El Salvador	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.912	24.917
9	Uruguay	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.589	35.194
10	Costa Rica	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.444	26.285
11	R. Dominicana	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	6.091	24.204
12	Bolivia	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	4.162	20.669
13	Guatemala	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	3.816	16.530

14	Honduras	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	2.848	8.450
15	Nicaragua	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	2.642	9.254
16	Paraguay	Ainbo, la guerrera del Amazonas	Perú	1.137	4.438

Los estrenos de otros países iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales en 2021 suman un total de 17 y se corresponden con 11 títulos. Los mercados de exhibición suman 11 países y el país que difundió más títulos fue España con cinco producciones. Las obras con un mejor rendimiento en los cines son la película colombiana *El olvido que seremos* con más de 136.000 espectadores en España y la obra portuguesa *Fátima* con casi 63.000 espectadores en Brasil (cuadro 3.36).

Cuadro 3.36

Ranking de estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales. Año 2021. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	España	El olvido que seremos	Colombia	136.611	950.732
2	Brasil	Fátima	Portugal	62.747	187.280
3	Colombia	Contra el demonio	Chile	44.720	110.981
4	Ecuador	Contra el demonio	Chile	14.863	47.983
5	Perú	Contra el demonio	Chile	7.712	21.931
6	Honduras	Morgue	Paraguay	4.193	11.433
7	R. Dominicana	El cuartito	Puerto Rico	3.689	16.662
8	España	Tres veranos	Brasil	3.557	22.886
9	España	Valentina	Brasil	3.504	22.760
10	El Salvador	Morgue	Paraguay	2.687	9.011
11	Honduras	La llorona	Guatemala	2.356	7.948
12	Costa Rica	La llorona	Guatemala	2.197	11.310
13	Nicaragua	Morgue	Paraguay	2.166	7.549
14	España	Nuestra película	Colombia	1.936	12.570
15	Guatemala	Morgue	Paraguay	1.742	6.632
16	El Salvador	Sambo Creek	Honduras	1.279	5.367
17	España	Human life	Brasil	1.147	8.933

EL CINE IBEROAMERICANO EN ESTADOS UNIDOS

La asistencia a los cines en estados unidos en 2021 suma casi 498 millones de espectadores y 4.680,5 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine en 2021 se sitúa en torno a las 40.500. La cuota del cine nacional supera el 90% del total, ganando más de 9 puntos porcentuales respecto al año anterior. La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 9,4 dólares (cuadro introducción 3.37).

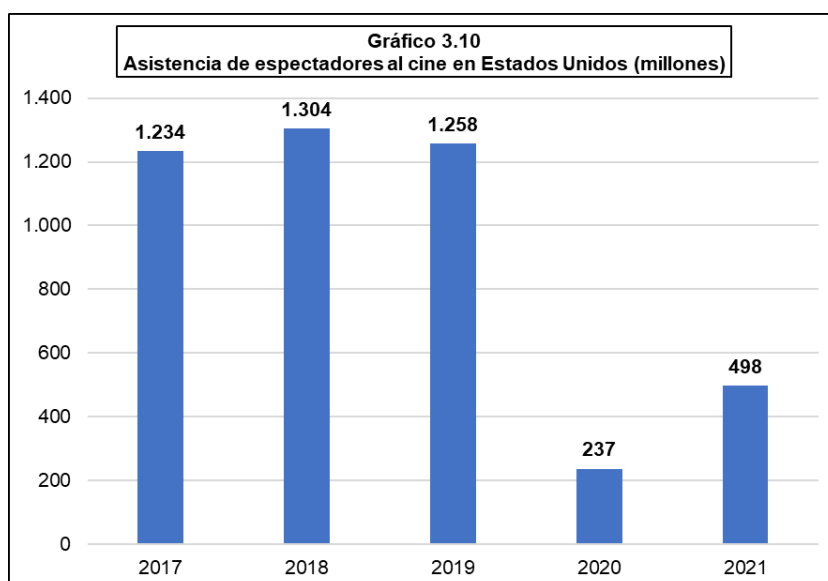
La pandemia mundial reduce los estrenos exhibidos en las salas de cine americanas un 60% en 2020 y un 51% en 2021, respecto a los contabilizados en 2019. Los ingresos por su parte experimentan una reducción del 81% en 2020 y del 59% en 2021.

Cuadro introducción 3.37

Panorama cinematográfico en USA

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Población (millones)	325,4	327,9	330,3	331,4	331,8
Número de pantallas de cine	40.393	40.317	41.172	40.998	40.578
Ingresos cinematográficos (millones USD)	11.108,50	11.868,30	11.317,50	2.154,80	4.680,5
Espectadores cine (millones)	1.234,20	1.304,20	1.257,50	236,8	497,9
Espectadores cine nacional (millones)	1.179,30	1.190,60	1.169,50	191,5	450,1
Cuota de mercado cine nacional (%)	96	91,3	92,6	81,0	90,4
Número de estrenos totales	749	714	786	313	382
Número de estrenos extranjeros	402	320	429	165	133
Número de estrenos nacionales	347	394	357	148	249
Asistencia anual por habitante	3,8	3,9	3,8	0,7	1,4
Precio medio entrada (USD)	9	9,1	9,1	9,1	9,4

La evolución de la asistencia al cine en Estados Unidos en el periodo 2017-2021 muestra una cierta estabilidad en los tres primeros años, con un rango de espectadores situado entre un mínimo de 1.234 millones de espectadores (2017) y un máximo de 1.304 de 2018. En 2020 y 2021, debido a la pandemia mundial, solo se contabilizan 237 y 498 millones de espectadores, respectivamente (gráfico 3.10).



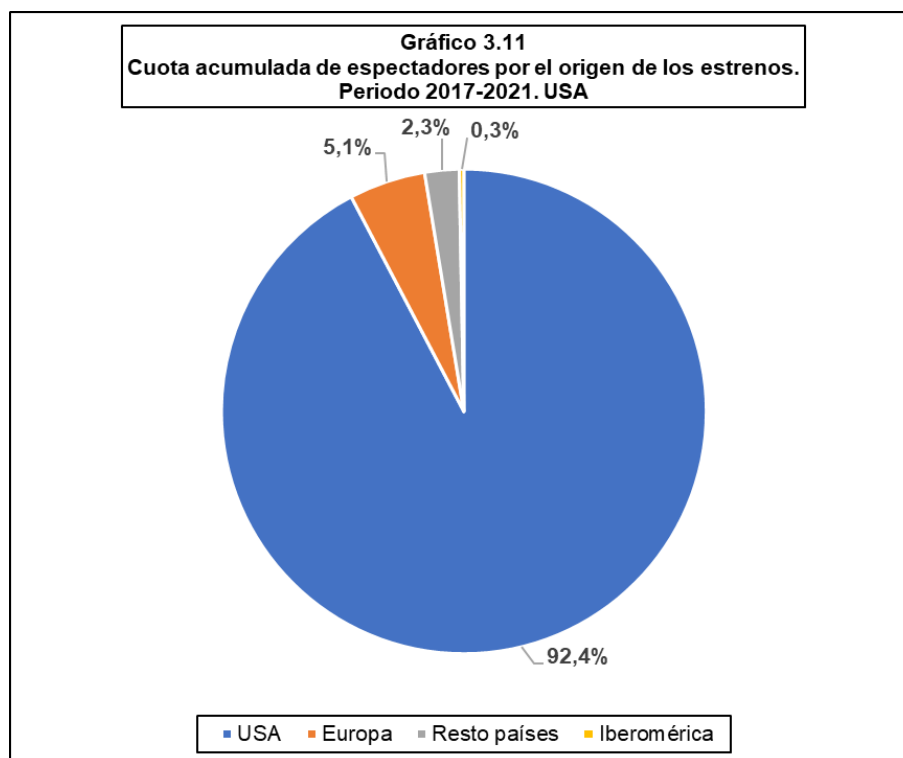
La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2020 casi en un 90,4% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 6%, la del resto de países en un 3,5% y la del cine iberoamericano en solo un 0,04% (cuadro 3.38).

Cuadro 3.38
Distribución por el origen de los estrenos. USA

ESPECTADORES						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	1.169.524.161	93,0	191.517.199	80,9	450.158.487	90,4
Iberoamérica	2.104.728	0,2	654.816	0,3	221.472	0,04
Europa	55.420.809	4,4	31.339.506	13,2	29.937.511	6,0
Resto países	30.451.600	2,4	13.283.441	5,6	17.609.748	3,5
Total	1.257.501.298		236.794.962		497.927.218	

INGRESOS						
Origen	2019	%	2020	%	2021	%
USA	10.525.717.452	93,0	1.742.806.513	80,9	4.231.489.780	90,4
Iberoamérica	18.942.549	0,2	5.958.830	0,3	2.081.834	0,04
Europa	498.787.285	4,4	285.189.509	13,2	281.412.606	6,0
Resto países	274.064.396	2,4	120.879.317	5,6	165.531.631	3,5
Total	11.317.511.682		2.154.834.169		4.680.515.851	

La distribución de la cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos en el periodo 2017-2021 en Estados Unidos es la siguiente: el 92,4% cine USA, el 5,1% cine europeo, el 2,3% cine del resto de países y el 0,3% cine iberoamericano (gráfico 3.11).

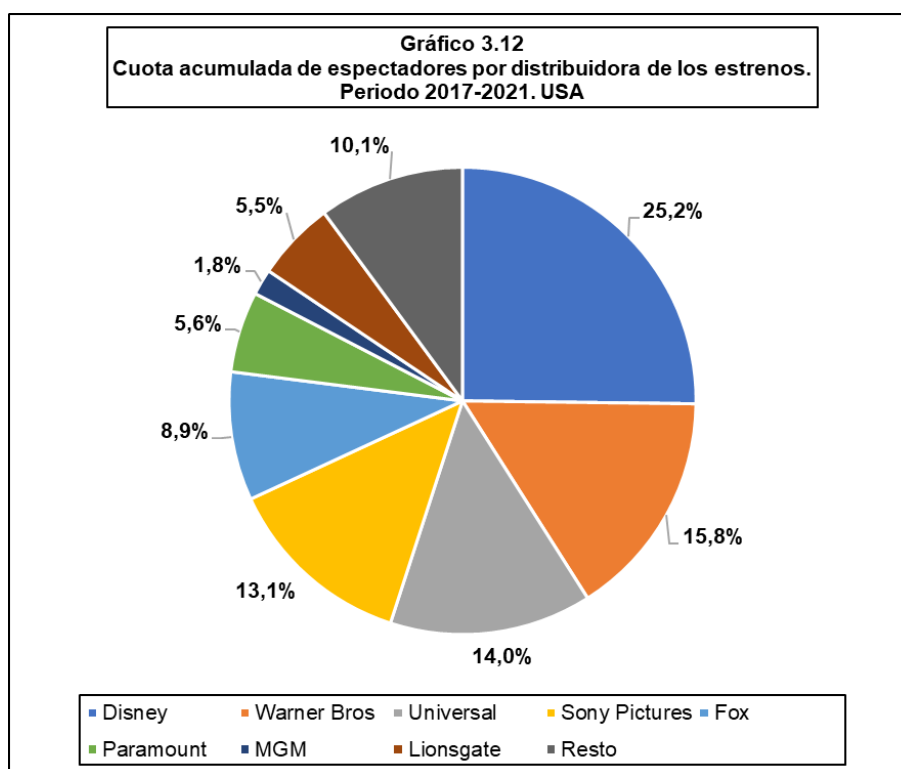


Las distribuidoras de los Estudios americanos, en 2021, representan una cuota conjunta de espectadores del 83,4% y las independientes el 16,6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Sony con 123,6 millones, seguido de Disney con 98,5 millones de entradas. Entre las independientes destaca Lionsgate con 11,2 millones de entradas (cuadro 3.39).

Cuadro 3.39
Cuota de espectadores por distribuidoras. USA

Origen	2019	%	2020	%	2021	%
Fox	63.398.497	5,0	19.351.894	8,2	22.550.951	4,5
Disney	420.456.039	33,4	22.395.132	9,5	98.478.375	19,8
Warner Bros	171.085.373	13,6	28.169.568	11,9	69.928.187	14,0
Sony Pictures	153.029.909	12,2	52.614.351	22,2	123.575.633	24,8
Universal	143.934.713	11,4	50.050.665	21,1	71.714.609	14,4
Paramount	61.124.485	4,9	20.255.523	8,6	29.242.150	5,9
MGM	26.601.946	2,1	2.259.906	1,0	32.874.987	6,6
Lionsgate	87.458.538	7,0	8.095.811	3,4	11.255.988	2,3
Focus features	23.419.915	1,9	4.024.900	1,7	6.015.822	1,2
A24	11.061.381	0,9	2.383.527	1,0	3.119.211	0,6
Resto Distribuidoras	95.930.502	7,6	27.193.685	11,5	29.171.305	5,9
Total	1.257.501.298		236.794.962		497.927.218	

La cuota acumulada de espectadores por distribuidoras en el periodo 2017-2021 es la siguiente: Disney (25,2%), Warner (15,8%), Universal (14%) y Sony Pictures (13,1%). Las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota acumulada del 15,6% (gráfico 3.12).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Estados Unidos estuvo encabezado con bastante diferencia por *Spiderman: sin camino a casa* con 70,5 millones de espectadores y casi 663 millones de dólares de recaudación. A continuación, con 23 millones de espectadores y más de 215 millones de ingresos, se sitúan *Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos* y *Venom: Habrá matanza* (cuadro 3.40).

Todas las películas del top-10 están realizadas por productoras de Estados Unidos, aunque una está en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido. La cuota de mercado del top-10 en Estados Unidos supuso casi el 46% del total de espectadores cinematográficos (228,7 millones).

Cuadro 3.40
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2021. USA (est. 9,4\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Spider-man: sin camino a casa	USA	70.530.997	662.991.374
2	Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos	USA	23.778.556	223.518.430
3	Venom: Habrá matanza	USA	23.102.892	217.167.185
4	Viuda negra	USA	19.493.187	183.235.954
5	Fast & Furious 9	USA	18.237.355	171.431.133
6	Eternals	USA	17.928.434	168.527.281
7	Sin tiempo para morir	Reino Unido, USA	16.523.483	155.320.738
8	Un lugar tranquilo 2	USA	13.706.509	128.841.184
9	Cazafantasmas: más allá	USA, Canadá	13.030.962	122.491.046
10	Free guy	USA	12.371.150	116.288.814

El ranking de estrenos iberoamericanos en Estados Unidos estuvo encabezado por la obra mexicana *Un rescate de huevitos* con casi 100.000 espectadores, seguida de la producción portorriqueña *Rita Moreno* y las mexicanas *Medios hermanos* y *Nuevo orden*, con más de 20.000 espectadores cada estreno (cuadro 3.41).

El top-10 de estrenos iberoamericanos está compuesto por películas mexicanas (5), españolas (2), una argentina, una chilena y una portorriqueña. Una de las películas mexicanas está en coproducción con Colombia.

Cuadro 3.41
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2021. USA (est. 9,4\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un rescate de huevitos	México	99.183	932.324
2	Rita Moreno	Puerto Rico, USA	27.930	262.539
3	Medios hermanos	México, USA	23.379	219.764
4	Nuevo orden	México, Francia	21.601	203.051
5	Madres paralelas	España	15.030	141.281
6	No man's land	México	14.390	135.267
7	Memoria	Colombia, México	5.846	54.949
8	Ema	Chile	5.725	53.817
9	Azor	Argentina, Francia	5.603	52.672
10	El planeta	España, USA	2.733	25.686

El estudio de la muestra de estrenos iberoamericanos en el mercado USA durante los dos años

de pandemia (2020-2021), abarca un total de 21 estrenos. Los espectadores acumulados suman 876.288 y los ingresos 8 millones de dólares. El porcentaje de coproducción representa un 92,3%. De los 13 títulos, uno solo es una producción entre países iberoamericanos (cuadro 3.42).

Nº títulos de la muestra	21	Número de coproducciones	13
Espectadores totales	876.288	Coproducciones internacionales	12
Ingresos totales (\$)	8.040.664	Coproducciones iberoamericanas	1

El ranking de estrenos iberoamericanos exhibidos en Estados Unidos entre 2020 y 2021 refleja que los títulos con más éxito en este periodo son las producciones mexicanas *Loco por ti* (345.324 espectadores) y *Medios hermanos* (231.505 espectadores). Dos estrenos más superan los 50.000 espectadores (*Un rescate de huevitos* y *Dolor y gloria*), otros dos estrenos superan los 20.000 y tres títulos rebasan los 10.000 espectadores (cuadro 3.43).

Por el origen de los títulos, siete películas son mexicanas, cinco españolas, dos argentinas, dos brasileñas, dos guatemaltecas, una colombiana, una chilena y una portorriqueña. Por tipo de producción, 13 son coproducciones internacionales, en su mayoría con Estados Unidos y Francia (cuadro 3.43).

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Loco por ti	México	345.324	3.142.448
2	Medios hermanos	México, USA	231.505	2.113.707
3	Un rescate de huevitos	México	99.183	932.324
4	Dolor y gloria	España	76.208	693.497
5	Rita Moreno	Puerto Rico, USA	27.930	262.539
6	Nuevo orden	México, Francia	21.601	203.051
7	Madres paralelas	España	15.030	141.281
8	No man's land	México	14.390	135.267
9	A vida Invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	13.390	121.853
10	Memoria	Colombia, México	5.846	54.949
11	Ema	Chile	5.725	53.817
12	Azor	Argentina, Francia	5.603	52.672
13	Bacurau	Brasil, Francia	3.087	28.094
14	Jose	Guatemala, USA	3.020	27.481
15	Midnight Family	México, USA	2.905	26.439
16	El Planeta	España, USA	2.733	25.686
17	Alice y Martin	España, Francia	1.514	13.782
18	Aquí sigo	México, USA	559	5.086
19	Temblores	Guatemala, Francia	521	4.743
20	Fin de siglo	Argentina	161	1.467
21	Descarrilados	España	51	483
			876.288	8.040.664



¿Necesitas FINANCIACIÓN para tu proyecto?

¡LLÁMANOS! 915123048

www.creasgr.com





ARTÍCULO 5

La gestión colectiva obligatoria del derecho
de autor y los derechos conexos

ARTÍCULO 5

La gestión colectiva obligatoria del derecho de autor y los derechos conexos

Fernando Zapata López
Yecid Ríos Pinzón
Stefanía Landaeta Chinchilla

ANÁLISIS DE SU RAZONABILIDAD Y POSIBLE IMPLEMENTACIÓN EN AMÉRICA LATINA

Introducción

El derecho de autor y los derechos conexos son instrumentos para promover la cultura y el desarrollo científico de una sociedad. Tal objetivo se obtiene al estimular a los autores, artistas y productores mediante el reconocimiento de derechos, en pro de que estos creen y produzcan más y mejores contenidos, y que los mismos circulen en el mercado, enriquezcan el acervo cultural y científico y nutran, a su vez, a otros creadores y productores culturales y creativos.

La gestión colectiva -y particularmente la gestión colectiva obligatoria-, es la herramienta más idónea para el logro de este propósito.

La administración de repertorios es lo que realmente hace colectiva la labor de las entidades de gestión colectiva (en adelante EGC); y es lo que la diferencia de modelos de gestión individual, o de otras formas de administración de derechos. Cuando un usuario requiere una licencia para utilizar cualquier obra de música, cualquier fonograma, cualquier libro o cualquier obra audiovisual, es la gestión colectiva quien puede satisfacer esta necesidad del mercado.

En términos más concretos, podemos señalar que las principales funciones de las EGC son: (i) Simplificar el mercado de derecho de autor (mercado complejo por naturaleza en virtud de los diferentes actores que participan), (ii) Facilitar el uso legítimo de contenidos protegidos por el derecho de autor y los derechos conexos, (iii) Proveer seguridad jurídica a los usuarios de contenidos, (iv) Facilitar una justa remuneración a los creadores y productores de contenidos.

En términos gráficos podemos visualizar el papel de la gestión colectiva de la siguiente manera:



1. ¿Es suficiente la gestión colectiva para lograr beneficios económicos o sociales? o ¿en ciertos casos requiere de un apoyo legislativo adicional?

Reducción de costos y riesgos en el mercado del derecho de autor, además de representatividad gremial, mayor oferta de expresiones culturales y beneficios sociales para los titulares, son los principales beneficios y finalidades de cualquier sistema de gestión colectiva del derecho de autor y derechos conexos. Pero, para que un modelo de gestión colectiva pueda lograr estos beneficios, en especial los relativos a reducción de costos y de riesgos en el mercado, hay un aspecto fundamental sin el cual el sistema no funciona: las EGC deben representar a la gran mayoría, -sino la totalidad de los derechos de un determinado sector- a fin que el usuario con la licencia otorgada por la entidad de gestión (en el caso de los derechos exclusivos) o el pago a esta de la equitativa remuneración (para el caso de los derechos remuneratorios), tenga la plena seguridad de que no será molestado por reclamaciones legales por el uso no autorizado o no remunerado de obras y prestaciones. Esto solo se logra si las EGC están en capacidad legal o de facto de:

- Representar amplísimos repertorios de obras o prestaciones y,
- Otorgar licencias generales (también llamadas *blanket licenses*) a los usuarios, de tal manera que estos puedan utilizar cualquier contenido de un determinado sector, con la garantía de no ser molestado a futuro.

La gestión de repertorios es lo que realmente satisface la necesidad del usuario y del mercado. No solo disminuye los costos de transacción para obtener el licenciamiento y/o el realizar el pago por el uso de la propiedad intelectual ajena, sino que le da al usuario la garantía y la seguridad jurídica de no ser molestado a futuro con reclamaciones por el uso indebido de obras y prestaciones (control del riesgo). Esa disminución de costos y esa garantía de seguridad jurídica no se logra plenamente si la EGC no tiene la posibilidad de gestionar todo el repertorio de un determinado ramo.

Sin embargo, no siempre las EGC logran otorgar esa garantía de seguridad jurídica a los usuarios por situaciones tales como: (i) Deben competir con otros modelos de gestión, como es el caso de la gestión colectiva impropia (ii) Los titulares de derecho pueden actuar en paralelo, otorgando sus propias licencias, estableciendo tarifas y condiciones individuales o (iii) No cuentan con herramientas jurídicas para garantizar a los usuarios un uso pacífico de las obras o prestaciones que estos demandan.

Por todo lo anterior, y a modo de respuesta a la pregunta bajo la cual titulamos este aparte, podemos decir que, en ciertos casos, respecto de determinados derechos y modalidades de uso, la gestión colectiva solo podrá cumplir a cabalidad su función económica si legalmente está facultada para administrar los derechos sobre el repertorio global de un determinado ramo. Es por ello que los legisladores deben dotar de herramientas a las EGC. Una herramienta es la gestión colectiva obligatoria, la cual, como veremos a continuación, es un mecanismo que puede ser funcional a las necesidades de los mercados de reducción de costos y transacciones seguras jurídicamente hablando.

2. La gestión colectiva obligatoria.

La gestión colectiva obligatoria es un modo exigible por la ley para el ejercicio de un derecho de autor o conexo. Es fundamentalmente una carga que se impone al titular del derecho, en el sentido que debe ejercerlo de una forma en particular, esto es: a través de la gestión colectiva. Esta carga se impone con el objetivo de lograr un interés superior: la organización y racionalización de un mercado complejo.

Vale anotar que la gestión colectiva obligatoria no es una condición del derecho¹. La gestión colectiva obligatoria no es un hecho futuro o incierto que supedita la existencia o exigibilidad del derecho. El derecho de autor o conexo existe, solo que su ejercicio debe hacerse a través de un determinado instrumento: la gestión colectiva.

El principal efecto de la gestión colectiva obligatoria es que limita la libertad de contratación. La relación derechohabiente-usuario debe estar necesariamente mediada por una entidad de gestión colectiva. Valga aquí señalar, que la gestión colectiva no limita el derecho de asociación, pues no necesariamente se exige que el titular de derecho se asocie a una entidad de gestión colectiva. La EGC estará en el deber de gestionar los derechos de sus socios, así como de los no afiliados, sin que estos últimos deban, necesariamente, ser parte, afiliarse o asociarse a dichas entidades.

3. El test para el establecimiento de la gestión colectiva obligatoria

La gestión colectiva obligatoria implica un modo excepcional en el ejercicio del derecho de autor y los derechos conexos. Esa excepcionalidad supone que debe existir una razonabilidad que justifique la decisión legislativa de imponer esta modalidad de ejercicio del derecho. Esa razonabilidad no

¹ El tratadista chileno Arturo Alessandri, aclara que el modo, a diferencia de la condición, no suspende la existencia de los derechos, sino que sujeta a ciertas cargas a los titulares de tales derechos. Así, dice Alessandri:

“El modo no suspende la adquisición del derecho, de manera que inmediatamente perfeccionado el contrato, el acreedor adquiere su derecho al igual que el acreedor puro y simple, si bien en el ejercicio de ese derecho debe someterse a los hechos constitutivos del modo, es decir debe sujetarse a ciertas cargas, o debe ejecutarse o cumplir determinadas obras.

Entre el modo y la condición existe, entonces, una diferencia fundamental. La condición suspensiva suspende la adquisición del derecho mientras ella no se cumple; el modo en cambio, como lo dice el artículo 1089, no suspende la adquisición del derecho, sino que el derecho existe, desde el primer momento, el acreedor puede ejercitarlo, solo que está obligado a cumplir el hecho en que consiste el modo. (...)” (Alessandri Rodríguez A, 1934, p. 238).

encuentra fundamento en la dicotomía derecho exclusivo-derecho de remuneración. No es cierto que la gestión colectiva esté reservada sólo para éstos últimos. En el derecho comparado se admite la existencia de la gestión colectiva obligatoria en diferentes derechos de autor o conexos de naturaleza exclusiva.

Ahora bien ¿cuáles son las condiciones que permitirían, de una manera razonada, establecer la gestión colectiva obligatoria en las legislaciones nacionales? Para resolver este interrogante podemos acudir a un test de permisibilidad de formas de gestión colectiva ampliadas.

En este test, cada legislador debe evaluar, al implementar la gestión colectiva obligatoria, los siguientes elementos: (i) Un interés superior que se busca con la implementación de la gestión colectiva obligatoria, (ii) Un campo de acción limitado (iii) una protección a los autores y titulares no afiliados (iii) Un grado superior de supervisión estatal.

3.1. Un interés superior que se busca obtener con la implementación de la gestión colectiva obligatoria.

La gestión colectiva obligatoria debe tener como razón de ser un interés público, que va más allá de la protección de intereses subjetivos. Algunas de esas justificaciones son las que hemos resaltado a lo largo de este documento: lograr una mayor racionalización del mercado de derecho de autor y derechos conexos, eliminar complejidades de dicho mercado que en ocasiones obstaculiza el encuentro entre titulares y usuarios, reducir costos de transacción, proveer mayor seguridad jurídica a los usuarios de obras y prestaciones artísticas.

3.2. Derechos limitados

La gestión colectiva obligatoria al ser una carga que se impone a los titulares de derecho debe tener un marco de acción limitado. En otras palabras: debe ser la excepción y no la regla general.

Esta modalidad de ejercicio del derecho debe aplicarse solo a usos secundarios de las obras o prestaciones. Es decir, aquellas modalidades de explotación posteriores a la divulgación o publicación de la obra o prestación y, en general, todas aquellas modalidades de explotación posteriores a la puesta en el mercado, por primera vez, de sus contenidos. La razón de esta distinción es que para los titulares es mucho más fácil controlar las modalidades de explotación primarias de sus obras o prestaciones (ejemplo: derecho de reproducción o fijación de obras musicales, edición de obras literarias, exhibición de obras audiovisuales en salas de cine, etc.); pero una vez que el autor o titular permite esa puesta en el mercado de la obra o prestación, se dan una serie de usos o nuevas ventanas de explotación, que muchas veces resulta imposible gestionar directa e individualmente. Para ese tipo de usos secundarios estaría reservada la gestión colectiva obligatoria.

Así las cosas, la gestión colectiva debe estar circunscrita a aquellos derechos y modalidades de explotación que cumplan con los siguientes requisitos: (i) Sean de naturaleza secundaria, (ii) Que supongan el uso masivo de obras y prestaciones (repertorios, por oposición a usos de obras determinadas), (iii) Que tradicionalmente no sea ejercido de manera directa por actores consolidados del mercado (editores, distribuidores, productores) y, (iv) Aquellos usos donde confluyen los derechos de diferentes tipos de titulares (de autor o conexos). Entre esos derechos y modalidades de uso, podemos mencionar algunos como:

- Radiodifusión
- Transmisión y retransmisión por cable
- Comunicación pública indirecta a través de dispositivos en espacios abiertos al público.
- Reprografía.
- Remuneración compensatoria por copia privada.

3.3. Protección a los titulares de derechos no afiliados

Exigir a los autores y titulares que el ejercicio de ciertos derechos debe estar sujeto a la carga o modalidad de gestión colectiva, debe suponer, en contraprestación, un nivel de protección para los titulares no afiliados a las entidades de gestión colectiva. La gestión colectiva obligatoria busca ofrecer suficiente seguridad jurídica al mercado y a los usuarios, pero nunca convertirse en un privilegio para ciertos titulares y tampoco para las EGC.

En otras palabras, si una legislación nacional obliga a los autores o titulares a gestionar algunos de sus derechos a través de la gestión colectiva, debe también implementar mecanismos de protección intensos a los titulares que no hacen parte, como socios, de tales entidades. Por ejemplo: Se debe establecer un deber de no discriminación atribuible a las entidades de gestión y en favor de los titulares.

No significa lo anterior que todos los titulares deban ser admitidos como socios o miembros de la EGC, (con los derechos de participación, voto, supervisión y las cargas que la calidad de socio supone), ni tampoco exigirle a cada titular que, para gestionarle su derecho, debe asociarse o afiliarse a la entidad (pues ello vulneraría el núcleo esencial del derecho de asociación). El deber que aquí se impone a las entidades de gestión es el de distribuir lo recaudado a los titulares cuyos derechos hubieren sido gestionados, sean o no socios o miembros. Para esto, las entidades de gestión colectiva deben establecer categorías de titulares administrados o no afiliados, que, sin ser socios, puedan obtener la gestión eficiente de sus derechos patrimoniales, frente a lo cual la EGC no podrá negarse, estando en la obligación de gestionarlos.

Adicionalmente, a las entidades de gestión colectiva se les debe imponer un deber de debida diligencia y búsqueda de los titulares no afiliados cuyos derechos hubieren sido gestionados en el marco de la gestión colectiva obligatoria.

3.4. Un grado superior de supervisión estatal.

Si la gestión colectiva en general, suele estar sujeta a una supervisión estatal, la gestión colectiva obligatoria supone un mayor nivel de supervisión. Esto, fundamentalmente, a fin de verificar: (i) Que no se vulnere el principio de no discriminación con los no afiliados y (ii) Que esta obligatoriedad de gestión colectiva -que se establece en beneficio de los usuarios- no se transforme en un abuso de posición dominante, en especial en lo relativo al establecimiento y fijación de tarifas.



Fernando Zapata López

Abogado de la Universidad Nacional de Colombia. Profesor de la cátedra de derecho de autor en la Facultad de Derecho y miembro del Comité Nacional de Propiedad Intelectual de la misma universidad, profesor de la especialización en Derecho de las Telecomunicaciones de la Universidad Externado de Colombia, árbitro de la Cámara de Comercio de Bogotá. Socio fundador de Zapata & Ríos Abogados Asociados.

Se ha desempeñado como Director del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) -2009-2015-, consultor de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y Director de la Dirección Nacional de Derecho de Autor de Colombia (1986-2009).

Participó en la construcción, de los Acuerdos sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC/OMC, 1994), de los tratados sobre derecho de autor y derechos conexos de la OMPI (1996); del Tratado de Libre Comercio suscrito con Estados Unidos; del Tratado de Libre Comercio con la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC); del Tratado de Libre Comercio con Canadá, y del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea.

Es miembro del Instituto Interamericano de Derecho de Autor (IIDA) y de la Asociación Internacional Literaria y Artística (ALAI), así como uno de los fundadores del Centro Colombiano de Derecho de Autor (CECOLDA).



Yecid Andrés Ríos Pinzón

Abogado de la Universidad Nacional de Colombia y Magister en Derecho Privado de la Universidad de los Andes. Especialista en Derecho Procesal y Derecho Comercial. Socio fundador de Zapata & Ríos Abogados Asociados, consultor y litigante en Propiedad Intelectual y Derecho Comercial, secretario de tribunales arbitrales del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, Ex Presidente y actual vicepresidente del Centro Colombiano de Derecho de Autor (CECOLDA).

Se ha desempeñado como Jefe de la Oficina de Registro y Jefe de la Oficina Jurídica de la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA); Jefe de la Oficina Jurídica de Radio Televisión Nacional de Colombia, asesor jurídico y Subdirector de Derecho de Autor en CERLALC.

Profesor en la especialización en Propiedad Intelectual y en la Maestría de Gestión Cultural de la Universidad Sergio Arboleda, tutor de la Academia de la OMPI y conferencista en diferentes eventos nacionales e internacionales en materia de propiedad intelectual. Autor de diversos artículos y creador del blog: autoresalderecho.wordpress.com.



Stefanía Landaeta Chinchilla

Abogada de la Universidad Nacional de Colombia y Especialista en Derecho Privado Económico de la misma universidad.

Se ha desempeñado como abogada de Zapata & Ríos, Abogados Asociados desde septiembre de 2017, pasante en derecho de autor en el CERLARC y monitora del Consultorio Jurídico de la Universidad Nacional de Colombia.



CAPITULO IV

40 años de cine en España: 1980 - 2019

CAPITULO IV

40 años de cine en España: 1980 - 2019

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

Este capítulo del Panorama Audiovisual expone la evolución de la exhibición cinematográfica en España desde 1980 hasta 2019. El estudio incluye los datos de la capacidad exhibidora, la oferta de estrenos, el origen de las producciones y las películas con un mayor éxito en cada década y en todo el periodo. Hay que aclarar que la distribución por décadas está referida a los decenios cuyos años tienen la misma cifra en su decena: 1980-1989, 1990-1999, 2000-2009 y 2010-2019.

El primer aspecto que acomete el estudio sobre la exhibición de contenidos audiovisuales en las salas de cine es la evolución que han sufrido los establecimientos acondicionados para esta actividad de ocio. Estos recintos, debido a la adaptación a las demandas de los espectadores, han ido variando su localización, estructura y tecnología para mantener el interés del consumo audiovisual fuera del hogar. El punto de partida son los años sesenta y mediados de los setenta, en los que los exhibidores adquieren grandes edificios en las ciudades más populosas y en los lugares más céntricos y bien comunicados. Estos establecimientos cinematográficos solo contaban con una gran pantalla y un amplio aforo distribuido en dos o tres plantas.

A finales de los setenta y principios de los ochenta tiene lugar una primera revolución en cuanto a los recintos cinematográficos, apareciendo los llamados *multicines* que contaban con un máximo de ocho pantallas y tenían características diferentes a los inmuebles tradicionales. En primer lugar, se deslocalizan en barrios o poblaciones más o menos alejados del centro de las grandes ciudades, se reduce su capacidad e incluso algunos se sitúan en centros comerciales. A principios de los noventa aparecen los *múltiplex*, los cuales disponen de más de ocho pantallas y se integran en una zona comercial, de ocio y restauración y a finales de los noventa surgen los *megaplex*, con una capacidad de más de 20 pantallas y en los que en torno a este gran establecimiento cinematográfico se desarrolla el equipamiento restante.

La necesidad de los exhibidores de adaptarse al consumo global de la sociedad originó la creación de los *megacentros* comerciales en los que se integran los *megaplex* y una masiva oferta comercial, ocio y restauración. Los elementos comunes que han acompañado a estos complejos *multipantalla* son la variedad de salas, tamaños, accesibilidad y comodidad; el crecimiento de los servicios de restauración integrados en estos centros; el aumento de la tecnología en cuanto a imagen y sonido para mejorar la experiencia del espectador y, por supuesto, la universalización de los servicios

para la adquisición y pago de las entradas a las salas. El éxito de la exhibición cinematográfica *multipantalla* se refleja en el anuario estadístico de cine europeo de 2006. En esta fecha el 85% de los establecimientos en España tenían más de cuatro pantallas y el 58% más de ocho.

El impacto de la pandemia mundial en el consumo de ocio cultural fuera del hogar constituye el punto de partida para poner en valor la exhibición cinematográfica en España en los últimos 40 años. Por tanto, este capítulo queda encuadrado entre el inicio del *Estado de las Autonomías* (1980) y el año previo al *Estado de Alarma* (2019). En ese intervalo temporal, aparte de disfrutar del cine en la *gran pantalla*, se han producido hechos sociales y económicos que han condicionado la forma de consumir el *séptimo arte* en España, tanto en cuanto a los contenidos ofrecidos por los exhibidores como en cuanto al equipamiento de los recintos destinados a tal fin.

La exhibición cinematográfica es un evento cultural y de ocio que se disfruta de forma masiva y que ha sido la base sobre la que se ha asentado el consumo de otros elementos de ocio. Un ejemplo de ello es que en 2019 se vendieron más de 100 millones de entradas en los cines de nuestro país. Dicha cifra está muy por encima de los rendimientos de cualquier otro evento cultural o deportivo que se realice fuera del hogar, puesto que la asistencia a conciertos y festivales en dicho año reunió a más de 28 millones de espectadores, los museos españoles recibieron la visita de 20 millones de personas y los estadios de los clubes de fútbol de *LaLiga* aglutinaron a casi 15 millones de aficionados. Y por todo ello, no es extraño que hablemos en todo momento de la *industria cinematográfica*.

El motivo por el que se pone como punto de partida los años ochenta, es que en la década de los años setenta la asistencia al *cine* prácticamente era una actividad de obligado cumplimiento para todos los españoles, ya que entre 1970 y 1979 se vendieron un total 2.600 millones de entradas, es decir, una media de 260 millones por año. Incluso, si retrocedemos algunos años, según el anuario de SGAE, en 1968 se vendieron 376 millones de entradas y en 1969 más de 364 millones, lo que suponen una frecuencia de asistencia de unas once películas por persona y año. Estos datos están en contraposición con lo que sucedió en 2020 y 2021, años en los que ir al *cine* fue poco menos que una actividad de riesgo por los motivos de sobra conocidos y cuya asistencia a las salas cayó hasta los 28 y 43 millones de espectadores, respectivamente.

El cuadro 4.1 refleja la capacidad exhibidora, la oferta de producciones en el mercado y la asistencia de espectadores a los cines de España. La década de los dos mil fue la más exitosa de las cuatro incluidas en el estudio, en cuanto a capacidad (4.127 pantallas) y espectadores (128,8 millones de entradas) y la de los ochenta fue en la que más oferta de estrenos se lanzaron al mercado (4.171 estrenos). Los datos promedio de las cuatro décadas ponen de manifiesto que, a lo largo de este periodo funcionaron en España un promedio anual de 3.300 salas de cine, se exhibieron 2.382 estrenos y se vendieron en las taquillas más de 111 millones de entradas en cada año.

Cuadro 4.1

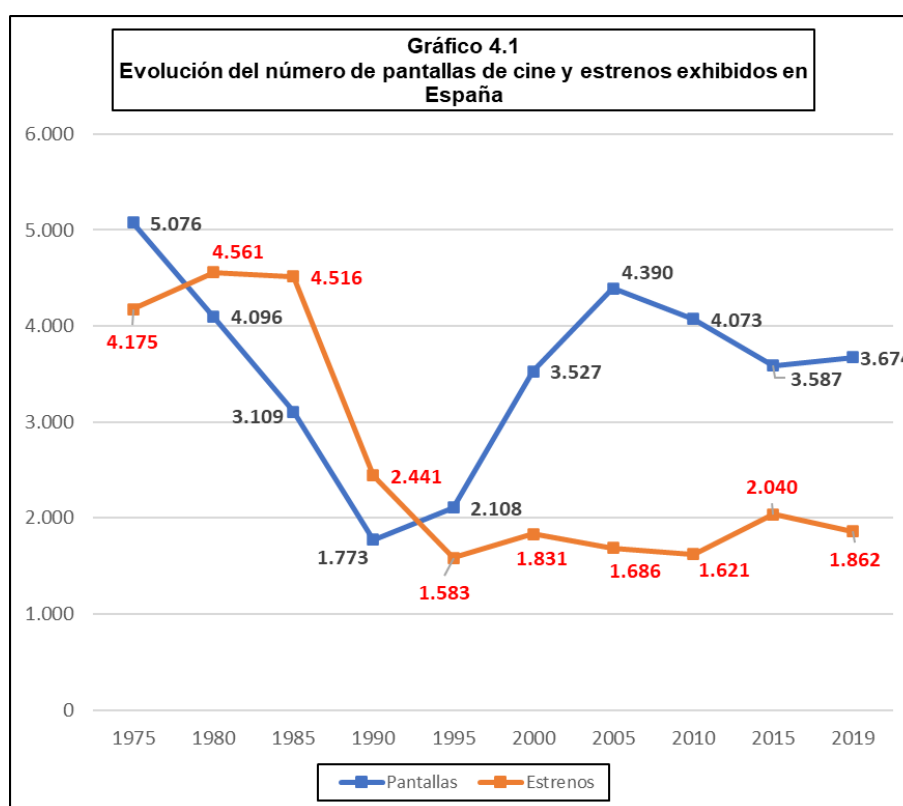
Datos promedio de los principales indicadores cinematográficos en cada década. España: 1980-2019

Década	Pantallas	Estrenos	Espectadores
80s	3.100	4.171	118.715.395
90s	2.239	1.803	101.030.188
00s	4.127	1.788	128.835.802
10s	3.766	1.765	96.233.036
Promedio	3.308	2.382	111.203.605

Si tomamos en consideración algunos puntos de control quinquenales empezando por 1975 y terminando en 2019 y empezamos analizando como ha sido la evolución del número de pantallas y de los estrenos exhibidos, nos encontramos con que entre 1975 y 1980 el número de salas de cine

era superior a las 4.000. El consumo cinematográfico tiene un declive en los años ochenta hasta alcanzar el mínimo de 1990 (1.773 pantallas). A partir del año 2000 se produce una recuperación de la capacidad exhibidora hasta alcanzar casi las 4.400 pantallas en 2005 y posteriormente tiene lugar un ligero ajuste hasta estabilizarse en la actualidad en torno a las 3.600 pantallas (gráfico 4.1).

El número de estrenos no ha sufrido tantos altibajos a lo largo de estos últimos 40 años. El máximo de 4.561 de 1980 se reduce progresivamente hasta el mínimo de 1.583 de 1995. Esta cifra establece el rango de oferta cinematográfica, puesto que hasta la actualidad el máximo de estrenos subió solo hasta los 2.040 de 2015. Si relacionamos ambos parámetros, al principio del periodo observamos un gran número de pantallas y estrenos, en medio del periodo se reducen ambos parámetros y a partir de entonces aumentan las pantallas de forma significativa pero el número de estrenos se mantiene en un rango constante. En definitiva, al principio del periodo había mucha capacidad exhibidora y una voluminosa oferta cinematográfica y al final del periodo hay una gran capacidad exhibidora pero una oferta de estrenos más optimizada.



El cuadro 4.2 refleja los datos acumulados de estrenos, asistencia de espectadores a las salas de cine, la frecuencia de consumo por persona y el coste medio del acceso al cine. La década de los 80 fue la que registró un mayor número de estrenos (41.710) y la de los dos mil la que acumuló más espectadores (1.288,3 millones) y en ambas décadas la frecuencia de asistencia fue parecida, con tres estrenos por persona y año. El coste de la entrada alcanzó su mayor valor en la década de los dos mil diez con 6,1€.

Respecto a los datos globales, en el conjunto de los 40 años analizados, se exhibieron 95.269 estrenos cinematográficos, se vendieron en los cines españoles 4.448,1 millones de entradas, la frecuencia de asistencia se situó en 2,7 películas por habitante y el precio medio de la entrada ascendió a casi 4 euros.

Cuadro 4.2

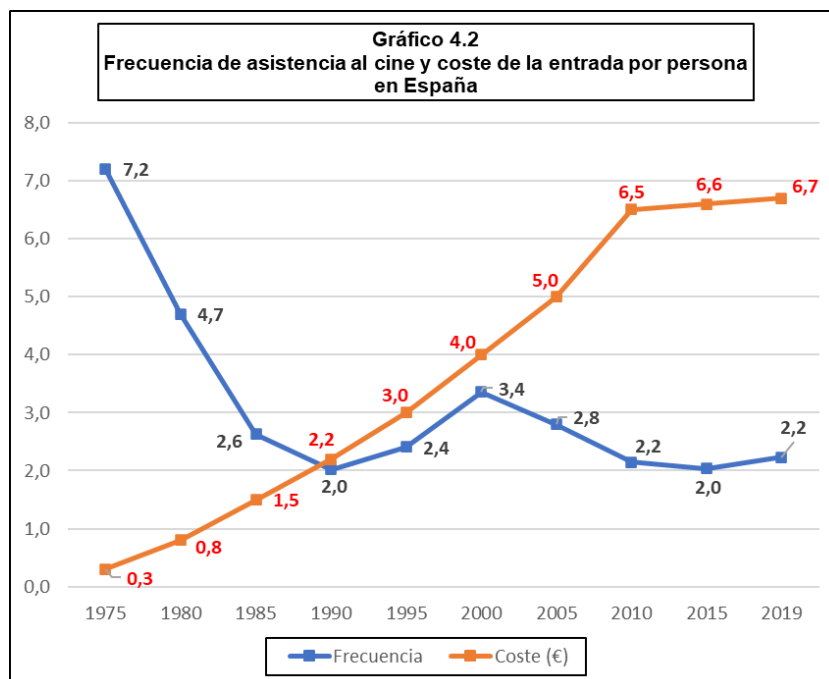
Datos acumulados de los principales indicadores cinematográficos en cada década.
España: 1980-2019

Década	Estrenos	Espectadores	Asistencia	Entrada (€)
80s	41.710	1.187.153.953	3,1	1,4
90s	18.026	1.010.301.884	2,6	3,0
00s	17.881	1.288.358.019	3,0	5,0
10s	17.652	962.330.355	2,1	6,1
Total	95.269	4.448.144.211	2,7	3,9

Los puntos de control de la asistencia al cine ponen de manifiesto un rango de variabilidad menor que en el caso del número de pantallas y de estrenos. En 1980 la frecuencia era de casi cinco películas por persona y en 1990 la asistencia alcanzó su mínimo de dos películas por persona. A partir de este año se recuperó el consumo de cine hasta alcanzar en 2000 los 3,4 estrenos por persona. En los siguientes veinte años, la asistencia a las salas se redujo, progresivamente, hasta estabilizarse, antes de la pandemia, en torno a dos películas por habitante y año (gráfico 4.2).

La gráfica que no admite dudas es la del coste medio de la entrada al cine, puesto que en los últimos 40 años no ha parado de aumentar. A principios de los ochenta ir al cine no costaba ni un euro y a principios de los noventa la entrada alcanzó los dos euros. A partir de esa fecha el encarecimiento de la entrada al cine se estableció en un euro cada cinco años, hasta alcanzar los 6,5 euros en 2010. Entre 2011 y 2019 la entrada creció algo menos de medio euro y tras la pandemia el coste medio de la entrada alcanzó la barrera de los 7 euros.

En 1980 los españoles vieron casi cinco películas de cine con un coste de casi un euro por cada estreno y en 2019 disfrutaron de dos películas por 6,7 euros cada una. La diferencia en cuarenta años es un consumo de casi 3 películas menos y un encarecimiento de 6 euros por cada entrada. Estos datos sugieren dos preguntas actualmente: ¿Cuántos años se necesitarán para recuperar los niveles de espectadores prepandemia? y ¿Cuánto más tendrán que pagar los espectadores por ver un estreno cinematográfico?



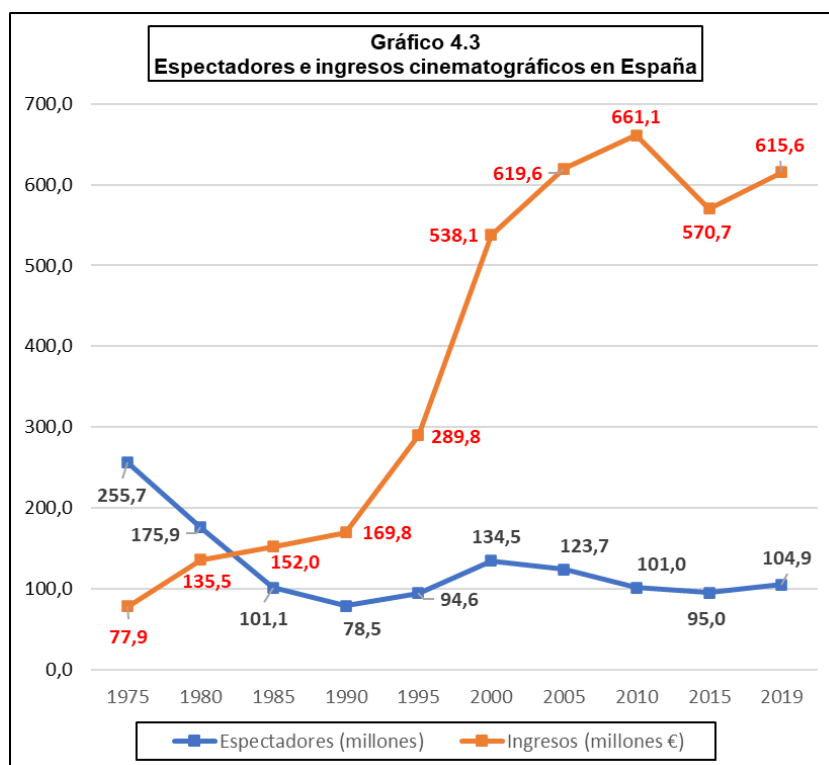
Otra cuestión importante es el origen de los estrenos cinematográficos. En cuanto a la distribución, la mayoría de las películas provino de un reducido número de países y la minoría restante tuvo una gran diversidad en cuanto a la procedencia de las obras. Un total de 90 países tuvieron representación en las carteleras españolas (en la actualidad algunos países ya no existen o han cambiado de nombre o han surgido nuevos países).

Respecto al éxito de los estrenos, un 97% de los espectadores se decantó por obras procedentes de Norteamérica y Europa. Si hacemos un ajuste más fino, el 94% de la cuota de mercado la copan solo cuatro países (Estados Unidos, España, Reino Unido y Francia). Hay que señalar que el promedio de la cuota de mercado de las películas estadounidense en las cuatro décadas analizadas se situó en el 64,1% y el de las españolas en el 15,6% (cuadro 4.3).

Cuadro 4.3
Cuota de mercado de los estrenos por su origen (%). España 1980-2019

Década	USA	España	UK	Francia
80s	50,8	18,9	9,3	3,6
90s	72,3	11,1	7,5	3,0
00s	68,8	14,5	8,7	2,5
10s	66,0	17,5	8,7	3,3
Promedio	64,1	15,6	8,6	3,1

La evolución de los espectadores en los puntos de control quinquenales refleja que en 1980 se vendieron casi 176 millones de entradas y en 1990 se produjo el mínimo de toda la serie con 78,5 millones. En el año 2000 se registra otro máximo de 134,5 millones y, por último, en 2019 los cines vendieron casi 105 millones de localidades. Los ingresos por la venta de entradas en cines superan los 600 millones de recaudación en 2005 y los 661 millones en 2010 (gráfico 4.3).



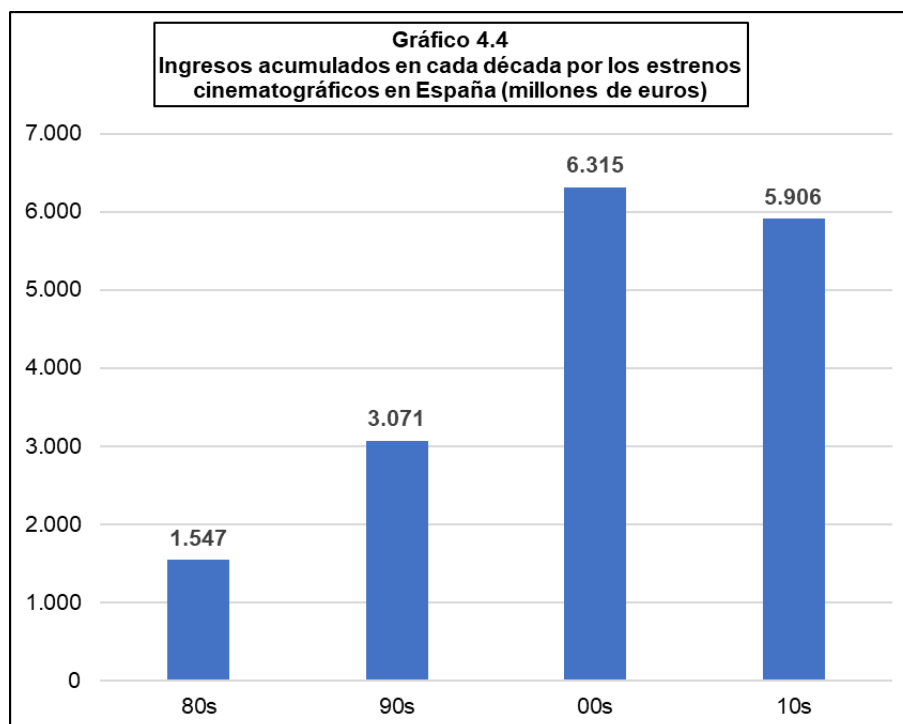
La distribución acumulada de los espectadores por Autonomías refleja que la cuota de mercado de cada una de ellas es proporcional a su población. Las Comunidades con más espectadores cinematográficos en los 40 años analizados son la Comunidad de Madrid (20,1%), Cataluña (19,7%), Andalucía (13,3%) y la Comunidad Valenciana (10,8%). En conjunto, estas cuatro Comunidades representan casi el 64% del total de localidades vendidas por los exhibidores de cine entre 1980 y 2019 (cuadro 4.4).

Cuadro 4.4

Cuota de mercado de cada Comunidad Autónoma sobre el total de asistencia a los cines. España: 1980-2019

Comunidad	%
Comunidad de Madrid	20,1
Cataluña	19,7
Andalucía	13,3
Comunidad Valenciana	10,8
País Vasco	5,8
Castilla y León	4,8
Canarias	4,2
Galicia	3,6
Aragón	3,0
Castilla-La Mancha	2,8
Región de Murcia	2,7
Islas Baleares	2,3
Principado de Asturias	2,0
Comunidad Foral de Navarra	1,6
Extremadura	1,4
Cantabria	1,1
La Rioja	0,7
Ceuta	0,1
Melilla	0,1
Total	100,0

El gráfico 4.4 refleja los ingresos acumulados en cada década y en este caso la que más suma es la de los dos mil con 6.315 millones de euros, seguida de la década de los dos mil diez con 5.906 millones. El total de ingresos acumulados por los cines en los 40 años de exhibición analizados es de casi 17.000 millones de euros.



40 AÑOS DE ESTRENOS DE CINE EN ESPAÑA

El estudio de los estrenos con más éxito en las salas de cine entre 1980 y 2019 comienza exponiendo las cuatro producciones más vistas en cada década. Estas obras son: *Titanic* (11,2 millones de espectadores) en la década de los 90; *Avatar* (9,5 millones de espectadores) en la década de los dos mil; *8 apellidos vascos* (9,5 millones de espectadores) en la década de los dos mil diez y *E.T. El extraterrestre* (8,1 millones de espectadores) en la década de los 80 (cuadro 4.5).

Cuadro 4.5

Estrenos con más éxito en cada década

Título	Origen	Década	Espectadores
E.T. El extraterrestre	USA	80s	8.147.099
Titanic	USA	90s	11.265.694
Avatar	USA	00s	9.536.218
8 apellidos vascos	España	10s	9.516.272

El top-52 histórico de las producciones con más éxito entre 1980 y 2019 que superaron los cuatro millones de espectadores en los cines españoles, está liderado por las películas más vistas en cada década (cuadro 4.6). Pero más allá de esta coincidencia, en un análisis rápido del ranking se observa que hay cinco sagas de películas triunfadoras: *El Señor de los Anillos*, *Harry Potter*, *Piratas del Caribe*, *Star Wars* e *Indiana Jones*. También los clásicos infantiles con versiones que se estrenaron con 25 años de diferencia tuvieron un gran éxito de público: *El Rey León* en 1994 y 2019 (ambas son películas de animación) y *Aladdin* 1993 y 2019 (la primera es de animación y la segunda de imagen real). En el caso del clásico *La Bella y la Bestia* la versión animada de 1992 si se situó en este ranking histórico, pero no así la versión en imagen real de 2017 que no consiguió alcanzar los cuatro millones de espectadores.

Un análisis detallado del origen refleja que 39 estrenos fueron producciones americanas, nueve españolas, tres británicas y una italiana. Por décadas, la que sumó más estrenos es la de los dos mil con 23, seguida de la de los noventa con 15 estrenos y de la década de los dos mil diez con once. En cuanto al tipo de obra, 40 (77%) películas fueron realizadas con imagen real y 12 (23%) fueron de animación. Y en cuanto al género de los estrenos producidos con imagen real predominaron las películas de aventuras (10) y las fantásticas (8).

En cuanto a los estrenos, la película con más éxito en los cines españoles en los últimos cuarenta años fue *Titanic* con 11,2 millones de espectadores, seguida de *Avatar* y *8 apellidos vascos* con 9,5 millones cada una. A continuación, se situaron *E.T. El extraterrestre* con 8,1 millones de espectadores y *El Señor de los Anillos* con 7,1 millones. Respecto a las españolas, aparte de la mencionada *8 apellidos vascos*, se encuentra la producción de suspense *Los Otros* con 6,4 millones espectadores, *Lo imposible* con 6,1 millones de espectadores, *8 apellidos catalanes* con 5,6 millones y *Torrente 2* con 5,3 millones de espectadores.

Cuadro 4.6
Top 50 de estrenos cinematográficos. España 1980-2019

Nº	Título	Origen	Año	Espectadores
1	Titanic	USA	1998	11.265.694
2	Avatar	USA	2009	9.536.218
3	8 apellidos vascos	España	2014	9.516.272
4	E.T. El extraterrestre	USA	1982	8.147.099
5	EL Señor de los Anillos: La Comunidad del Anillo	USA	2001	7.143.105
6	EL Señor de los Anillos: El retorno del Rey	USA	2003	6.902.600
7	La Guerra de las Galaxias - Edición Especial	USA	1997	6.900.868
8	El sexto sentido	USA	1999	6.762.480
9	EL Señor de los Anillos: Las dos Torres	USA	2002	6.522.548
10	Harry Potter y la piedra filosofal	UK	2001	6.462.786
11	Los Otros	España	2001	6.410.598
12	EL Rey León (2019)	USA	2019	6.392.093
13	EL Rey León (1994)	USA	1994	6.321.953
14	Star Wars: La Amenaza Fantasma	USA	1999	6.259.378
15	Lo imposible	España	2012	6.129.025
16	Shrek 2	USA	2004	6.079.145
17	Jurassic Park	USA	1993	5.971.488
18	8 apellidos catalanes	España	2015	5.693.197
19	Piratas del Caribe: El cofre del Hombre Muerto	USA	2006	5.495.970
20	Torrente 2, misión en Marbella	España	2001	5.321.969
21	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	2015	5.296.900
22	Spider-Man	USA	2002	5.249.541
23	Harry Potter y la cámara secreta	UK	2002	5.220.938
24	Joker	USA	2019	5.175.140
25	El Código Da Vinci	USA	2006	5.071.946
26	Buscando a Nemo	USA	2003	4.989.415
27	La gran aventura de Mortadelo y Filemón	España	2003	4.985.983
28	Gladiator	USA	2000	4.964.409
29	La Bella y la Bestia	USA	1992	4.935.184
30	Piratas del Caribe: La maldición de la Perla Negra	USA	2003	4.875.624
31	Tarzán	USA	1999	4.796.008

32	Instinto Básico	USA	1992	4.764.943
33	Aladdin (2019)	USA	2019	4.758.466
34	Un monstruo viene a verme	España	2016	4.620.133
35	Vengadores: Endgame	USA	2019	4.597.661
36	Bohemian Rhapsody	UK	2018	4.429.055
37	El orfanato	España	2007	4.420.861
38	Los Minions	USA	2015	4.321.250
39	Pretty Woman	USA	1990	4.301.994
40	Agente 007 contra Doctor No	UK	1992	4.293.374
41	Troya	USA	2004	4.237.549
42	Indiana Jones y la Última Cruzada	USA	1989	4.219.349
43	La vida es Bella	Italia	1999	4.174.620
44	En busca del Arca Perdida	USA	1981	4.152.649
45	Shrek 3	USA	2007	4.132.081
46	Aladdin (1993)	USA	1993	4.108.477
47	Piratas del Caribe: En el fin del Mundo	USA	2007	4.107.538
48	La máscara del Zorro	USA	1998	4.107.114
49	American Beauty	USA	2000	4.105.878
50	Mar adentro	España	2004	4.099.475
51	Los Picapiedra	USA	1994	4.080.660
52	Los Increíbles	USA	2004	4.007.567

El top-50 histórico de los estrenos españoles con más éxito entre 1980-2019 está liderado por las producciones comentadas anteriormente. A continuación de éstas, hay cuatro películas que superaron los cuatro millones de espectadores: *La gran aventura de Mortadelo y Filemón*, *Un monstruo viene a verme*, *El orfanato* y *Mar adentro*. Por décadas, la de los dos mil diez es la más representada en el ranking con 20 películas, seguida de la década de los dos mil con 17 estrenos. Y en cuanto a las *secuelas* hay que destacar la presencia en este cuadro de las cinco películas de *Torrente*, las dos de la franquicia *8 apellidos* y las dos obras de animación de *Tadeo Jones* (cuadro 4.7).

En cuanto al tipo de producción, 46 estrenos están realizados con imagen real y tan solo cuatro son obras de animación. En cuanto al género, la comedia es la gran dominadora del ranking con casi la mitad de las obras del total de las incluidas en el ranking seguida de los géneros dramáticos y de aventuras en diferentes contextos.

Los directores con más estrenos en el top-50 son Santiago Segura con seis y 18,8 millones de espectadores acumulados por sus producciones; Alejandro Amenábar con cinco estrenos y 17,6 millones de espectadores; Pedro Almodóvar con cuatro estrenos y casi 10 millones de espectadores acumulados; Emilio Martínez-Lázaro con tres estrenos y 18 millones de espectadores y, por último, J.A. Bayona con tres estrenos y 15,1 millones de espectadores acumulados.

Cuadro 4.7
Top-50 de estrenos cinematográficos españoles. España 1980-2019

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	8 apellidos vascos	E. Martínez-Lázaro	2014	9.516.272
2	Los Otros	A. Amenábar	2001	6.410.598
3	Lo imposible	J. A. Bayona	2012	6.129.025
4	Ocho apellidos catalanes	E. Martínez-Lázaro	2015	5.693.197
5	Torrente 2	S. Segura	2001	5.321.969

6	La gran aventura de Mortadelo y Filemón	J. Fesser	2003	4.985.983
7	Un monstruo viene a verme	J. A. Bayona	2016	4.620.133
8	El orfanato	J. A. Bayona	2007	4.420.861
9	Mar adentro	A. Amenábar	2004	4.099.475
10	Torrente 3	S. Segura	2005	3.575.759
11	Ágora	A. Amenábar	2009	3.492.683
12	Mujeres al borde de un ataque de nervios	P. Almodóvar	1988	3.347.946
13	Campeones	J. Fesser	2018	3.293.483
14	Perfectos desconocidos	A. de la Iglesia	2017	3.284.565
15	Tadeo Jones 2	E. Gato	2017	3.189.961
16	Alatriste	A. Díaz Yanes	2006	3.182.656
17	Torrente	S. Segura	1998	3.010.736
18	El otro lado de la cama	E. Martínez-Lázaro	2002	2.826.156
19	Las aventuras de Tadeo Jones	E. Gato	2012	2.762.486
20	El Niño	D. Monzón	2014	2.757.638
21	Palmeras en la nieve	F. González Molina	2015	2.706.623
22	Torrente 4	S. Segura	2011	2.632.922
23	El crimen de Cuenca	P. Miró	1981	2.621.614
24	Todo sobre mi madre	P. Almodóvar	1999	2.590.670
25	Días de fútbol	D. Serrano	2003	2.562.132
26	Padre no hay más que uno	S. Segura	2019	2.498.193
27	La niña de tus ojos	F. Trueba	1998	2.497.859
28	El reino de los cielos	R. Scott	2005	2.388.173
29	Airbag	J.M. Bajo Ulloa	1997	2.195.897
30	Superlópez	J. Ruiz Caldera	2018	2.150.035
31	Two much	F. Trueba	1995	2.141.868
32	Celda 211	D. Monzón	2009	2.129.571
33	Los lunes al sol	F. León de Aranoa	2002	2.103.601
34	Tacones lejanos	P. Almodóvar	1991	2.072.921
35	Juana La Loca	V. Aranda	2001	2.067.026
36	Los santos inocentes	M. Camus	1984	2.033.304
37	Tengo ganas de ti	F. González Molina	2012	1.984.559
38	Planet 51	J. Blanco	2009	1.957.318
39	Atrapa la bandera	E. Gato	2015	1.946.069
40	Volver	P. Almodóvar	2006	1.931.965
41	La vaquilla	L. García Berlanga	1985	1.907.208
42	Mientras dure la guerra	A. Amenábar	2019	1.862.495
43	Lo dejo cuando quiera	C. Theron	2019	1.838.819
44	Belle époque	F. Trueba	1992	1.818.267
45	Torrente 5	S. Segura	2014	1.811.276
46	Abre los ojos	A. Amenábar	1997	1.794.352
47	Si yo fuera rico	A. Fernández Armero	2019	1.767.740
48	El laberinto del fauno	G. Del Toro	2006	1.682.233
49	Muertos de risa	A. de la Iglesia	1999	1.669.951
50	Perdiendo el norte	N. García Velilla	2015	1.658.095

El top-20 histórico de los estrenos cinematográficos de la década de los 80 está liderado por *E.T. El extraterrestre* con 8,1 millones de espectadores. A continuación, se situaron los estrenos de la

saga de *Indiana Jones*: dos con más de 4 millones de espectadores (*La Última Cruzada* y *En busca del Arca Perdida*) y otro con 3,7 millones (*El Templo Maldito*). Todas estas obras estuvieron dirigidas por Steven Spielberg (cuadro 4.8).

Aparte de estos cuatro estrenos, otros 11 superaron los 3 millones de espectadores y 5 más los dos millones. El ranking cuenta con títulos icónicos de la cinematografía de todos los tiempos como *Regreso al futuro* (Robert Zemeckis), *Rambo* (Ted Kotcheff), *Gremlins* (Joe Dante), *Memorias de África* (Sidney Pollack) o *El último emperador* (Bernardo Bertolucci). En cuanto a la procedencia, 15 son producciones estadounidenses, dos son británicas, dos españolas y una mexicana.

Las dos películas españolas son *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (Pedro Almodóvar) con 3,3 millones de espectadores y *El crimen de Cuenca* (Pilar Miró) con 2,6 millones de espectadores. Por último, la obra mexicana producida en 1967, protagonizada por Mariano Moreno (Cantinflas) y dirigida por Miguel M. Delgado, estrenada en España en 1980, también tuvo una buena acogida en los cines españoles superando los 3 millones de espectadores.

Cuadro 4.8

Ranking de estrenos cinematográficos en la década de los años ochenta

Nº	Título	Origen	Año	Espectadores
1	E.T. El extraterrestre	USA	1982	8.147.099
2	Indiana Jones y la Última Cruzada	USA	1989	4.219.349
3	En busca del Arca Perdida	USA	1981	4.152.321
4	Indiana Jones y el Templo Maldito	USA	1984	3.704.387
5	Batman	USA	1989	3.538.561
6	Mujeres al borde de un ataque de nervios	España	1988	3.347.946
7	Regreso al futuro	USA	1985	3.238.863
8	West Side Story	USA	1981	3.235.716
9	Rambo (Acorralado 2)	USA	1985	3.230.005
10	Gremlins	USA	1984	3.211.784
11	Kramer contra Kramer	USA	1980	3.165.831
12	Su excelencia	México	1980	3.163.605
13	Chacal	UK	1982	3.158.583
14	Peter Pan	USA	1986	3.113.418
15	La conquista del Oeste	USA	1984	3.069.899
16	Memorias de África	USA	1986	2.874.803
17	El último Emperador	UK	1988	2.868.967
18	Loca academia de Policía	USA	1984	2.838.916
19	Tootsie	USA	1983	2.737.431
20	El crimen de Cuenca	España	1981	2.621.614

El top-10 de películas españolas con más éxito en los ochenta, aparte de los dos títulos mencionados anteriormente, se completa con otra producción que supera los 2 millones de espectadores, *Los Santos Inocentes* (Mario Camus), y con otras siete obras que rebasan el millón de localidades vendidas. Entre estas últimas destaca *La vaquilla* (Luis García Berlanga) con 1,9 millones de espectadores (cuadro 4.9).

Cuadro 4.9

Ranking de estrenos cinematográficos españoles en la década de los años ochenta

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Mujeres al borde de un ataque de nervios	P. Almodóvar	1988	3.347.946
2	El crimen de Cuenca	P. Miró	1981	2.621.614
3	Los Santos Inocentes	M. Camus	1984	2.033.304
4	La Vaquilla	L. García Berlanga	1985	1.907.208
5	El Lute, camina o revienta	V. Aranda	1987	1.422.303
6	Cristóbal Colón, de oficio descubridor	M. Ozores	1982	1.412.893
7	Y al tercer año resucitó	R. Gil	1980	1.343.870
8	Todos al suelo	M. Ozores	1982	1.294.874
9	Las bicicletas son para el verano	J. Chavarri	1984	1.190.800
10	La muerte de Mikel	I. Uribe	1984	1.169.384

El top-20 histórico de los estrenos cinematográficos de la década de los 90 está liderado por *Titanic* (James Cameron) con 11,2 millones de espectadores, siendo la película con más éxito en los cines españoles entre 1980 y 2019. A continuación, otros cuatro títulos superaron los 6 millones de espectadores: *La Guerra de las Galaxias – Edición especial* (George Lucas), *El sexto sentido* (M. Night Shyamalan), *El Rey León* (Roger Allers, Rob Minkoff) y *Star Wars: La Amenaza Fantasma* (George Lucas).

Aparte de estos cinco estrenos, otra producción rozó los 6 millones de espectadores (*Jurassic Park*, de Steven Spielberg), nueve más superaron los 4 millones y cinco los 3 millones de espectadores. Todas las películas de este ranking son estadounidenses, excepto la producción italiana *La vida es Bella* (Roberto Benigni) y la británica *Full Monty* (Peter Cattaneo). La primera vendió 4,1 millones de entradas y la segunda 3,7 millones (cuadro 4.10).

Cuadro 4.10

Ranking de estrenos cinematográficos en la década de los años noventa

Nº	Título	Origen	Año	Espectadores
1	Titanic	USA	1998	11.265.694
2	La Guerra de las Galaxias - Edición Especial	USA	1997	6.900.868
3	El sexto sentido	USA	1999	6.762.480
4	EL Rey León (1994)	USA	1994	6.321.953
5	Star Wars: La Amenaza Fantasma	USA	1999	6.259.378
6	Jurassic Park	USA	1993	5.971.488
7	La Bella y la Bestia	USA	1992	4.935.184
8	Tarzán	USA	1999	4.796.008
9	Instinto Básico	USA	1992	4.764.943
10	Pretty Woman	USA	1990	4.301.994
11	Agente 007 contra Doctor No	UK	1992	4.293.374
12	La vida es bella	Italia	1999	4.174.620
13	Aladdin (1993)	USA	1993	4.108.477
14	La máscara del Zorro	USA	1998	4.107.114
15	Los Picapiedra	USA	1994	4.080.660
16	Ghost (Más allá del amor)	USA	1990	3.961.908
17	Forrest Gump	USA	1994	3.914.504
18	Terminator 2	USA	1991	3.778.855
19	Full Monty	UK	1997	3.736.046
20	El silencio de los corderos	USA	1990	3.719.716

El top-10 de películas españolas con más éxito en los noventa, está liderado por la primera parte de la saga de comedia de *Torrente* (Santiago Segura) con 3 millones de espectadores. A continuación, con 2 millones se situaron: *Todo sobre mi madre* (Pedro Almodóvar), *La niña de tus ojos* (Fernando Trueba), *Airbag* (Juan Manuel Bajo Ulloa), *Two much* (Fernando Trueba) y *Tacones lejanos* (Pedro Almodóvar). Completan el ranking cuatro producciones con más de 1,5 millones de espectadores y otra que roza dicha cifra (cuadro 4.11).

Cuadro 4.11
Ranking de estrenos cinematográficos españoles en la década de los años noventa

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Torrente	S. Segura	1998	3.010.736
2	Todo sobre mi madre	P. Almodóvar	1999	2.590.670
3	La niña de tus ojos	F. Trueba	1998	2.497.859
4	Airbag	J.M. Bajo Ulloa	1997	2.195.897
5	Two much	F. Trueba	1995	2.141.868
6	Tacones lejanos	P. Almodóvar	1991	2.072.921
7	Belle époque	F. Trueba	1992	1.818.267
8	Abre los ojos	A. Amenábar	1997	1.794.352
9	Muertos de risa	A. de la Iglesia	1999	1.669.951
10	Aquí huele a muerto	A. Sánchez de Heredia	1990	1.479.256

El top-20 histórico de los estrenos cinematográficos de la década de los dos mil está liderado por el estreno de ciencia-ficción *Avatar* (James Cameron) con 9,5 millones de espectadores, siendo la segunda película con más éxito en los cines españoles entre 1980 y 2019. A continuación, se situaron los estrenos de la saga de *El Señor de los Anillos: La Comunidad del Anillo* (7,1 millones), *El retorno del Rey* (6,9 millones) y *Las dos Torres* (6,5 millones). Todas estas obras estuvieron dirigidas por Peter Jackson (cuadro 4.12).

Aparte de estos cuatro estrenos, otros tres superaron también los 6 millones de espectadores: *Harry Potter y la piedra filosofal* (Chris Columbus), *Los Otros* (Alejandro Amenábar) y *Shrek 2* (Andrew Adamson). El resto del ranking los completan cinco estrenos que superan los 5 millones de espectadores y ocho producciones que superan los 4 millones. En cuanto a la procedencia 14 son producciones estadounidenses, cuatro son españolas y dos son británicas.

Las películas españolas presentes en el ranking cinematográfico de los años dos mil, aparte de *Los Otros*, son *Torrente 2* (Santiago Segura) con 5,3 millones de espectadores, *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* (Javier Fesser) con casi 5 millones y *El orfanato* (Juan Antonio Bayona) con 4,4 millones de espectadores.

Cuadro 4.12
Ranking de estrenos cinematográficos en la década de los años dos mil

Nº	Título	Origen	Año	Espectadores
1	Avatar	USA	2009	9.536.218
2	EL Señor de los Anillos: La Comunidad del Anillo	USA	2001	7.143.105
3	EL Señor de los Anillos: El retorno del Rey	USA	2003	6.902.600
4	EL Señor de los Anillos: Las dos Torres	USA	2002	6.522.548
5	Harry Potter y la piedra filosofal	UK	2001	6.462.786
6	Los Otros	España	2001	6.410.598
7	Shrek 2	USA	2004	6.079.145

8	Piratas del Caribe: El cofre del Hombre Muerto	USA	2006	5.495.970
9	Torrente 2, misión en Marbella	España	2001	5.321.969
10	Spider-Man	USA	2002	5.249.541
11	Harry Potter y la Cámara Secreta	UK	2002	5.220.938
12	El Código Da Vinci	USA	2006	5.071.946
13	Buscando a Nemo	USA	2003	4.989.415
14	La gran aventura de Mortadelo y Filemón	España	2003	4.985.983
15	Gladiator	USA	2000	4.964.409
16	Piratas del Caribe: La maldición de la Perla Negra	USA	2003	4.875.624
17	El orfanato	España	2007	4.420.861
18	Troya	USA	2004	4.237.549
19	Shrek 3	USA	2007	4.132.081
20	Piratas del Caribe: En el fin del Mundo	USA	2007	4.107.538

El top-10 de películas españolas con más éxito en los dos mil está liderado por las películas ya comentadas anteriormente: *Los Otros*, *Torrente 2*, *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* y *El orfanato*. A continuación, con 4 millones de espectadores se situó *Mar adentro* (Alejandro Amenábar) seguida de *Torrente 3* (Santiago Segura) con 3,5 millones, *Ágora* con 3,4 millones de espectadores y *Alatriste* con 3,1 millones. Completan el ranking dos producciones con más de 2,5 millones de espectadores (cuadro 4.13).

Cuadro 4.13

Ranking de estrenos cinematográficos españoles en la década de los años dos mil

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Los Otros	A. Amenábar	2001	6.410.598
2	Torrente 2, misión en Marbella	S. Segura	2001	5.321.969
3	La gran aventura de Mortadelo y Filemón	J. Fesser	2003	4.985.983
4	El orfanato	J. A. Bayona	2007	4.420.861
5	Mar adentro	A. Amenábar	2004	4.099.475
6	Torrente 3	S. Segura	2005	3.575.759
7	Ágora	A. Amenábar	2009	3.492.683
8	Alatriste	A. Díaz Yanes	2006	3.182.656
9	El otro lado de la cama	E. Martínez-Lázaro	2002	2.826.156
10	Días de fútbol	D. Serrano	2003	2.562.132

El top-20 histórico de los estrenos cinematográficos de la década de los dos mil diez está liderado por la película española *8 apellidos vascos* (Emilio Martínez-Lázaro) con 9,5 millones de espectadores, siendo la tercera película con más éxito en los cines españoles entre 1980 y 2019, tras las grandes producciones *Titanic* y *Avatar*. A continuación, con más de 6 millones de espectadores se situaron la versión en imagen real de *El Rey León* y la producción española dirigida por J. A. Bayona *Lo imposible*.

Aparte de estos tres estrenos, otras tres películas superaron los 5 millones de espectadores: *8 apellidos catalanes* (Emilio Martínez-Lázaro), *Star Wars: El despertar de la fuerza* (J.J. Abrams) y *Joker* (Todd Phillips) El resto del ranking los completan cinco estrenos que rebasan los 4 millones de espectadores y nueve producciones que superan los 3 millones. En cuanto a la procedencia: 15 son producciones estadounidenses, cuatro son españolas y una es británica.

Las películas españolas presentes en el ranking de los años dos mil diez, aparte de las ya comentadas *8 apellidos vascos*, *Lo imposible* y *8 apellidos catalanes* se encuentra también el drama fantástico dirigido por J.A. Bayona *Un monstruo viene a verme*, con un rendimiento en taquilla de 4,6 millones de espectadores (cuadro 4.14).

Cuadro 4.14
Ranking de estrenos cinematográficos en la década de los años dos mil diez

Nº	Título	Origen	Año	Espectadores
1	8 apellidos vascos	España	2014	9.516.272
2	El Rey León (2019)	USA	2019	6.392.093
3	Lo imposible	España	2012	6.129.025
4	8 apellidos catalanes	España	2015	5.693.197
5	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	2015	5.296.900
6	Joker	USA	2019	5.175.140
7	Aladdin (2019)	USA	2019	4.758.466
8	Un monstruo viene a verme	España	2016	4.620.133
9	Vengadores: Endgame	USA	2019	4.597.661
10	Bohemian Rhapsody	UK	2018	4.429.055
11	Los Minions	USA	2015	4.321.250
12	Jurassic World	USA	2018	3.909.059
13	Del revés (Inside Out)	USA	2015	3.895.660
14	Toy Story 4	USA	2019	3.887.776
15	Mascotas	USA	2016	3.870.729
16	La Bella y La Bestia	USA	2017	3.759.014
17	Los Increíbles 2	USA	2018	3.751.613
18	Gru 3	USA	2017	3.707.825
19	Toy Story 3	USA	2010	3.625.033
20	Jurassic World	USA	2015	3.600.143

Los estrenos que completan el top-10 de películas españolas, con más éxito en las salas de cine en la década de los dos mil diez, acumulando más de 3 millones de espectadores son: *Campeones* (Javier Fesser), *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia) y *Tadeo Jones 2* (Enrique Gato). Y las producciones que sumaron más de dos millones de espectadores son: *Las aventuras de Tadeo Jones* (Enrique Gato), *El Niño* (Daniel Monzón) y *Palmeras en la nieve* (Fernando González Molina). En este caso, hay que señalar, por primera vez, la presencia en este ranking histórico de la década, de las dos películas de animación protagonizadas por el personaje de ficción *Tadeo Jones* (cuadro 4.15).

Cuadro 4.15
Ranking de estrenos cinematográficos españoles en la década de los años dos mil diez

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	8 apellidos vascos	E. Martínez-Lázaro	2014	9.516.272
2	Lo imposible	J. A. Bayona	2012	6.129.025
3	Ocho apellidos catalanes	E. Martínez-Lázaro	2015	5.693.197
4	Un monstruo viene a verme	J. A. Bayona	2016	4.620.133
5	Campeones	J. Fesser	2018	3.293.483
6	Perfectos desconocidos	A. de la Iglesia	2017	3.284.565
7	Tadeo Jones 2	E. Gato	2017	3.189.961

8	Las aventuras de Tadeo Jones	E. Gato	2012	2.762.486
9	El Niño	D. Monzón	2014	2.757.638
10	Palmeras en la nieve	F. González Molina	2015	2.706.623

40 AÑOS DE CINE ESPAÑOL

Esta última parte de este capítulo contiene las fichas de los cinco estrenos españoles con más éxito en cada década. La ficha contiene los datos de producción, elenco artístico, intérpretes, trayectoria y los premios más significativos recibidos en su recorrido comercial.

AÑOS 80

Las cinco películas españolas más vistas en los cines entre 1980 y 1989 son muy diferentes tanto en su dirección y elenco artístico, como en su temática. La primera, *Mujeres al borde de un ataque de nervios*, escrita y dirigida por Pedro Almodóvar y protagonizada por Antonio Banderas y Carmen Maura supone una evolución del *universo* del director manchego desde las temáticas más transgresoras de sus primeras películas, hacia una comedia más apegada a la sociedad del momento, aunque conservando elementos propios de toda su filmografía. La cinta tuvo una potente trayectoria internacional y un reconocimiento por parte de la crítica y público. Los logros de la producción fueron espectaculares consiguiendo la nominación al Oscar, Bafta y Globo Oro a la mejor película extranjera y el premio Goya a la mejor película.

La segunda producción con más éxito, *El crimen de Cuenca* de Pilar Miró, chocó en un primer momento con la oposición del ministerio de cultura y los tribunales de justicia y hoy en día sigue siendo la única película prohibida, de forma transitoria, durante la Democracia española. Finalmente, el Tribunal Supremo autorizó su exhibición en las salas de cine atrayendo el interés de 2,6 millones de espectadores. Más allá de la crudeza de sus imágenes y la gran interpretación de sus protagonistas, la cinta, basada a su vez en una novela de Ramón J. Sender, expone elementos que siguen vigentes hoy en día en nuestra sociedad.

Y qué decir de *Los santos inocentes* de Mario Camus, también tomando como referencia la novela de Miguel Delibes, nos presenta un drama rural que no deja indiferente a nadie y que nos ofrece las pulsiones entre la pobreza y la incultura de los campesinos y la doble moral e indiferencia de las familias pudientes de la época. La interpretación de Landa, Rabal y Terele Pávez es reconocida por el jurado del Festival de Cannes y por el público español con más de 2 millones de entradas.

Las producciones situadas en cuarto y quinto lugar son *La Vaquilla* y *El Lute*. La primera es una comedia muy al estilo de Berlanga ambientada en la Guerra Civil, con un extenso elenco de actores y extras y que cumple con el objetivo de entretener a los casi dos millones de espectadores que asistieron a verla a las salas de cine. Por otra parte, *El Lute: camina o revienta* de Vicente Aranda, narra las andanzas del famoso delincuente Eleuterio Sánchez. Tanto la interpretación de Imanol Arias (El Lute) como de Victoria Abril (Chelo) les supuso la Concha de Plata al mejor actor y mejor actriz en el Festival Internacional de San Sebastián.

MUJERES AL BORDE DE UN ATAQUE DE NERVIOS

ISAN



ISAN 0000-0001-BC82-0000-S-0000-0000-R

Productoras	El Deseo, Laurenfilms
Director	Pedro Almodóvar
Guion	Pedro Almodóvar
Fotografía	José Luis Alcaine
Música	Bernardo Bonezzi
Montaje	José Salcedo
Intérprete	Carmen Maura
Intérprete	Antonio Banderas
Intérprete	Julieta Serrano
Intérprete	María Barranco
Trayectoria	Festival de Venecia, Festival de Nueva York, Festival de Toronto, Festival de Dudbury, Festival Karlovy Vary, Festival Thessaloniki, Festival de Beijing, Summer Film Festival.
Premios internacionales	Nominación Óscar y Globos de Oro mejor película extranjera; Nominación Bafta mejor película en lengua no inglesa; Premio David Donatello mejor director extranjero; Premio del Círculo de Críticos de Cine de Nueva York mejor película extranjera; Premio del Cine europeo mejor director joven; Premios NBR mejor película extranjera; Premios ACE mejor actriz de reparto; Premio del Público Festival de Toronto; Premios Festival de Venecia mejor actriz y mejor guion.
Premios nacionales	Premios Goya Mejor película, mejor guion, mejor actriz, mejor actriz de reparto y mejor montaje; Premio ASECAN mejor película española; Premios Fotogramas de Plata mejor actor y mejor actriz; Premios Sant Jordi mejor película española y mejor actriz española.

EL CRIMEN DE CUENCA

ISAN



ISAN 0000-0000-1E69-0000-R-0000-0000-U

Productoras	Jet Films, IN-CINE
Directora	Pilar Miró
Guion	Salvador Maldonado, Pilar Miró
Fotografía	Hans Burmann
Música	Antón García Abril
Montaje	José Luis Matesanz
Intérprete	Amparo Soler Leal
Intérprete	Héctor Alterio
Intérprete	Daniel Dicenta
Intérprete	José Manuel Cervino
Trayectoria	Festival de Berlín, Festival de Chicago
Premios internacionales	Premio del Jurado festival Bastia; Premio ACE mejor actriz

LOS SANTOS INOCENTES

ISAN



ISAN 0000-0001-614F-0000-P-0000-0000-0

Productoras	Ganesh P.C., Televisión Española
Director	Mario Camus
Guion	Antonio Larreta, Manuel Matji
Fotografía	Hans Burmann
Música	Antón García Abril
Montaje	Jose María Biurrún
Intérprete	Alfredo Landa
Intérprete	Terele Pávez
Intérprete	Francisco Rabal
Intérprete	Belén Ballesteros
Trayectoria	Festival de Cannes, Festival Toronto, Festival Nueva York, Festival Mar del Plata, Festival de Villeurbanne
Premios internacionales	Premios Festival de Cannes mejor actor y mención especial director; Premio ACE mejor actor.
Premios nacionales	Premio ASECAN mejor película española; Premio Círculo de Escritores Cinematográficos mejor película; Premio Fotogramas de Plata mejor actor.

LA VAQUILLA

ISAN



Productoras	Jet Films, IN-CINE
Director	Luis García Berlanga
Guion	Luis García Berlanga, Rafael Azcona
Fotografía	Carlos Suárez
Música	Miguel Asins Arbo
Montaje	José Luis Matesanz
Intérprete	Alfredo Landa
Intérprete	Guillermo Montesinos
Intérprete	Santiago Ramos
Intérprete	José Sacristán
Premio nacional	Premio ASECAN mejor película española

EL LUTE. CAMINA O REVIENTA

ISAN



Productora	Multivideo S.L.
Director	Vicente Aranda
Guion	Joaquín Jordá, Vicente Aranda, Eleuterio Sánchez
Fotografía	José Luis Alcaine
Música	José Nieto
Montaje	Teresa Font
Intérprete	Imanol Arias
Intérprete	Victoria Abril
Intérprete	Antonio Valero
Intérprete	Carlos Trisancho
Trayectoria	Festival de San Sebastián, Festival Pilsen, Festival de Toronto, Festival Cognac du Film Policier
Premios internacionales	Premio Festival de Cognac mención especial del Jurado; Premios ACE mejor actor
Premios nacionales	Premio ADIRCAE mejor actriz; Premio ASECAN mejor película; Premios Fotogramas de plata mejor película, mejor actor y mejor actriz; Premios Festival de San Sebastián mejor actor y mejor actriz; Premios Goya nominación mejor película; Premios TP de oro mejor actor y mejor actriz.

AÑOS 90

El top-5 de las películas con más éxito en los cines en los años 90 nos ofrece un panorama un poco más desenfadado que en la década anterior. En el decenio de 1990 a 1999 las comedias de diversa índole ganan terreno en los cines, siendo el único punto en común con el periodo anterior un nuevo éxito de Pedro Almodóvar.

La película más popular de los 90 fue *Torrente*, una comedia de humor *negro* dirigida e interpretada por Santiago Segura en la que encarna a un personaje excesivo en un mundo oscuro, estando acompañado en sus andanzas por otro personaje límite protagonizado por Javier Cámara. La película sumó tres millones de espectadores en las salas, constituyendo la base para producir una saga de otras cuatro películas a lo largo de los 15 años siguientes.

El estreno más icónico de este periodo fue *Todo sobre mi madre* de Pedro Almodóvar, obra clave de la filmografía del cineasta manchego en la que enfrenta a diferentes personajes femeninos a situaciones complicadas e insólitas. Las interpretaciones realizadas por Cecilia Roth, Marisa Paredes, Candela Peña, Antonia San Juan, Penélope Cruz y Rosa María Sarda potencian de manera decisiva la producción creada por Almodóvar. Tras una prestigiosa trayectoria nacional e internacional se suceden los premios más representativos de la industria cinematográfica: Oscar, Globos de Oro, Bafta, César y Cine Europeo, entre otros.

La tercera producción con más éxito en los cines fue la comedia dramática realizada por Fernando Trueba *La niña de tus ojos*. El rodaje de una película, por parte de un grupo de artistas españoles, en la Alemania Nazi en plena Guerra Civil, es el punto de partida para dar rienda suelta a los acontecimientos conflictivos entre personajes antagónicos. La película se presentó en el Festival de Berlín y ganó el Goya a la mejor película y sin duda destaca la espléndida interpretación de Penélope Cruz, lo que le permitió ganar los premios nacionales de mayor relevancia a la mejor actriz (Goya, Fotogramas, Unión de Actores y Turia).

En cuarta y quinta posición se situaron dos comedias de diferente corte: *Airbag* de Juanma Bajo Ulloa y *Two much* de Fernando Trueba. La primera, protagonizada por Karra Elejalde, Fernando Guillén Cuervo y Alberto San Juan, comienza con una despedida de soltero y se transforma en una desenfadada *road movie* y, la segunda, interpretada por Banderas, Melanie Griffith y Daryl Hannah, se inicia con una declaración de amor y termina como una comedia de enredos. Ninguna tuvo un reconocimiento significativo por parte de la *industria*, pero sí por parte del público, puesto que ambas producciones consiguieron vender dos millones de entradas en los cines españoles.

TORRENTE

ISAN



ISAN 0000-0001-B929-0000-H-0000-0000-N

Productora	Rocabruno
Director	Santiago Segura
Guion	Santiago Segura
Fotografía	Carles Gusi
Música	Roque Baños, Mario Klemens
Montaje	Fidel Collados
Intérprete	Santiago Segura
Intérprete	Javier Cámara
Intérprete	Chus Lampreave
Intérprete	Neus Asensi
Trayectoria	Festival Fantasporto, Festival Lyon, Fant-Asia Festival
Premios nacionales	Premios Goya mejor dirección novel.

TODO SOBRE MI MADRE

ISAN



ISAN 0000-0000-ABB4-0000-2-0000-0000-V

Productoras	El Deseo
Director	Pedro Almodóvar
Guion	Pedro Almodóvar
Fotografía	Alfonso Beato
Música	Alberto Iglesias, Mario Klemens
Montaje	José Salcedo
Intérprete	Cecilia Roth
Intérprete	Marisa Paredes
Intérprete	Candela Peña
Intérprete	Antonio San Juan
Intérprete	Penélope Cruz
Trayectoria	Festival de Cannes, Festival Karlovy Vary, Festival de Auckland, Festival de Nueva York, Festival de Austin, Festival de Stockholm, Festival de Thessaloniki, Festival Pilsen, Festival Hagi (Japón), Spanish Festival (Filipinas), Festival de Beijing, Summer Festival (Hong kong)

Premios internacionales	Oscar mejor película extranjera; Premio Globo de Oro mejor película de habla no inglesa; Premio César mejor película extranjera; Premios Bafta mejor película de habla no inglesa; Premio David Donatello mejor película habla no inglesa; Premio del Cine Independiente británico mejor película; Premios del Cine Europeo mejor película; Premio de la Asociación de Críticos de Cine de Los Ángeles mejor película de habla no inglesa; Premio Círculo de Críticos de Cine de Nueva York mejor película habla no inglesa; Asociación de Críticos de Cine de Boston a la mejor película; Premio de L'Academia des Lumières
Premios nacionales	Premio Goya mejor película; Festival de Cine de San Sebastián premio FIPRESCI Mejor película; Premio Ondas mejor película.

LA NIÑA DE TUS OJOS

ISAN



ISAN 0000-0000-2B59-0000-Y-0000-0000-9

Productora	Fernando Trueba P.C., Lolafilms, CARTEL
Director	Fernando Trueba
Guion	Rafael Azcona, David Trueba, Carlos López, Manual A. Egea
Fotografía	Javier Aguirresarobe
Música	Antoine Duhamel
Montaje	Carmen Frías
Intérprete	Neus Asensi
Intérprete	Jesús Bonilla
Intérprete	Penélope Cruz
Intérprete	Antonio Resines
Trayectoria	Festival de Berlín, Festival de Toronto, Festival de Pusan, Festival de Belgrado, Festival de Santa Bárbara, Festival de Cartagena.
Premios internacionales	Nominación oso de oro Festival de Berlín; Premio Festival de Cartagena mejor fotografía; Premio Festival Santa Bárbara mejor fotografía.
Premios nacionales	Premios Goya Mejor película, mejor actriz, mejor actriz revelación, mejor vestuario, mejor dirección artística, mejor maquillaje; Premios Fotogramas de Plata mejor actor y mejor actriz; Premio Unión de Actores mejor actriz; Premio Turia mejor actriz.

AIRBAG

ISAN



ISAN 0000-0002-8C36-0000-W-0000-0000-F

Productoras	Bainet Zinema
Director	Juanma Bajo Ulloa
Guion	Juanma Bajo Ulloa, Karra Elejalde, Fernando Guillén Cuervo
Fotografía	Gonzalo Fernández Berridi
Música	Bingen Mendizábal
Montaje	Pablo Blanco
Intérprete	Karra Elejalde
Intérprete	Fernando Guillén Cuervo
Intérprete	Alberto San Juan
Intérprete	Manuel Manquiña
Intérprete	María de Medeiros
Trayectoria	Festival Fantasporto, Fant-Asia Festival
Premios nacionales	Premios Goya mejor montaje y efectos especiales

TWO MUCH

ISAN



ISAN 0000-0000-52AD-0000-H-0000-0000-N

Productoras	Sogetel, Lolafilms, Fernando Trueba P.C.
Director	Fernando Trueba
Guion	Fernando Trueba, David Trueba
Fotografía	José Luis Alcaine
Música	Michel Camilo
Montaje	Nena Bernard
Intérprete	Melanie Griffith
Intérprete	Antonio Banderas
Intérprete	Daryl Hannah
Intérprete	Danny Aiello
Premios nacionales	Nominación mejor actor Premios Goya y Premios Fotogramas

AÑOS 2000

Si en los 80 dominaron los dramas y en los 90 las comedias, podemos decir que en el decenio de los años dos mil la variedad de géneros fue el denominador común. Tenemos suspense, aventuras, comedia, drama e incluso un poco de terror. Esta es la década con más volumen de público en las salas y con las producciones más costosas del cine español.

Los Otros de Alejandro Amenábar fue una gran producción y la que más éxito de público obtuvo (6,4 millones de espectadores). Bajo la supervisión de la Warner y aunque la película se rodó en España eso no fue óbice para que el reparto principal recayera sobre intérpretes extranjeros. Hay que destacar el trabajo de Nicole Kidman en una cinta a medio camino entre el suspense y el terror y que como ya hemos comentado fue del agrado del público español. La obra ganó premios internacionales gracias a su clasificación como película de terror y al trabajo de la actriz australiana y los premios nacionales se concentraron, mayormente, en la dirección y guion de Amenábar.

La saga *Torrente* se consolida en los años dos mil como un valor seguro en las salas de cine españolas, no en vano la segunda parte atrajo a 5,3 millones de espectadores y la tercera a 3,5 millones, esto es, algo más de dos millones y medio millón más de espectadores que la primera parte, respectivamente. En la segunda entrega, Gabino Diego fue el *ayudante* del irreverente policía y la acción se desplazó de Madrid a Marbella, y en la tercera José Mota fue quien desempeñó este papel y la acción volvió a Madrid.

En el tercer lugar de la década, en número de espectadores, se sitúa la adaptación al cine de *Las Historietas de Mortadelo y Filemón* escritas por Francisco Ibáñez. La obra se tituló *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* y la dirigió Javier Fesser. La interpretación de *Mortadelo* recayó sobre Benito Pocino, actor no profesional, y la de *Filemón* en el humorista Pepe Viyuela. La cinta no obtuvo un reconocimiento significativo por parte de la *industria*, pero de nuevo el público cinematográfico respondió a la *aventura* de ambos personajes en la gran pantalla comprando casi cinco millones de entradas.

El orfanato, otra producción a medio camino entre el suspense y el terror, también fue del agrado del público en este decenio de los dos mil. La primera película del director J. A. Bayona y la consagración de Belén Rueda, tras su participación en *Mar adentro*, contó con una sólida trayectoria internacional y un reconocimiento significativo en el que ambos se repartieron los premios de mejor director revelación y mejor actriz.

Por su parte, *Mar adentro*, aunque tuvo un ligero menor rendimiento en las salas que la anterior, fue premiada con el Oscar y el Globo de Oro a la mejor película extranjera y en España se llevó el Goya, Fotogramas de Plata y el Forqué a la mejor película. Alejandro Amenábar como director de la producción y Javier Bardem interpretando al tetrapléjico Ramón Sampedro obtuvieron multitud de premios internacionales y nacionales. La historia renovó el debate sobre la eutanasia y tuvo una gran repercusión dentro y fuera de España.

LOS OTROS

ISAN



ISAN 0000-0000-3E96-0000-B-0000-0000-4

Productora	Las Producciones del Escorpión, Sogetel
Director	Alejandro Amenábar
Guion	Alejandro Amenábar
Fotografía	Javier Aguirresarobe
Música	Alejandro Amenabar
Montaje	Nacho Ruiz Capillas
Intérprete	Nicole Kidman
Intérprete	Fionnula Flanagan
Intérprete	Christopher Eccleston
Intérprete	James Bentley
Trayectoria	Festival de Venecia, Festival de Rio, Festival de Tokyo, Festival de Belgrado.
Premios internacionales	Premio Saturn a mejor película terror, mejor actriz y mejor actriz de reparto; Premio Empire Independent Spirit; Premio Fangoria Chainsaw mejor actriz; Premio Fright Meter mejor director y mejor actriz; Premio Ghent premio FIPRESCI; Premio Golden Schmoes mejor película terror; Premio Círculo de Críticos de Cine de Kansas mejor actriz; Premio Sociedad de Críticos Online de Cine mejor guion.
Premios nacionales	Premio ASECAN mejor película; Premios Círculo de Escritores mejor director, mejor guion y mejor película; Premios Goya mejor película, Mejor director, mejor guion mejor fotografía, mejor montaje, mejor sonido; Premios Ondas mejor película; Premio Sant Jordi mejor película española

TORRENTE 2

ISAN



ISAN 0000-0000-3D81-0000-U-0000-0000-L

Productora	Amiguetes Entertainment S.L., LolaFilms
Director	Santiago Segura
Guion	Santiago Segura
Fotografía	Guillermo Granillo
Música	Roque Baños
Montaje	Fidel Collados
Intérprete	Santiago Segura
Intérprete	Diego Gabino
Intérprete	Tony Leblanc
Intérprete	José Luis Moreno
Intérprete	Inés Sastre
Trayectoria	Premier Festival Mar del Plata, Nominación premio del público mejor director en los Premios del Cine europeo
Premios nacionales	Nominación a la mejor canción original Premios Goya

LA GRAN AVENTURA DE MORTADELO Y FILEMÓN

ISAN



ISAN 0000-0000-812F-0000-5-0000-0000-M

Productora	Películas Pendelton S.A., Sogecine
Director	Javier Fesser
Guion	Javier Fesser, Guillermo Fesser
Fotografía	Xavi Giménez
Música	Rafael Arnau, Mario Gosálvez
Montaje	Iván Aledo
Intérprete	Benito Pocino
Intérprete	Pepe Viyuela
Intérprete	Dominique Pinon
Intérprete	Paco Sagarzazu
Intérprete	Janfri Topera
Intérprete	Berta Ojeda

Trayectoria	Festival de Cannes, AFM Festival (Turquía), Festival Annecy, Festival de Philadelphia, Festival de Copenhagen, Festival Mar del Plata
Premios nacionales	Premios Goya mejor dirección artística, dirección de producción, efectos especiales, montaje y maquillaje; Premios Turia premio Huevo de Colón

EL ORFANATO

ISAN



ISAN 0000-0001-DB56-0000-4-0000-0000-P

Productora	Rodar y Rodar Cine y Televisión, P.C. Telecinco
Director	Juan Antonio Bayona
Guion	Sergio Gutiérrez Sánchez
Fotografía	Óscar Faura
Música	Fernando Velazquez
Montaje	Oriol Tarragó
Intérprete	Belén Rueda
Intérprete	Fernando Cayo
Intérprete	Geraldine Chaplin
Intérprete	Roger Príncipe
Intérprete	Mabel Ribera
Trayectoria	Festival de Cannes, London FrightFest, Festival Fantasporto, Festival de Toronto, Festival de Austin, Festival de Helsinki, Festival de Nueva York, Festival de Sao Paulo, Festival de Thessaloniki, Festival de Sitges, Festival de Goteborg, Festival de Guadalajara, Spanish Film (Filipinas), Festival de El Cairo, Gerardmer Festival.
Premios internacionales	Premio COFCA Mejor montaje; Premio Fantasporto mejor director y actriz; Premio Gold Derby mejor película extranjera; Gran Premio Gerardmer Festival, Premio Golden Reel a mejor sonido; Premio OFTA a mejor película extranjera; Premios ACE a mejor primer trabajo y mejor actriz.
Premios nacionales	Premios Barcelona a la mejor película; Premio Escritores de Cine a mejor director revelación; Premio Fotograma de Plata mejor actriz; Premio Forqué mejor película; Premios Goya director Novel y Actriz; Premios Sant Jordi a mejor película española.

MAR ADENTRO

ISAN



ISAN 0000-0001-1AED-0000-G-0000-0000-Q

Productora	Himenóptero, Sogecine
Director	Alejandro Amenábar
Guion	Alejandro Amenábar, Mateo Gil
Fotografía	Javier Aguirresarobe
Música	Alejandro Amenábar, Carlos Núñez
Montaje	Alejandro Amenábar
Intérprete	Javier Bardem
Intérprete	Belén Rueda
Intérprete	Lola Dueñas
Intérprete	Mabel Rivera
Intérprete	Celso Bugallo
Intérprete	Joan Dalmau
Trayectoria	Festival de Venecia, Festival de Toronto, Cinefest Sudbury, Festival de Sevilla, Festival de Los Ángeles, Festival Thessaloniki, Asian Media Festival, Festival de Bangkok, Festival de Goteborg, Festival de Sofia, Festival de Transilvania, Spanish Festival (Filipinas), Film by the Sea Festival, Cinefest Sudbury
Premios internacionales	Óscar mejor película lengua no inglesa; Globo de Oro mejor película lengua no inglesa; Premios Independent Spirit mejor película extranjera; Premios Critics Choice mejor película extranjera; Premios Cine europeo mejor director y actor; León de Plata Gran premio del Jurado y Copa Volpi mejor actor (Festival de Venecia); Premios Asociación de Cronistas de Cine de Argentina mejor película extranjera; Mejor película (Festival Bangkok); Premio del público Cinefest Sudbury; Premios David Donatello mejor película europea; Premios del Cine Europeo a mejor director y mejor actor; Premios FICE mejor película premio del público; Premios Hollywood mejor película europea; Premios Círculo de Críticos de Cine de Londres mejor película extranjera; National Board of review mejor película extranjera; Premios San Diego Film Critics mejor película extranjera; Premios Satellite mejor película extranjera; Premio del público mejor película (Festival Sofia)
Premios nacionales	Premios Goya mejor película, actor y actriz; Premios Fotograma de Plata mejor película, actor y actriz; Premio Forqué mejor película; Premios Sant Jordi mejor película española; Premios Círculo Escritores Cine mejor actor; Premios de la Unión de Actores mejor actor

AÑOS 2010

La temática del top-5 con más éxito de público en la década 2010-2019 es también variada, puesto que tenemos dos comedias románticas (*8 apellidos vascos* y *8 apellidos catalanes*), un drama de aventuras (*Lo imposible*), un drama fantástico (*Un monstruo viene a verme*) y una comedia dramática (*Campeones*).

Las producciones que más aceptación tuvieron en la década son *8 apellidos vascos* y su secuela *8 apellidos catalanes*, ambas dirigidas por Emilio Martínez-Lázaro y protagonizadas por Clara Lago y Dani Rovira. La primera acumuló 9,5 millones de espectadores en las salas de los cines españoles y se sitúa como la película española con más éxito entre 1980 y 2019 y la tercera en el ranking histórico, tras las superproducciones *Titanic* y *Avatar*. Esta primera parte de la saga *8 apellidos* consiguió un cierto número de reconocimientos nacionales, mayormente, para sus actores secundarios. Por su parte *8 apellidos catalanes* sumó 5,6 millones de espectadores y se encuentra en el top-20 histórico de películas con más éxito en las salas. Ambas producciones acumularon conjuntamente más de 15 millones de espectadores.

En segundo y cuarto lugar se sitúan los estrenos de J.A. Bayona, *Lo imposible* y *Un monstruo viene a verme*. Ambas siguen la fórmula de Amenábar con *Los Otros*, es decir, equipos españoles de producción y elencos extranjeros de intérpretes. *Lo imposible* contó con la interpretación de Naomi Watts y Ewan McGregor, pero la mayoría de los premios individuales de la película los ganó Tom Holland como mejor actor revelación. La trama de la película se centra en las aventuras que sufre una familia de vacaciones en Tailandia justo en el momento de producirse el tsunami en 2004. Esta historia tuvo el respaldo del público español en los cines sumando 6,1 millones de espectadores.

Un monstruo viene a verme también contó con un elenco extranjero de reconocido prestigio (Sigourney Weaver, Felicity Jones, Liam Neeson y Lewis McDougall). El punto partida de esta obra es una familia de padres separados y una madre muy enferma en la que el joven hijo tiene que asumir la responsabilidad de sus cuidados y llevar las riendas del hogar. La producción sumó 4,6 millones de espectadores en las salas de cine y la mayoría de los premios que consiguió fueron por la calidad de su producción (fotografía, sonido, montaje, música...).

El top-5 lo completa la comedia dramática *Campeones* dirigida por Javier Fesser. La historia presenta a Marco (Javier Gutiérrez), un entrenador de baloncesto que tiene que aceptar el reto de entrenar un equipo de personas discapacitadas. Y se puede hablar de un rotundo éxito el que una película tan singular pudiera superar los 3 millones de espectadores en las salas de cine españolas. Además, la obra tuvo un buen recorrido nacional e internacional y recogió una gran variedad de premios nacionales entre los que destaca el Goya y el Forqué a la mejor película.

8 APELLIDOS VASCOS

ISAN



ISAN 0000-0004-8D55-0000-M-0000-0000-8

Productora	Snow Films, Kowalski Films, Lazona Films
Director	Emilio Martínez-Lázaro
Guion	Diego San José, Borja Cobeaga
Fotografía	Kalo berridi
Música	Fernando Velázquez
Montaje	Ángel Hernández Zoido
Intérprete	Clara Lago
Intérprete	Dani Rovira
Intérprete	Carmen Machi
Intérprete	Karra Elejalde
Trayectoria	BFI London Festival, Festival Pantalla Pinamar, Festival de Seattle, Festival de Villeurbanne
Premios nacionales	Premios del Círculo de Escritores de Cine mejor actor secundario y mejor actor revelación; Premios del Público Fotogramas de Plata mejor película; Premios Goya mejor actriz de reparto, Mejor actor de reparto y Mejor actor revelación; Premios Sant Jordi mejor película española; Premios de la Unión de Actores mejor actriz secundaria y mejor actor secundario; Premios Turia mejor película.

LO IMPOSIBLE

ISAN



ISAN 0000-0003-52D3-0000-A-0000-0000-7

Productora	Apaches Entertainment, Telecinco Cinema
Director	J. A. Bayona
Guion	Sergio G. Sánchez
Fotografía	Óscar Faura
Música	Fernando Velázquez
Montaje	Elena Ruiz, Bernat Vilaplana
Intérprete	Naomi Watts
Intérprete	Ewan McGregor
Intérprete	Tom Holland
Intérprete	Samuel Joslin

Intérprete	Marta Etura
Trayectoria	Festival de Toronto, Festival de San Sebastián, Festival de Zurich, Festival de Sitges, Festival de Tokyo, Festival de Tallin, Festival de Palm Springs.
Premios internacionales	Premios Capri mejor director europeo; Premios CinEuphoria mejores efectos especiales; Premios Empire mejor actor revelación; Premios Gold derby mejor actriz y mejor actor revelación; Premios del Círculo de Críticos de Cine de Londres mejor actor británico joven; Premios National Board Review mejor actor joven; Premios OFTA mejor actor joven; Premios sociedad de críticos de cine de San Diego mejor actriz; Premios Teen Choice mejor drama y mejor actriz dramática; Premios Hollywood mejor actor joven.
Premios nacionales	Premios Goya mejor director, sonido, efectos y montaje; Premios Círculo de escritores de Cine mejor actriz; Premios Gaudí mejor película europea, mejor director, mejor sonido, mejor fotografía, mejor montaje.

8 APELLIDOS CATALANES

ISAN



ISAN 0000-0004-2605-0000-0-0000-0000-3

Productora	Weather Films, Lazona Films
Director	Emilio Martínez-Lázaro
Guion	Diego San José, Borja Cobeaga
Fotografía	Juan Molina Temboury
Música	Roque Baños
Montaje	Ángel Hernández Zoido
Intérprete	Dani Rovira
Intérprete	Clara Lago
Intérprete	Karra Elejalde
Intérprete	Carmen Machi
Trayectoria	Festival de Miami, Pantalla Pinamar

UN MONSTRUO VIENE A VERME

ISAN



ISAN 0000-0004-478F-0000-R-0000-0000-U

Productora	Apaches Entertainment, Telecinco Cinema
Director	J. A. Bayona
Guion	Patrick Ness
Fotografía	Óscar Faura
Música	Fernando Velázquez
Montaje	Jaume Martí, Bernat Vilaplana
Intérprete	Sigourney Weaver
Intérprete	Felicity Jones
Intérprete	Lewis McDougall
Intérprete	Lian Neeson
Trayectoria	Festival de Toronto, Festival de San Sebastián, Festival de Zurich, Festival de Helsinki, Fantastic Fest, BFI London Festival, Festival Mill Valley, Festival de Leiden, Festival Camerimage (Polonia), Festival de Stockholm, Festival de Macao, Future Festival.
Premios internacionales	Premios CinEuphoria mejor actor y mejor actriz de reparto, Premios Cine Europeo mejor sonido, Premios Círculo Críticos Londres mejor actor joven, Premios Fénix mejor sonido, Premios Platino mejor director de arte, mejor fotografía, mejor montaje, mejor sonido.
Premios nacionales	Premios Círculo Escritores Cine mejor fotografía, mejor música y mejor montaje; Premios Feroz mejor música; Premio del público Fotogramas de Plata mejor película española; Premios Gaudí mejor director, mejor sonido, mejor montaje, mejores efectos, mejor dirección artística, mejor película lengua no catalana; Premios Goya mejor director, mejor música, mejor fotografía, mejor dirección artística, mejor sonido, mejor maquillaje y mejores efectos; Premio Forqué mejor película en educación en valores.

CAMPEONES

ISAN

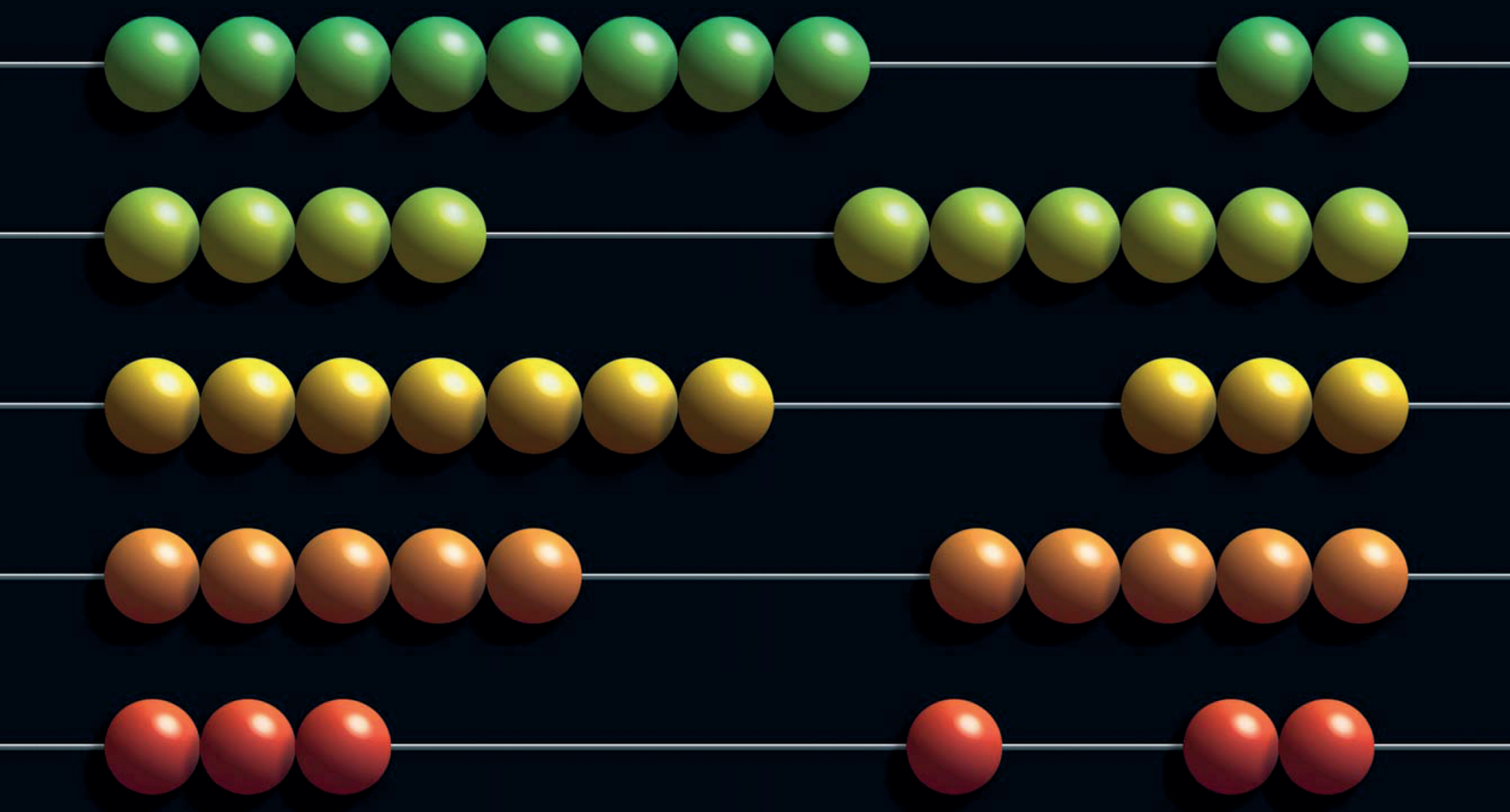


ISAN 0000-0004-C084-0000-L-0000-0000-B

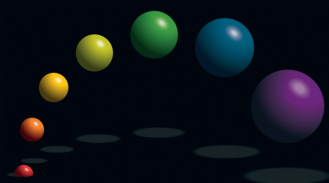
Productora	Películas Pendelton, Morena Films, TVE, Telefonica
Director	Javier Fesser
Guion	David Marqués Montes, Javier Fesser
Fotografía	Chechu Graf
Música	Rafael Arnau
Montaje	Javier Fesser
Intérprete	Javier Gutiérrez
Intérprete	Athenea Mata
Intérprete	Juan Margallo
Intérprete	Jesús Vidal
Trayectoria	Festival de Seattle, Biografilm Festival (Italia), Festival de Miami, Festival de Amsterdam, Festival de Toronto, Sports Film Festival (Lituania), Festival de Palm Springs.
Premios internacionales	Premio Platino a la mejor película en educación en valores
Premios nacionales	Premios ASECAN mejor película; Premios Círculo de Escritores de Cine mejor actor revelación; Premios Días de Cine premio del público; Premios Feroz mejor película de comedia; Premio del público Fotogramas de plata mejor película; Premios Goya Mejor película, Mejor actor revelación; Premios Forqué mejor película y mejor película en educación en valores; Premios Sant Jordi mejor película española; Premios Unión de Actores mejor actor de reparto

Un último comentario que se puede hacer de las películas más vistas en cada década desde 1980, es que de las 20 películas incluidas en los rankings, están producidas por 12 directores diferentes. Los directores que repiten obras son: J. A Bayona (3 estrenos), Alejandro Amenábar (2 estrenos), Emilio Martínez-Lázaro (2 estrenos), Fernando Trueba (2 estrenos), Javier Fesser (2 estrenos), Pedro Almodóvar (2 estrenos) y Santiago Segura (2 estrenos).

Las películas con un mayor reconocimiento nacional e internacional son *Todo sobre mi madre* y *Mar adentro* que consiguieron el Oscar a la mejor película extranjera y el Goya a la mejor película. Por su parte, *Mujeres al borde de un ataque de nervios* estuvo nominada al Oscar en la categoría de mejor película extranjera y recibió el Goya a la mejor película. Y *La niña de tus ojos*, *Los Otros* y *Campeones* ganaron el Goya a la mejor película.



Una sociedad de servicios



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales

ARTÍCULO 6

EL documental o el cine necesario

ARTÍCULO 6

EL documental o el cine necesario

LA PESADILLA DE NANOOK

Diego García Moreno

Diana Diez

Ana María López



Este artículo es una contribución del equipo de redacción de la revista *La pesadilla de Nanook*, revista digital de ALADOS – Corporación Colombiana de Documentalistas – para el Panorama Audiovisual Iberoamericano. Los cuadros estadísticos fueron proporcionados por Proimágenes – Colombia.

EL NACIMIENTO DE UN PROCESO ASOCIATIVO.

Diego García Moreno

Cuántas veces me han preguntado: ¿tú haces cine o haces documental? Esa frase, aparentemente ingenua, revela la ignorancia generalizada que ha existido sobre el cine de lo real. La poca presencia en las salas a lo largo de algo más de un siglo de existencia del “séptimo arte”, de los relatos fílmicos contruidos a partir de imágenes no ficcionadas, labró en el espectador medio la creencia de que se trataba de un oficio diferente, de una expresión menor que, a pesar de ser “interesante”, era incapaz de generar el impacto dramático que producían los relatos actuados por las estrellas del celuloide. Los parámetros comerciales impuestos por una industria que adoptó el “star system” desde épocas tempranas y su control de la exhibición en la mayoría de las pantallas del planeta, relegaron a un segundo plano las narrativas que se alejaron de sus normas.

Mientras, pacientemente, en todo el mundo, cineastas regidos por la necesidad de descubrir la multiplicidad de formas de vida, fascinados ante la diversidad y particularidad de las culturas, deslumbrados por la bondad o el maltrato en las relaciones humanas, conmovidos por los impactos de la desigualdad social, urgidos de comunicar los aconteceres humanos en los rostros de los propios protagonistas, en la intimidad de sus propios espacios, en el día a día o en el macro-acontecer de sus comunidades, entre los contrastes de sus propias luces y las atmósferas de sus sonoridades, indagaban sobre el sentido de lo real provistos con la mínima tecnología necesaria, exploraban, experimentaban, buscaban formas, ritmos, tiempos, registraban al azar, ¡filmaban!, moldeaban realidades cinematográficas diferentes que hoy irrumpen con una fuerza incontestable y obligan a todos los estamentos implicados en el panorama audiovisual o, como se acostumbra decir ahora “en el ecosistema”, no solo a valorarlas sino a estudiarlas, descifrarlas, incorporarlas en sus catálogos y aceptar sus influencias en sus producciones. El peso entre lo ficcionado y lo real pareciera tender a encontrar su balance y los géneros se permiten dialogar entre ellos, jugar e, incluso, a confundirse.

Recuerdo cuando en 1999 nos reunimos en Quito un grupo de documentalistas, provenientes de diversos países de América Latina con el fin de analizar la situación del “género” en nuestra región. Los informes de cada país eran semejantes: “Somos una mina de posibilidades, nuestros procesos, territorios, problemas y riquezas están por contarse desde nuestra propia visión y hay una nueva generación urgida por tomar en sus manos el relato de su historia; tenemos necesidad de potenciar la producción, pero son pocas las fuentes de financiación y, aparte de algunos espacios en los canales de televisión pública, nacionales o regionales, son pocas las ventanas para difundirlas”.

Ante nosotros mismos y ante los ojos de los franceses que hacían de anfitriones, y que en aquel momento lideraban, junto a los ingleses y canadienses, la producción documental que circulaba por el mundo y promovían la expansión del género y la coproducción con países asentados en paraísos geográficos enfrascados en agitados procesos políticos y sociales, que daban muestra de su necesidad de auto-narrarse, se hizo evidente que el trabajo de “quijotes” con nombre propio que había mantenido viva las referencias del documental latinoamericano entraba en otra época. Nos hallábamos en los albores de una generación para quien lo audiovisual era su medio natural de expresión, la cual, reconociéndose parte de un gran continente que se lamentaba de la precaria memoria –histórica y cinematográfica-, estaba dispuesta a construirla explorando a profundidad lo real, siguiendo el rumbo trazado por sus propias necesidades. Acechaba una avalancha de nuevos documentalistas que multiplicarían la producción de películas. Una joven generación que aportaría, inevitablemente, nuevas aproximaciones formales y conceptuales a los relatos.

Evidenciamos la necesidad de crear y establecer procesos de formación para asegurar la calidad en las realizaciones, de presionar ante el estado la generación de políticas y mecanismos de ayuda e inversión para la producción, acciones organizativas que sumadas a las recientes invenciones tecnológicas, que daban pie para hablar de una “democratización” de los medios de producción, facilitarían el desenvolvimiento de los nuevos emprendimientos creativos y el bienestar de quienes pretendíamos vivir de la profesión. Teníamos claro que deberíamos participar en todos esos procesos y que se hacía urgente contar con una representación como colectivo, que tuviese voz y validara nuestra presencia.

Fue entonces cuando decidimos iniciar un proceso asociativo. En la delegación colombiana propusimos un nombre genérico: ALADOS, una sigla que surgía del deseo de hermandad, pues pretendía abarcar toda la región -Asociación LATinoamericana de DOocumentalistaS- e invitamos a nuestros colegas para que, al retorno a nuestras bases de operaciones, creáramos capítulos con igual denominación en los diversos países. Conjugamos la emoción y las ilusiones. Sin embargo, el tiempo pronto nos demostraría que aún no estábamos maduros para tan ambicioso proyecto. En los años siguientes nacieron muchas asociaciones en América Latina con diversas denominaciones y se crearon los festivales especializados en lo documental que hoy conocemos, pero solamente en Colombia se guardó aquel nombre: ALADOS, al que se le agregó la nacionalidad -Corporación colombiana de documentalistas-. Aun hoy, para algunos socios, entre quienes me cuento, permanece viva la ilusión de que un día lograremos la unión propuesta en un principio.

Casi en paralelo al inicio de ALADOS comenzó sus actividades la MID, nuestra Muestra Internacional Documental, que años después agregaría la sigla BO -de Bogotá-, para ser la MIDBO que hoy conocemos, la vitrina más importante del cine documental en Colombia y un pilar fundamental en la formación del público y los documentalistas que se han incorporado al oficio en estas dos décadas.

Este florecimiento coincidió también con la expedición de La Ley del Cine por el gobierno colombiano, que creaba mecanismos de financiación del cine nacional y otorgaba estímulos económicos a partir de porcentajes recolectados por la boletería de las entradas a salas. Entre los géneros beneficiados estaba el documental, pero era evidente la desproporción entre los fondos asignados para su producción frente a los destinados para la ficción. A pesar de esta “desventaja” celebramos esta oportunidad, pues significaba un cambio de visión que reconocía al documental como una forma cinematográfica y lo distanciaba de la lectura de producto televisivo, formateado, con tono institucional, realizado en poco tiempo, con pocos fondos, como el que se difundía en la televisión pública de entonces. En medio de esta generalidad, no puede desconocerse que en la época existían unos pocos, pero enriquecedores espacios alimentados por la creatividad, el sello de autor y la actitud experimental, que imprimían los contados cineastas pioneros en el documental y algunos jóvenes realizadores, sus alumnos, en las escuelas de comunicación o programa de cine recién creados en varias universidades.

Más de dos décadas han pasado desde entonces. Como intuíamos, el panorama de la producción documental se ha multiplicado. En las carteleras siempre encontramos títulos adornados con laureles de participación y premios en festivales nacionales e internacionales. A pesar de que las cifras de asistencia a las salas no son las más altas, ya contamos con distribuidoras especializadas que le apuestan al género y a la formación de públicos. Los espacios en la parrilla de los canales de televisión pública, nacionales y regionales, se han multiplicado y participan financieramente en la coproducción de muchos documentales. En paralelo a lo que podríamos denominar la industria “oficial”, al interior de las comunidades indígenas y afrocolombianas, en las periferias de las ciudades y en las zonas rurales, al interior de los movimientos de género y de los grupos minoritarios, han surgido colectivos audiovisuales que producen sus propios documentales recurriendo a formas de financiación alternativas, que exploran y diseñan nuevas formas de difusión valiéndose de las posibilidades que la revolución digital ha aportado y la aceptación que cuentan entre su comunidad.

ALADOS hoy

Dos décadas después de aquel encuentro en Quito, ALADOS-Colombia está más viva que nunca. Es claramente la asociación representante del gremio documental en el país. Actualmente está conformada por ciento cuarenta profesionales activos, residentes en Colombia o en el exterior, quienes se dedican a la producción, dirección, actividades técnicas, distribución, docencia, investigación y comunicación relativa al cine de no ficción; vela por la consolidación del gremio y participa en la construcción de las políticas de desarrollo, financiación y promoción de una cinematografía que sigue paso a paso los acontecimientos de la realidad que vivimos, que indaga y es herramienta fundamental en la construcción de la memoria del país y de nuestro tiempo.

Entre los proyectos -que lidera ALADOS se destaca la **MIDBO** -Muestra Internacional Documental de Bogotá, evento que se realiza de manera continua desde hace 24 años, siendo el más representativo del género entre los festivales cinematográficos realizados en Colombia. Se celebra anualmente en la capital de Colombia y recorre otras ciudades en asocio con diversas entidades regionales.

Otra prioridad de la asociación es la realización y consolidación de actividades pedagógicas y el acompañamiento al desarrollo de productos en diferentes fases. A través de **Clínica de proyectos**, para proyectos en estado inicial, y la **Factoría documental**, para procesos más avanzados, ayuda a mejorar el nivel profesional de sus asociados y la calidad de su producción.

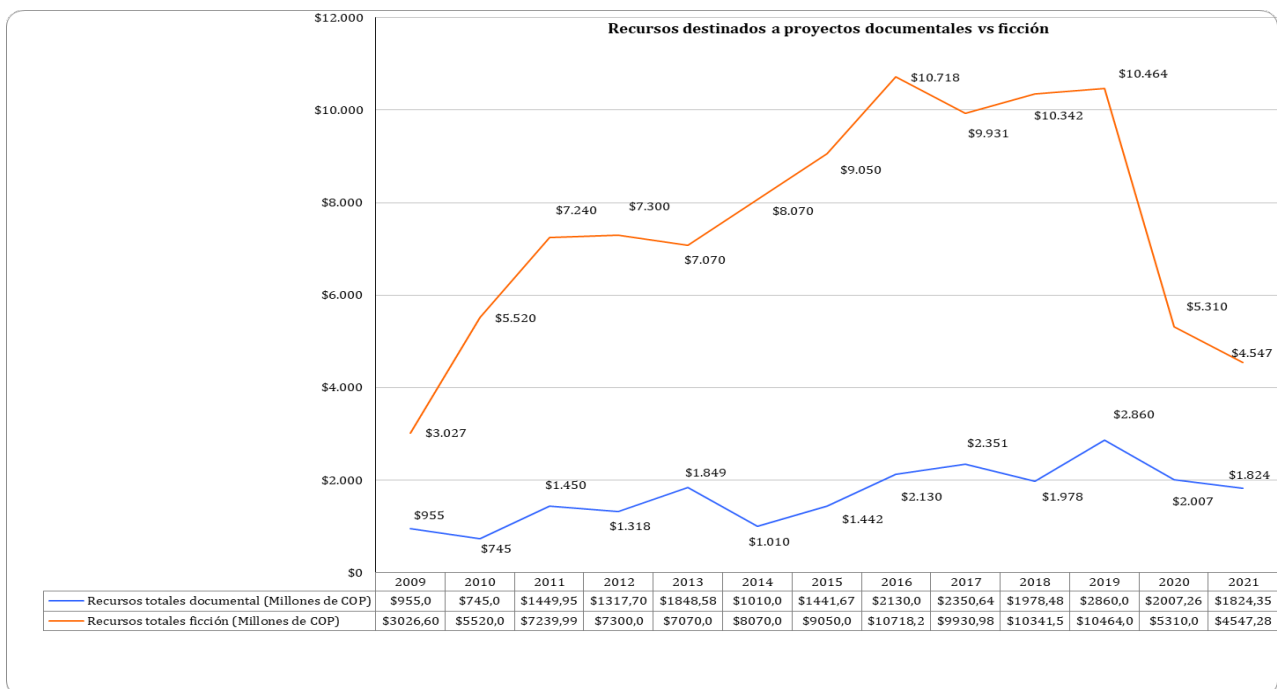
Un eje de acción fundamental es el **Semillero de jóvenes documentalistas**, en el que participan estudiantes de diversas facultades de Cine y Comunicación de todo el país. Con el apoyo de colegas experimentados, las nuevas generaciones desarrollan procesos de creación y promoción documental.

ALADOS cuenta con un centro de documentación de películas documentales, el **CENDOC**, alojado por convenio institucional en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y en la Biblioteca Nacional de Bogotá.

En los últimos años, ALADOS ha hecho énfasis en potenciar la actividad documental de las regiones, las redes de comunicaciones de la corporación y los procesos de financiación que permitan su permanencia y accionar en la sociedad. Actualmente enfila baterías para generar un proceso de colaboración conjunta con asociaciones pares latinoamericanas.

Entre sus iniciativas recientes está la revista **La pesadilla de Nanook**, la única publicación existente en Colombia especializada en el documental. Cuenta con la colaboración de colegas latinoamericanos y apunta a cubrir la carencia de publicaciones reflexivas sobre lo real en la región.

Recursos destinados a proyectos documentales vs ficción



Estímulos y recursos asignados para el documental periodo 2004 - 2021

FONDO DESARROLLO CINEMATOGRAFICO COLOMBIA						
No. De ESTÍMULOS Y RECURSOS -en pesos colombianos- COP- ASIGNADOS PARA EL DOCUMENTAL PERIODO 2004-2021						
Años	No. Estímulos documental	Recursos totales documental (Millones de COP)	Modalidad documental incluidas	No. Estímulos ficción	Recursos totales ficción (Millones de COP)	Porcentaje
2004	9	\$340	Realización de documental	no disponible	no disponible	
2005	10	\$400	Realización de documental	no disponible	no disponible	
2006	10	\$420	Realización de documental	no disponible	no disponible	
2007	2	\$100	Realización de documental	no disponible	no disponible	
2008	7	\$325	Realización de documental	no disponible	no disponible	
2009	19	\$955	Escritura de guion para largometraje 5 por 85MM, Postproducción de largometraje 1 por 120MM, Producción de Largometraje 1 por 200MM, Realización de cortometraje 1 por 50MM, Realización de largometraje documental 11 por 500MM	30	\$3.027	31,55%
2010	14	\$745	Desarrollo de proyecto 6 por 120MM, Realización de corto 3 por 85MM, Realización de largo 5 por 540MM	31	\$5.520	13,50%
2011	26	\$1.450	Circulación de documentales 7 por \$139.950.000, Desarrollo de proyecto doc 8 por 160MM, Realización de corto 4 por 200 MM, Realización de largo 7 por 950MM	34	\$7.240	20,03%
2012	24	\$1.318	Circulación de doc 2 por 40MM, Desarrollo de proyecto doc 8 por 160MM, Realización de corto 11 por 550MM, Realización de largo 3 por 567,7MM	35	\$7.300	18,05%
2013	26	\$1.849	Circulación de doc 4 por \$159.760.000, Desarrollo proyecto doc 8 por 160MM, Realización cortos 10 por \$498.824.000, Realización largo 4 por 1.030MM,	38	\$7.070	26,15%
2014	15	\$1.010	Desarrollo de proyecto 8 por 160MM, Realización corto 5 por 250MM, Realización largo 2 por 600MM	33	\$8.070	12,52%
2015	21	\$1.442	Circulación doc 1 por 80MM, Desarrollo proyecto 10 por 200MM, Realización corto 7 por \$411.670.000, Realización largo 3 por 750MM	39	\$9.050	15,93%
2016	31	\$2.130	Desarrollo de proyecto 10 por 300MM, Realización corto doc 17 (8 relatos regionales) por 780MM, Realización largo 4 por 1.50MM	62	\$10.718	19,87%
2017	32	\$2.351	Desarrollo de proyecto 11 por \$329.400.000, Postproducción de largo 3 por 240MM, Realización corto 12 (3 relatos regionales) por \$599.990.000, Realización de largo 6 por \$1.181.250.000	61	\$9.931	23,67%
2018	29	\$1.978	Desarrollo de proyecto 10 por \$299.730.000, Postproducción de largo 2 por 160MM, Realización corto 13 (6 relatos regionales) por 600 MM, Realización largo 4 por \$918.750.000	59	\$10.342	19,13%
2019	36	\$2.860	Desarrollo de proyecto 11 por 330MM, Postproducción largo 3 por 240MM, Realización corto 16 (6 relatos regionales) por 870MM, Realización largo 6 (1 coproducción minoritaria) por 1.420 MM	62	\$10.464	27,33%
2020	21	\$2.007	Desarrollo de proyecto 4 por 120MM, Postproducción largo 3 por 450MM, Realización corto 11 (6 relatos regionales y 2 comunidades étnicas) por \$537.263.988, Realización largo 3 por 900MM	46	\$5.310	37,80%
2021	21	\$1.824	Desarrollo de proyecto 8 por 200MM, Postproducción largo 3 por \$331.855.000, Producción largo regional doc 1 por \$242.500.000, Coproducción minoritaria 1 por 180MM, Realización corto 6 (5 relatos regionales y 1 comunidades étnicas) por 270MM, Realización largo 2 por 600MM	46	\$4.547	40,12%
Total	353	\$23.504	- Para los años 2004 - 2008: datos para modalidad Realización de documental. Adicionalmente, que en otras modalidades existan proyectos documentales que actualmente no están procesados. - Es posible que un proyecto haya ganado estímulo en más de 1 año	576	\$98.589	

Totalidad de proyectos concursantes en la convocatoria documental 2015-2021

FONDO DE PROMOCIÓN CINEMATOGRAFICA FDC- COLOMBIA							
TOTALIDAD DE PROYECTOS CONCURSANTES EN LA CONVOCATORIA DOCUMENTAL - 2015-2021							
AÑO	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
DESARROLLO DE PROYECTOS	193	199	219	173	161	160	170
REALIZACIÓN DE LARGOMETRAJES	63	83	82	67	73	51	56
POSPRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES	23	40	46	31	38	0	0
REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES		108	82	99	86	88	101

ENTREVISTA A NICOLÁS SCHONFELD – DIRECTOR DE RED EN TAL - TELEVISIÓN DE AMÉRICA LATINA

Diana Díaz

D.D.: ¿Cuál es el lugar del documental en la televisión pública latinoamericana?

N.S.: TAL tiene veinte años de existencia, acompañando el desarrollo de la televisión pública desde una organización creada y dirigida históricamente por documentalistas, que visibilizaron a la unión del documental con la televisión pública como herramienta vital para construir un diálogo cultural al interior de América Latina. El Banco de Documentales de América Latina, desarrollado durante los primeros años de TAL, es un espacio de memoria audiovisual sobre la región, desde principios de siglo, a través del documental; el documental como base de la memoria.

Desde ese punto de partida TAL fue testigo (y a la vez parte) de este movimiento tan fuerte que fue el documentalismo a comienzos de este siglo. El documental como lenguaje, como movimiento y como herramienta clave para las políticas audiovisuales de comunicación que, además, tuvieron cierta apertura al diálogo latinoamericano.

Para las nuevas televisoras públicas del continente, el documental fue una herramienta que estructuró las parrillas de programación y sus lógicas de producción, así como también fue un espacio que garantizó la eficacia en el tratamiento de los contenidos y como vehículo de rostros, sabores, colores, realidades.

En TAL distribuimos el contenido documental a través de los paquetes de programación que se distribuyen a los canales públicos que hacen parte de la red cada año. En los últimos tres años TAL ha distribuido alrededor de 800 horas de todo el continente. El 70% de este contenido es de tipo documental. Mientras que las nueve coproducciones que hemos liderado junto a cuarenta y siete canales públicos en doce países en los últimos tres años son documentales.

D.D.: ¿Qué análisis haces al respecto?

N.S.: En esta relación de ida y vuelta el documental ocupó el espacio, transformó y hegemonizó como código a las nacientes o renovadas televisoras públicas de la región, pero a la vez encontró aquí, en este espacio de la tv pública, las condiciones para su propia transformación. Y el documental, dentro de la televisión pública latinoamericana, explotó en múltiples formas nuevas.

La televisión pública también se convirtió en espacio de experimentación, creación y renovación del lenguaje del clásico documental, dentro del código y las condiciones de producción y de reconocimiento de la televisión. Desde fin de siglo pasado hasta hoy, el constante y progresivo abaratamiento y por ende la democratización del acceso a las tecnologías y específicamente a las herramientas de producción de audio y video (y luego también transmisión con la llegada de los smartphones) nos tiene a todos produciendo material documental. El lenguaje documental se volvió también un soporte de diálogos, conversaciones e intercambios privados, familiares y amistosos. Lo que la tv pública comienza a ver con modos de vincularse a este nuevo panorama, donde tantas nuevas herramientas de producción, transmisión y circulación están en manos de lo que tradicionalmente se ha conocido como la “audiencia”.

D.D.: ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Qué tendencias identificas?

N.S.: En estas dos décadas de hegemonía el documental en la televisión pública ha transitado por grandes momentos y también por algunas carencias frecuentes. La tendencia, de todos modos, es a la transformación constante en un lenguaje que se estira y se mezcla con otros lenguajes. Lenguaje documental hoy significa democracia audiovisual.

D.D.: ¿Qué carencias percibes?

N.S.: La mayor carencia desde mi punto de vista o, en todo caso, el mayor peligro es el de cierto estancamiento en el lenguaje y una búsqueda que, a veces, es más del autor o de la instancia de producción que de la audiencia. A veces, la idea de calidad que prevalece en el mundo documental

está demasiado enfocada en las cuestiones de factura. Y eso no es necesariamente lo que define a un producto de calidad para la televisión. El documental debería volver a animarse un poco más a la desprolijidad y tener en cuenta que lo fundamental en un medio de comunicación es la “potencia comunicacional” de un producto. Y eso no se logra necesariamente con una excelente factura. El corazón del documental, su historia, lo que cuenta, lo que transmite, sigue siendo lo que mueve el amperímetro. La comunicación audiovisual sigue siendo emoción por sobre todas las cosas. Cuando el documental genera emoción, el partido está ganado.

REIVINDICACIÓN DEL DOCUMENTAL

Ana María López

Algo causa miedo en el documental. Que toque, como se dice, “lo real” –es decir, esa parte de las cosas que guardan su fuerza poética de sorpresa, para todo lo que difiere del orden establecido, que anula programas, que manipula los controles-, eso siempre causa miedo, sin duda, pero no es de ahora, pero no tiene que ver con el cine (eso compete a toda suerte de arte vivo). (Comolli, 2007, p. 210)

Este planteamiento en el contexto contemporáneo del documental genera varias preguntas: ¿es posible seguir hablando de miedo? ¿Mantiene la relación con el arte vivo? ¿Logra tocar lo real? No es fácil plantearse hoy respuestas en medio de la confusión que presenciamos con la superabundancia de imágenes en movimiento que inundan diariamente todos los ámbitos de la vida. Tal confusión se expresa en la enorme dificultad de las nuevas generaciones para diferenciar la naturaleza de los contenidos por los que navegan y para entender las implicaciones de tal confusión.

En un reciente artículo el crítico argentino Roger Koza (Koza, 2022) plantea un cuestionamiento a la categoría de hibridez que ha servido en el cine para zanjar la discusión sobre aquello que se sitúa en el intersticio entre la ficción y el documental. En el texto señala como la diferencia entre la ficción y el documental tiene un claro sentido extra cinematográfico y se pregunta de la mano de varios directores y sus obras por la compleja categoría de lo real. Lo que me interesa destacar es que la reflexión sobre el lenguaje cinematográfico y su clasificación ha sido quizá la manera de dominar ese miedo que suscita el arte cuando provoca conmoción, cuando interpela y cuando llega a las entrañas del espectador. Por esta razón, el problema de los géneros y el afán clasificatorio tienen un claro propósito organizativo dirigido a un mundo que busca apaciguar el espíritu del cine y del arte. Lo que habría que agregar es que el propósito fundamental tiene que ver con una discusión más amplia, pues el efecto clasificatorio se hace con fines de mercado. No son dos discusiones que puedan desligarse ni eludirse, menos hoy.

Las dificultades clasificatorias estaría más en la dirección de lo que señala Comolli cuando habla de objetos difíciles de recoger que no se dejan llevar a la categoría mercantil de “producto”, que no desaparecen cuando son apenas consumidos (2007, p. 210). Lo que hoy nos hace pensar que las múltiples expresiones de lo real son más necesarias que nunca; no son los elogios de la institucionalidad cuando reconoce las calidades artísticas de las obras documentales, ni que nos digan que hay un creciente interés de la industria en este cine de lo real, lo que perseguimos y por lo que insistimos es porque hemos conocido el asombro, la chispa, la conmoción majestuosa que se produce cuando tras ver un documental sentimos que algo en nosotros ha cambiado, algo se ha revelado y se ha fijado en nuestra memoria. Reconocemos que el lugar marginal que muchas veces se le señala al documental es en parte porque se niega a dejarse domesticar, a adecuarse a las determinaciones formales que exigen las clasificaciones. Y desde este lugar continuaremos trabajando y demostrando que con los elementos fundamentales del gesto cinematográfico es posible descifrar los misterios del mundo.

Pero para no perdernos en este intrincado camino en el que se ha convertido hoy el mundo audiovisual y toda su parafernalia habrá que volver a lo básico, detenernos y mirar la historia dejar el afán de consumir los contenidos con la vertiginosidad que nos impone el mercado, pero sobre todo buscar la belleza y estimular el pensamiento.

La pesadilla de Nanook

La revista digital de ALADOS- Corporación Colombiana de Documentalistas. Nació en 2020 para llenar el vacío de publicaciones especializadas en el género documental en Colombia e Iberoamérica. Destinada a un público amplio, que profundice sin exclusiones de ningún tipo y ayude a seducir a nuevos lectores hacia el audiovisual de lo real. Publicación anual que informa y reflexiona sobre la producción, las múltiples aproximaciones al cine y el audiovisual de no ficción, su historia y creadores, su papel en el mundo virtual por el que nos comunicamos actualmente. Utiliza y explora las posibilidades que ofrecen las nuevas herramientas digitales.

<https://lapesadilladenanook.org/>



Diego García Moreno

Realizador-productor, fotógrafo, docente, y escritor. Estudió cinematografía en la Escuela Louis Lumière en Francia. Ha realizado largometrajes documentales como "El corazón", "Beatriz González, por qué llora si ya rei?" y "Las Castañuelas de Notre Dame" entre otras. Ha sido Jurado de diversos festivales y convocatorias de producción audiovisual. Es miembro fundador de la Corporación Colombiana de Documentalistas LADOS y actualmente es director de la revista "La Pesadilla de Nanook".



Diana Díaz Soto

Comunicadora social con énfasis en comunicación educativa de la Universidad Javeriana, especialista en Comunicación-Educación de la Universidad Central, magister en Estudios Culturales de la Universidad Javeriana. Actualmente es la responsable de proyectos estratégicos de Canal Capital, representante de los directores ante el Consejo Nacional de Cine CNACC y editora convergente de la revista *La pesadilla de Nanook*, de la Corporación de Documentalistas de Colombia, ALADOS.



Ana María López C.

Doctora de la Universidad Paris-Sorbonne y de la Universidad de Chile en Estudios Latinoamericanos. Profesora de Comunicación Audiovisual y Multimedial de la Universidad de Antioquia. Entre sus últimas publicaciones se encuentran el cortometraje documental "Recuerdos prestados memorias comunes" 2021 y el capítulo "Cine documental y memoria. Cuando la vida se vuelve película" publicado en el libro *Representar las memorias Conflicto, Paz y Memoria Editorial Universidad de Antioquia 2021*. Es la actual presidente de la Junta directiva de la Corporación de documentalistas ALADOS Colombia.



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

NUESTRA MISIÓN Y PROPÓSITO:

OFRECER OPORTUNIDADES DE MEJORA A NUESTROS SUSCRIPTORES



INVESTIGACIÓN
BARÓMETRO TV-OTT



AUDIENCIAS
AUDÍMETRO TV



ANÁLISIS DE CONTENIDOS BIG DATA
BLV ANALYTICS



ANÁLISIS
MERCADO AUDIOVISUAL



WWW.BARLOVENTOCOMUNICACION.ES



@BLVCOM



/BARLOVENTO-COMUNICACION



CAPITULO V

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2021

CAPITULO V

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2021

Victor Herrerueta



Introducción

Presentamos el informe de la convocatoria de ayudas del Programa IBERMEDIA de 2021, un año marcado aún por el impacto de la Covid-19 y que ha resultado atípico. Hemos podido asistir a ciertos atisbos de recuperación y mejoría tras la llegada de las vacunas a los distintos territorios y la puesta en marcha de los correspondientes planes de vacunación, sin embargo, la inestable evolución de la pandemia nos ha obligado a ser pacientes pues el sector audiovisual ha seguido muy afectado por las restricciones, el miedo y la crisis económica asociada. A pesar de estas circunstancias, se han apreciado algunas señales de recuperación para el Programa. Por un lado, el **Fondo repartió casi un 16% más que el año pasado** gracias al compromiso de los países miembros que han mantenido, e incluso incrementado, sus aportaciones. Por otro lado, el 10 de marzo de 2021 recibimos con inmensa alegría la **incorporación de Honduras al Programa**, que podrá participar por primera vez en la convocatoria de ayudas de 2022 y que supone llegar a veintitrés países miembros.

La **convocatoria de ayudas de 2021** ha traído consigo diversas novedades, entre las que cabe destacar que todas las categorías de Desarrollo pasaron a estar orientadas a proyectos en Codesarrollo, alineándose con el espíritu de cooperación internacional que ha sido uno de los pilares fundamentales sobre los que se ha edificado el Programa. Los años siguientes traerán novedades importantes por el plan de lanzamiento de nuevas convocatorias para la creación digital gracias a la incorporación paulatina al Programa, vía el Instituto de la Cinematografía y la Artes Audiovisuales de España, país que ostenta la Presidencia de IBERMEDIA por último año, de una dotación adicional de 3.300.000 € proveniente de los Fondos Europeos NextGenerationEU del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que ha puesto en marcha la Unión Europea.

La **labor de promoción** ha continuado a través de la presencia del Programa en el Marché du Film de Cannes; en Pixelatl, con una mesa redonda en torno a la creación y distribución de contenido infantil; en WIP LATAM del Festival Internacional de Cine de San Sebastián; y en Iberseries-Platino Industria, con un stand informativo. Asimismo, en el marco de Ventana Sur, Ibermedia presentó las mesas redondas: “Retos para la creación y distribución de contenido infantil en Iberoamérica (Vol. 2)” y “El fenómeno del género fantástico en el entorno Iberoamericano: nuevos contenidos, formatos y tendencias”. Además, bajo el título “Lo último de IBERMEDIA”, desde el martes 30 de noviembre hasta el viernes 3 de diciembre, programó la proyección de once películas de reciente producción que contaron con apoyo del Programa en los cines Gaumont de Buenos Aires.

También en la edición de Ventana Sur de 2021 se celebró la XXXI Reunión del Comité Intergubernamental de IBERMEDIA en la que se llevó a cabo el reparto de las ayudas y en la que culminó por primera vez la colaboración **Ibermedia-Blood Window** para fomentar la coproducción de proyectos Iberoamericanos de género fantástico. Esta primera convocatoria ha resultado satisfactoria en cuanto a la cantidad y calidad de los proyectos presentados de este género en las tres modalidades posibles: Codesarrollo de largometrajes (34 solicitudes de 14 países), Codesarrollo de series (9 solicitudes de 7 países) y Coproducción de largometrajes (40 solicitudes de 13 países). El jurado compuesto por Miguel Anglés Marín (Director del Festival de Cine Fantástico Feratum, México), José Luis Rebordinos (Director del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, España) y Luciano Sovená (Presidente de Roma Lazio Film Commission, Italia) seleccionó los proyectos ganadores de las tres categorías: “Loretta Young y los monstruos”, de Ecuador en Codesarrollo de largometrajes; “Manual de perdedores”, de España en Codesarrollo de series; y “Chuzalongo”, de Ecuador en Coproducción.

Entre los retos pendientes, encabezados por la salida definitiva de la crisis provocada por la pandemia, quisiera llamar la atención sobre la necesidad de seguir trabajando en el avance por la igualdad de género. A pesar de los esfuerzos y de los mecanismos de impulso a la presencia de mujeres en los proyectos apoyados por el Programa, constatamos que queda mucho trabajo por hacer. Especialmente acuciante es la baja participación de mujeres en la modalidad de Codesarrollo de series, un formato audiovisual en auge en el que la presencia y las voces femeninas son necesarias. También parece que, tristemente, se constata que, en los periodos de dificultad, y 2021 lo ha sido, las

mujeres tienen aún más dificultades para sacar adelante sus proyectos. Por todo ello, el Programa no dejará de empeñar sus esfuerzos para conseguir una representación adecuada de las mujeres en el panorama audiovisual Iberoamericano.

El año pasado nos comprometimos a que el Programa se mantuviera activo, despierto y audaz. Con estos objetivos en mente hemos trabajado para fortalecer el Programa cualitativa y cuantitativamente y potenciarlo con nuevas vías de financiación, procedentes de la UE, para la coproducción audiovisual Iberoamericana en todos sus formatos. Esperamos que 2022 sea el año de la recuperación definitiva y se empiecen a ver los efectos de las iniciativas impulsadas.



Beatriz Navas
Directora General del
Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales

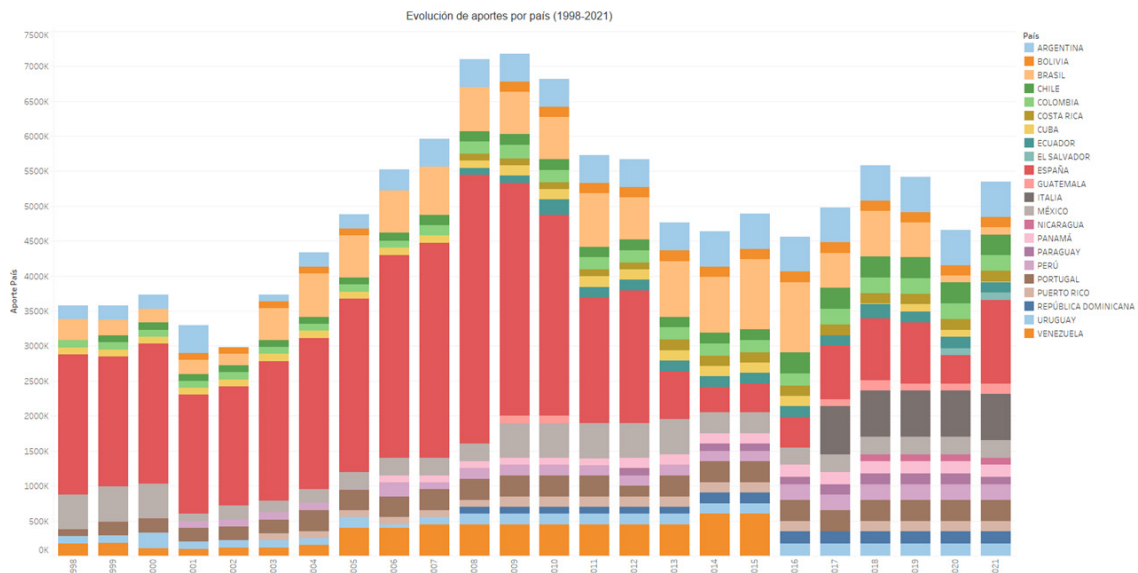
PRESIDENTA DEL PROGRAMA IBERMEDIA

Aportes

Marco historico

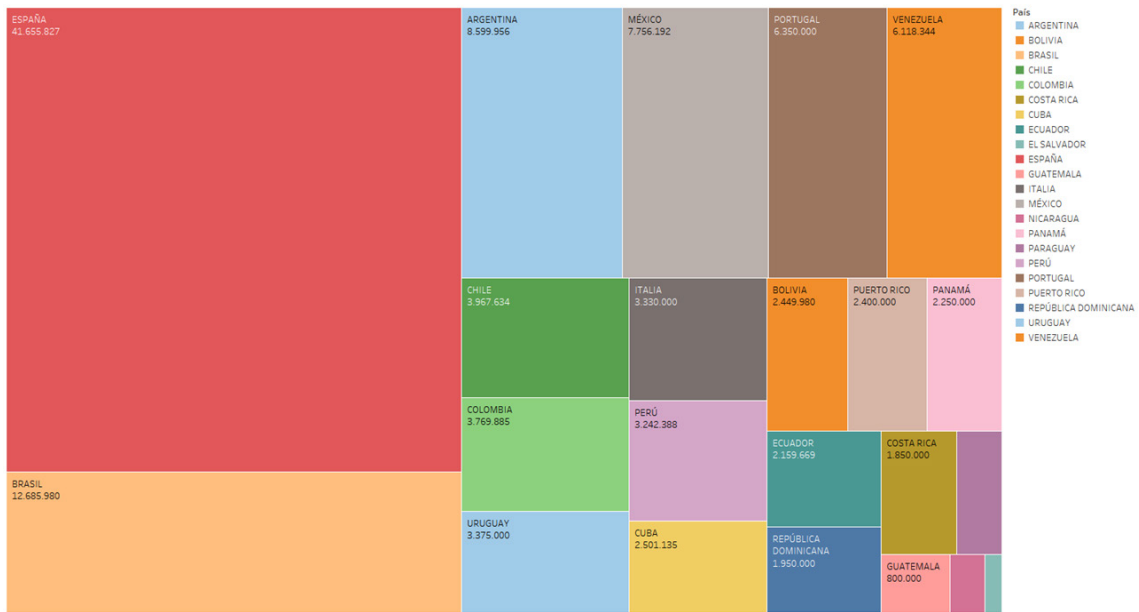
Desde su creación en 1998, el Programa IBERMEDIA ha gestionado 30 convocatorias de apoyo financiero, en las que se han otorgado 1.049 ayudas a la Coproducción de largometrajes iberoamericanos (con más de 770 obras ya estrenadas); 1.118 ayudas al Desarrollo de proyectos audiovisuales; 32 ayudas al Desarrollo de Series; ayudas a la Promoción y Distribución de 283 películas y a la Exhibición de 298; se han otorgado más de 3.150 becas de formación a profesionales del sector. Además, 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 23 países miembros a lo largo de estos 24 años, asciende a 118.455.498 USD. Su distribución, a lo largo de los 24 ejercicios, es la siguiente:



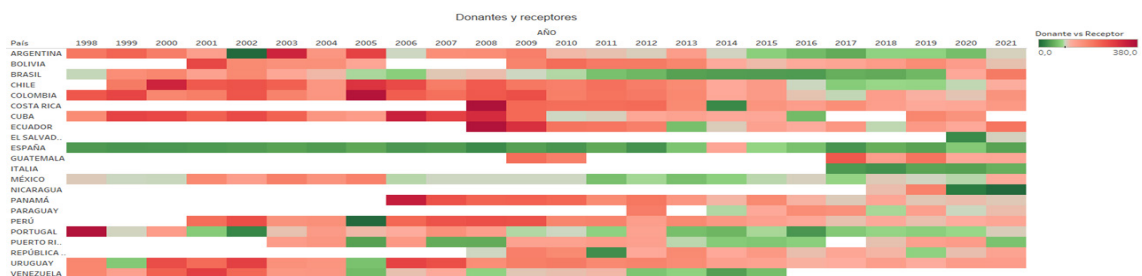
Los países adheridos al Programa son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

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 gráfico anterior permite observar las tendencias de cambio entre los países con cinematografías más consolidadas, donde por regla general suelen pasar de ser receptores a ser donantes, como es el caso de Argentina (a partir de 2014), Brasil (a partir de 2005, si bien cambió su condición de nuevo a partir de 2020), Chile (a partir de 2016), México (a partir de 2006), Portugal (a partir de 2009) y Venezuela (2005, 2008 y 2012-2015). Los perfiles altamente donantes de Nicaragua y Puerto Rico resultan atípicos y se deben, principalmente, a la escasez de proyectos presentados por parte de estos dos países; en una situación similar se encontró El Salvador en el pasado ejercicio, si bien se está corrigiendo esta tendencia en el 2021.

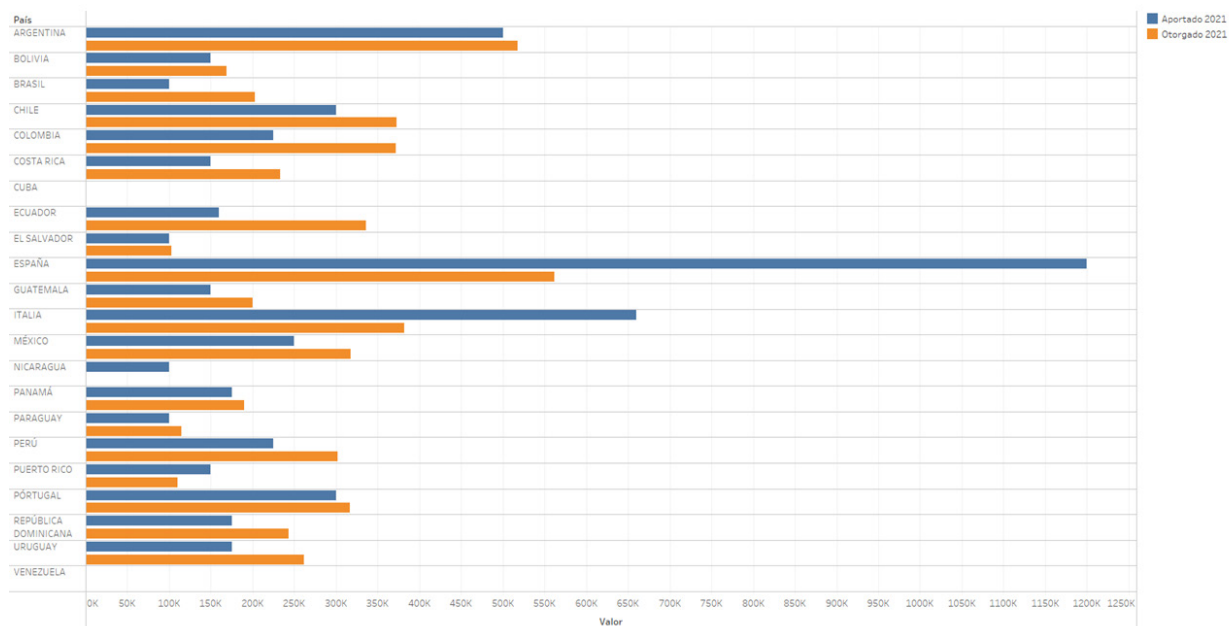
Esta condición de donante en países que tradicionalmente no lo son, suele estar causada por la ausencia de proyectos que permitan efectivamente consolidar el perfil de estos países como receptores -desde el punto de vista estrictamente financiero- en el fondo IBERMEDIA. Como en los casos ya indicados de El Salvador y Nicaragua encontramos otros ejemplos a lo largo de la historia del Programa: Puerto Rico (2005-2008 y 2013-2016), Costa Rica y Paraguay (2014) o República Dominicana (2011). Casos como los de Brasil (2005-2019), España e Italia (desde sus respectivas incorporaciones al Programa) y Portugal (a partir de 2009), son ejemplos de países eminentemente donantes cuya contribución al fondo de cooperación es determinante para constituir la base de la rentabilidad netamente financiera para el resto de países receptores.

Por otro lado, solo contabilizamos las ayudas directas como coproductores mayoritarios (en el caso de Coproducción), puesto que no se contabiliza la ayuda indirecta a países como coproductores minoritarios, de manera que bajo este reparto subyace otro beneficio que redundará en todos los países que participan minoritariamente.

En el año 2021, observamos un total de cuatro países **contribuidores netos** [entre paréntesis se indica el porcentaje del total del aporte ejecutado]: España (46,83%), Italia (57,83%), Nicaragua (0%) y Puerto Rico (73,33%). En el caso de países **receptores netos**, observamos un total de doce países: Bolivia (112,48%), Brasil (202,45%), Chile (124,35%), Colombia (165,12%), Costa Rica (155,45%), Ecuador (209,89%), Guatemala (133,33%), México (126,92%), Paraguay (115%), Perú (134,02%), República Dominicana (138,97%) y Uruguay (149,55%). En la lista de países que consiguen un **equilibrio** entre sus aportes y las ayudas otorgadas, nos encontramos a Argentina (103,45%), El Salvador (103,09%), Panamá (108,57%) y, excepcionalmente, a Portugal (105,62%).

Ejercicio 2021: Aportes realizados y ayudas recibidas

El siguiente gráfico muestra el **aporte realizado por cada país** y la **ayuda recibida** (otorgada) durante el ejercicio 2021. Nos permite determinar la condición de donante o receptor durante la pasada convocatoria y también en qué proporción varían las cifras de aporte respecto a la ayuda finalmente otorgada a cada país.



País	Aportado 2021	Otorgado 2021
ARGENTINA	500.000	517.244
BOLIVIA	150.000	168.725
BRASIL	100.000	202.450
CHILE	300.000	373.040
COLOMBIA	225.000	371.510
COSTA RICA	150.000	233.173
CUBA	0	0
ECUADOR	160.000	335.823
EL SALVADOR	100.000	103.089
ESPAÑA	1.199.363	561.643
GUATEMALA	150.000	200.000
ITALIA	660.000	381.649
MÉXICO	250.000	317.300
NICARAGUA	100.000	0
PANAMÁ	175.000	190.000
PARAGUAY	100.000	115.000
PERÚ	225.000	301.548
PÓRTUGAL	300.000	316.853
PUERTO RICO	150.000	110.000
REPÚBLICA DOMINICANA	175.000	243.204
URUGUAY	175.000	261.720
VENEZUELA	0	0

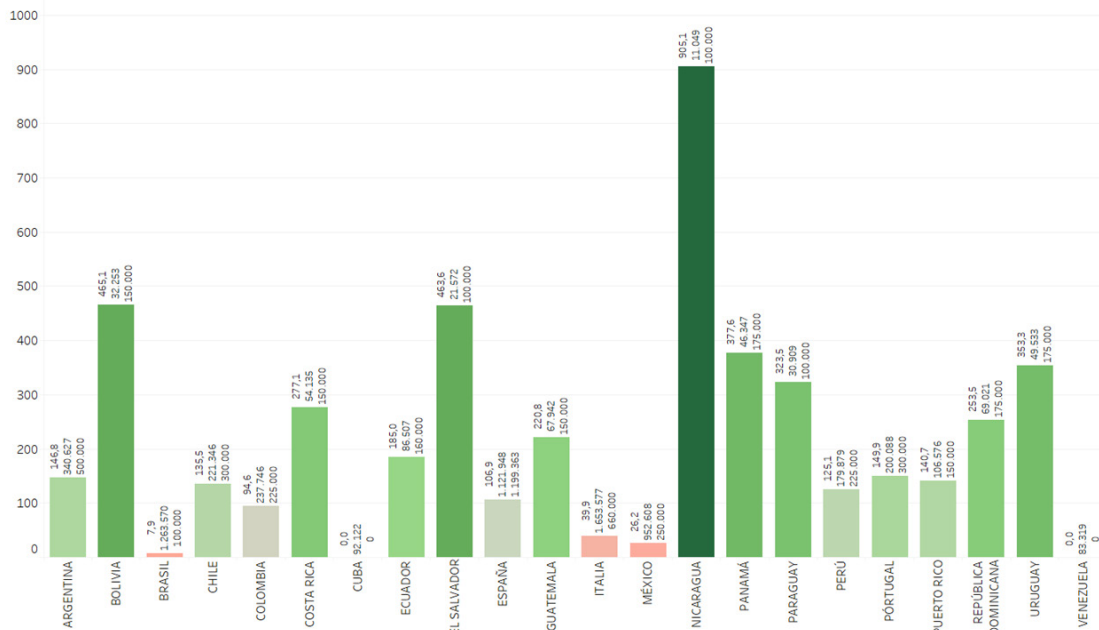
Ejercicio 2021: Relación Aportes/PIB

El siguiente cuadro comparativo muestra 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 2020.

Esta referencia podría permitirnos contextualizar lo que supone para cada país realizar su aporte al Fondo en función de sus posibilidades. Al igual que sucediera en el año anterior, destaca claramente la posición de Nicaragua, seguida de El Salvador, Paraguay, Bolivia, Uruguay y Panamá, habiéndose reducido drásticamente la de Brasil.

Las cifras indicadas en la parte superior de cada columna corresponden a:

Ratio Aporte 2021 (en USD) / PIB 2020 $\times 10^6$ (en millones de USD) - Rojo por debajo de 100; verde por encima de 100; PIB 2020 (en millones de USD); Aporte 2021 (en USD)



Ciertamente los países con PIB 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 sólido por parte de todos los participantes y suponen un gran esfuerzo y sacrificio para todos ellos.

El hecho de que haya una diferencia tan grande entre los dos casos más extremos (Nicaragua y Brasil) arroja una perspectiva esclarecedora sobre la heterogeneidad de nuestra región, donde las asimetrías entre países no son un obstáculo para encontrarse en el interés común que supone IBERMEDIA como programa de Cooperación.

Evaluación de proyectos

Descripción general

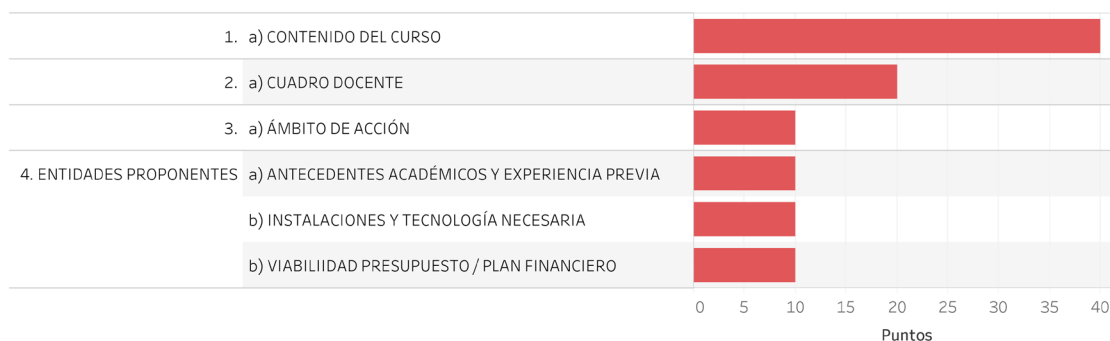
Todos los proyectos **preseleccionados** por la Unidad Técnica de IBERMEDIA (UTI) son posteriormente evaluados por un Comité de analistas externos (14):

- FORMACIÓN: tres analistas.
- CODESARROLLO (largometrajes): tres analistas.
- CODESARROLLO DE SERIES: tres analistas.
- COPRODUCCIÓN: cinco analistas.

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 a 100.

Formación

Los tres analistas de la convocatoria de FORMACIÓN: Clarisa Navas (Argentina), Andrea Martínez (México) y Edgar Soberón (Panamá), han formulado sus evaluaciones en base a los siguientes criterios para la puntuación:

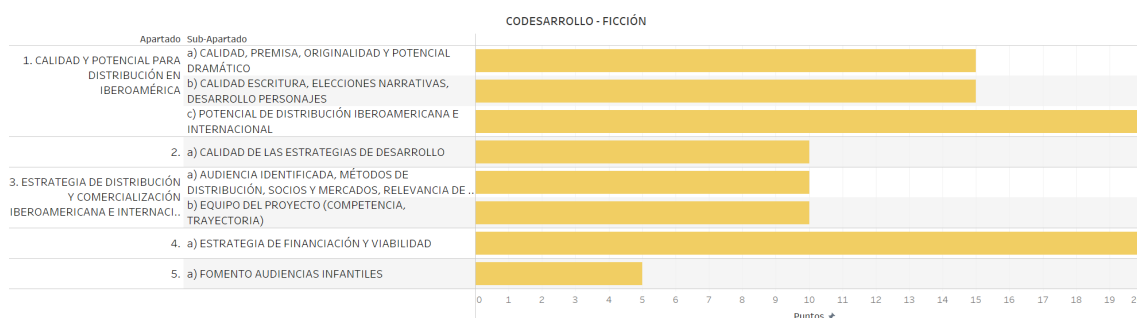


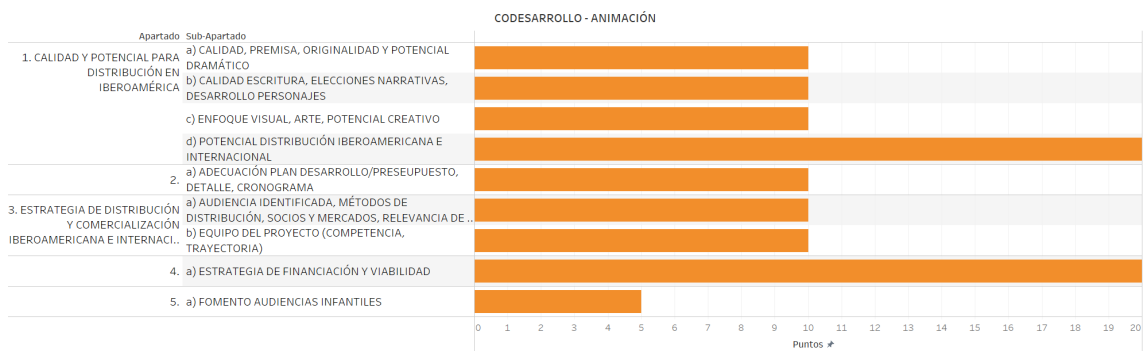
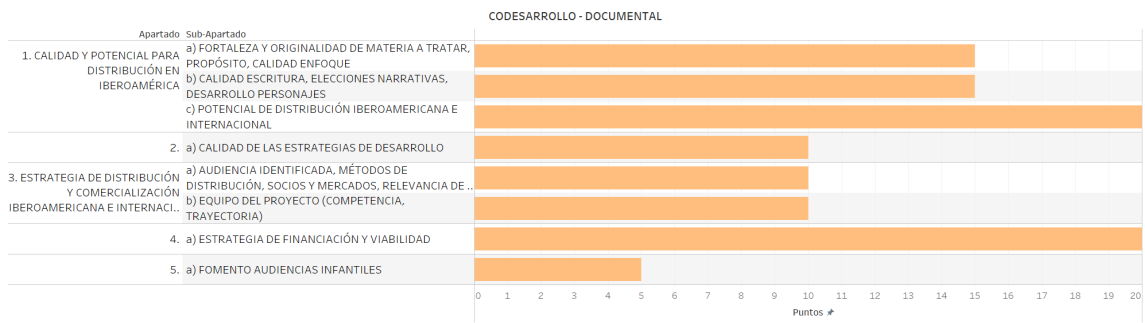
En esta modalidad se aprobaron 16 proyectos (dos más que el ejercicio anterior), incluyendo el apoyo a la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV) y al Curso de Desarrollo de Proyectos Audiovisuales Iberoamericanos (CDPAI) [ambos sin vínculo específico con ningún país] y fueron desestimados 14 (dos más que el año anterior), lo que arroja tasa de selección del 53,33%, muy similar al 54% del año pasado. Esta es la tasa de selección más alta de todas las modalidades.

En 2021, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 624.643 USD, el 11,4% del Fondo disponible, frente al 10,19% del ejercicio anterior.

Codesarrollo (largometrajes)

Los analistas seleccionados han sido: Miguel Agüero (Paraguay), Pamela Bienzobas (Chile) y Luis M. Campos (Ecuador). Para analizar los proyectos de CODESARROLLO se han perfilado criterios de evaluación con ligeros matices, dependiendo del tipo de proyecto (Documental, Ficción o Animación), según las notaciones que se indican a continuación:





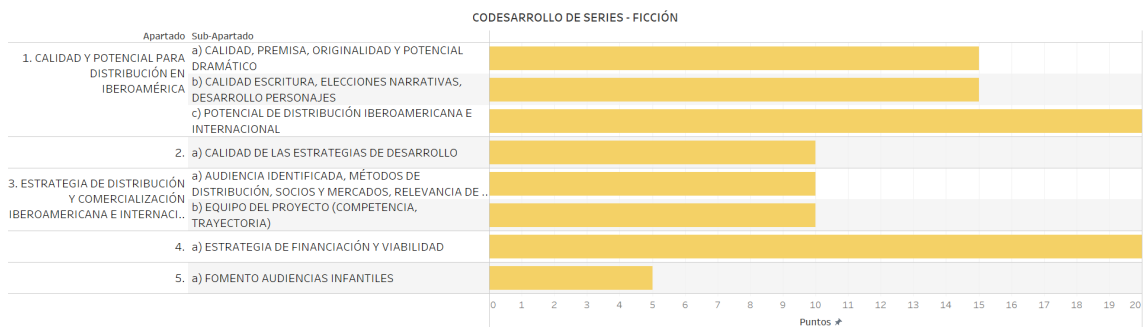
La escala de puntos para los proyectos de CODESARROLLO es inicialmente de 0-105, para ser posteriormente normalizada a 0-100 durante la reunión del Consejo Intergubernamental.

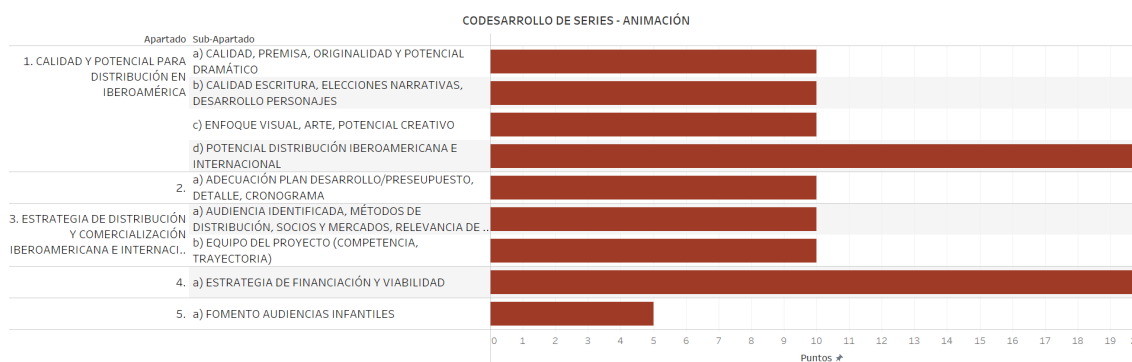
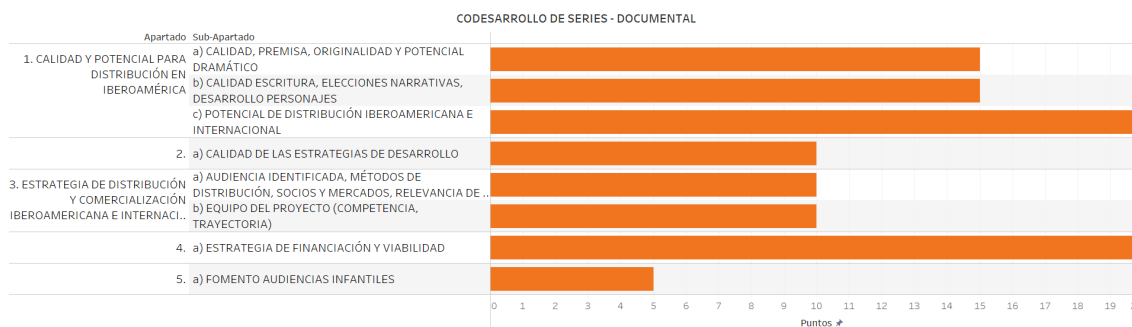
En esta modalidad fueron aprobados 33 proyectos (10 menos respecto a 2020) y fueron desestimados 42 (frente a los 86 de 2020), lo que arroja una tasa de selección del 44%, un 11% más alta que la del ejercicio anterior.

En 2021, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 467.711 USD, un 8,5% del total del Fondo disponible, frente al 11,06% del ejercicio anterior.

Codesarrollo de series

El grupo de analistas seleccionados para esta modalidad está compuesto por: Carlos Carrera (México), Alejandro Hartmann (Argentina) y Paula Hernández (Argentina). Para analizar los proyectos, al igual que en el caso de la modalidad anterior, se distingue entre Documental, Ficción o Animación:





La escala de puntos para los proyectos de CODESARROLLO DE SERIES es inicialmente de 0-105, para ser posteriormente normalizada a 0-100 durante la reunión del Consejo Intergubernamental.

En esta modalidad fueron aprobados 12 proyectos (frente a los 20 del año anterior) y se desestimaron 11 (frente a los 33 del 2020), lo que arroja una tasa de selección del 52,17%, la segunda más alta de todas las modalidades y un 14,43% más amplia que la del ejercicio anterior.

En 2021, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 286.595 USD, un 5,2% del total del Fondo disponible, frente al 7,37% del ejercicio anterior.

Coproducción

Como en los casos anteriores, indicaremos a continuación los criterios de valoración indicados a los analistas: por un lado, para proyectos de Ficción y Animación y por otro específicamente para Documental. En 2021, los analistas de COPRODUCCIÓN fueron: Sabrina Farji (Argentina), Juan Martín Cueva (Ecuador), Emilio Mayorga (España), Gabriela Sabaté (Paraguay) y Ana Abril Schmuller (México).



En COPRODUCCIÓN la escala para proyectos de Ficción y Animación es de 0-105 puntos, mientras que en el caso de Documental es de 0-115 puntos. Al igual que con el resto de las modalidades y tipos de proyecto, el puntaje final, en cualquier caso, siempre es normalizado a un rango de 0-100, para que todos los proyectos se rijan por la misma escala de puntos.

COPRODUCCIÓN es la modalidad que acapara el mayor volumen de recursos del Fondo financiero a repartir, un 74,8% frente al 71,38% del año pasado. Se trata de la modalidad con más proyectos preseleccionados: 133 frente a los 110 del año anterior (un 20,91% más).

En esta modalidad fueron aprobados 53 proyectos (5 más que en 2020) y fueron desestimados 80 (frente a los 62 del año anterior), lo que arroja una tasa de selección del 39,84% (ligeramente inferior a la del año anterior: 43,63%). Esta tasa de selección es la menor de todas las modalidades, seguida por la de CODESARROLLO (largometrajes). Cuba, Nicaragua y Venezuela fueron los países que no concurrieron con ninguna candidatura como país mayoritario.

Ayudas otorgadas

Metodología para la asignación de las ayudas

Configuración del Fondo 2021

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 enviados a los analistas externos para su valoración y posteriormente son remitidos a las autoridades cinematográficas de todos los países miembros de IBERMEDIA. Dichas autoridades, fueron las responsables de seleccionar los proyectos aprobados así como la cuantía de cada una de las ayudas, durante la pasada XXXI Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, celebrada de manera híbrida por las circunstancias de la crisis sanitaria, en la ciudad de Buenos Aires, el 2 y 3 de Diciembre de 2021.

Para configurar el Fondo financiero, la Unidad Técnica indica 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 de aquellos proyectos que hubieran presentado incidencias y cualquier otro activo disponible. Posteriormente, se deducen los gastos contemplados para analistas y para el presupuesto de funcionamiento del Programa y de la Unidad Técnica. El resultante acaba siendo el Fondo a repartir, que en 2021 fue de 5.480.973 USD; un 15,75% superior al de 2020, lo que indica una clara evolución positiva con respecto al anterior ejercicio que estuvo marcado por la irrupción de la crisis sanitaria, el confinamiento estricto y las restricciones. De los 5.480.973 USD, se reservan 100.000 USD para los proyectos seleccionados en la categoría de Blood Window (un proyecto en CODESARROLLO, otro en CODESARROLLO DE SERIES y otro en COPRODUCCIÓN), de modo que los resultados positivos en esta categoría no afecten a la intensidad del reparto de los países agraciados en la misma.

Posteriormente se procede a establecer -como referencia- los porcentajes atribuidos a cada una de las cuatro modalidades (FORMACIÓN, CODESARROLLO, CODESARROLLO DE SERIES y COPRODUCCIÓN). En vista de las ayudas solicitadas en cada una de estas áreas, se estableció como referencia un 10% para FORMACIÓN (538.097 USD), un 8% para CODESARROLLO (430.478 USD), un 5% para CODESARROLLO DE SERIES (269.049 USD) y un 77% para COPRODUCCIÓN (4.143.349 USD).

FORMACIÓN es la primera modalidad en la secuencia lineal de la resolución de ayudas. En esta modalidad, se establece otorgar toda la ayuda solicitada al proyecto mejor valorado de cada país, siempre y cuando supere los 81 puntos, es decir, el puntaje medio de los 10 proyectos mejor puntuados por los analistas de esta modalidad. En el caso de CODESARROLLO (largometrajes), en 2021 se mantiene un fondo de reserva de hasta 200.000 USD para proyectos de animación, con un puntaje destacado. Siguiendo la metodología, cada autoridad procedió a seleccionar el proyecto mejor valorado de su país en CODESARROLLO DE SERIES, para finalizar con la modalidad de COPRODUCCIÓN, que abarca tres cuartas partes del fondo

Seguimos incluyendo indicadores cualitativos que, además de las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, arrojan información sobre el tipo de obra (Ficción/Documental/Animación), perspectiva de género (mujer guionista/productora/directora), lenguas originarias y, en el caso de COPRODUCCIÓN, aquellos proyectos que cuentan con ayuda previa de IBERMEDIA en la modalidad de CODESARROLLO. Dichos indicadores permiten monitorizar y refinar las ayudas otorgadas en relación a las cuestiones expuestas.

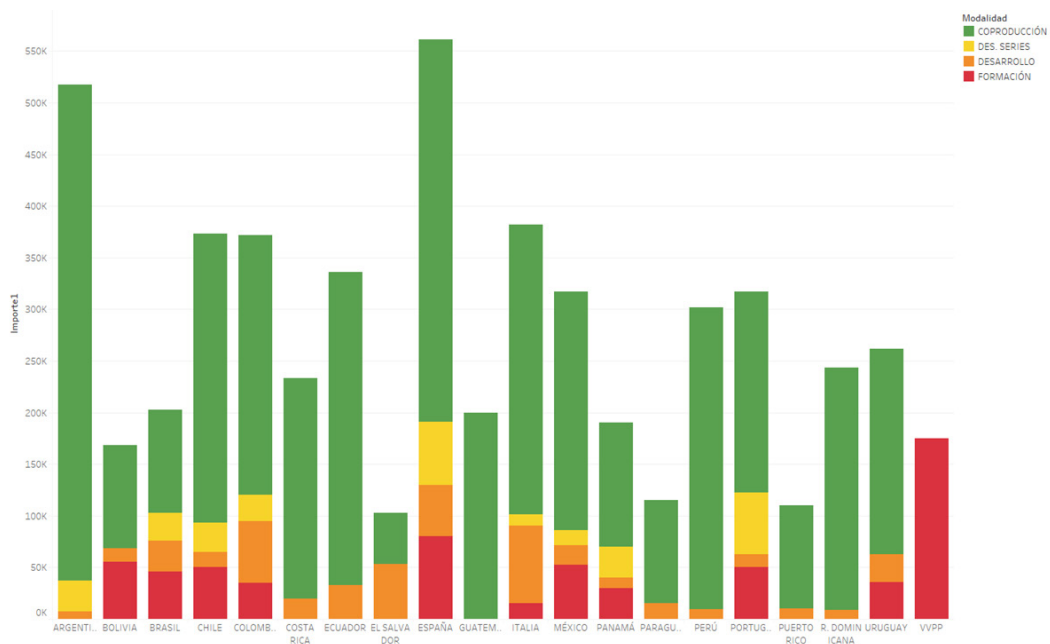
Proyectos de BLOOD WINDOW

En 2020 el Programa IBERMEDIA y Blood Window, de Ventana Sur, se unieron para fomentar la coproducción de proyectos Iberoamericanos de género fantástico. Por un lado, IBERMEDIA favorece la financiación a través de ayudas directas y, por otro, Blood Window facilita su visibilidad y circulación a través de los foros de negocio y las actividades de promoción que desarrolla habitualmente.

La primera convocatoria ha resultado satisfactoria en cuanto a la cantidad y calidad de los proyectos presentados (81) en las tres modalidades posibles: CODESARROLLO (32), CODESARROLLO DE SERIES (9) y COPRODUCCIÓN (40). Tras una preselección inicial de los proyectos presentados realizada por el equipo de Blood Window, las ayudas concedidas en esta categoría dependen de un jurado de expertos independientes especializados en el cine de género y fantástico. En 2021 este jurado estuvo compuesto por Miguel Anglés Marín (Director del Festival de Cine Fantástico Feratum, México), José Luis Rebordinos (Director del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, España) y Luciano Sovena (Presidente de Roma Lazio Film Commission, Italia).

Como se ha indicado, en esta categoría se repartió un Fondo adicional de 100.000 USD del siguiente modo: CODESARROLLO (10.000 USD), CODESARROLLO DE SERIES (20.000 USD) y COPRODUCCIÓN (70.000 USD).

Como es habitual, las ayudas a la COPRODUCCIÓN son las más cuantiosas en cada país. Como en años anteriores, en el caso de FORMACIÓN el bloque de ayudas más cuantioso está asignado a VVPP, "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 Audiovisuales Iberoamericanos), cuyos beneficiarios proceden de la gran mayoría de países miembros, motivo por el que no se asigna a ningún país específico y no compete con el resto de proyectos presentados a la modalidad. Los bloques de ayudas al CODESARROLLO (largometrajes y series) se mantienen relativamente heterogéneos ya que dependen de las circunstancias y necesidades específicas de cada uno de los países.



En el reparto final, tras los ajustes definitivos de cada país, observamos algunas pequeñas diferencias sobre los porcentajes inicialmente previstos (de 10% en FORMACIÓN, 8% CODESARROLLO, 5% CODESARROLLO DE SERIES y 77% para COPRODUCCIÓN):

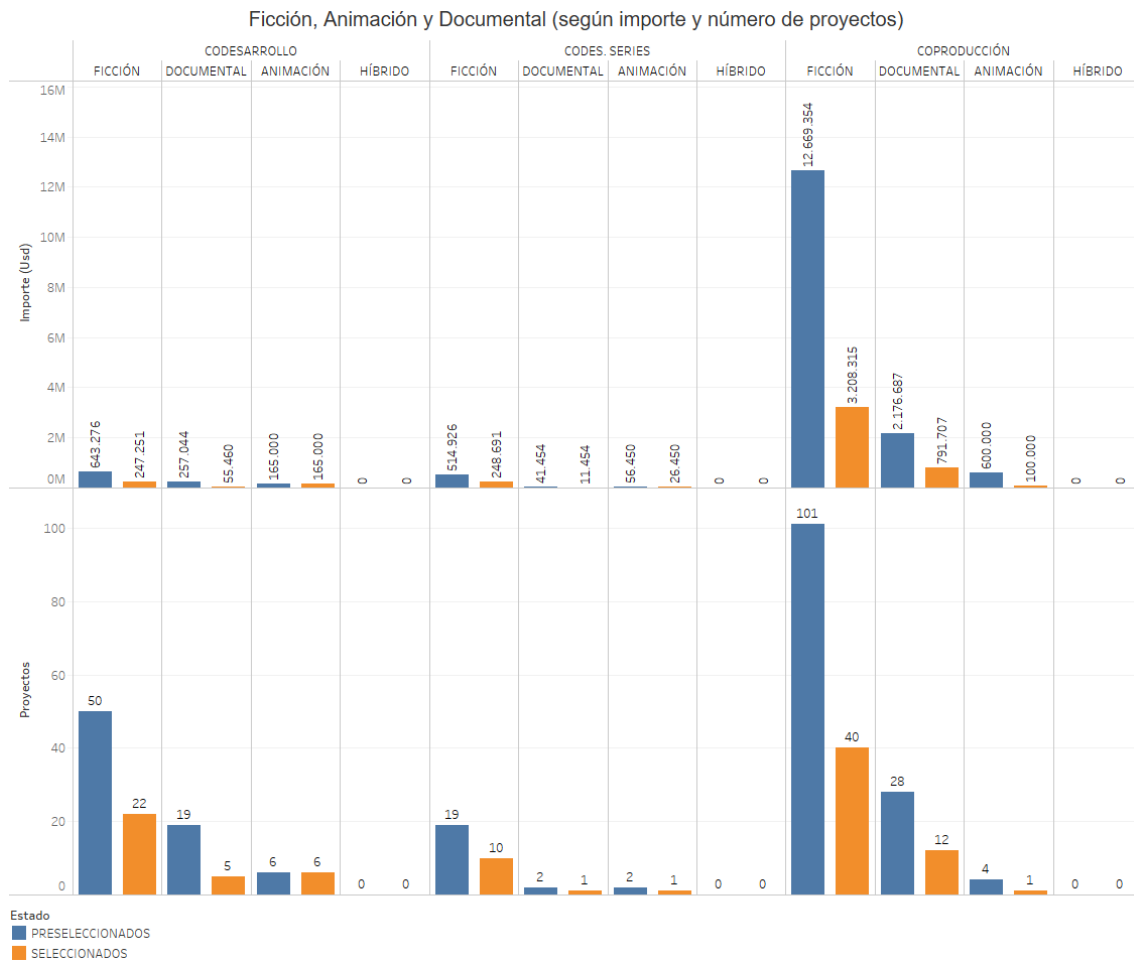
FONDO A REPARTIR	5.480.973	467.711	286.595	4.012.586	87.436	624.643	5.478.971
EJECUTADO	5.478.971	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL ADIC.	TOTAL	TOT.
POR EJECUTAR	2.002	CODESARR.	CO-SERIES	COPRODUCCIÓN	DISTRIBUCIÓN	FORMACIÓN	ASIGN.
		8,53%	5,22%	73,22%	1,59%	11,40%	99,9%

Las autoridades confirmaron a la Unidad Técnica la asignación de sus respectivas ayudas, siendo repartidos 5.478.971 USD del total del fondo previsto 5.480.973 USD. Es decir, que se repartió el Fondo prácticamente en su totalidad, quedando un remanente de 2.002 USD (un 0,04%) que pasa al Fondo 2022.

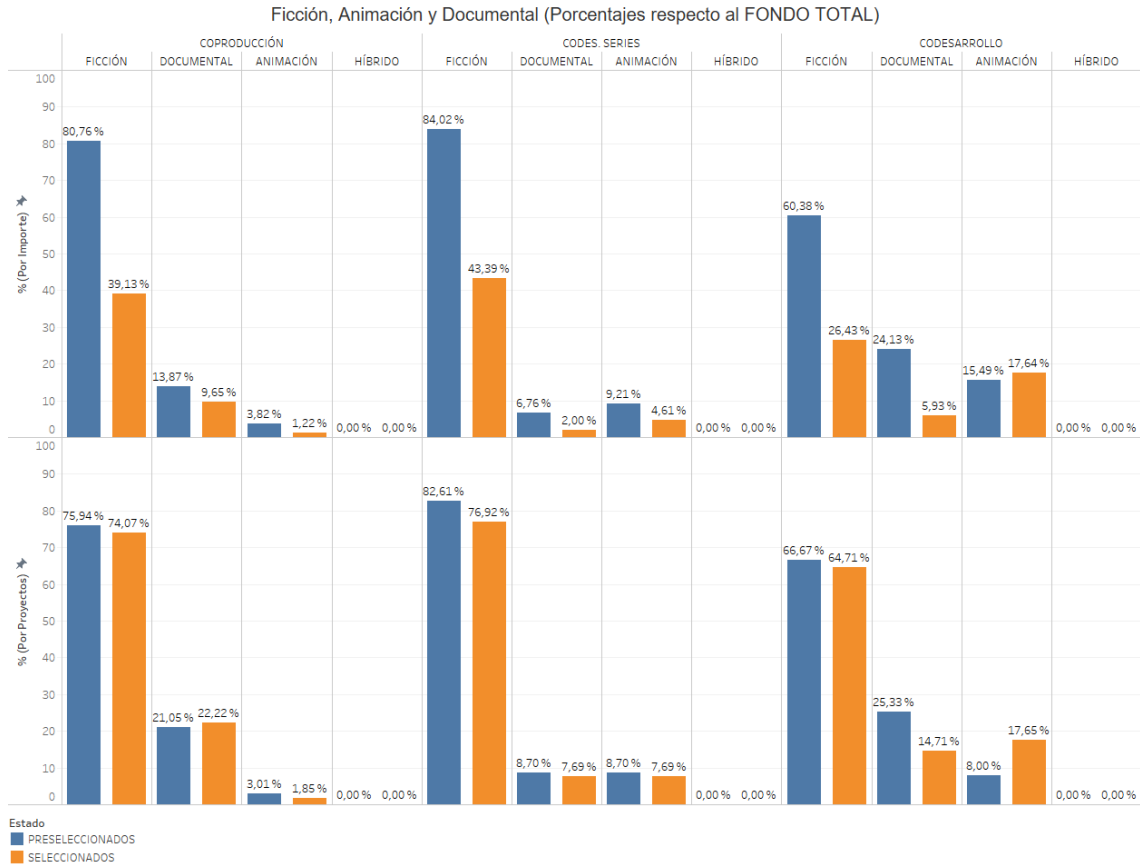
Ficción, documental y animación

Siempre ha sido de interés por parte del Consejo Intergubernamental mantener una proporción diversa y equilibrada en el tipo de proyectos seleccionados.

El gráfico que presentamos a continuación establece la cifra en 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 porcentajes respecto al Fondo total. Esta disposición nos permitirá evaluar la relación y proporción de un determinado tipo de obra con el resto.



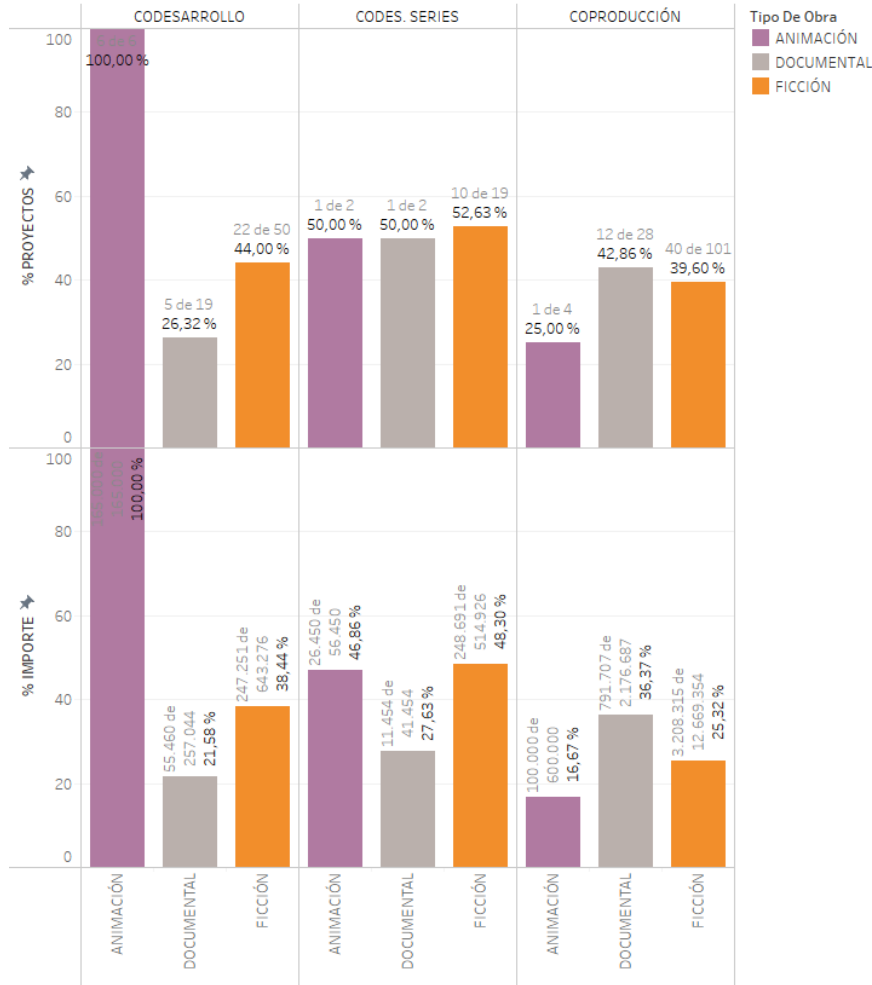
En el caso de CODESARROLLO de largometraje, las cifras son muy similares a las del anterior ejercicio. Los proyectos de Ficción representan el 60,38% (frente al 57,29% del año anterior), los proyectos Documentales el 24,13% (frente al 24,87% del año anterior) y los proyectos de Animación el 15,49% (frente al 17,05% de 2020).

En CODESARROLLO DE SERIES los proyectos de Animación (9,21%) sufren un descenso con respecto al año pasado (16,86%). Un descenso similar se da también en las solicitudes de proyectos Documentales, 6,76% frente al 9,33% del ejercicio 2020. En este caso, los proyectos de Ficción recogen la merma porcentual de las dos categorías anteriores y aumentan su representación en las solicitudes: un 84,02% frente al 73,21% del año anterior.

En cuanto a COPRODUCCIÓN, las cifras son muy similares a las del año pasado. Sigue habiendo una escasa participación de proyectos de Animación (3,01%, frente al 1,82% de 2020), mientras que Documental (21,06%) y Ficción (76,94%) se mantienen estables en cuanto a porcentaje de tipos de proyecto presentados (21,82% y 76,36%, respectivamente).

En el siguiente gráfico vamos a centrarnos en los porcentajes de ayuda que cada tipo de obra obtiene, no ya en relación a las otras modalidades como vimos en el cuadro anterior, sino en relación a su propio tipo. En el bloque superior, indicamos el número de proyectos seleccionados respecto a los que fueron preseleccionados por parte de la Unidad Técnica y su respectivo porcentaje. En el bloque inferior, expresamos en dólares el importe otorgado respecto al inicialmente solicitado por los proyectos preseleccionados de cada tipo de proyecto y el porcentaje que implica.

Ficción, Animación y Documental: Porcentaje de ayuda otorgada sobre la presolicitada



Perspectiva de género

Resultados

Impulsar la participación activa de mujeres en la industria cinematográfica es una prioridad para IBERMEDIÁ. Tanto a nivel de ayudas aprobadas como también en la estructura orgánica del propio Programa, existe una determinación clara por parte del Consejo Intergubernamental, encaminada a corregir aquellos desequilibrios que podamos identificar, con la finalidad de ofrecer medidas que fomenten la participación de mujeres y la igualdad de oportunidades. Con la puesta en marcha de una exhaustiva minería de datos que iniciamos hace tres años, tratamos de recabar toda la información disponible para estudiar la evolución y situación actual de la presencia de mujeres en los proyectos que han concurrido a lo largo de nuestras convocatorias y poner en marcha herramientas que permitan incrementar su presencia, como veremos más adelante.

En 2019 se implementó por primera vez una práctica de indicadores cualitativos de todos los proyectos participantes: junto a las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, contemplamos otros aspectos como el uso de lenguas originarias. En este sentido, la perspectiva de género ha ocupado un lugar destacado 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, permitiendo monitorizar las decisiones que adopta paulatinamente el Consejo.

A pesar de ello, los proyectos seleccionados que cuentan con mujeres en el desempeño de estas funciones siguen siendo aún minoritarios en comparación con los proyectos liderados por hombres, lo que nos lleva a concluir que todavía tenemos un amplio margen de mejora para abordar nuevas acciones en próximas convocatorias.

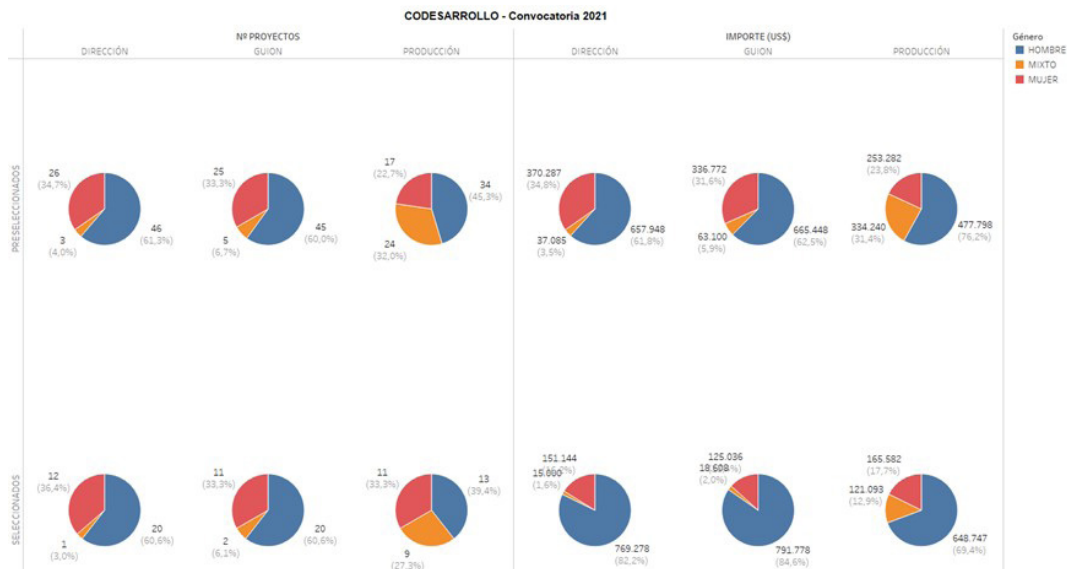
En los gráficos que mostraremos a continuación, presentamos dos filas correspondientes a **Proyectos preseleccionados** (solicitudes aprobadas por la Unidad Técnica conforme al cumplimiento de bases para poder ser evaluados) y a **Proyectos seleccionados** (aquellos proyectos que finalmente resultaron seleccionados por el Consejo Intergubernamental obteniendo ayuda por parte del Programa).

A su vez, la mitad izquierda del diagrama muestra los datos de número de proyectos, mientras que la mitad derecha muestra los importes de ayudas en USD (solicitadas por los proyectos preseleccionados y finalmente otorgadas a los proyectos seleccionados).

Por último, cada columna expresa los datos desagregados, según el cargo ocupado por **mujeres, hombres o mixto** (en dirección, en guion y en producción). Cada hoja corresponde a una modalidad de ayudas: CODESARROLLO, CODESARROLLO DE SERIES y COPRODUCCIÓN, respectivamente, seguida de una reseña analítica sobre los datos representados.

Para un análisis más exhaustivo y detallado de estos datos, consultar el Anexo III. Datos desagregados Convocatoria 2021, que se encuentra en las últimas páginas de este Reporte.

CODESARROLLO – Convocatoria 2021



Las ayudas a CODESARROLLO (largometrajes) supusieron el 8,5% del Fondo de ayudas de 2021, con un importe de 467.711 USD. En esta modalidad, en la que es obligatorio participen al menos dos países miembros del Programa, podemos constatar los siguientes datos a partir del cuadro anterior:

- El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres** es claramente minoritario, aunque sube levemente con respecto a los del ejercicio anterior: 34,7% en 2021, frente al 32,6% en 2020. Igualmente, el porcentaje de proyectos seleccionados por el Consejo Intergubernamental se mantiene en cifras similares: 36,4% en 2021, frente al 37,2% del año anterior. El importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados es del 34,8% del total presentado a esta modalidad, lo que también supone un ligero repunte con respecto al año anterior, 31,1%. Sin embargo, la gran diferencia con respecto al año 2020 viene dada en el importe de las ayudas de los proyectos seleccionados. Aquí sí que registramos una caída importante en las cantidades asignadas con respecto al total disponible para esta modalidad: un 16,2% de 2021 frente al 37,3% del año anterior, lo que supone una asignación de recursos claramente inferior.
- En lo que a **proyectos guionizados por mujeres** se refiere, nuevamente encontramos porcentajes minoritarios en los proyectos preseleccionados, un 33,3%, la misma proporción que se dio en el 2020 y que se mantiene finalmente en los proyectos seleccionados por el Consejo Intergubernamental. El importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados es del 31,6% del total presentado a esta modalidad, lo que supone un ligero descenso con respecto al año anterior, 32,8%. Como sucede en el caso de la dirección, la gran diferencia con respecto al año 2020 viene dada en el importe de las ayudas otorgadas a los proyectos seleccionados. Aquí sí que registramos una caída importante en las cantidades asignadas con respecto al total disponible para esta modalidad: un 13,4% de 2021, frente al 32,8% del año anterior, lo que de nuevo supone una asignación de recursos claramente inferior.
- La mayor varianza en esta modalidad la encontramos en los **proyectos cuya producción está a cargo de mujeres**. En este apartado observamos un claro retroceso con respecto al año anterior, un ejercicio inusual en el que los datos fueron muy alentadores al respecto. El porcentaje de proyectos preseleccionados producidos por mujeres ha sido del 22,7%, frente al 46,5% del año anterior. Esta brusca caída también lastró lógicamente el porcentaje de proyectos seleccionados por el Consejo Intergubernamental, que es del 33,3%, frente al 53,5% del 2020. Esta caída estadística también se refleja en las ayudas solicitadas y otorgadas. En 2021, el importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido del 23,8% del total presentado a esta modalidad, frente al 45,4% del ejercicio anterior; los proyectos que finalmente fueron seleccionados coparon un 17,7% de los recursos, frente al 50,3% del 2020.
- Como dato relevante destacamos el avance de los **proyectos cuya producción es mixta**, donde nos encontramos con una mejoría con respecto al 2020. En 2021 fueron preseleccionados un 32% de proyectos con un equipo de producción mixto, frente al 16,3% del año anterior. Finalmente fueron seleccionados en una proporción similar: 27,3% (2021), frente al 14% (2020). Este avance también se refleja en las ayudas solicitadas: en 2021, el importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido del 31,4%, frente al 14,6% del año anterior. Sin embargo, esta mejora porcentual no termina reflejándose en las ayudas finalmente otorgadas por el Consejo Intergubernamental, que son inferiores a las del año 2020. En este apartado, nos encontramos con que los proyectos que fueron seleccionados coparon un 12,9% de los recursos, frente al 14,7% del 2020.

CODESARROLLO DE SERIES – Convocatoria 2021



El importe de ayudas otorgadas a CODESARROLLO DE SERIES supuso un total de 286.595 USD y alcanzó el 5,2% del Fondo disponible. Como desglosaremos en el siguiente análisis, es en esta modalidad donde hemos encontrado un retroceso más acusado en cuanto a perspectiva de género. Esta diferencia con respecto al ejercicio anterior se puede explicar, en parte, por la novedad recogida en las bases de 2021 de esta modalidad, en las que se indica la obligatoriedad de que participen al menos dos países miembros del Programa en la postulación.

- El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres** es claramente minoritario, aunque sube levemente con respecto a las del ejercicio anterior: 26,1% en 2021, frente al 24,5% en 2020. Esta ligera subida no se refleja en los proyectos que fueron apoyados por el Consejo Intergubernamental: solo fue seleccionado un proyecto, que representa el 8,3% del total, frente a los seis proyectos seleccionados en 2020 (un 30% del total). En cuanto a la cantidad de las ayudas solicitadas y otorgadas, las proporciones son similares a las que se acaban de presentar. En 2021 se solicitaron un total del 27% de las ayudas presentadas a esta modalidad, frente al 24,8% del año pasado. Como es de esperar, al contar tan solo con un proyecto, las ayudas otorgadas descienden drásticamente con respecto al 2020: un 5,1%, frente al 45,4% de 2020. Además, en este caso la desproporción es más amplia, dado que no fue preseleccionado ningún proyecto cuya dirección fuera mixta, de modo que el 94,9% de los recursos asignados en esta categoría han ido a parar a proyectos dirigidos exclusivamente por hombres (frente al 42,4% del año anterior), un retroceso enorme con respecto al 2020.

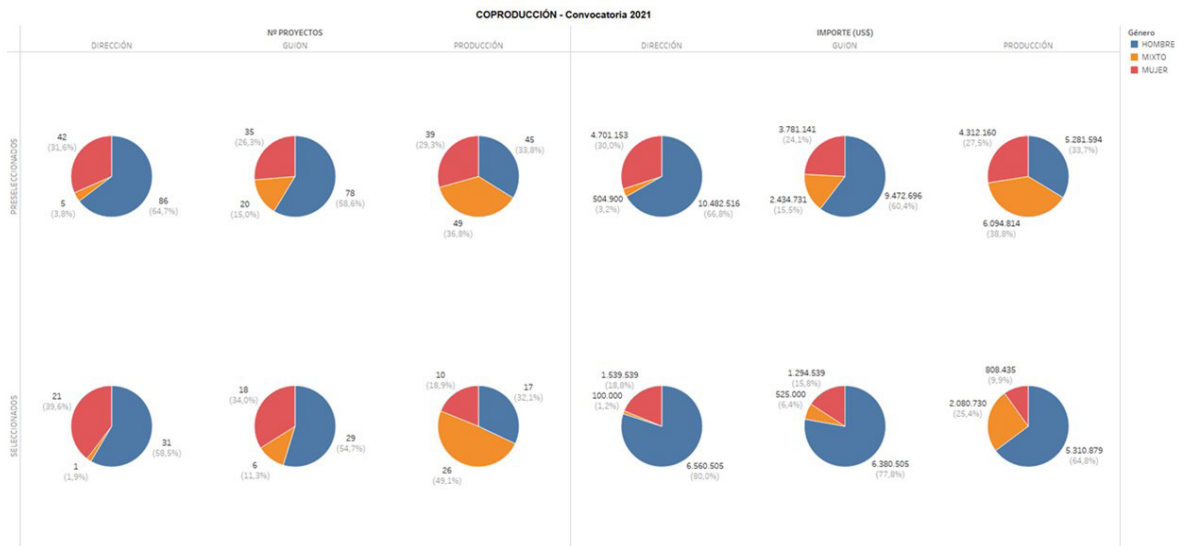
- En lo que a **proyectos guionizados por mujeres** se refiere, nuevamente encontramos porcentajes minoritarios en los proyectos preseleccionados: un 26,1%, lo que supone un avance con respecto al año anterior (20,8%). Sin embargo, una vez más esta ligera subida no se refleja en los proyectos que fueron apoyados por el Consejo Intergubernamental: solo fue seleccionado un proyecto, que representa el 8,3% del total, frente a los cuatro proyectos seleccionados en 2020 (un 20% del total). En cuanto a la cantidad de las ayudas solicitadas y otorgadas, las proporciones son similares a las que se acaban de presentar. En 2021 se solicitaron un total del 28,8% de todas las ayudas presentadas para esta modalidad, frente al 21,1% del año pasado. Como en el caso anterior, al contar tan solo con un proyecto seleccionado, las ayudas

otorgadas descienden abruptamente con respecto al 2020: un 4,4% frente al 16,3% de 2020. En este caso, la desproporción no es tan acusada como en el caso de dirección, puesto que fueron seleccionados un 25% de proyectos que contaban con un equipo de guionistas mixto (al menos un hombre y al menos una mujer) y que obtuvieron un 11,8% de las ayudas repartidas en esta modalidad. Aun así, el porcentaje de recursos asignados a proyectos liderados por hombres en esta categoría, resulta abrumador, un 83,5% con respecto al 20,7% del año anterior, cuando la mayoría de los recursos, el 55%, se asignaron a proyectos mixtos.

· La gran varianza que hemos observado en los dos puntos anteriores también se reproduce en los **proyectos cuya producción está a cargo de mujeres**, si bien se mitiga por un aumento de los proyectos con equipos mixtos. Tan solo un proyecto producido por una mujer fue preseleccionado, un 4,3%, frente al 26,4% del año anterior en el que fueron preseleccionados 14 proyectos. Este proyecto resultó seleccionado por el Consejo Intergubernamental, lo que representa el 8,3% del total, frente a los siete proyectos seleccionados en 2020 (un 35% del total). Como en el punto anterior, al contar tan solo con un proyecto, las ayudas otorgadas descienden drásticamente con respecto al 2020: un 5,2% frente al 28,4% de 2020.

· Como dato relevante destacamos el avance de los **proyectos cuya producción es mixta**, donde nos encontramos con una clara mejoría con respecto al 2020. En 2021 fueron preseleccionados 52,2% proyectos con un equipo de producción mixto, frente al 18,9% del año anterior. Este aumento sí que se refleja en la selección de proyectos, que aumenta con fuerza con respecto a 2020: 50% (2021), frente a 20% (2020). Esta mejora también se refleja en las ayudas solicitadas: en 2021, el importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido del 54,5%, frente al 17,6% del año anterior. Esta amplia mejora porcentual se reduce en las ayudas finalmente otorgadas por el Consejo Intergubernamental, que aun así terminan superando a las del ejercicio anterior: 25,2% (2021), frente al 20,8% (2020).

COPRODUCCIÓN – Convocatoria 2021



COPRODUCCIÓN. Durante la pasada XXIX Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, fue aprobada una medida específica para la modalidad de COPRODUCCIÓN consistente en fomentar proyectos que cuenten con participación de mujeres otorgando automáticamente puntos

adicionales sobre las valoraciones de los analistas. Esta medida fue publicada en las bases y entró en vigor por primera vez en la convocatoria de 2021, en los términos siguientes:

- Un (1) punto adicional para películas dirigidas en un 100% por mujer(es)
- Un (1) punto adicional para películas guionizadas por, al menos, un 50% de mujer(es).
- Un (1) punto adicional por contener al menos el 40% de las jefaturas técnicas a cargo de mujer(es) en los siguientes ámbitos:
 - IMAGEN REAL: Composición musical, Dirección de fotografía, Dirección artística, Montaje, Sonido directo, Montaje de sonido, Mezcla de sonido, Dirección de producción, Supervisión de efectos especiales físicos y Supervisión de efectos especiales visuales.
 - ANIMACIÓN: Composición musical, Diseño de personajes, Supervisión de Storyboard, Supervisión de Layout, Supervisión de composición, Supervisión de efectos especiales visuales, Dirección de fotografía/Iluminación, Edición, Montaje de Sonido, Mezcla de Sonido, Supervisión de Pipeline.

Del total de 184 proyectos presentados en la modalidad de COPRODUCCIÓN, 55 proyectos recibieron el punto adicional para películas dirigidas completamente por una (o varias) mujeres, un 29,89% del total. Idéntica cifra y porcentaje se reproduce en el punto adicional otorgado a películas guionizadas por, al menos, un 50% de mujer(es). El punto adicional por contener al menos el 40% de las jefaturas técnicas a cargo de mujer(es), fue otorgado a 64 proyectos, un 24,78% del total de proyectos presentados a esta modalidad.

COPRODUCCIÓN es la modalidad que mayor porcentaje del Fondo abarca, un 74,8% del total, lo que supone un importe de 4.100.022 USD. En esta modalidad podemos constatar los siguientes datos a partir del cuadro anterior:

- El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres** es minoritario, aunque crece levemente con respecto al del ejercicio anterior: 31,6% de 2021, frente al 26,4% de 2020. Esta subida de 5 puntos se mantiene en los proyectos que fueron apoyados por el Consejo Intergubernamental: un total de 21 proyectos (39,6%), frente a los 17 proyectos que resultaron seleccionados en 2020 (35,4%). Como en el caso del año anterior, los proyectos cuya dirección es mixta, apenas tienen representatividad: 1,9% (2021) y 4,2% (2002). La cantidad de ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados con dirección a cargo de mujeres, fue de 4.701.153 USD (un 30% del total), frente a los 3.602.925 USD (un 27,3%) del año anterior. Esta tendencia alcista se invierte si comprobamos el importe destinado a los proyectos que finalmente fueron seleccionados: 1.539.539 USD (un 18,8%) del total de ayudas asignadas en esta modalidad; frente a 1.262.146 USD, (un 38,3%) del año 2020.
- Este leve repunte también se da en **proyectos guionizados por mujeres**, donde nuevamente encontramos porcentajes minoritarios en los proyectos preseleccionados: un 26,3%, lo que supone un avance de 5 puntos con respecto al año anterior (21,9%). Este crecimiento se amplía en los proyectos que fueron apoyados por el Consejo Intergubernamental: un total de 18 proyectos (34%), frente a los 13 proyectos que resultaron seleccionados en 2020 (27,1%). En cuanto a ayudas solicitadas, los proyectos preseleccionados representaron un 24,1% de las ayudas presentadas a esta modalidad, frente al 22% del ejercicio anterior. Sin embargo, los proyectos que resultaron seleccionados por el Consejo Intergubernamental representaron tan solo el 15,8% de las ayudas otorgadas a COPRODUCCIÓN, frente al 30,1% del 2020. En este caso, los proyectos co-guionizados por al menos un hombre y una mujer, coparon el 11,6% de las ayudas otorgadas en esta modalidad, frente al 16,7% del ejercicio anterior.
- En cuanto a los proyectos cuya **producción está a cargo de mujeres** observamos una clara mejora con respecto al año anterior, si bien este avance no se ve reflejado en las ayudas finalmente otorgadas por el Consejo Intergubernamental. El porcentaje de proyectos preseleccionados producidos por mujeres ha sido del 29,37%, frente al 11,8% del año anterior,

la subida porcentual más notable de todas las modalidades. Esta amplia subida se invierte en las ayudas finalmente otorgadas. En 2021, el importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido del 27,5% del total presentado a esta modalidad, frente al 11,7% del ejercicio anterior; los proyectos que finalmente fueron seleccionados coparon un 9,9% de los recursos, frente al 17,9% del 2020.

· Como suele ser habitual, la opción mayoritaria a nivel de producción en esta modalidad es la **mixta**. Es un hecho frecuente que en las coproducciones concurren al menos un productor hombre y al menos una productora mujer. En 2021 fueron preseleccionados 36,8% proyectos con un equipo de producción mixto, frente al 48,2% del 2020. Finalmente fueron seleccionados el 49,1% (2021), frente al 43,8% (2020). Este avance también se refleja en las ayudas solicitadas: en 2021, el importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido del 38,8%, frente al 48,3% del año anterior. Sin embargo, esta mejora porcentual no termina reflejándose en las ayudas finalmente otorgadas por el Consejo Intergubernamental, que son inferiores a las del año 2020. En este apartado, nos encontramos con que los proyectos mixtos que fueron seleccionados coparon un 25,4% de los recursos, frente al 43,5% del 2020, lo que indica un retroceso con respecto al ejercicio anterior.

Estructura orgánica del Programa

Además de los resultados y medidas anteriormente descritas, es interesante señalar la composición de los órganos de decisión, así como los órganos técnicos que articulan el día a día del Programa.

En 2021, participando como autoridades de sus respectivos países en la pasada Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, encontramos 9 delegadas por parte de Cuba, España, Italia, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, Perú y República Dominicana entre los 23 estados miembros signatarios del acta de dicha reunión, lo que implica un porcentaje del 39,14% de mujeres frente al 60,86% de hombres (un 4,14% más que en el anterior ejercicio). Las personas delegadas que atienden la reunión en que son otorgadas las ayudas son las propias autoridades cinematográficas de cada país junto con la representación de AECID (siempre un/a representante por institución), o eventualmente aquellas personas designadas por dichas autoridades.

Respecto al grupo externo de analistas que puntuaron los proyectos, al igual que sucedió en 2020, encontramos una paridad exacta entre mujeres (7) y hombres (7), distribuida de la siguiente forma:

- FORMACIÓN: 2 mujeres, 1 hombre.
- CODESARROLLO: 1 mujer, 2 hombre.
- CODESARROLLO DE SERIES: 1 mujer, 2 hombres.
- COPRODUCCIÓN: 3 Mujeres, 2 hombres

La Unidad Técnica de IBERMEDIA cuenta con la participación de una mujer en el apartado de la Secretaria Técnica, al frente del órgano que se completa por una amplia mayoría de mujeres (4) frente a un (1) hombre.

Por último, desde que en 2018 se aprobó el Reglamento que contempla la figura de la Presidencia del Programa, dicho cargo recayó en España, al frente de cuyo Instituto se encuentra una mujer, Beatriz Navas.

ANEXO I

Fichas-país

Las «fichas-país» han sido elaboradas para proporcionar una instantánea sobre la participación de cada país y sus resultados en 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).

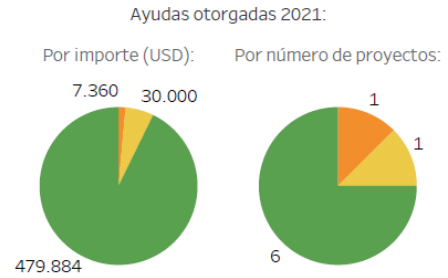
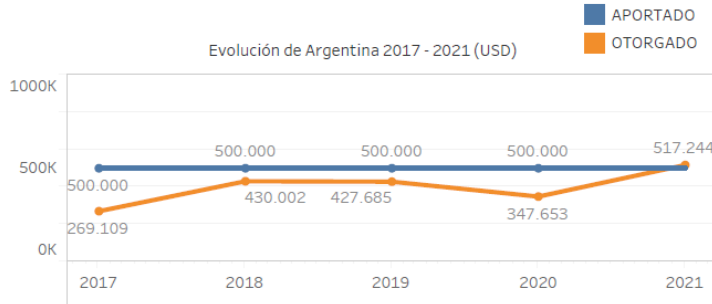
Desglosan igualmente la interacción con otras cinematografías a nivel de Coproducción, tanto mayoritaria como minoritaria y muestran la evaluación media de los proyectos en cada una de las modalidades.

Son además la mejor referencia para entender cómo ha sido afectado cada país por el sistema de baremos en Coproducción, proporcionando información precisa sobre cada uno de los tres indicadores.

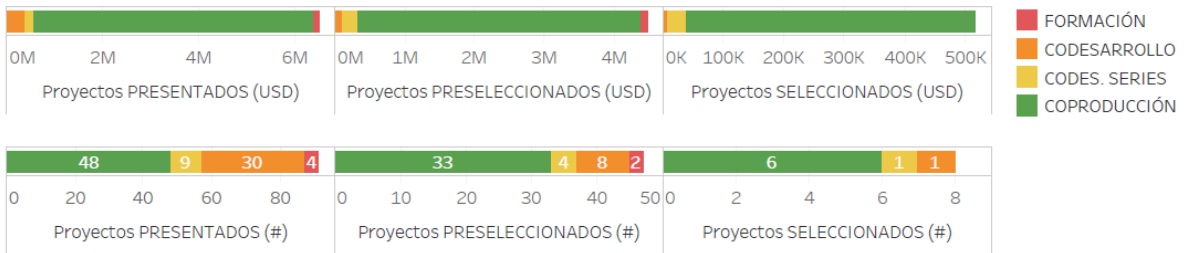
Cada ficha concluye con una breve información significativamente particular sobre ese país en concreto.

ARGENTINA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Argentina	500.000	517.244	103,45



Argentina en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA				
BOLIVIA	1	2		
BRASIL	2			
CHILE	2	4		
COLOMBIA	1			
COSTA RICA				
CUBA				
ECUADOR				
EL SALVADOR				
ESPAÑA	1	5		
GUATEMALA				
ITALIA	1	1		
MÉXICO	2			
NICARAGUA				
PANAMÁ				
PARAGUAY				
PERÚ	3			
PORTUGAL	1			
PUERTO RICO				
REPÚBLICA DOMIN...				
URUGUAY	2	6		
VENEZUELA				

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA				
BOLIVIA	1			
BRASIL	4			
CHILE	1			
COLOMBIA	1	3		
COSTA RICA				
CUBA				
ECUADOR				
EL SALVADOR				
ESPAÑA	5			
GUATEMALA				
ITALIA				
MÉXICO	1			
NICARAGUA				
PANAMÁ				
PARAGUAY	1			
PERÚ	1	2		
PORTUGAL				
PUERTO RICO				
REPÚBLICA DOMIN...	1			
URUGUAY	3			
VENEZUELA				

Países coproductores con Argentina (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)



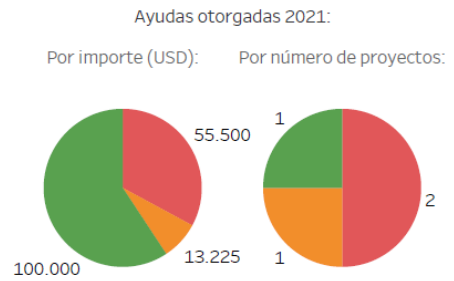
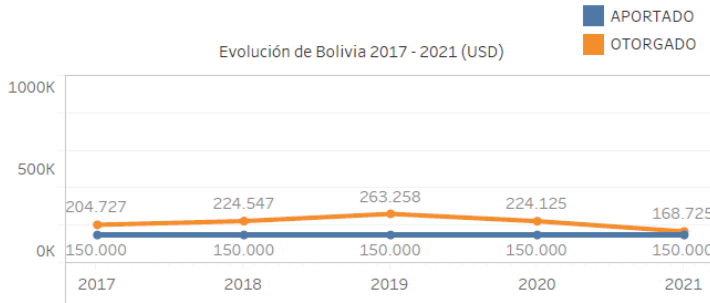
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	27	7
MINORITARIO:	16	8
TOTAL:	43	15

Argentina fue el segundo país que recibió el mayor volumen de ayudas otorgadas (517.244 USD), solo por detrás de España. Con su aporte anual de 500.000 USD, se sitúa como el tercer país que más aporta en cada ejercicio a la configuración del Fondo. En el acumulado de la serie histórica Argentina se consolida como el tercer mayor aportante al Programa IBERMEDIA, al haber superado los 8,5 millones de dólares en contribuciones.

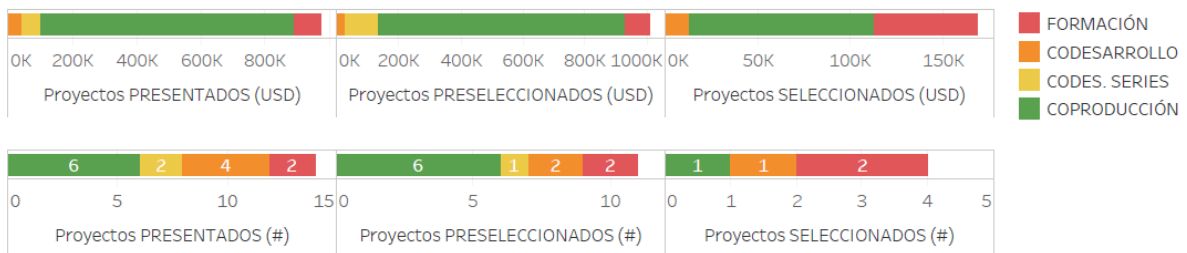
Se trata del primer país en cuanto a número de proyectos presentados (91), con una diferencia muy amplia con respecto al resto de países participantes en el Fondo. Además, es con diferencia el país más participativo en coproducciones, tanto mayoritarias (34) como minoritarias (24), por lo que su influencia en otras cinematografías es muy heterogénea.

BOLIVIA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Bolivia	150.000	168.725	112,48



Bolivia en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Bolivia (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	1					ARGENTINA	1	2
BOLIVIA	1					BOLIVIA		
BRASIL						BRASIL		
CHILE						CHILE		
COLOMBIA	1					COLOMBIA		
COSTA RICA						COSTA RICA		
CUBA	1					CUBA		
ECUADOR						ECUADOR		
EL SALVADOR						EL SALVADOR		
ESPAÑA	1					ESPAÑA		
GUATEMALA						GUATEMALA		
ITALIA						ITALIA		
MÉXICO						MÉXICO		
NICARAGUA						NICARAGUA		
PANAMÁ	1					PANAMÁ		
PARAGUAY						PARAGUAY		
PERÚ						PERÚ		
PORTUGAL						PORTUGAL		
PUERTO RICO						PUERTO RICO		
REPÚBLICA DOMIN...						REPÚBLICA DOMIN...		
URUGUAY	1	1				URUGUAY		
VENEZUELA						VENEZUELA		



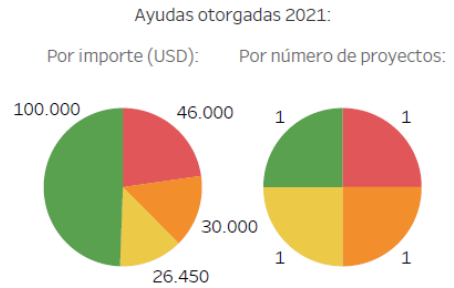
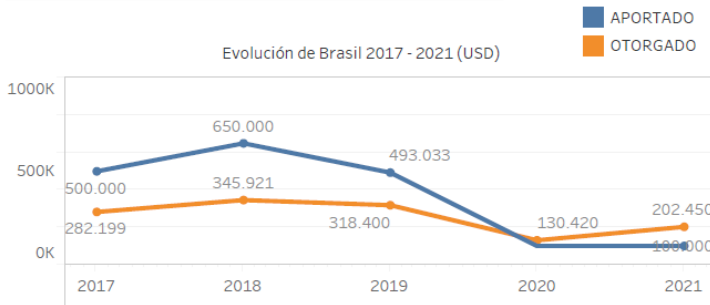
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	6	1
MINORITARIO:	2	1
TOTAL:	8	2

Bolivia ha concurrido a las cuatro modalidades de la Convocatoria y en todas ellas, excepto en Desarrollo de Series, ha obtenido ayuda, diversificando así los Fondos recibidos.

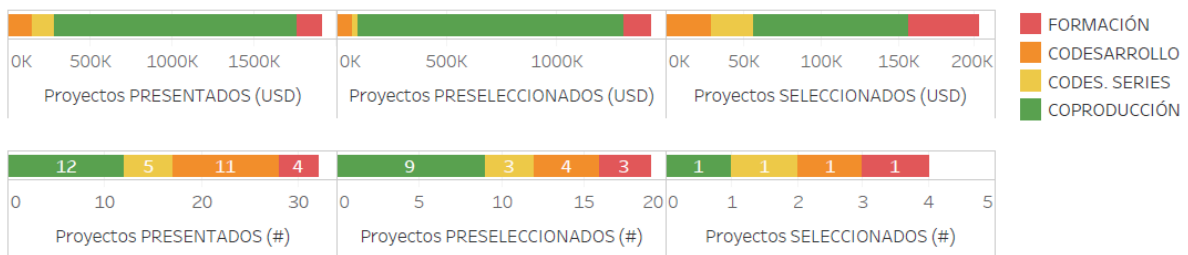
En Coproducción, ha obtenido ayudas como país mayoritario (1) y como minoritario (1), con dos de los países con los que históricamente ha colaborado en el desarrollo de coproducciones: Uruguay y Argentina. Además, como productor mayoritario ha ampliado su influencia sobre otras cinematografías al presentar proyectos con Colombia, Panamá y Cuba.

BRASIL

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Brasil	100.000	202.450	202,45



Brasil en la Convocatoria 2021:

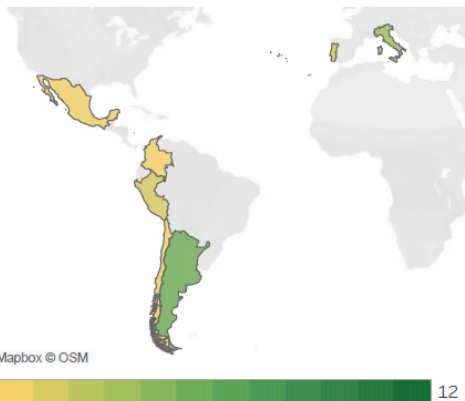


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	4	ARGENTINA	2
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	1
COLOMBIA		COLOMBIA	1
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA	1	ITALIA	2
MÉXICO	1	MÉXICO	1
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ	2	PERÚ	
PORTUGAL	1	PORTUGAL	1
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

Países coproductores con Brasil (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)



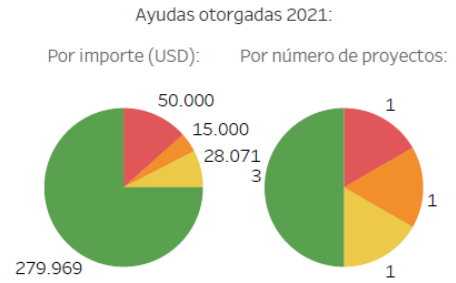
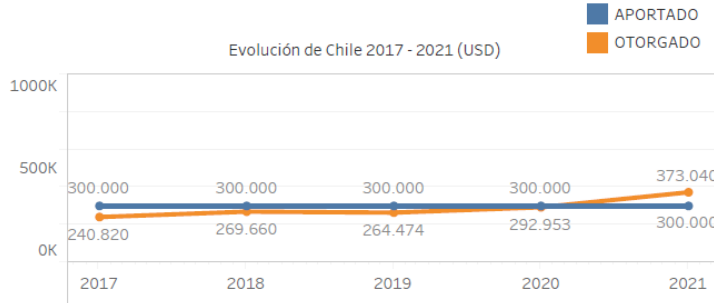
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	8	1
MINORITARIO:	5	3
TOTAL:	13	4

Brasil continúa la tendencia iniciada en 2017 de reducir paulatinamente sus aportes al Fondo. Como sucedió en 2020, Brasil se sitúa como un país receptor neto del Fondo de cooperación, tras 12 años siendo contribuidor neto. Sin embargo, continúa siendo el 2º mayor aportante de toda la serie histórica, con un valor que supera los 12,6 millones de dólares. Ha sido el 5º país en cuanto a número de proyectos presentados (32), ha concurrido a las 4 modalidades y ha obtenido una ayuda en todas ellas. Cabe destacar que se trata del tercer país con el promedio de puntaje más alto en la modalidad de Coproducción.

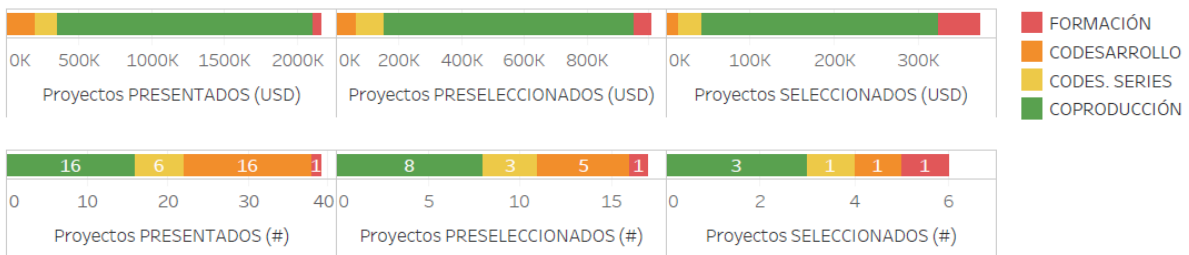
Aunque solo ha obtenido una ayuda como coproductor mayoritario, destaca su participación como minoritario, en la que ha obtenido ayuda en 3 de las 8 producciones a las que concurría en esta condición. En 2021, Portugal queda relegado de su posición histórica como mayor socio coproductor (2), frente a Argentina (6) e Italia (4).

CHILE

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Chile	300.000	373.040	124,35

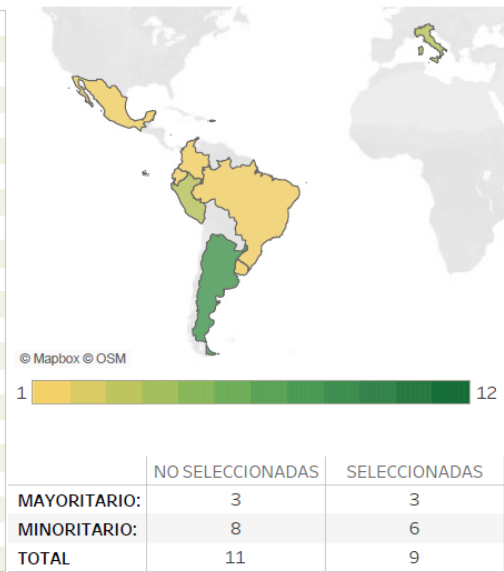


Chile en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)		Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)	
ARGENTINA	1	ARGENTINA	2
BOLIVIA		BOLIVIA	5
BRASIL	1	BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	1
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR	1	ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	1
ITALIA	2	ITALIA	1
MÉXICO		MÉXICO	1
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	1
PORTUGAL		PORTUGAL	2
PUERTO RICO		PUERTO RICO	1
REPÚBLICA DOMIN.		REPÚBLICA DOMIN.	
URUGUAY	1	URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

Países coproductores con Chile (preseleccionados)
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

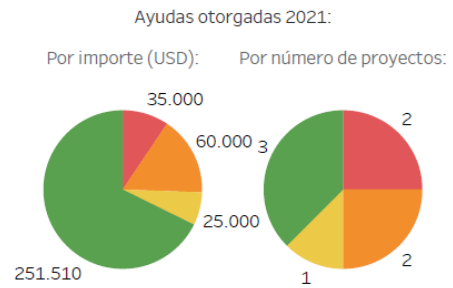


En los últimos 5 años Chile ha llegado a una confluencia casi total entre el aporte que realiza al Fondo y las ayudas que le son otorgadas. Además, Chile se sitúa junto con Portugal como el 4º país por volumen anual de aporte.

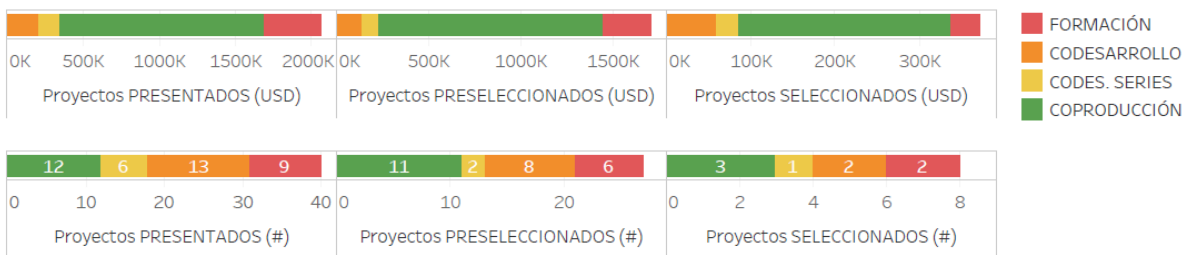
Ha sido el 4º país con mayor número de proyectos presentados (39). Ha concurrido a las cuatro modalidades y ha obtenido ayudas en todas ellas. En Coproducción ha concurrido con 20 proyectos como coproductor mayoritario y minoritario, de los cuales 9 fueron seleccionados. En este sentido, Argentina (8 proyectos) y Perú (3) se sitúan como los países con mayor número de proyectos presentados en colaboración. Su influencia en otras cinematografías es amplia, participando en coproducciones con 9 países diferentes. Además, Chile obtiene la mejor puntuación otorgada en Desarrollo; así mismo, cuenta con el 3º y 4º proyecto mejor valorado en Desarrollo de Series y con el 3º proyecto mejor valorado en Coproducción y Formación.

COLOMBIA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Colombia	225.000	371.510	165,12



Colombia en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Colombia (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	1	3		
BOLIVIA				
BRASIL	1			
CHILE	1			
COLOMBIA				
COSTA RICA				
CUBA				
ECUADOR	1			
EL SALVADOR				
ESPAÑA				1
GUATEMALA				
ITALIA				
MÉXICO	1	3		2
NICARAGUA				
PANAMÁ				1
PARAGUAY				
PERÚ				1
PORTUGAL				
PUERTO RICO				
REPÚBLICA DOMIN...				
URUGUAY				1
VENEZUELA				



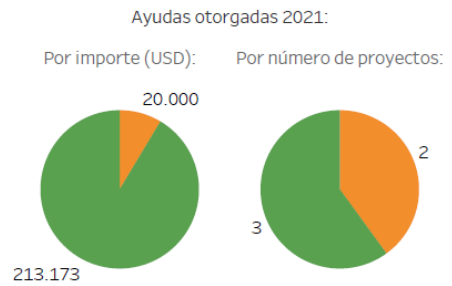
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	8	3
MINORITARIO:	5	5
TOTAL	13	8

De Colombia cabe destacar su diversificación de ayudas en las 4 modalidades: Coproducción (3), Desarrollo (2), Formación (2) y Desarrollo de series (1). Además, se trata del 3º país con mayor número de proyectos presentados (40) y el 3º país con el promedio de puntaje más alto en la valoración de los analistas en la modalidad de Coproducción.

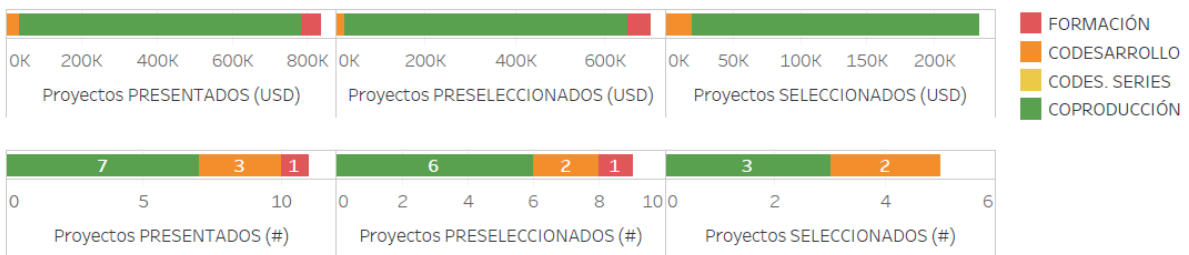
Destaca igualmente su participación como coproductor mayoritario: 11 películas preseleccionadas de 5 países diferentes, de las cuales 3 resultaron seleccionadas; y, como coproductor minoritario: 10 proyectos preseleccionados de 6 países diferentes, de los cuales resultaron seleccionados la mitad. En 2021, Argentina, México y Panamá han sido los socios coproductores preferidos por Colombia, con un total de 4 proyectos preseleccionados cada uno de ellos.

COSTA RICA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Costa Rica	150.000	233.173	155,45



Costa Rica en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Costa Rica (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	1
EL SALVADOR	1	EL SALVADOR	1
ESPAÑA	2	ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO	2	MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY	1	URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	3	3
MINORITARIO:	1	1
TOTAL:	4	4

Como ocurre desde que se integró en IBERMEDIA, en 2008, Costa Rica ha concurrido a las modalidades de Desarrollo y Coproducción, presentando como novedad un proyecto que fue preseleccionado en Formación.

En 2021 han sido preseleccionados 6 proyectos de Costa Rica como productor mayoritario, una participación relativamente alta comparada con ejercicios anteriores y que se mantiene estable con respecto al año anterior. Finalmente resultaron seleccionadas dos coproducciones con España y una con El Salvador. De las dos coproducciones minoritarias, presentadas con Ecuador y El Salvador, solo resultó seleccionada esta última.

CUBA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Cuba	0	0	0,00



Ayudas otorgadas 2021:

Cuba en la Convocatoria 2021:

0	0	0	<ul style="list-style-type: none"> ■ FORMACIÓN ■ CODESARROLLO ■ CODES. SERIES ■ COPRODUCCIÓN
Proyectos PRESENTADOS (USD)	Proyectos PRESELECCIONADOS (USD)	Proyectos SELECCIONADOS (USD)	
0	0	0	
Proyectos PRESENTADOS (#)	Proyectos PRESELECCIONADOS (#)	Proyectos SELECCIONADOS (#)	

Coproducciones como MAYORITARIO:
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Cuba (preseleccionados)
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	1
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	0	0
MINORITARIO:	1	0
TOTAL:	1	0

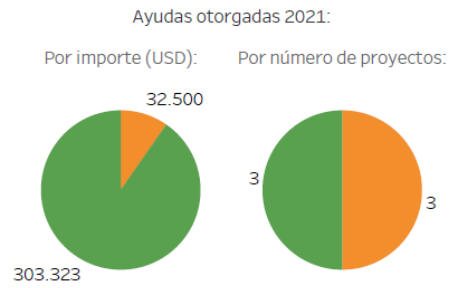
Tras dos años consecutivos de participación, en 2021, Cuba no realizó su aporte al Programa IBERMEDIA, por lo que tampoco concurrió con ningún proyecto en ninguna de las modalidades.

Como coproductor minoritario ha presentado un proyecto con Bolivia que resultó preseleccionado, pero finalmente no fue seleccionado.

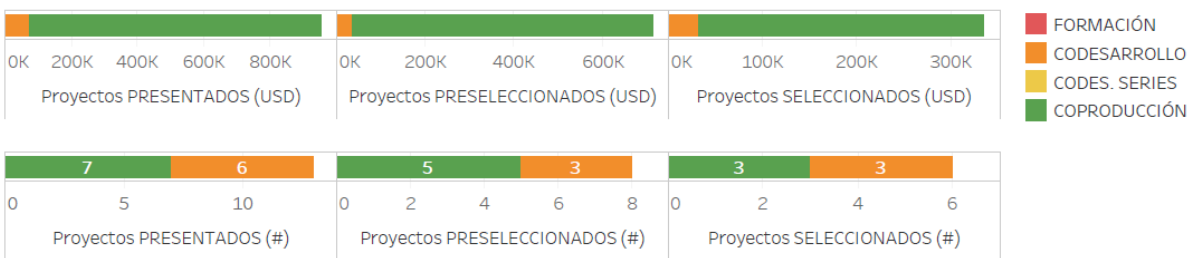
Aunque no concorra a Formación como tal, la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los Baños (EICTV), recibe anualmente una cuantiosa ayuda otorgada unánimemente por el conjunto de países miembros del Programa desde 2004.

ECUADOR

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Ecuador	160.000	335.823	209,89



Ecuador en la Convocatoria 2021:



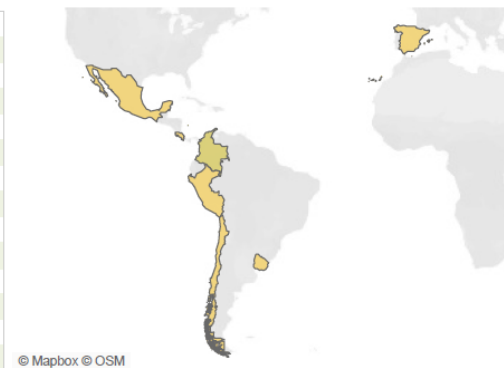
Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	
BOLIVIA	
BRASIL	
CHILE	
COLOMBIA	1
COSTA RICA	1
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	1
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	1
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	1
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN.	
URUGUAY	1
VENEZUELA	

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	
BOLIVIA	
BRASIL	
CHILE	1
COLOMBIA	1
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN.	
URUGUAY	
VENEZUELA	

Países coproductores con Ecuador (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)



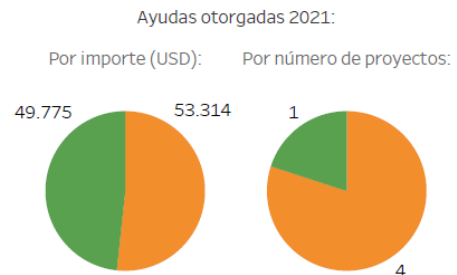
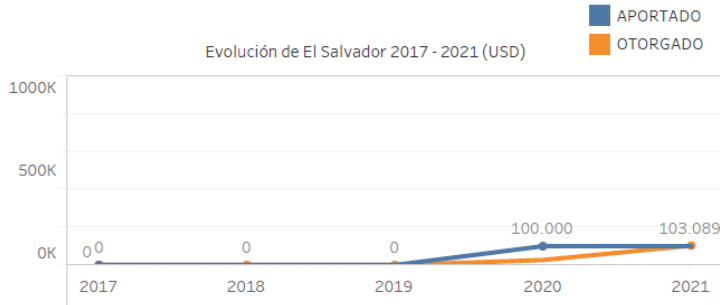
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	2	4
MINORITARIO:	1	1
TOTAL:	3	5

Como en años anteriores, Ecuador se ha enfocado en las ayudas de Coproducción y Desarrollo y no ha presentado proyectos a las modalidades de Formación y Desarrollo de Series.

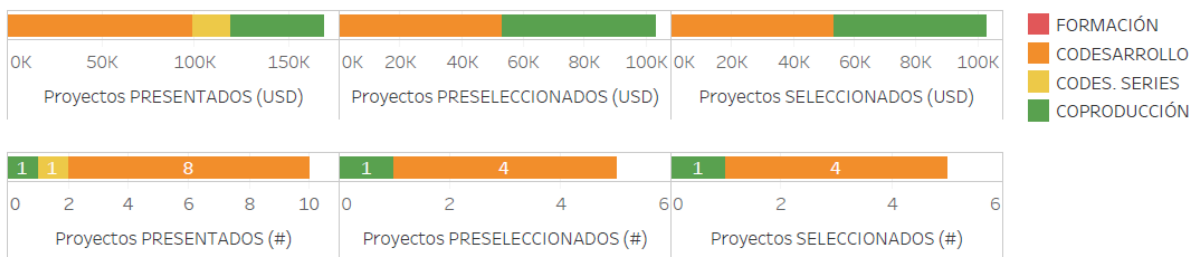
Este año se convierte en el país con un mayor aporte ejecutado, 209,89%. La razón de tan magnífica cifra es que dos de los tres proyectos seleccionados en la categoría de Blood Windows, el de Desarrollo y Coproducción, recayeron en proyectos ecuatorianos. Además, cuenta con un proyecto de Desarrollo con el segundo mejor puntaje de la modalidad. Su incidencia en otras cinematografías es muy heterogénea. En 2021 han sido seleccionadas 4 de las 6 coproducciones mayoritarias preseleccionadas, correspondientes a España, México, Perú y Uruguay. Como coproductor minoritario ha sido seleccionadas 1 de las 2 coproducciones preseleccionadas, la correspondiente a Chile.

EL SALVADOR

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
El Salvador	100.000	103.089	103,09



El Salvador en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO:
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con El Salvador (preseleccionados)
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA	1	COSTA RICA	1
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



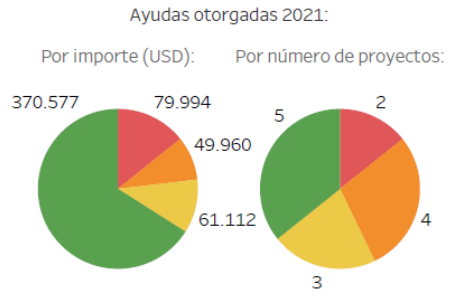
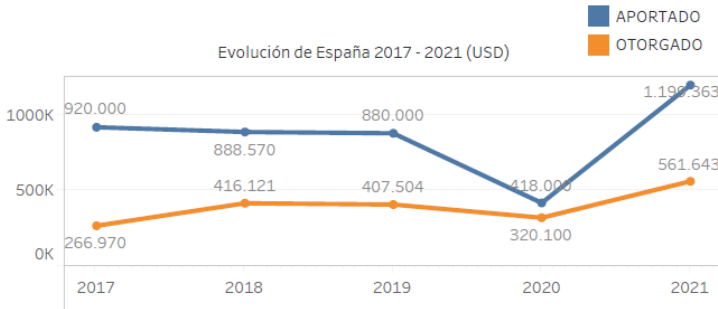
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	0	1
MINORITARIO:	0	1
TOTAL	0	2

En su segunda participación en el Programa IBERMEDIA, El Salvador ha concurrido con 8 proyectos en la modalidad de Desarrollo de largometrajes (resultaron seleccionados la mitad) y con un proyecto como coproductor mayoritario con Costa Rica (fue seleccionado). Si bien no ha concurrido con proyectos en Formación y Desarrollo de Series, observamos una mejora notable en la cantidad de proyectos presentados y preseleccionados.

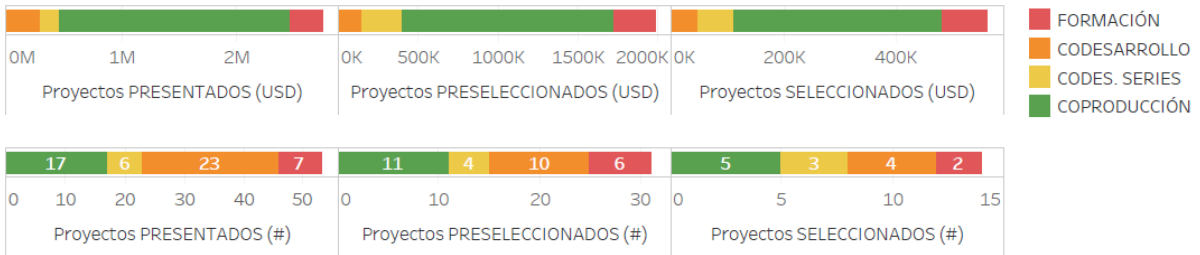
De este modo, El Salvador se convierte en un país receptor neto de Fondos, al revés de lo que ocurrió en el atípico ejercicio de 2020, cuando a causa del escaso número de proyectos presentados se convirtió en un país donante.

ESPAÑA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
España	1.199.363	561.643	46,83



España en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1	4
BOLIVIA		
BRASIL		
CHILE		
COLOMBIA	1	
COSTA RICA		
CUBA		
ECUADOR		
EL SALVADOR		
ESPAÑA		
GUATEMALA		
ITALIA		
MÉXICO	2	
NICARAGUA		
PANAMÁ		
PARAGUAY		
PERÚ	1	
PORTUGAL	1	1
PUERTO RICO		
REPÚBLICA DOMIN.		
URUGUAY		
VENEZUELA		

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA		6
BOLIVIA	1	
BRASIL		
CHILE		
COLOMBIA		
COSTA RICA	2	
CUBA		
ECUADOR	1	
EL SALVADOR		
ESPAÑA		
GUATEMALA		
ITALIA		
MÉXICO	1	
NICARAGUA		
PANAMÁ		
PARAGUAY		
PERÚ	1	
PORTUGAL	2	
PUERTO RICO		
REPÚBLICA DOMIN.	1	
URUGUAY		
VENEZUELA		

Países coproductores con España (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)



	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	6	5
MINORITARIO:	8	8
TOTAL	14	13

En 2020, el aporte español se vio afectado por la reducción de fondos procedentes de AECID. En 2021, se recupera el aporte de la AECID, que se suma al del ICAA, de modo que España realiza su aporte más voluminoso desde 2010, el 22,44% del total aportado por todos los países. Del mismo modo España se mantiene como el mayor donante al Programa de la serie histórica (41,7 millones de dólares, equivalente al 33,48% del total de los aportes realizados por todos los países hasta la fecha). En 2021, España ha sido el 2º país en cuanto a número de proyectos presentados (53). Destaca su vínculo en coproducción con Argentina, seguido por México, Portugal y Costa Rica, si bien sus coproducciones se encuentran diversificadas en un amplio abanico de países. Cabe destacar el elevado promedio de puntaje de los proyectos preseleccionados.

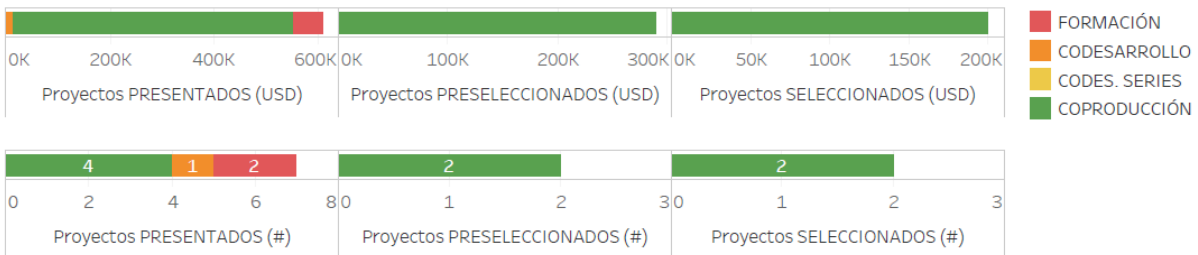
Desde 2018 España ostenta la Presidencia del Programa.

GUATEMALA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Guatemala	150.000	200.000	133,33



Guatemala en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Guatemala (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO	2	MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	1
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



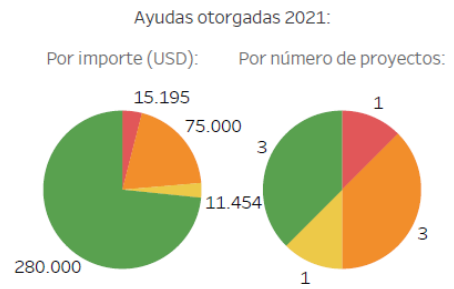
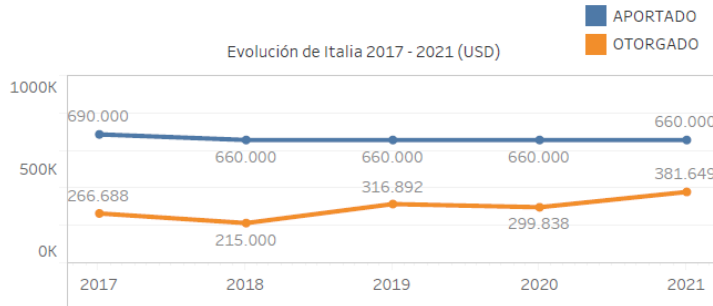
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	0	2
MINORITARIO:	1	0
TOTAL:	1	2

Guatemala se reincorporó al Programa en 2017 tras superar ciertas dificultades financieras. Mientras hacía frente a sus respectivos aportes anuales, en 2020 consiguió liquidar la deuda generada en 2010.

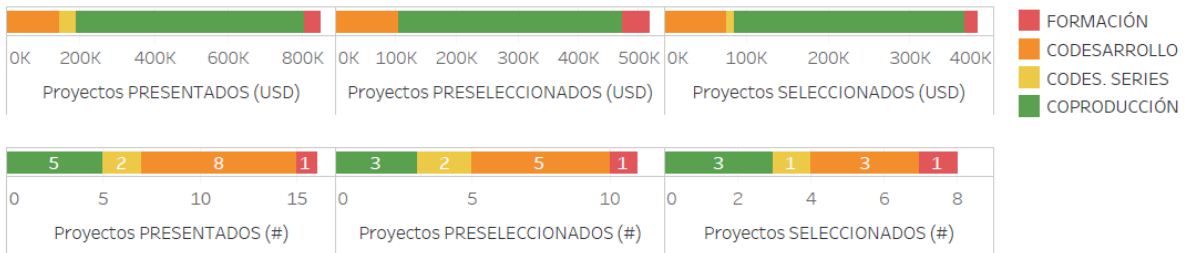
En 2021 ha concurrido como coproductor mayoritario con un par de proyectos, ambos con México. Como coproductor minoritario, ha participado con un proyecto de Panamá. En los tres casos, los proyectos fueron preseleccionados y finalmente seleccionados por el Consejo Intergubernamental. Además, uno de los proyectos presentados por Guatemala con México ha sido el quinto mejor valorado por parte de los analistas. Guatemala también presentó dos proyectos a Formación y uno a Desarrollo, pero no resultaron preseleccionados.

ITALIA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Italia	660.000	381.649	57,83



Italia en la Convocatoria 2021:



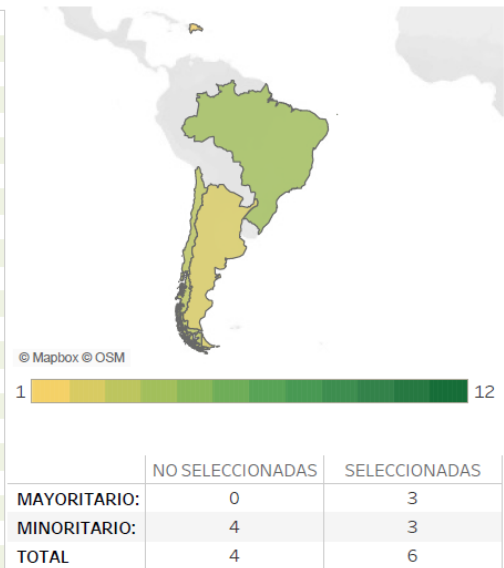
Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	
BOLIVIA	
BRASIL	2
CHILE	1
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN.	
URUGUAY	
VENEZUELA	

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1
BOLIVIA	
BRASIL	1
CHILE	2
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN.	1
URUGUAY	
VENEZUELA	

Países coproductores con Italia (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

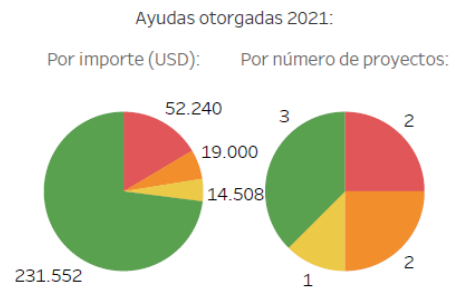


Italia realizó en 2021 el 2º mayor aporte financiero al Programa, un 12,35% del total. Así, en tan solo un lustro, Italia se ha convertido en el 8º mayor aportante a los Fondos del Programa de la serie histórica (3.330.000 USD). Al igual que España, se trata de un socio netamente donante, un rol fundamental para la estabilidad financiera del Fondo.

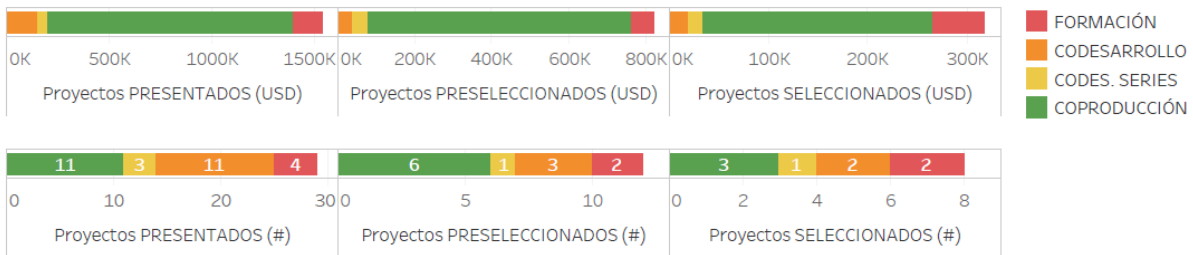
Italia ha presentado proyectos en todas las modalidades y ha obtenido ayudas en todas ellas: Coproducción (3), Desarrollo (3), Desarrollo de series (1) y Formación (1); además, uno sus proyectos ha sido el 4º mejor valorado en la modalidad de Desarrollo. Como coproductor mayoritario con Brasil (2) y Chile (1), todos sus proyectos preseleccionados fueron seleccionados. Como coproductor minoritario, fueron preseleccionados 7 proyectos de los que 3 resultaron finalmente seleccionados (con Argentina, Brasil y República Dominicana).

MÉXICO

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
México	250.000	317.300	126,92



México en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1				
BOLIVIA					
BRASIL	1				
CHILE	1				
COLOMBIA	2				
COSTA RICA					
CUBA					
ECUADOR					
EL SALVADOR					
ESPAÑA	1				
GUATEMALA					
ITALIA					
MÉXICO					
NICARAGUA					
PANAMÁ					
PARAGUAY					
PERÚ					
PORTUGAL					
PUERTO RICO					
REPÚBLICA DOMIN...					
URUGUAY					
VENEZUELA					

Países coproductores con México (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)



© Mapbox © OSM



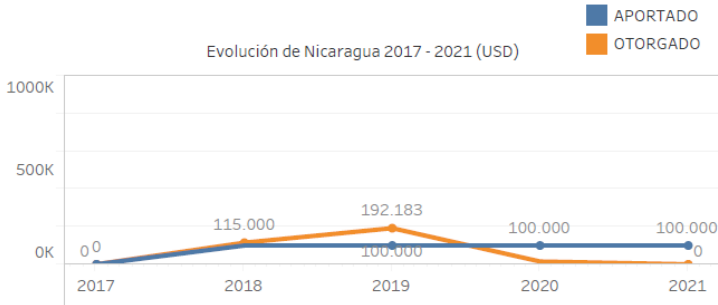
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	3	3
MINORITARIO:	8	5
TOTAL	11	8

México, fiel a su trayectoria histórica, equilibra los aportes realizados con las ayudas recibidas. Ha sido el 6º país en cuanto a número de proyectos presentados (29). Como viene siendo habitual, ha concurrido en todas las modalidades y ha obtenido ayudas en todas ellas: Coproducción (3), Formación (2), Desarrollo (1) y Desarrollo de Series (1).

En las coproducciones México sigue demostrando su influencia sobre otras cinematografías. Como coproductor mayoritario han resultado seleccionados 3 de los 11 proyectos presentados: dos con Colombia y uno con Argentina. Como coproductor minoritario, han resultado seleccionados 4 de los 13 proyectos presentados: dos con Guatemala, uno con Colombia y otro con Perú. La lista de países con los que México ha presentado coproducciones que no resultaron seleccionadas en 2021 es amplia: Argentina, Chile, Brasil, Costa Rica, Perú, España y República Dominicana.

NICARAGUA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Nicaragua	100.000	0	0,00



Ayudas otorgadas 2021:

Nicaragua en la Convocatoria 2021:

Proyectos PRESENTADOS (USD)	Proyectos PRESELECCIONADOS (USD)	Proyectos SELECCIONADOS (USD)
0	0	0

Proyectos PRESENTADOS (#)	Proyectos PRESELECCIONADOS (#)	Proyectos SELECCIONADOS (#)
0	0	0

Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)		Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)	
ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN.		REPÚBLICA DOMIN.	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

Países coproductores con Nicaragua (preseleccionados)
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)



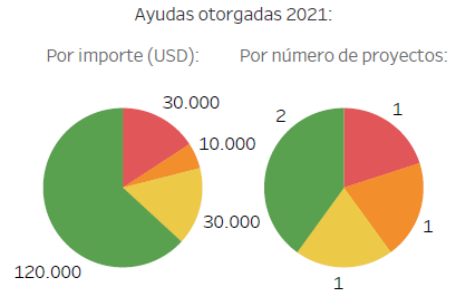
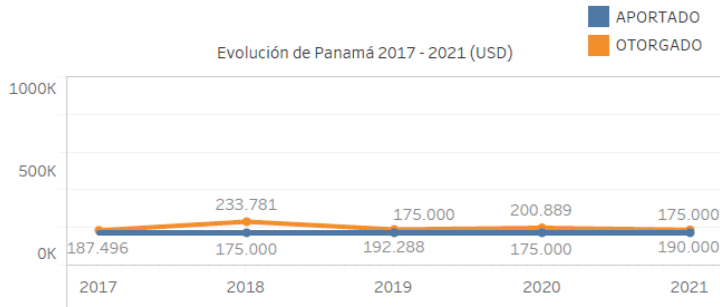
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	0	0
MINORITARIO:	0	0
TOTAL	0	0

En su cuarto año como participante del Programa, Nicaragua no ha concurrido con ningún proyecto en ninguna de las modalidades. Esta circunstancia arroja una situación ciertamente atípica, en la que países que deberían ser receptores netos se convierten en donantes netos.

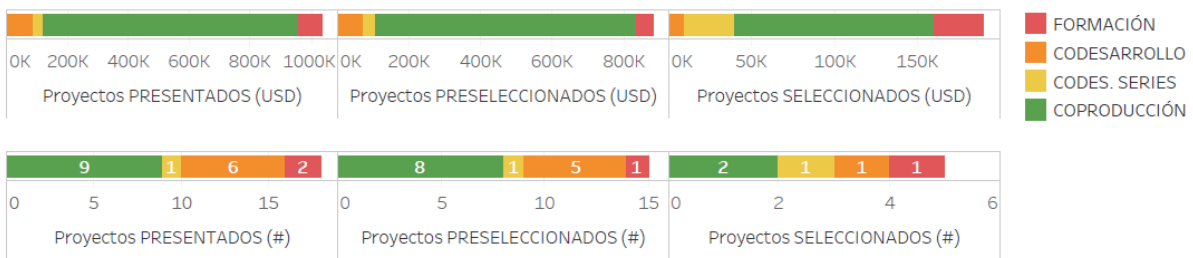
Si bien esta situación se ha repetido en los dos últimos ejercicios, no fue así en los dos primeros años de participación de Nicaragua en el Programa. De hecho, 2019 se resolvió con unas ayudas obtenidas de 192.183 USD sobre un aporte de 100.000 USD, una ratio Aporte/Otorgado ciertamente favorable (192,18%), el segundo mejor valor en aquella Convocatoria. Por lo tanto, es de desear que en ejercicios futuros se revierta esta tendencia puramente donante del binomio 2020-2021 y siga la senda emprendida en los dos primeros años de participación en el Programa.

PANAMÁ

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Panamá	175.000	190.000	108,57



Panamá en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas) Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas) Países coproductores con Panamá (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA		
BOLIVIA		BOLIVIA	1	
BRASIL		BRASIL		
CHILE		CHILE		
COLOMBIA	1 3	COLOMBIA		
COSTA RICA		COSTA RICA		
CUBA		CUBA		
ECUADOR		ECUADOR		
EL SALVADOR		EL SALVADOR		
ESPAÑA	1	ESPAÑA		
GUATEMALA	1	GUATEMALA		
ITALIA		ITALIA		
MÉXICO		MÉXICO		
NICARAGUA		NICARAGUA		
PANAMÁ		PANAMÁ		
PARAGUAY		PARAGUAY		
PERÚ	1	PERÚ		
PORTUGAL		PORTUGAL		
PUERTO RICO		PUERTO RICO		
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...		
URUGUAY		URUGUAY		
VENEZUELA		VENEZUELA		

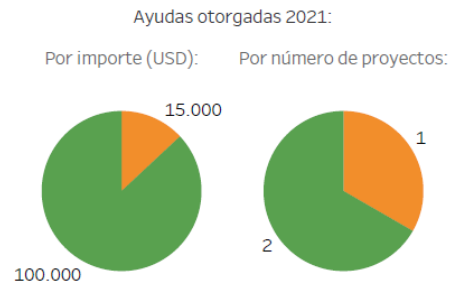
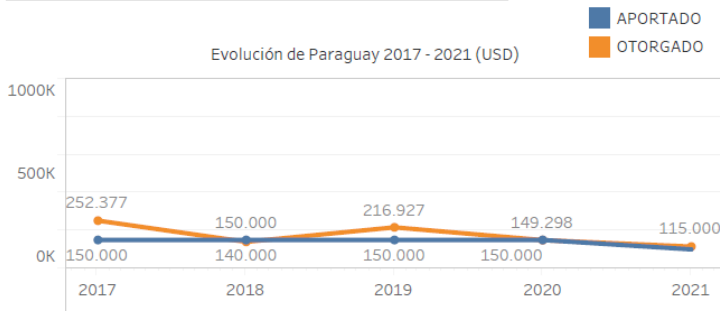
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	5	2
MINORITARIO:	1	0
TOTAL:	6	2

Como ha ocurrido en los últimos años, la participación de Panamá en IBERMEDIA durante 2021 se cerró con un saldo ligeramente positivo. Ha concurrido con proyectos a las 4 modalidades y ha obtenido ayudas en todas ellas: Coproducción (2), Desarrollo (1), Desarrollo de Series (1) y Formación (1); del mismo modo, los importes otorgados han sido considerablemente diversificados.

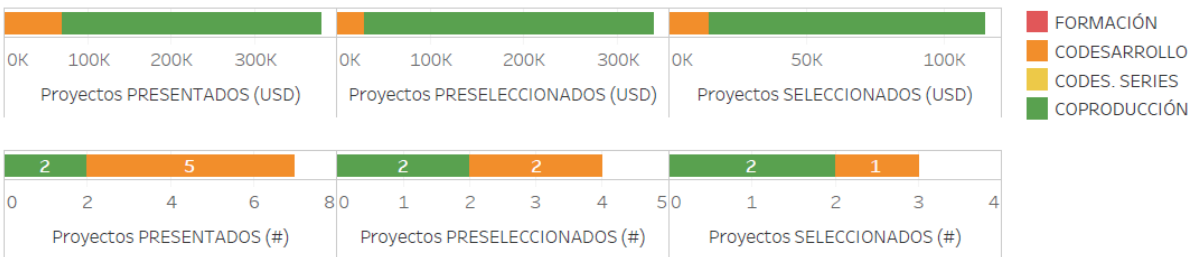
En 2021, Panamá como coproductor mayoritario, ha concurrido con siete proyectos de los que tres fueron seleccionados (con Colombia, España y Panamá). Como coproductor minoritario solo ha concurrido con un proyecto con Bolivia que finalmente no fue seleccionado.

PARAGUAY

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Paraguay	100.000	115.000	115,00



Paraguay en la Convocatoria 2021:



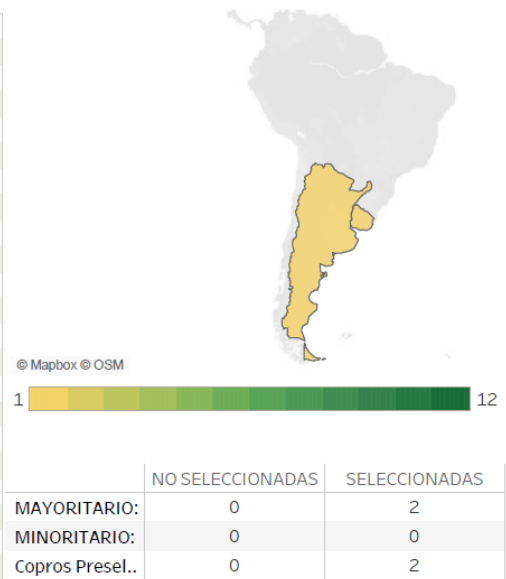
Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1
BOLIVIA	
BRASIL	
CHILE	
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY	1
VENEZUELA	

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	
BOLIVIA	
BRASIL	
CHILE	
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY	
VENEZUELA	

Países coproductores con Paraguay (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

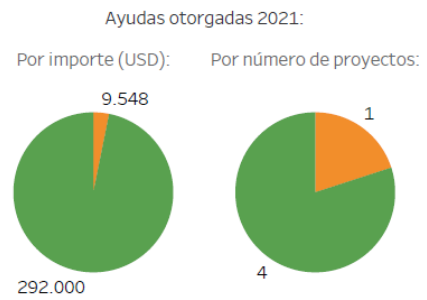
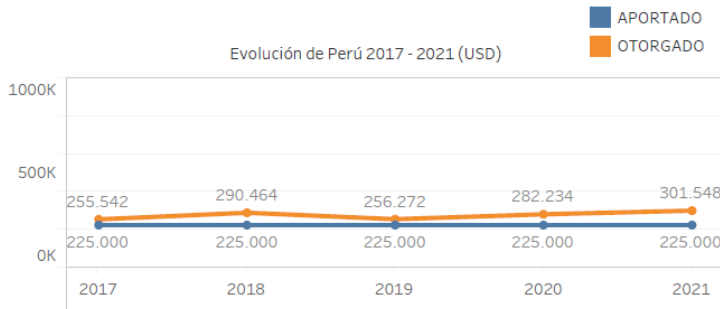


En 2021, Paraguay ha participado exclusivamente en las modalidades de Desarrollo y Coproducción. Como ocurrió en las dos últimas convocatorias, su concurrencia en Coproducción ha sido únicamente como productor mayoritario.

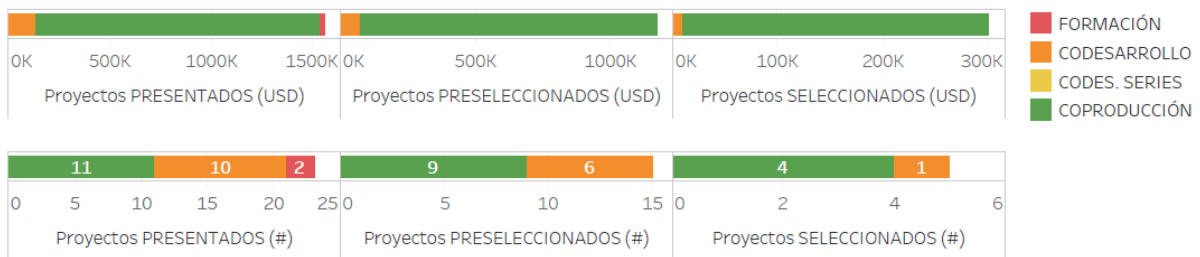
Cabe destacar que cuenta con el proyecto mejor valorado en la modalidad de Coproducción, en la que fueron seleccionados los dos proyectos presentados, uno con Argentina y otro con Uruguay.

PERÚ

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Perú	225.000	301.548	134,02



Perú en la Convocatoria 2021:



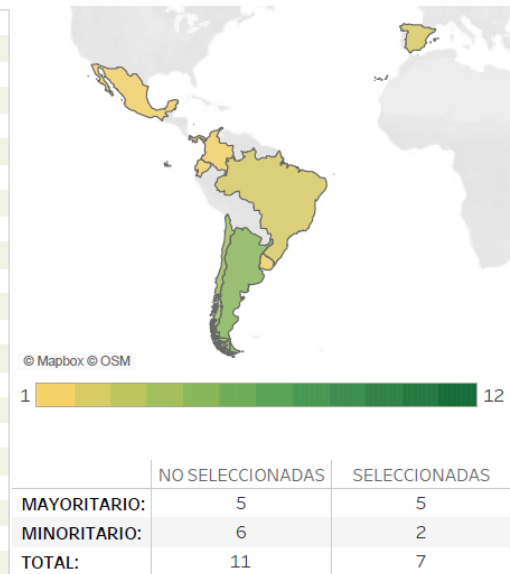
Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1	2		
BOLIVIA				
BRASIL				
CHILE	1	2		
COLOMBIA	1			
COSTA RICA				
CUBA				
ECUADOR				
EL SALVADOR				
ESPAÑA	1			
GUATEMALA				
ITALIA				
MÉXICO	1			
NICARAGUA				
PANAMÁ				
PARAGUAY				
PERÚ				
PORTUGAL				
PUERTO RICO				
REPÚBLICA DOMIN...				
URUGUAY	1			
VENEZUELA				

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	2			
BOLIVIA				
BRASIL	2			
CHILE	1			
COLOMBIA				
COSTA RICA				
CUBA				
ECUADOR	1			
EL SALVADOR				
ESPAÑA	1			
GUATEMALA				
ITALIA				
MÉXICO				
NICARAGUA				
PANAMÁ	1			
PARAGUAY				
PERÚ				
PORTUGAL				
PUERTO RICO				
REPÚBLICA DOMIN...				
URUGUAY				
VENEZUELA				

Países coproductores con Perú (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

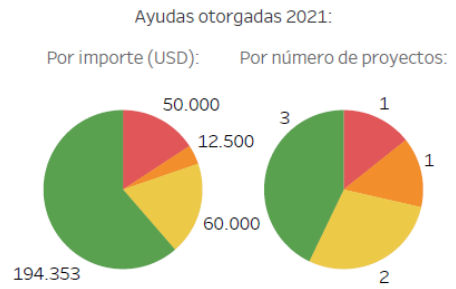
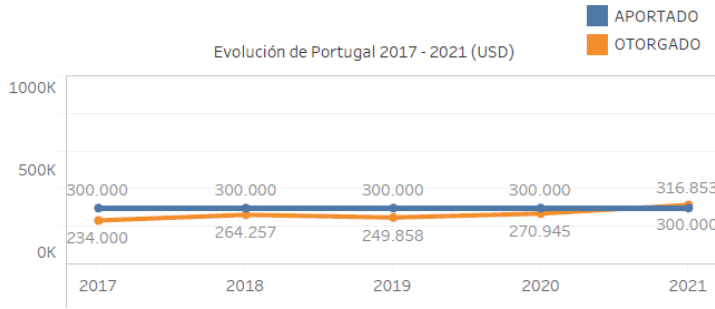


Con una ratio Aportado/Otorgado ligeramente superior a la de los años precedentes, 134%, Perú ha obtenido en 2021 ayudas enfocadas claramente a la Coproducción (96,82% frente a un 3,18% de importe otorgado al único proyecto seleccionado de Desarrollo).

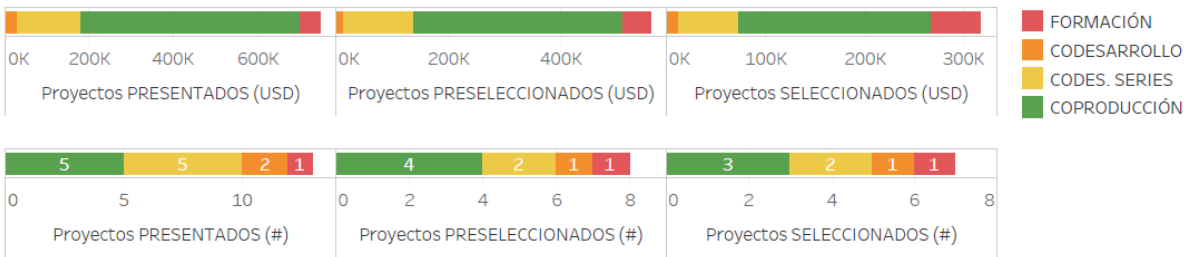
Ha concurrido con nueve proyectos como coproductor mayoritario, de los que finalmente cuatro fueron seleccionados: con Argentina/Chile, Colombia, España y México. Como coproductor minoritario, ha concurrido con seis proyectos de los que finalmente dos fueron seleccionados: con Ecuador y España.

PORTUGAL

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Portugal	300.000	316.853	105,62



Portugal en la Convocatoria 2021:



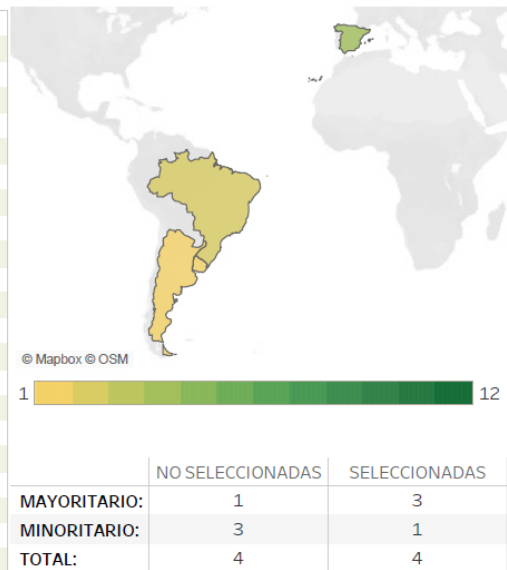
Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	
BOLIVIA	
BRASIL	1
CHILE	
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	2
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY	1
VENEZUELA	

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1
BOLIVIA	
BRASIL	1
CHILE	
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	1 1
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY	
VENEZUELA	

Países coproductores con Portugal (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

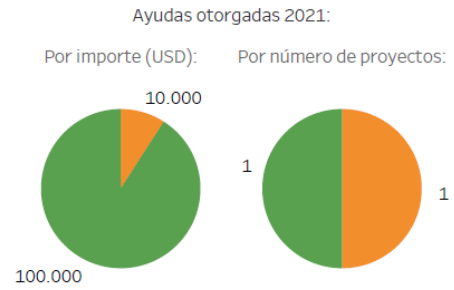


Portugal rompe con la tendencia de los últimos 4 años y cambia su posicionamiento como país ligeramente donante al Fondo, para pasar a recibir un importe superior al aporte que ha realizado. Como en Convocatorias anteriores, ha diversificado sus ayudas en las 4 modalidades: Coproducción (3), Desarrollo de Series (2), Desarrollo (1) y Formación (1).

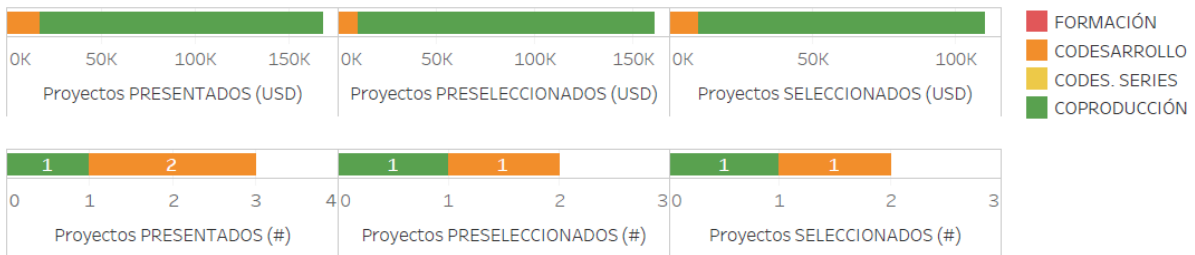
Como coproductor mayoritario, ha presentado 5 proyectos de los que finalmente fueron seleccionados 3: con España (2) y Uruguay (1). Como coproductor minoritario, únicamente ha sido seleccionado 1 (con España) de los 4 proyectos con los que concurría. Por lo tanto, se rompe la tendencia que apuntaba normalmente a Brasil como principal socio coproductor.

PUERTO RICO

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Puerto Rico	150.000	110.000	73,33



Puerto Rico en la Convocatoria 2021:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Puerto Rico (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA					ARGENTINA				
BOLIVIA					BOLIVIA				
BRASIL					BRASIL				
CHILE		1			CHILE				
COLOMBIA					COLOMBIA				
COSTA RICA					COSTA RICA				
CUBA					CUBA				
ECUADOR					ECUADOR				
EL SALVADOR					EL SALVADOR				
ESPAÑA					ESPAÑA				
GUATEMALA					GUATEMALA				
ITALIA					ITALIA				
MÉXICO					MÉXICO				
NICARAGUA					NICARAGUA				
PANAMÁ					PANAMÁ				
PARAGUAY					PARAGUAY				
PERÚ					PERÚ				
PORTUGAL					PORTUGAL				
PUERTO RICO					PUERTO RICO				
REPÚBLICA DOMIN...					REPÚBLICA DOMIN...				
URUGUAY					URUGUAY				
VENEZUELA					VENEZUELA				



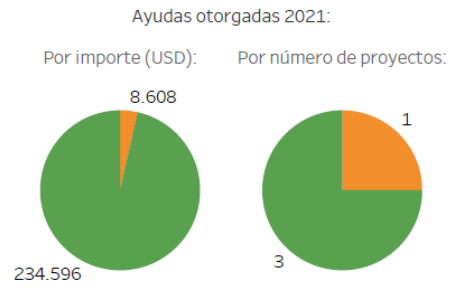
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	0	1
MINORITARIO:	0	0
TOTAL:	0	1

En 2021, Puerto Rico ha concurrido con un proyecto en coproducción con Chile y con dos proyectos en Desarrollo. De estos proyectos, resultaron seleccionados el de Coproducción (con Chile) y uno de los de Desarrollo.

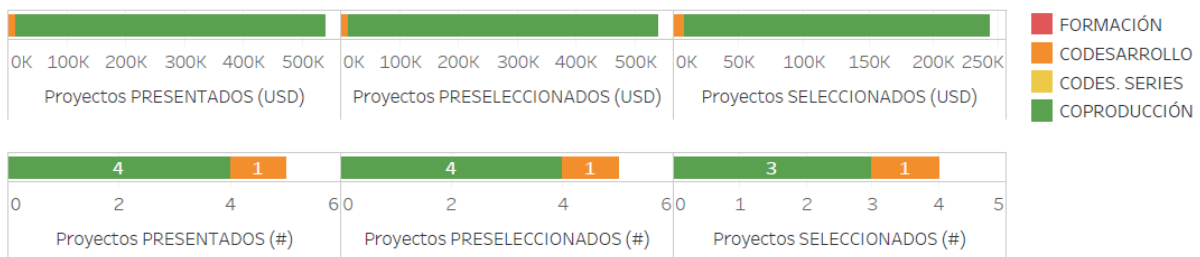
Al igual que ha sucedido en anteriores Convocatorias, como coproductor minoritario carece de participación en otras cinematografías.

REPÚBLICA DOMINICANA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
R. Dominicana..	175.000	243.204	138,97



R. Dominicana en la Convocatoria 2021:



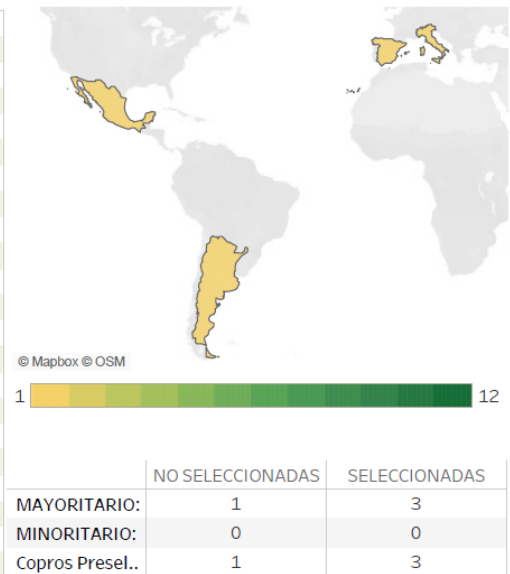
Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	1
BOLIVIA	
BRASIL	
CHILE	
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	1
GUATEMALA	
ITALIA	1
MÉXICO	1
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY	
VENEZUELA	

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

ARGENTINA	
BOLIVIA	
BRASIL	
CHILE	
COLOMBIA	
COSTA RICA	
CUBA	
ECUADOR	
EL SALVADOR	
ESPAÑA	
GUATEMALA	
ITALIA	
MÉXICO	
NICARAGUA	
PANAMÁ	
PARAGUAY	
PERÚ	
PORTUGAL	
PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY	
VENEZUELA	

Países coproductores con R. Dominicana (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

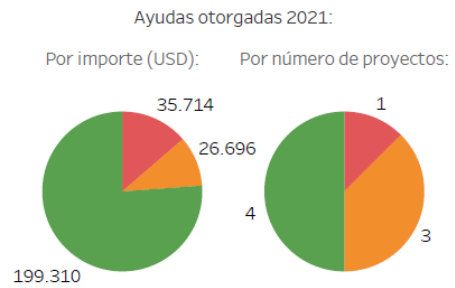
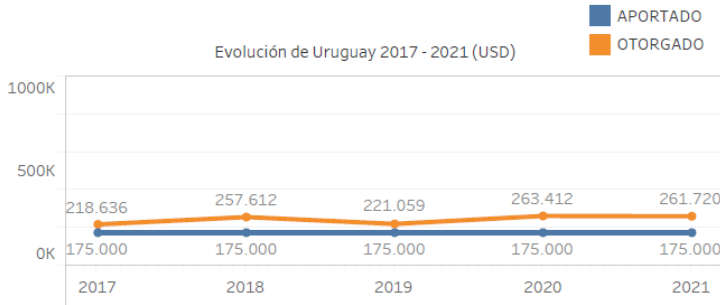


Por segundo año consecutivo, República Dominicana ha mejorado su ratio de ayuda otorgada en relación al aporte respecto al año anterior, aumentándolo en este caso en un 25,33%. En 2021, ha concurrido a las modalidades de Desarrollo, con un solo proyecto que fue seleccionado; y Coproducción, con 4 proyectos de los que resultaron seleccionados 3 (con Argentina, España e Italia).

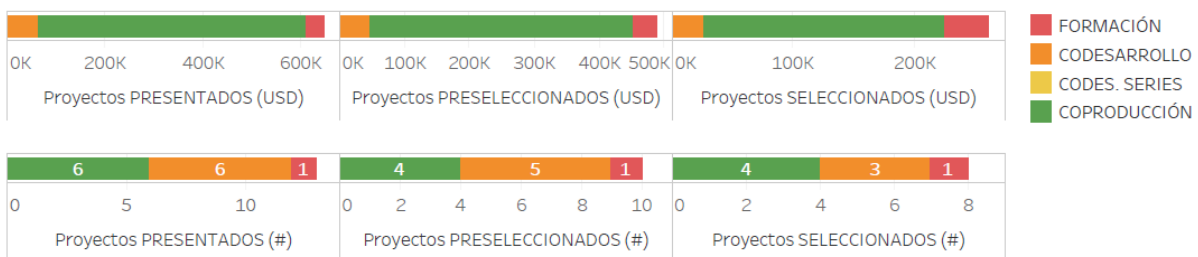
En esta Convocatoria, como coproductor minoritario, carece de participación en otras cinematografías. Se da la circunstancia de que en 2021 no ha participado con ningún proyecto en colaboración con Puerto Rico, uno de sus socios preferentes.

URUGUAY

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Uruguay	175.000	261.720	149,55



Uruguay en la Convocatoria 2021:

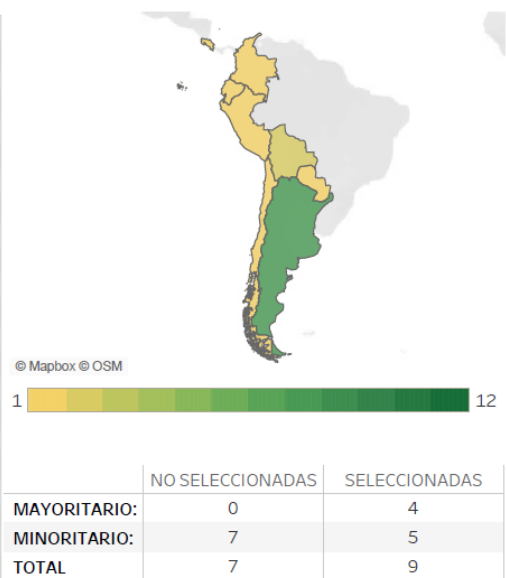


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Uruguay (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	3	1	4
BOLIVIA		1	1
BRASIL			
CHILE		1	
COLOMBIA	1		
COSTA RICA		1	
CUBA			
ECUADOR		1	
EL SALVADOR			
ESPAÑA			
GUATEMALA			
ITALIA			
MÉXICO			
NICARAGUA			
PANAMÁ			
PARAGUAY		1	
PERÚ		1	
PORTUGAL			
PUERTO RICO			
REPÚBLICA DOMIN...			
URUGUAY			
VENEZUELA			

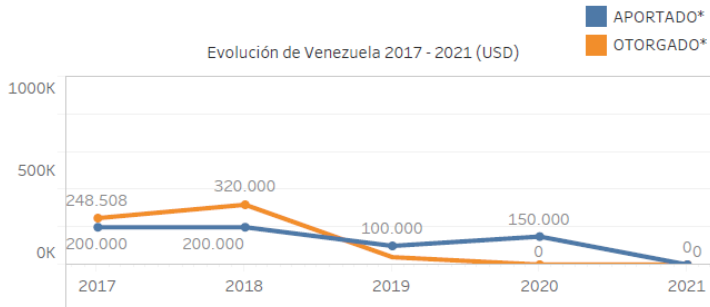


Como en años anteriores, Uruguay recibe un volumen de ayudas superior a su aporte. En 2021, ha concurrido a todas las modalidades, excepto a Desarrollo de series y en todas ha obtenido ayudas. Cabe destacar que en Desarrollo ha contado con el 5º proyecto con mejor puntaje.

Como coproductor mayoritario, han sido seleccionados todos los proyectos que fueron previamente preseleccionados, con Argentina (3) y con Colombia (1). Destaca su presencia como coproductor minoritario hasta en 12 ocasiones, consolidando así su influencia en un amplio abanico de cinematografías. De estos 12 proyectos finalmente fueron seleccionados 5: con Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Paraguay.

VENEZUELA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
Venezuela	0	0	0,00



Ayudas otorgadas 2021:

Venezuela en la Convocatoria 2021:

Proyectos PRESENTADOS (USD)	Proyectos PRESELECCIONADOS (USD)	Proyectos SELECCIONADOS (USD)
0	0	0

Proyectos PRESENTADOS (#)	Proyectos PRESELECCIONADOS (#)	Proyectos SELECCIONADOS (#)
0	0	0

Coproducciones como MAYORITARIO:
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Venezuela (preseleccionados)
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	1
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN.		REPÚBLICA DOMIN.	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
MAYORITARIO:	0	0
MINORITARIO:	1	0
TOTAL	1	0

En 2021 Venezuela no realizó su aporte al Programa IBERMEDIA, por lo que tampoco concurre con ningún proyecto en ninguna de las modalidades.

Como coproductor minoritario, presentó con Colombia un proyecto que fue preseleccionado pero que no resultó finalmente seleccionado por el Consejo Intergubernamental.

Venezuela es el sexto mayor aportante de la serie histórica de IBERMEDIA, con un total acumulado de 6.118.344 USD.

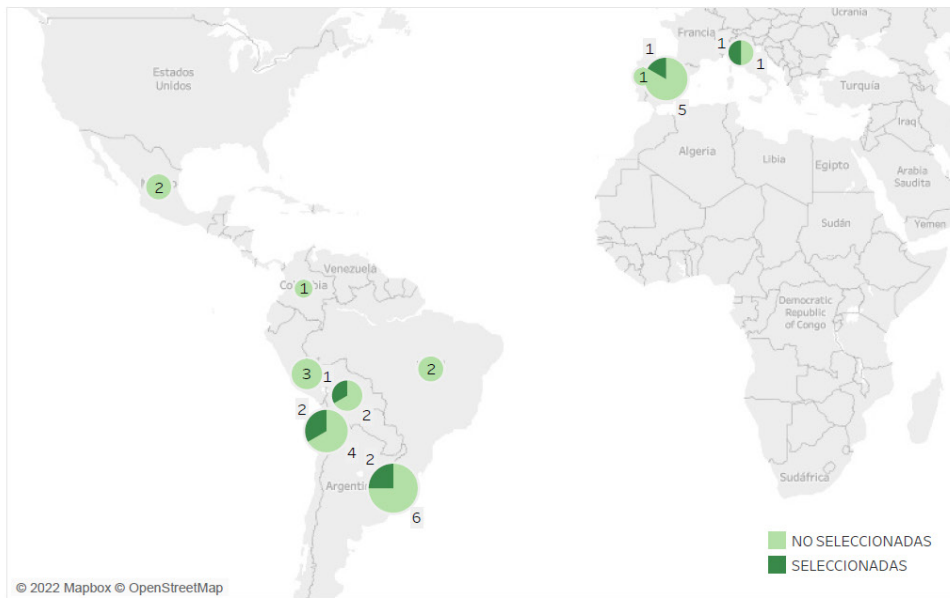
ANEXO II

Países coproductores

A continuación veremos, caso a caso, cuáles son los países con los que coproduce cada estado miembro, tanto a nivel mayoritario (en la parte superior), como minoritario (en la parte inferior). Se contabilizan todos los **proyectos preseleccionados por la Unidad Técnica**. En color más oscuro se muestran aquellas coproducciones que finalmente fueron **seleccionadas por el Consejo Intergubernamental**.

ARGENTINA

Coproducciones de **Argentina** como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de **Argentina** como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

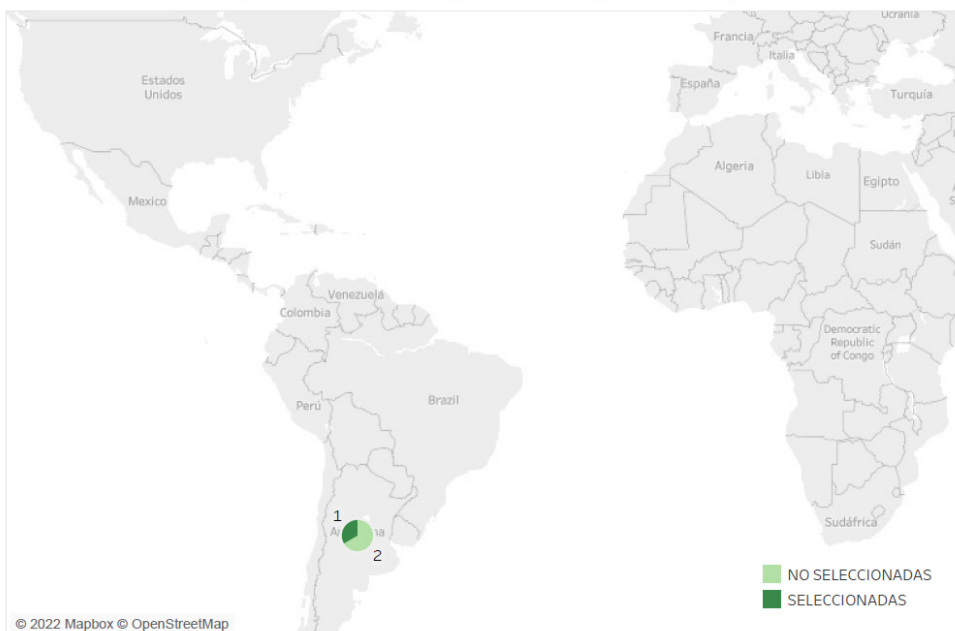


BOLIVIA

Coproducciones de Bolivia como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

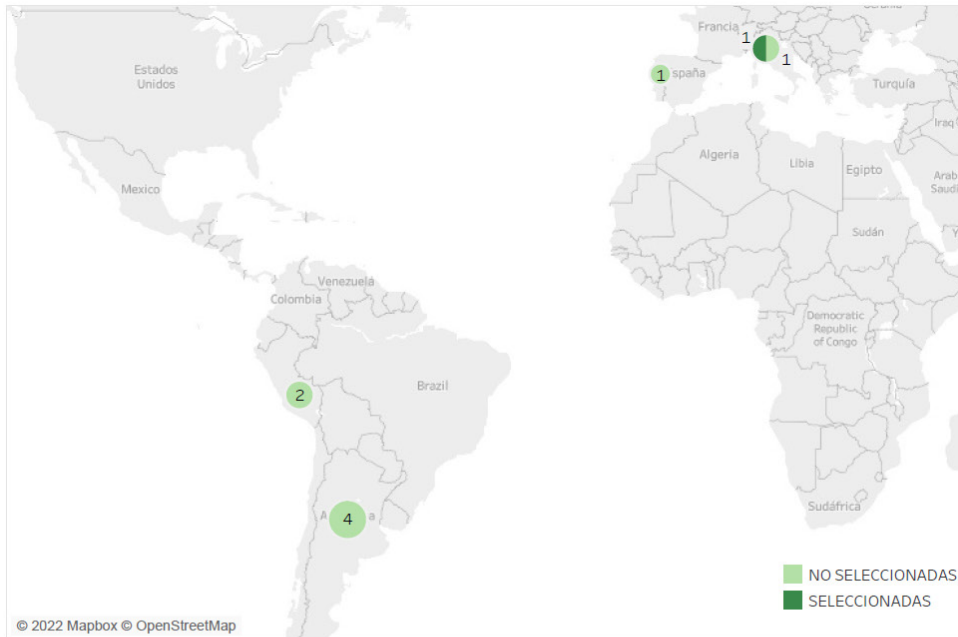


Coproducciones de Bolivia como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



BRASIL

Coproducciones de Brasil como país MAYORITARIO (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Brasil como país MINORITARIO (Convocatoria 2021):



CHILE

Coproducciones de Chile como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

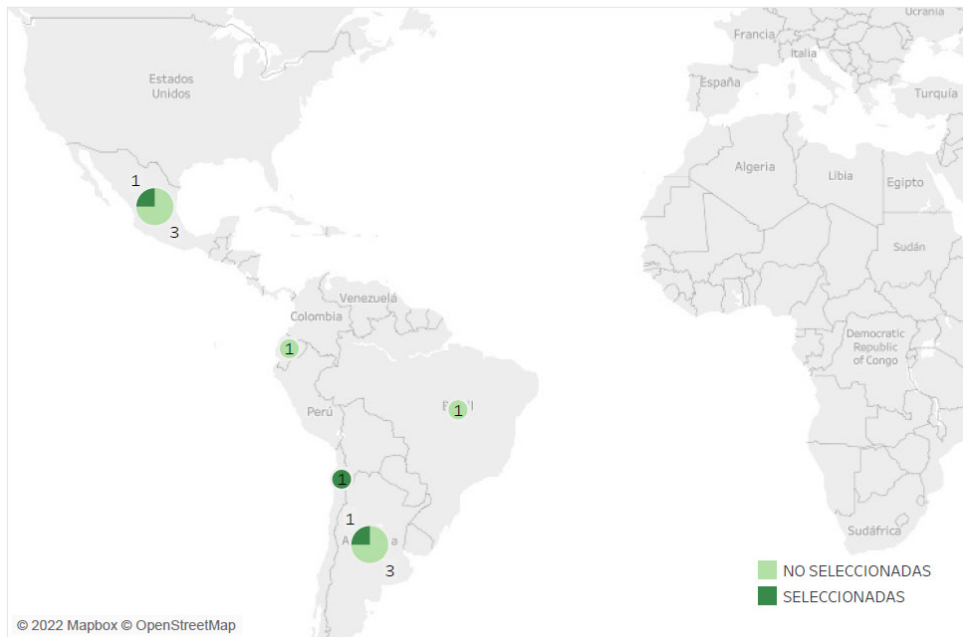


Coproducciones de Chile como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



COLOMBIA

Coproducciones de Colombia como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Colombia como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



COSTA RICA

Coproducciones de Costa Rica como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

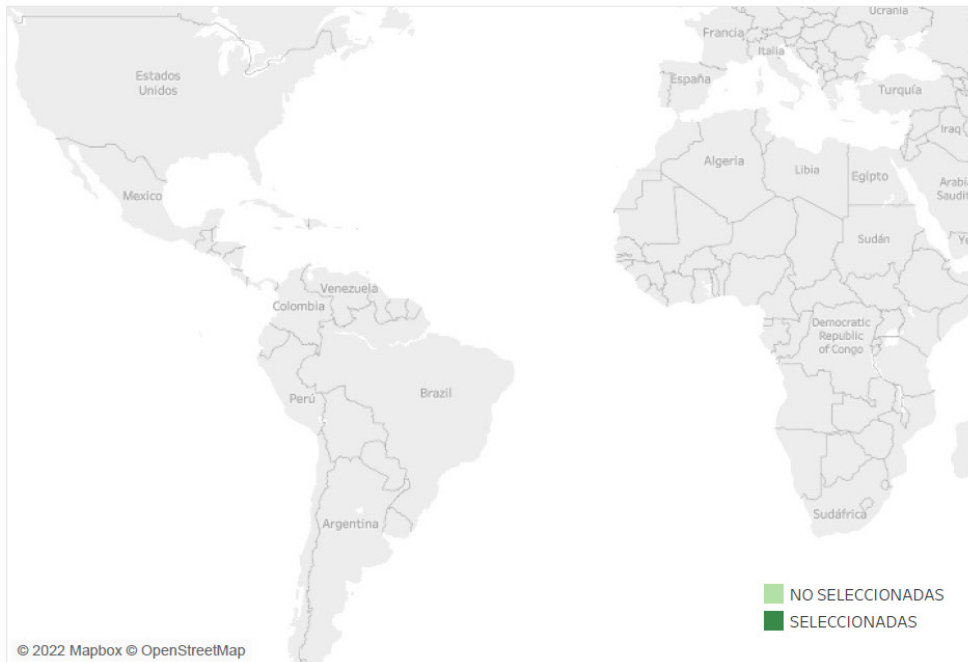


Coproducciones de Costa Rica como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

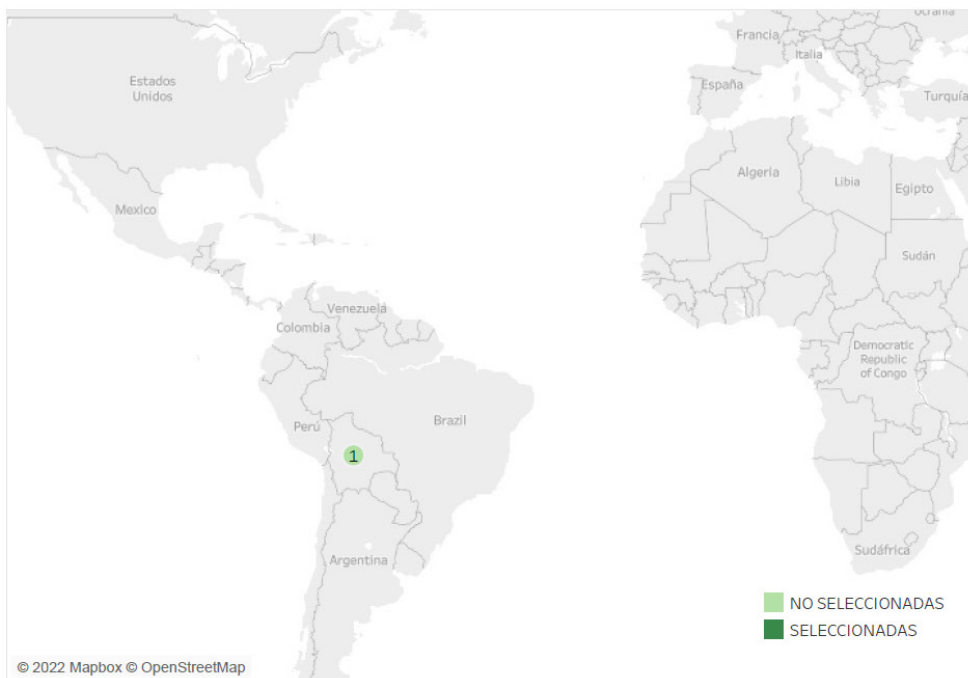


CUBA

Coproducciones de Cuba como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Cuba como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



ECUADOR

Coproducciones de Ecuador como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

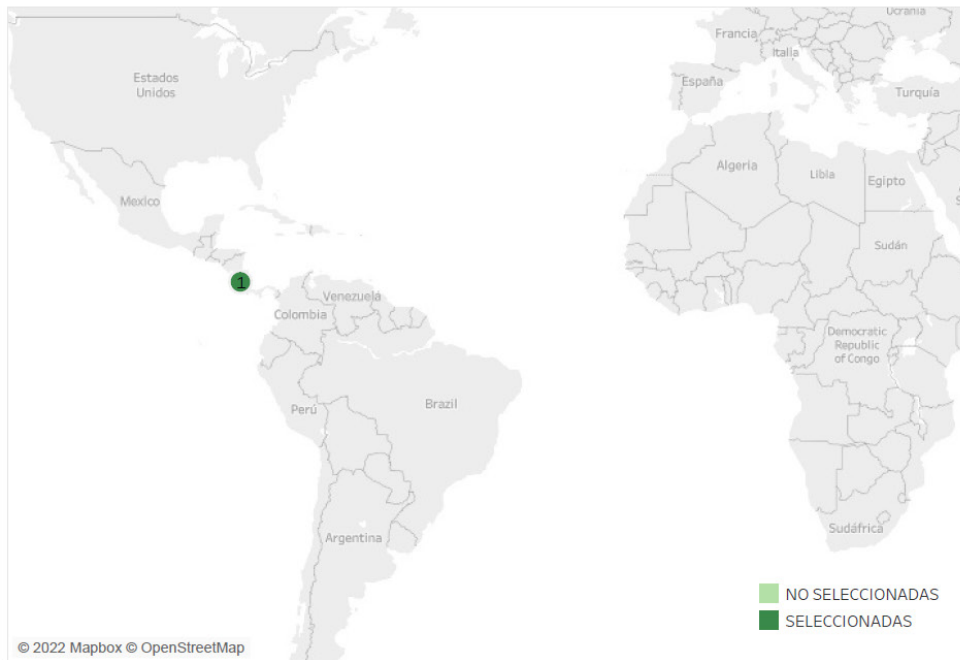


Coproducciones de Ecuador como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

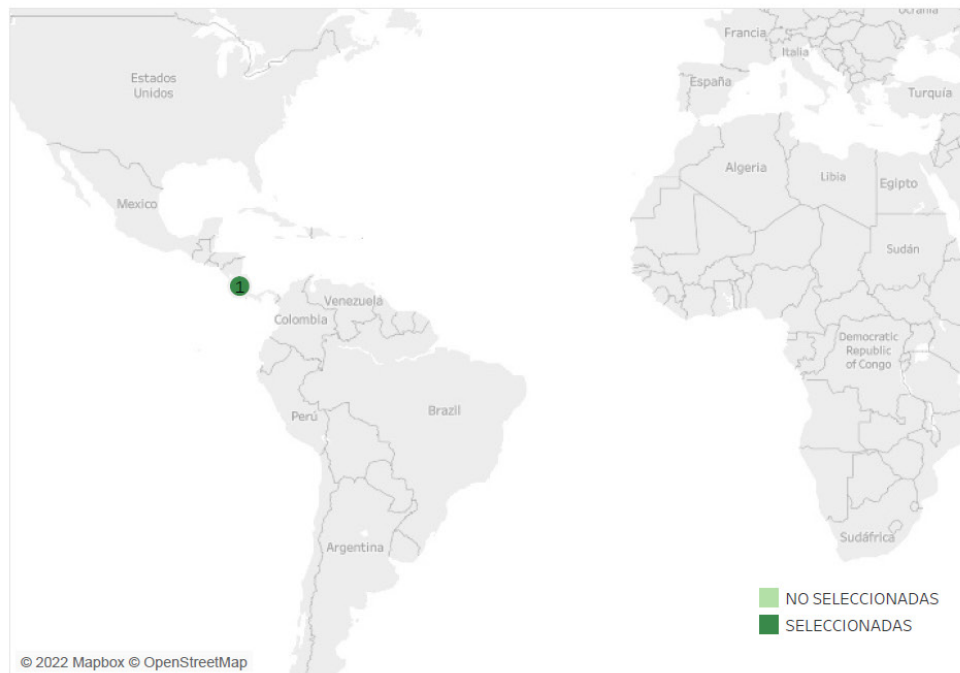


EL SALVADOR

Coproducciones de El Salvador como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

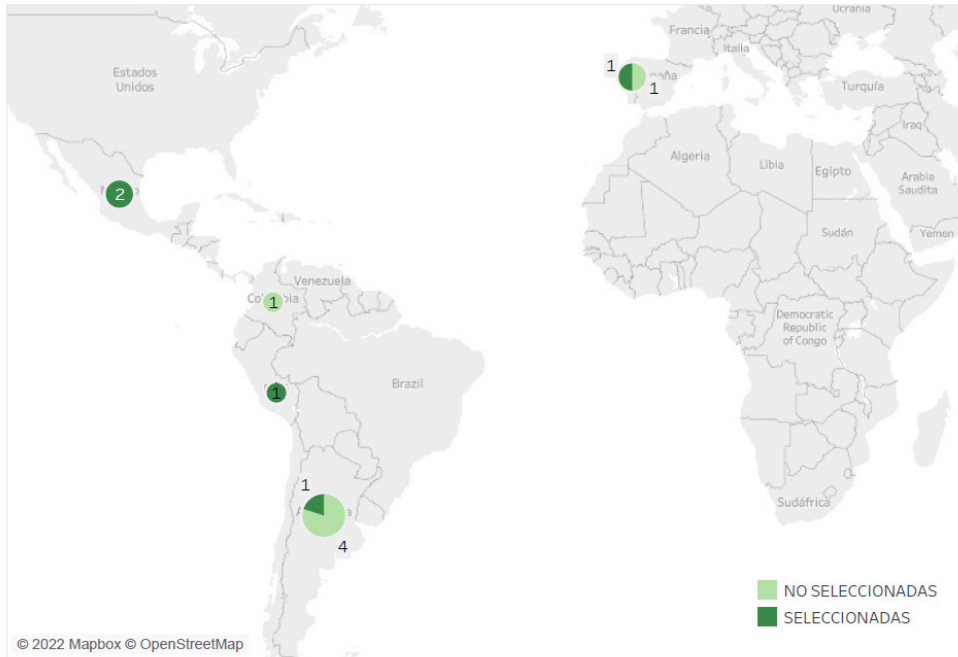


Coproducciones de El Salvador como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

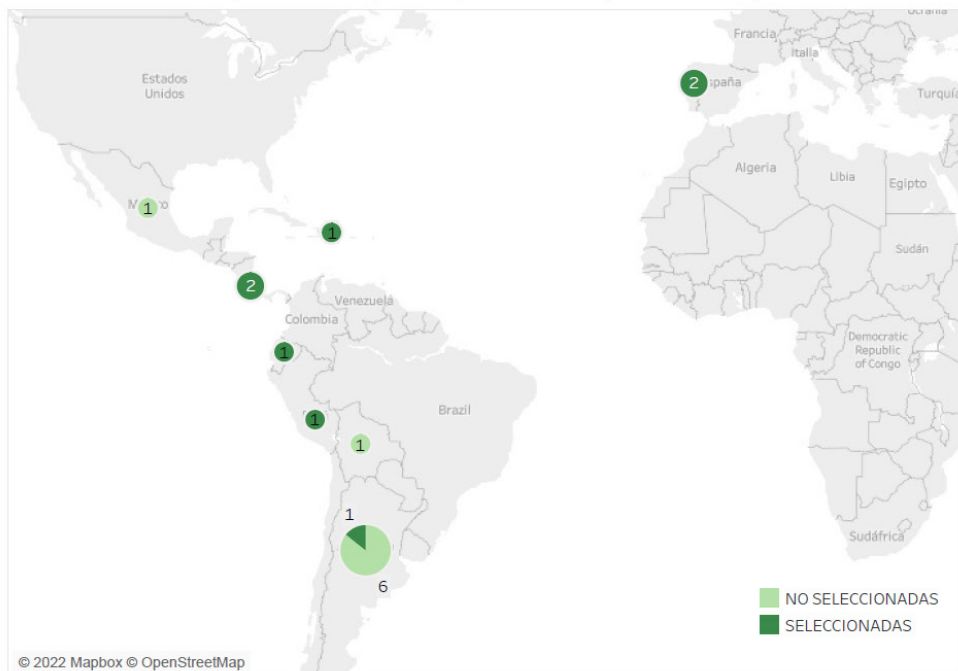


ESPAÑA

Coproducciones de España como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

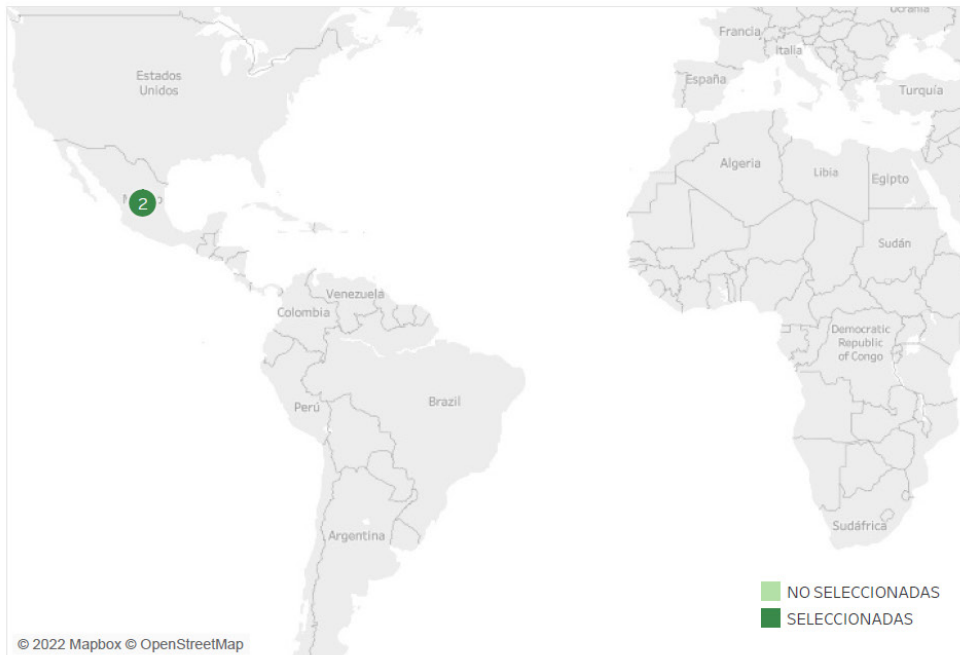


Coproducciones de España como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

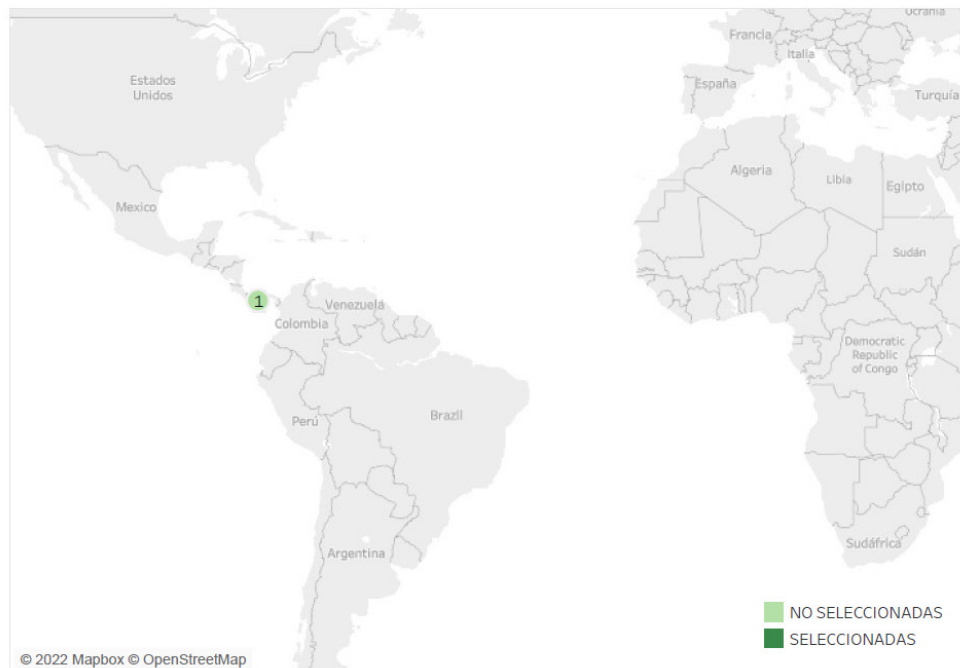


GUATEMALA

Coproducciones de Guatemala como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Guatemala como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



ITALIA

Coproducciones de Italia como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Italia como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

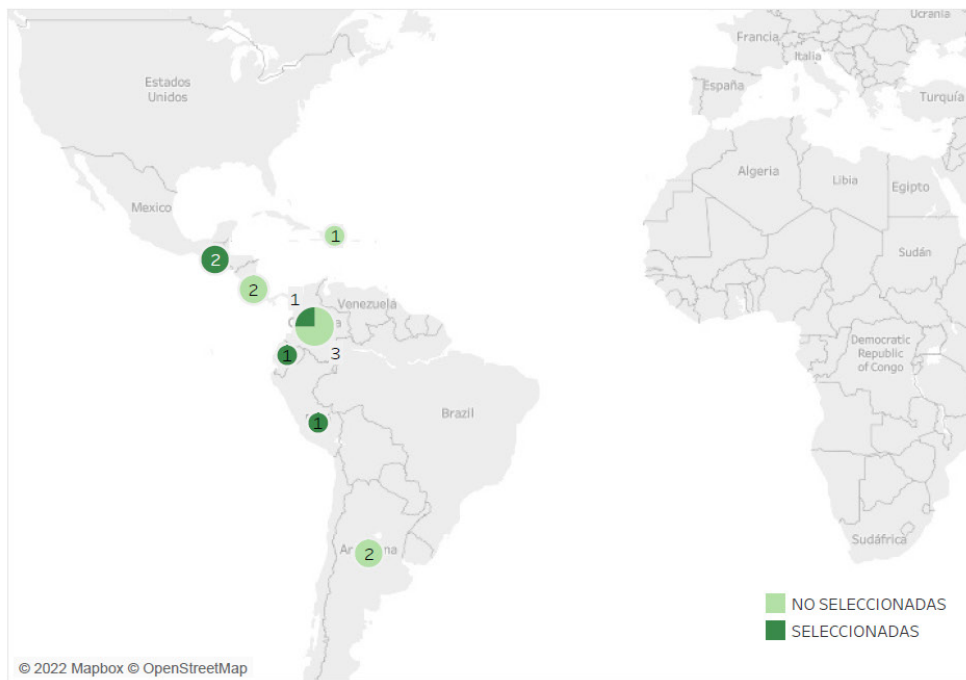


MÉXICO

Coproducciones de México como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

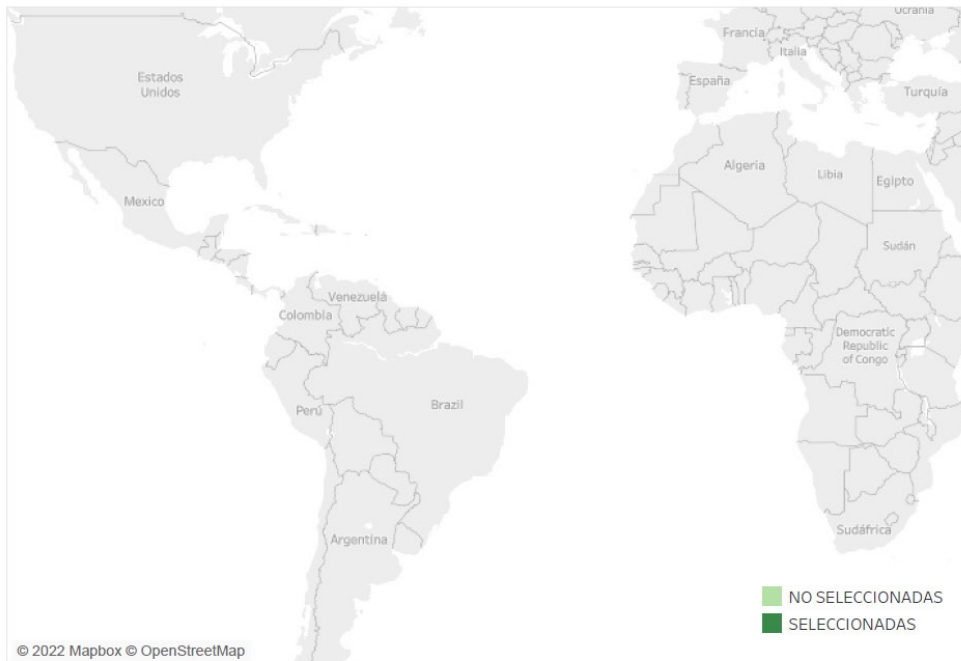


Coproducciones de México como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

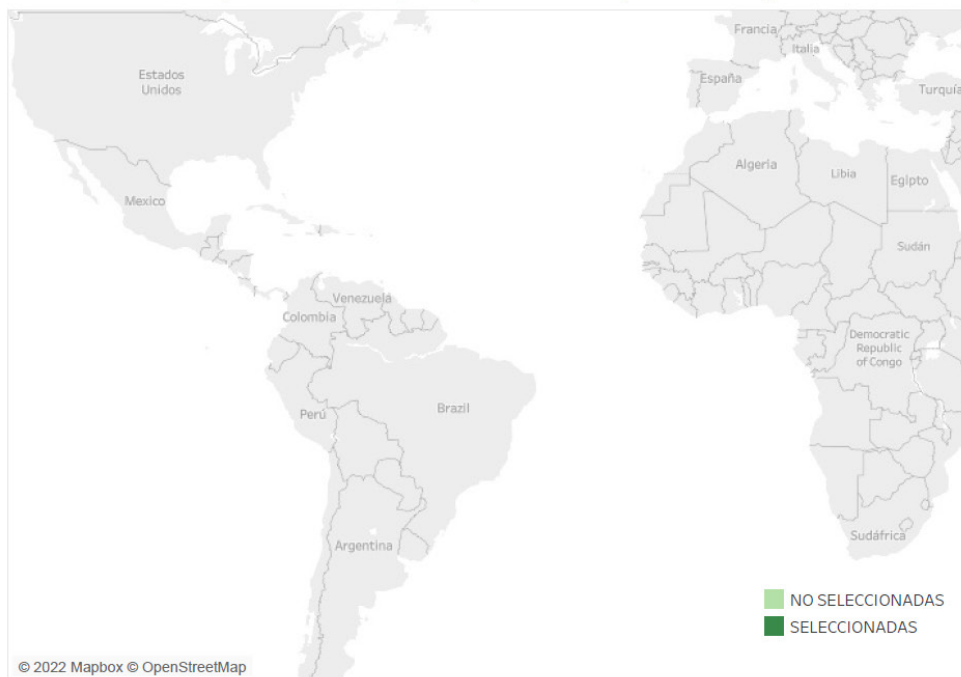


NICARAGUA

Coproducciones de Nicaragua como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Nicaragua como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



PANAMÁ

Coproducciones de Panamá como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Panamá como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

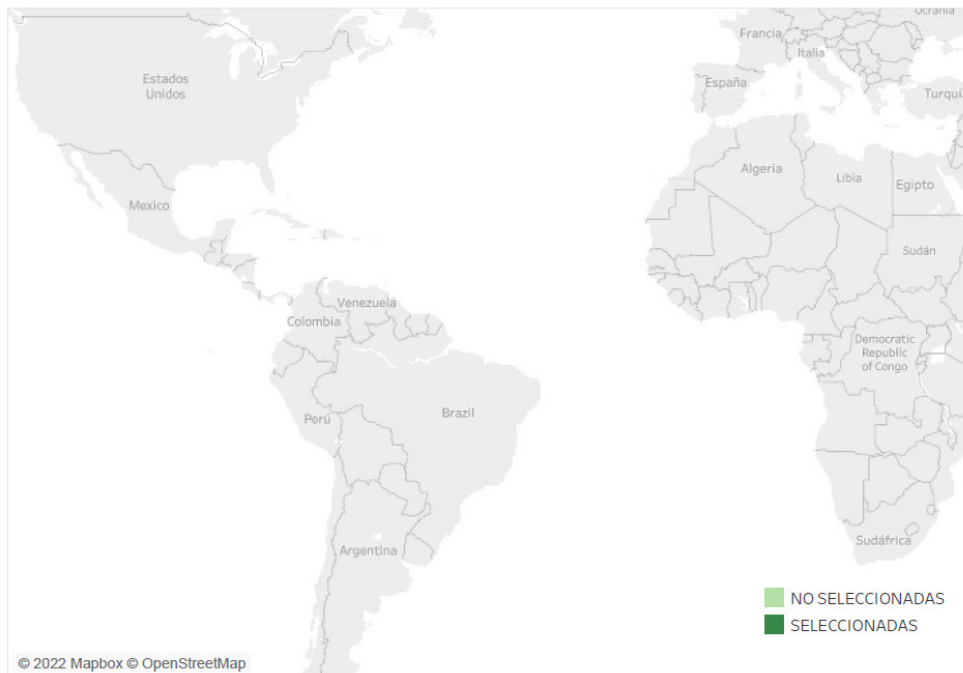


PARAGUAY

Coproducciones de Paraguay como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

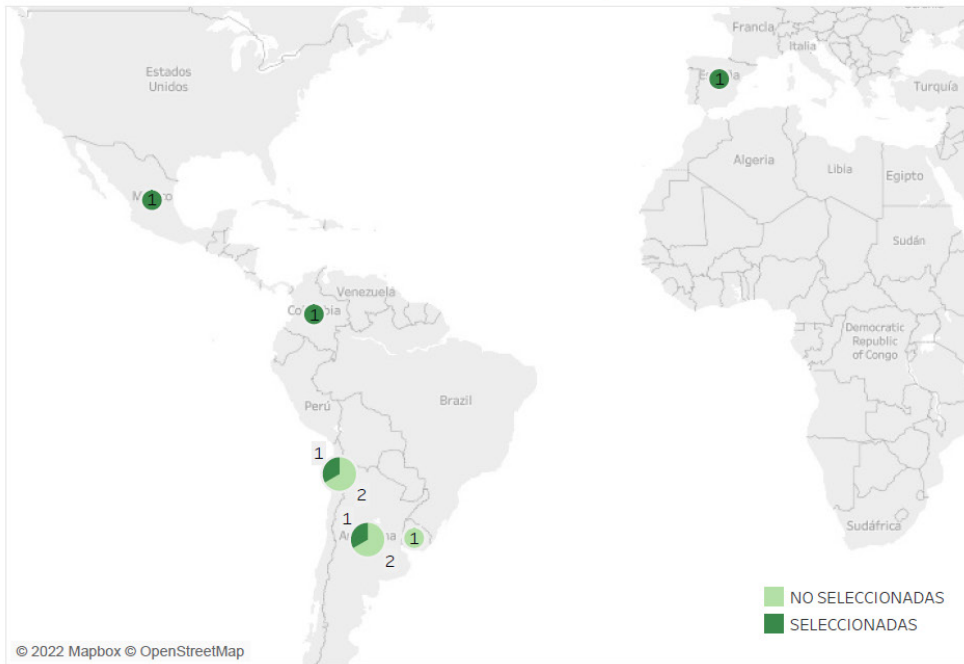


Coproducciones de Paraguay como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

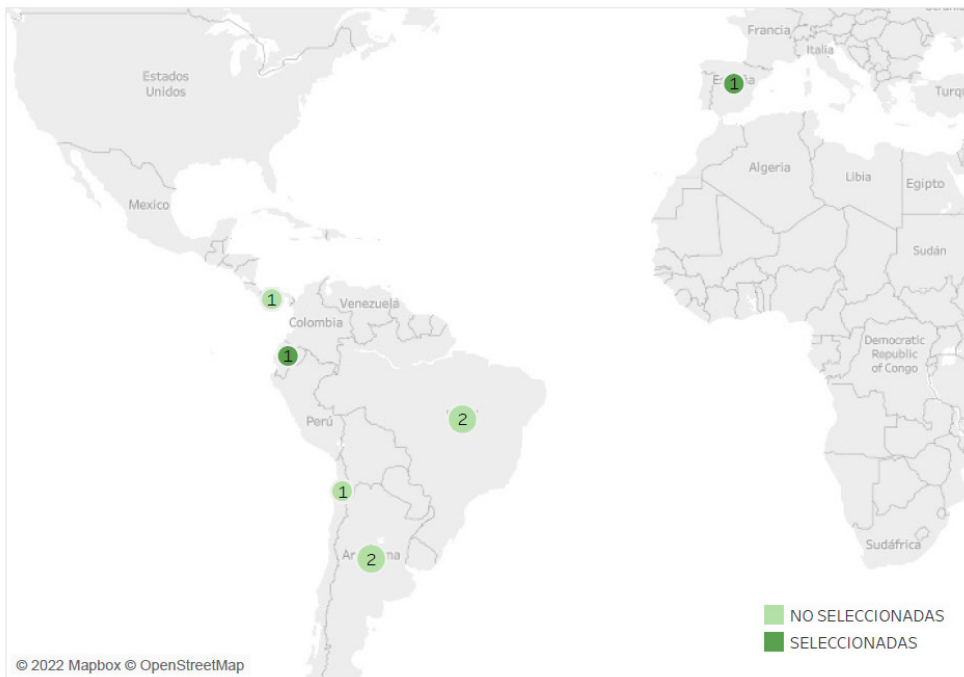


PERÚ

Coproducciones de Perú como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Perú como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

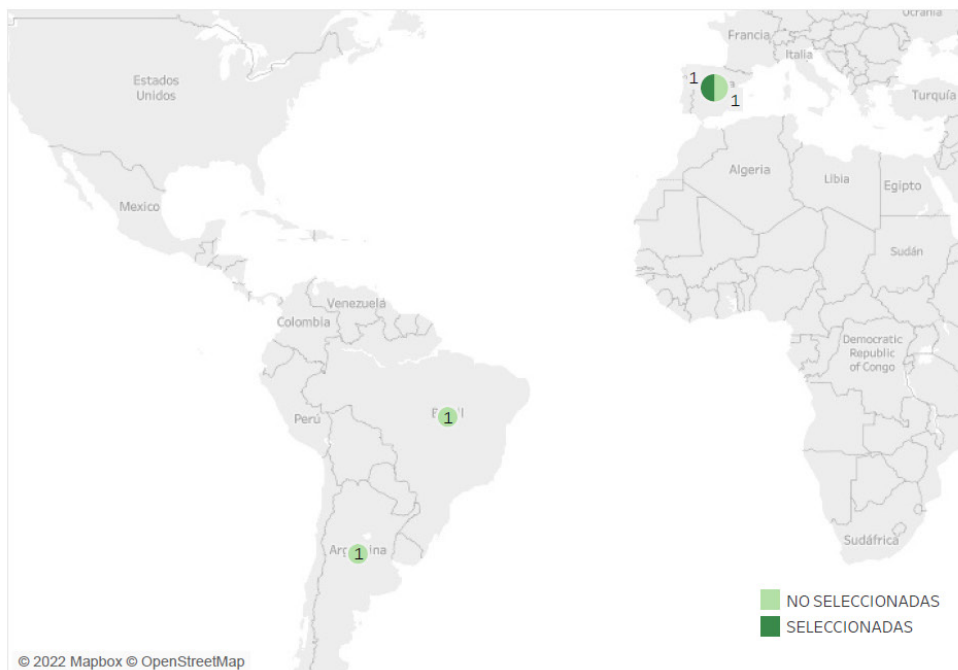


PORTUGAL

Coproducciones de Portugal como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

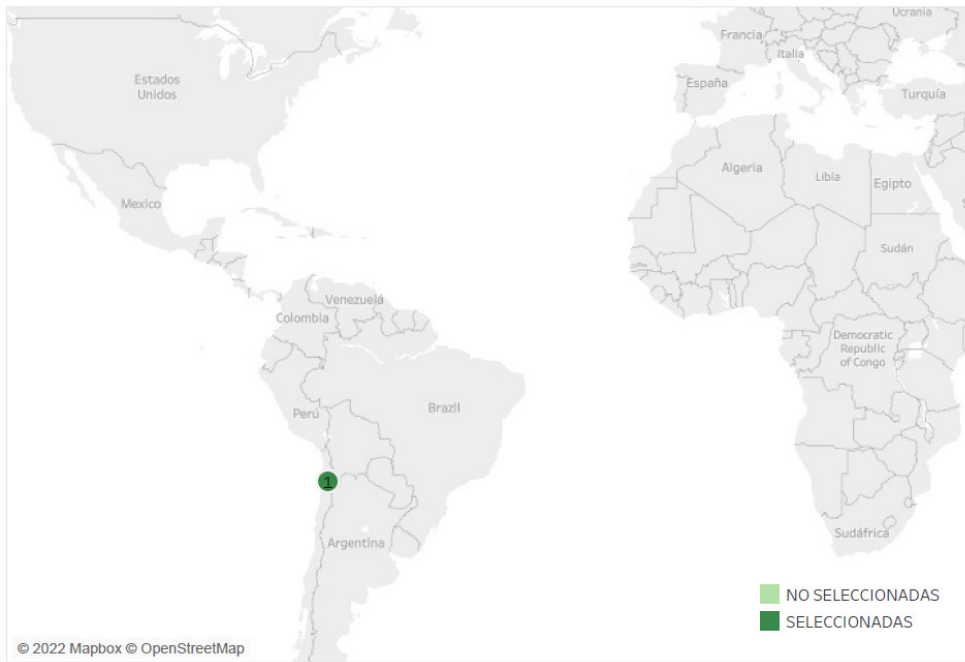


Coproducciones de Portugal como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

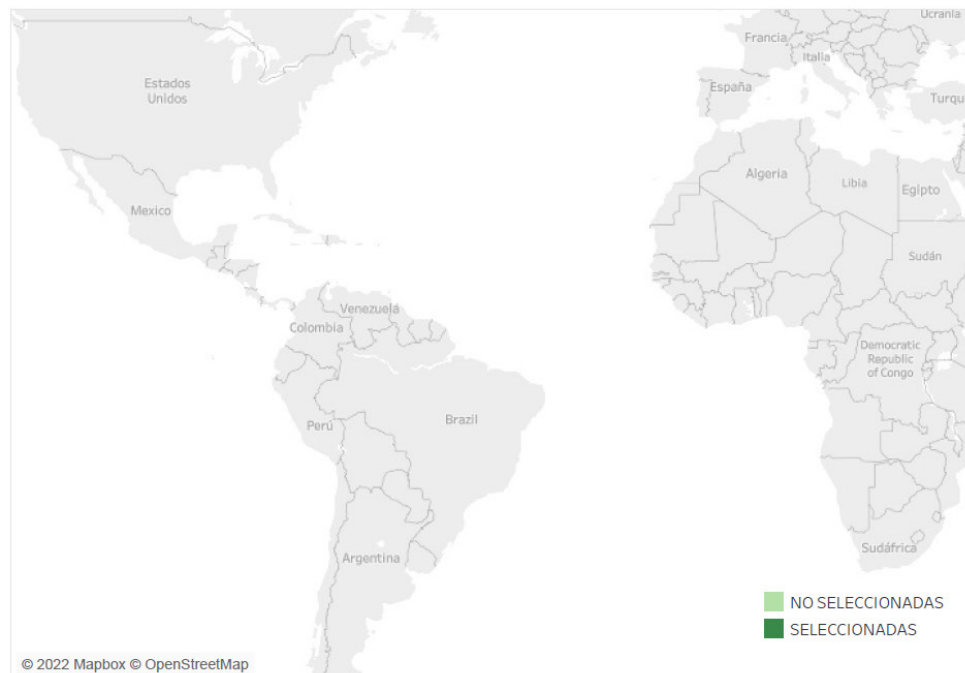


PUERTO RICO

Coproducciones de Puerto Rico como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Puerto Rico como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

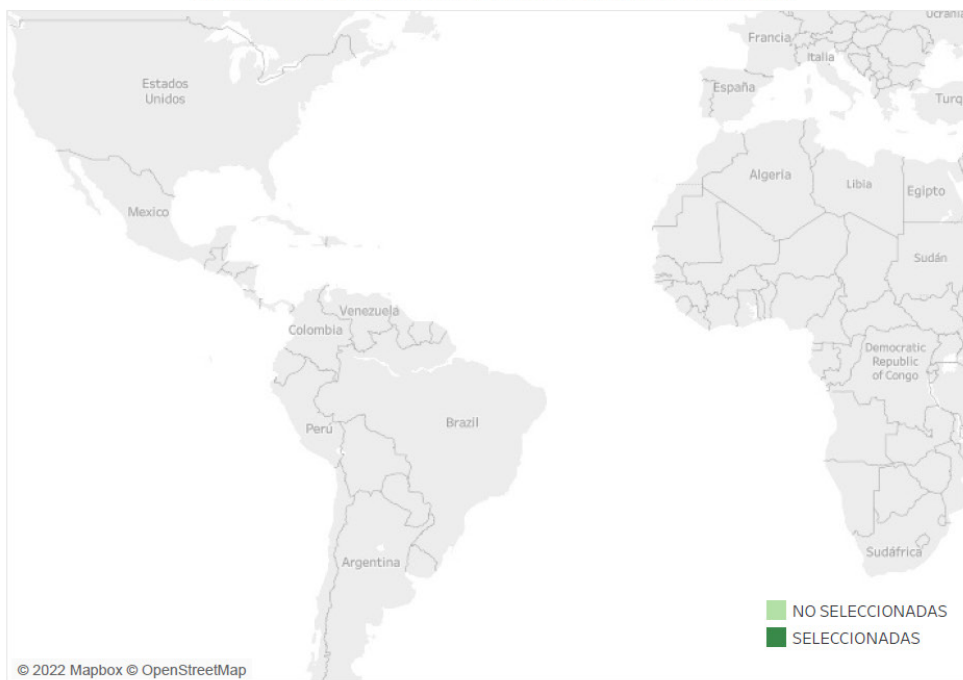


REPÚBLICA DOMINICANA

Coproducciones de R. Dominicana como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de R. Dominicana como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

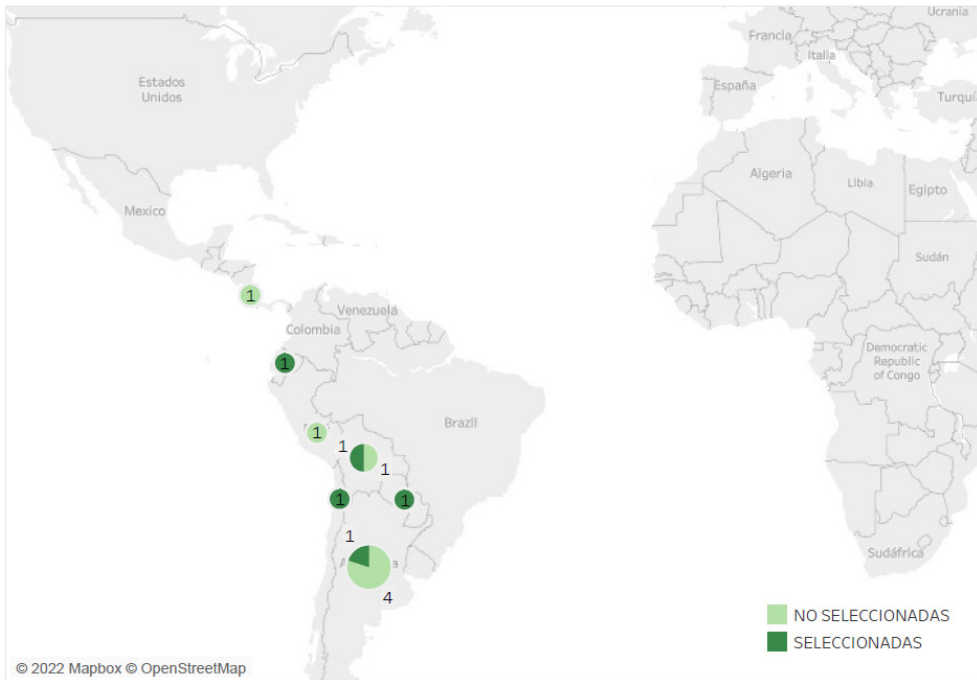


URUGUAY

Coproducciones de Uruguay como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):

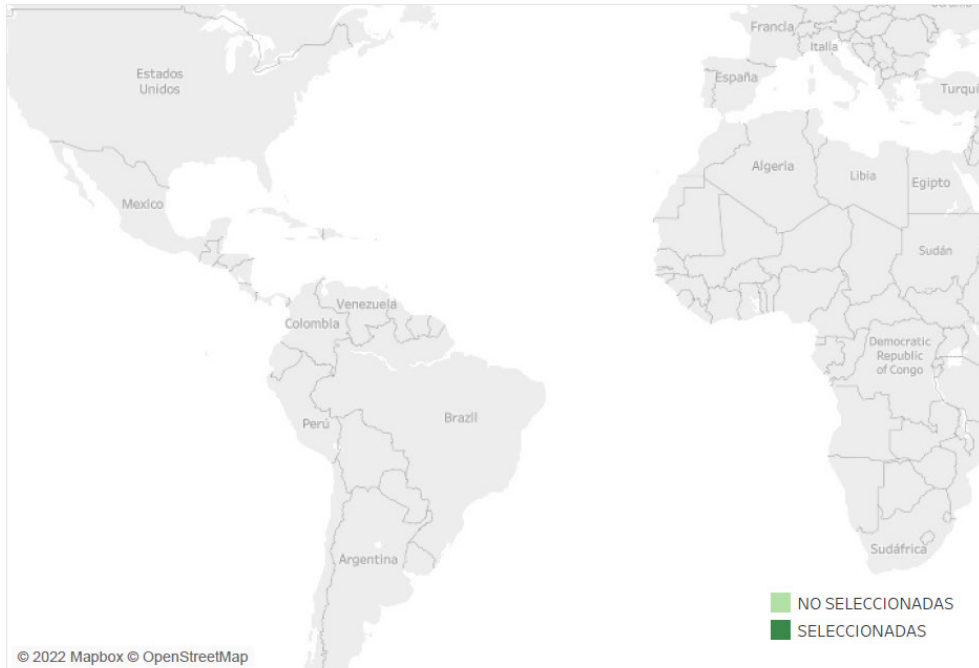


Coproducciones de Uruguay como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):

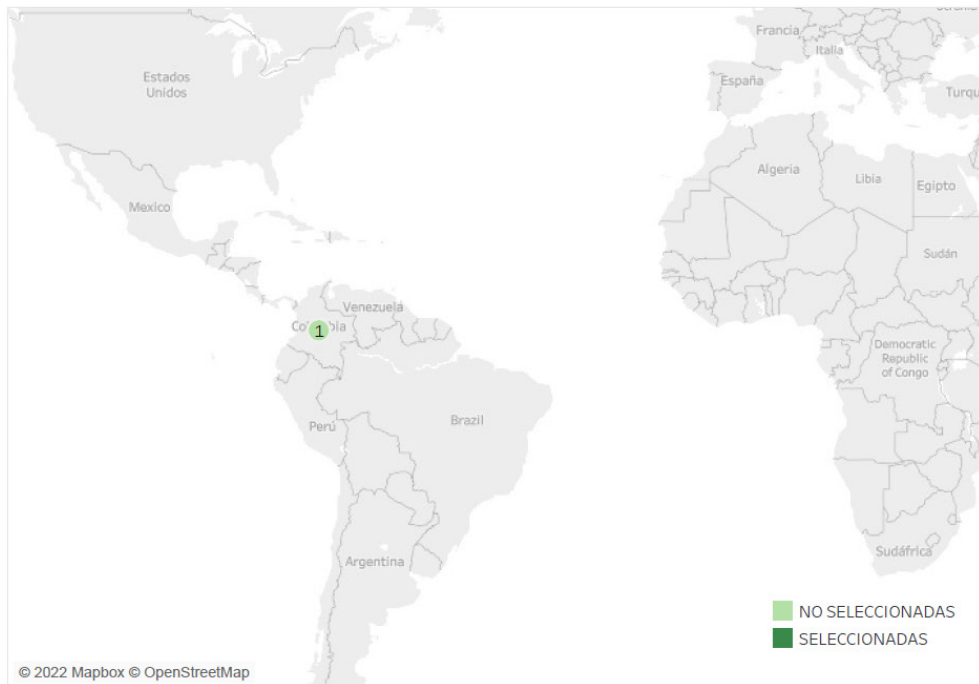


VENEZUELA

Coproducciones de Venezuela como país **MAYORITARIO** (Convocatoria 2021):



Coproducciones de Venezuela como país **MINORITARIO** (Convocatoria 2021):



ANEXO III

Datos desagregados Convocatoria 2021

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 originarias y series. Adicionalmente, en el caso de COPRODUCCIÓN, se muestra además la proporción de ayudas a proyectos previamente apoyados en la modalidad de CODESARROLLO.

Los datos desagregados permiten igualmente comparar los porcentajes de ayudas preseleccionadas en cada una de las modalidades y su relación con el resto del Fondo.

Codesarrollo				Proyectos				Importe			Puntaje		
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
Total	75		1.065.320	5,69%	Total	33	44,00%		632.711	59,39%		77,11	73,32
Documental	19	25,33%	257.044	24,13%	Documental	5	15,15%	26,32%	55.460	8,77%	21,58%	79,49	37,73
Animación	6	8,00%	165.000	15,49%	Animación	6	18,18%	100,00%	165.000	26,08%	100,00%	81,11	44,24
Mujer (Guionista)	25	33,33%	336.772	31,61%	Mujer (Guionista)	11	33,33%	44,00%	125.036	19,76%	37,13%	78,61	33,12
Mixto (Coguión)	5	6,67%	63.100	5,92%	Mixto (Coguionista)	2	6,06%	40,00%	18.608	2,94%	29,49%	74,13	33,71
Mujer (Directora)	26	34,67%	370.287	34,76%	Mujer (Directora)	12	36,36%	46,15%	151.144	23,89%	40,82%	77,91	33,55
Mixto (Codirección)	3	4,00%	37.085	3,48%	Mixto (Codirectora)	1	3,03%	33,33%	15.000	2,37%	40,45%	62,54	74,07
Mujer (Productora)	17	22,67%	253.282	23,78%	Mujer (Productora)	11	33,33%	64,71%	165.582	26,17%	65,37%	77,81	31,75
Mixto (Coproducc.)	24	32,00%	334.240	31,37%	Mixto (Coproducc.)	9	27,27%	37,50%	121.093	19,14%	36,23%	77,25	35,39
Lenguas orginiarias	8	10,67%	116.460	10,93%	Lenguas orginiarias	3	9,09%	37,50%	39.460	6,24%	33,88%	81,80	42,49

Codesarrollo de Series				Proyectos				Importe			Puntaje		
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
Total	23		612.830	3,28%	Total	12	52,17%		298.049	48,63%		69,29	66,38
Documental	2	8,70%	41.454	6,76%	Documental	1	8,33%	50,00%	11.454	3,84%	27,63%	61,27	16,11
Animación	2	8,70%	56.450	9,21%	Animación	1	8,33%	50,00%	26.450	8,87%	46,86%	72,38	29,29
Mujer (Guionista)	6	26,09%	176.492	28,80%	Mujer (Guionista)	1	8,33%	16,67%	25.000	8,39%	14,16%	67,30	33,52
Mixto (Coguión)	3	13,04%	69.412	11,33%	Mixto (Coguionista)	3	25,00%	100,00%	67.562	22,67%	97,33%	76,93	28,85
Mujer (Directora)	6	26,09%	165.505	27,01%	Mujer (Directora)	1	8,33%	16,67%	29.112	9,77%	17,59%	79,68	30,70
Mixto (Codirección)	0	0,00%	0	0,00%	Mixto (Codirectora)	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%	0,00	0,00
Mujer (Productora)	1	4,35%	30.000	4,90%	Mujer (Productora)	1	8,33%	100,00%	30.000	10,07%	100,00%	72,38	14,48
Mixto (Coproducc.)	12	52,17%	334.025	54,51%	Mixto (Coproducc.)	6	50,00%	50,00%	144.183	48,38%	43,17%	74,50	41,51
Lenguas orginiarias	5	21,74%	131.454	21,45%	Lenguas orginiarias	3	25,00%	60,00%	66.454	22,30%	50,55%	60,42	36,63

Coproducción ¹				Proyectos			Importe ¹			Puntaje			
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
Total	133		15.688.568	83,84%	Total	53		39,85%	8.200.044		52,27%	78,63	75,31
Documental	28	21,05%	2.227.001	14,20%	Documental	12	22,64%	42,86%	791.707	9,65%	35,55%	78,59	54,03
Animación	4	3,01%	600.000	3,82%	Animación	1	1,89%	25,00%	100.000	1,22%	16,67%	89,81	81,20
Mujer (Guionista)	35	26,32%	3.781.141	24,10%	Mujer (Guionista)	18	33,96%	51,43%	1.294.539	15,79%	34,24%	78,89	63,19
Mixto (Coguionista)	20	15,04%	2.434.731	15,52%	Mixto (Coguionista)	6	11,32%	30,00%	525.000	6,40%	21,56%	79,81	50,73
Mujer (Directora)	42	31,58%	4.701.153	29,97%	Mujer (Directora)	21	39,62%	50,00%	1.539.539	18,77%	32,75%	78,93	60,78
Mixto (Codirectora)	5	3,76%	504.900	3,22%	Mixto (Codirectora)	1	1,89%	20,00%	100.000	1,22%	19,81%	84,26	54,60
Mujer (CoProd)	39	29,32%	4.312.160	27,49%	Mujer (CoProd)	10	18,87%	25,64%	808.435	9,86%	18,75%	80,56	63,31
Mixto (Coproduct.)	49	36,84%	6.094.814	38,85%	Mixto (Coproduct.)	26	49,06%	53,06%	2.080.730	25,37%	34,14%	77,86	52,00
Lenguas originarias	10	7,52%	1.192.553	7,60%	Lenguas originarias	4	7,55%	40,00%	396.048	4,83%	33,21%	78,97	69,63
Ayuda a Desarrollo	24	18,05%	2.960.620	18,87%	Ayuda a Desarrollo	11	20,75%	45,83%	872.269	10,64%	29,46%	76,49	57,95

¹ Incluye ayudas adicionales a la distribución

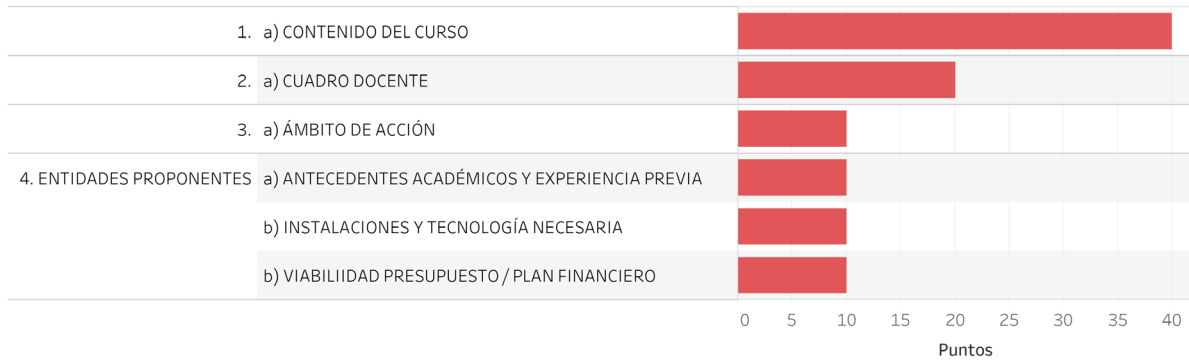
Formación				Proyectos			Importe			Puntaje			
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
Total	30		1.345.376	7,19%	Total	16		53,33%	1.249.286		92,86%	73,06	70,73

ANEXO IV

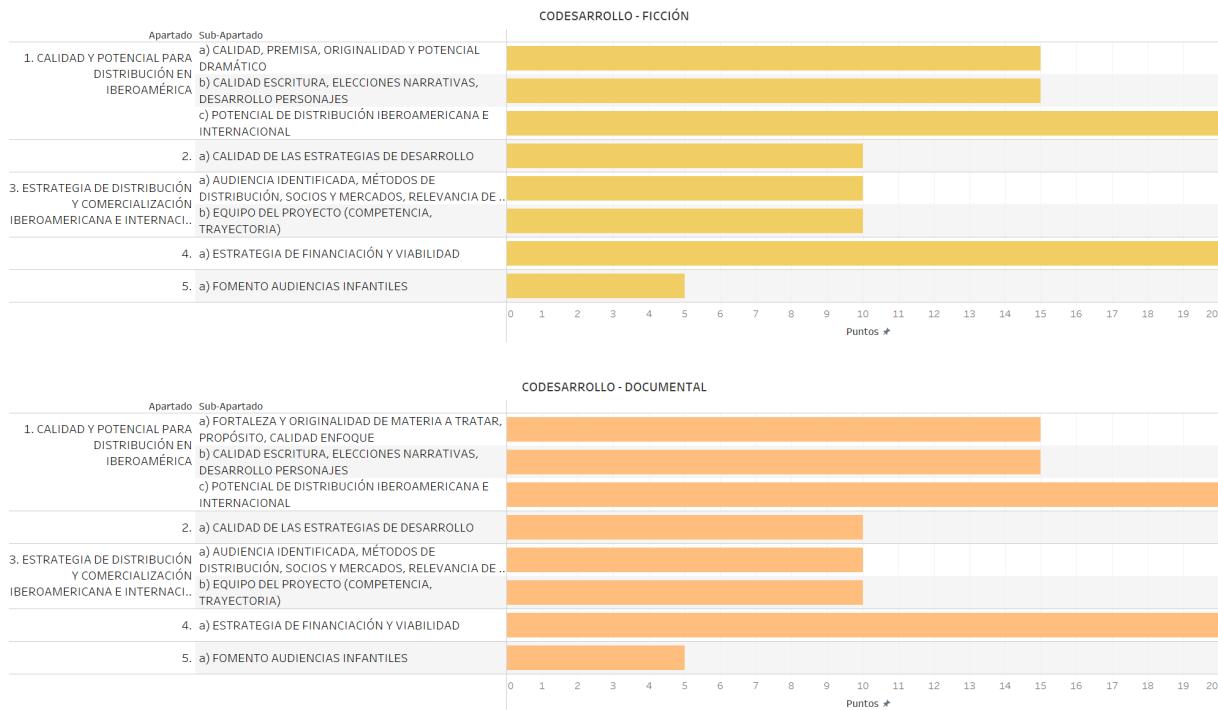
Criterios de evaluación Convocatoria 2021

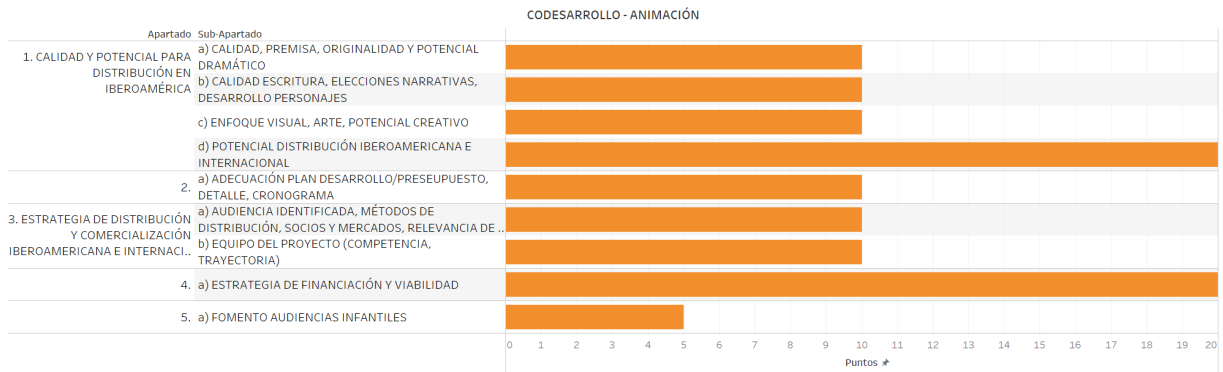
Detallamos a continuación los criterios de evaluación que fueron empleados por parte de los analistas en la Convocatoria objeto de este Reporte.

FORMACIÓN

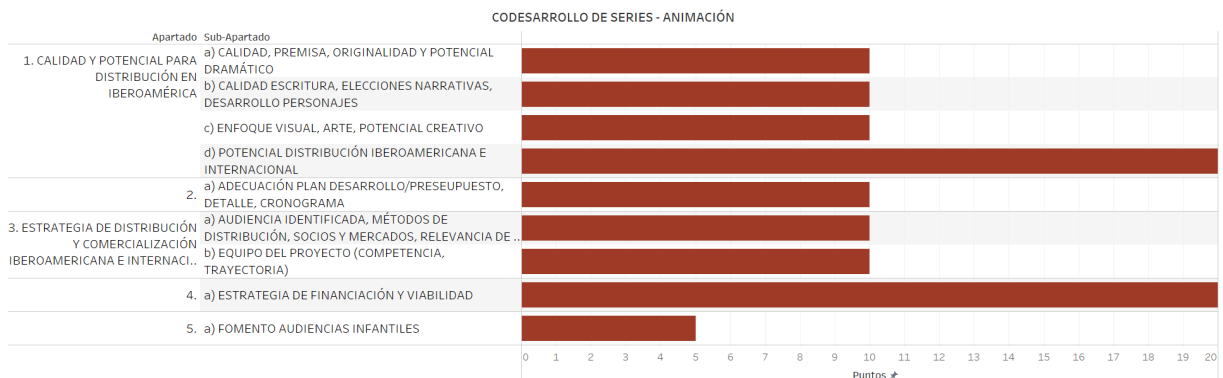
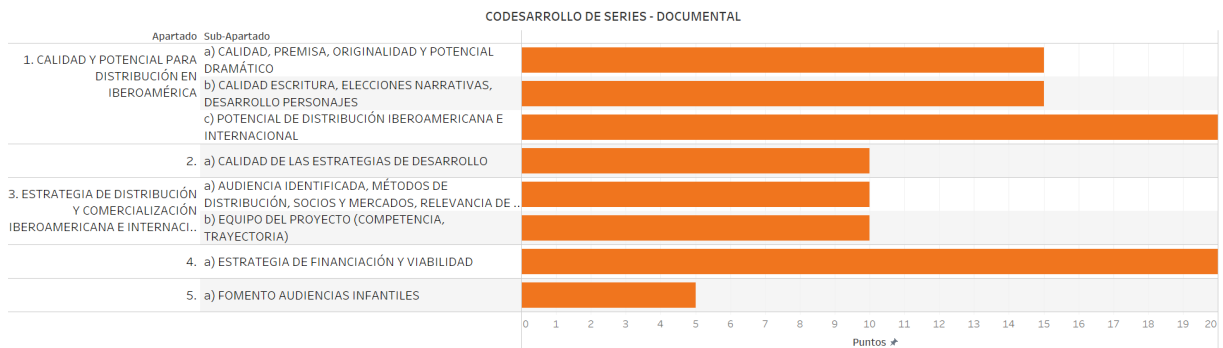
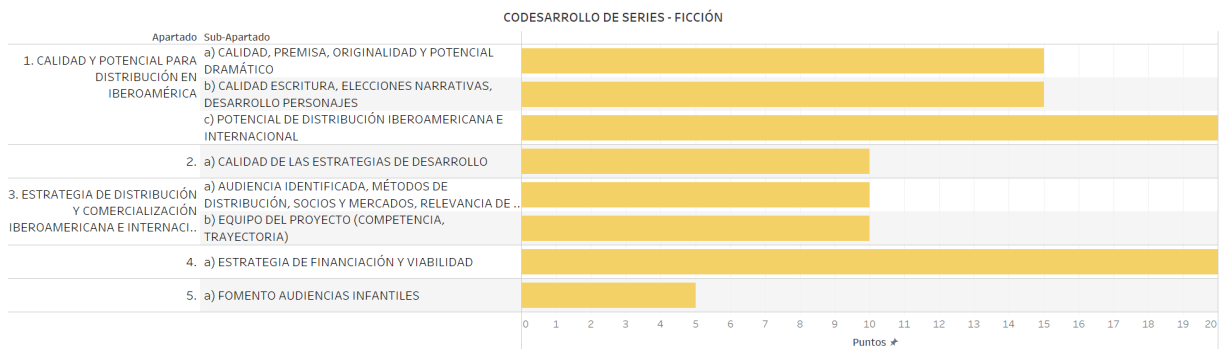


CODESARROLLO

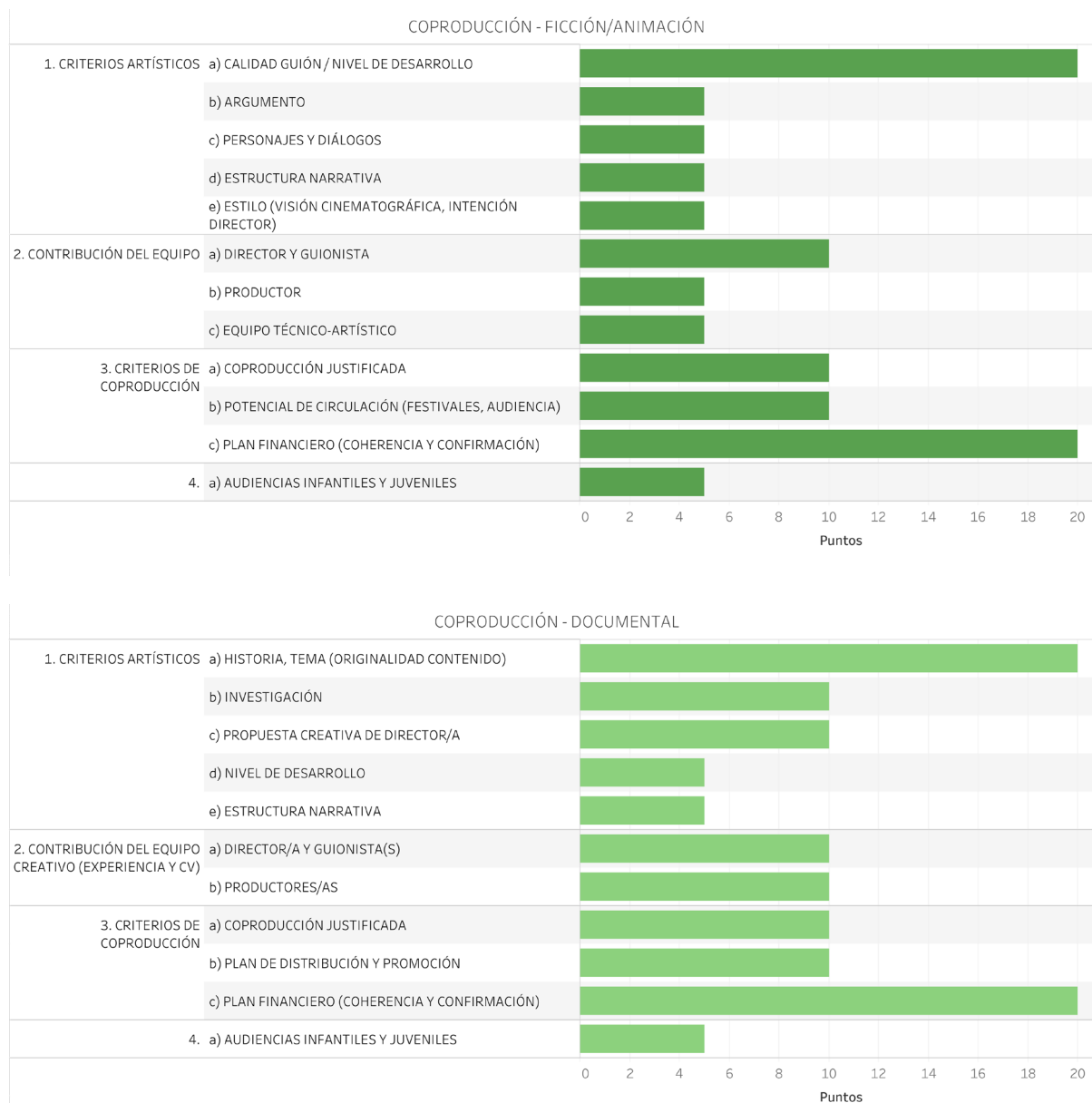




CODESARROLLO DE SERIES



COPRODUCCIÓN





Víctor Herruela

Coordinador de la Unidad Técnica de Ibermedia.

Doctor en Análisis, teoría y documentación cinematográfica por la Universidad Complutense de Madrid (España). Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la misma universidad. Inició su carrera académica en 2013 en la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid. En 2015 se incorpora al equipo de la Universidad Camilo José Cela de Madrid, institución en la que ejerce docencia en la actualidad. Ha participado como profesor invitado en foros y cursos de postgrado de diferentes centros académicos como la Escuela de Cine y Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM), el Máster Oficial de Comunicación Audiovisual para la Era Digital (UCM), las jornadas de exhibición cinematográfica digital en España (Carlos III), el Foro Digital (Fomento de San Sebastián) o el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC). Paralelamente a su carrera académica, como profesional, es montador cinematográfico y gestor cultural *freelance*.

En 2021 ingresa en el Programa IBERMEDIA donde ocupa el puesto de Coordinador de la Unidad Técnica, reportando directamente a la Secretaria Técnica y Ejecutiva del Programa IBERMEDIA, Elena Vilardell.

ARTÍCULO 7

Procesos de transformación en las preferencias
de los espectadores en la postpandemia

ARTÍCULO 7

Procesos de transformación en las preferencias de los espectadores en la postpandemia

Juan Carlos Domínguez Domingo
CRIM-UNAM

Apuntes desde su capacidad para generar y circular contenidos

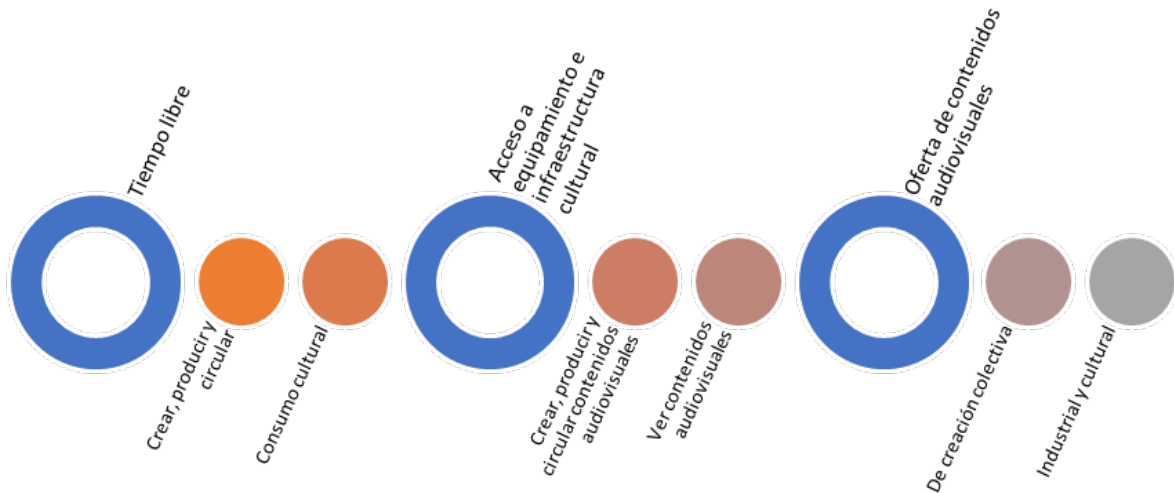
Broadcast yourself

La figura del espectador como productor de contenidos audiovisuales fue anticipada en distintos niveles y momentos por diversos teóricos, ejecutivos, funcionarios y gestores culturales desde que se advirtió que la digitalización traería consigo una nueva forma de apropiación de los ciudadanos comunes a artefactos de registro y producción de imágenes a la par de acceso a paquetes amigables de edición. Todo esto fue acompañado a lo largo de las dos primeras décadas del Siglo XXI con la aparición y desarrollo de distintas plataformas de distribución de contenidos de libre acceso como YouTube, Facebook y Tik-Tok, entre otras, que derivó junto con la facilidad de los usuarios a un mayor ancho de banda en el fenómeno inédito de que las posibilidades tecnológicas permitían que ese espectador pasivo pudiera generar contenidos audiovisuales de buena calidad. Estos contenidos conviven ahora en las plataformas digitales con las de la gran industria y la de otros escenarios de producción audiovisual de diversa escala, materializando con ello uno de los *slogans* seminales de YouTube “*broadcast yourself*”. Con todo esto como telón de fondo se debate en la academia y la industria hasta qué grado este nuevo espectador estaría transformando con sus prácticas no solamente creativas sino de consumo de entretenimiento, tanto los caminos tradicionales en las formas de distribución que perduró por décadas, como sus gustos y preferencias en relación a temas, géneros cinematográficos, formatos televisivos y tendencias de programación multiplataforma. ¿Será ese espectador-creador de contenidos capaz de trastocar el orden de los gustos de los públicos y las audiencias?

Para intentar responder esta pregunta podríamos en principio argumentar que las preferencias en el entretenimiento desde la producción cultural pueden comprenderse como procesos que se transforman bajo los supuestos de ciertas permanencias que se ven interrumpidas en algunos de los elementos que los constituyen sin que se modifique completamente los que les ha dado vigencia. Propongo que estos procesos podrían observarse en principio desde tres variables: el tiempo libre con el que cuentan las y los ciudadanos para crear y consumir obras audiovisuales; la infraestructura, equipamiento y dispositivos que posee y está a su disposición para crear y acceder a los contenidos audiovisuales, y por último, en la oferta de múltiples formas de contenidos

audiovisuales que se ofrecen en toda clase de pantallas y plataformas, tanto la que es producida por los corporativos y los caminos industriales como la que es realizada por los espectadores, la cual es determinada entre otras cosas por tendencias, viralización en redes sociales y los gustos particulares de comunidades virtuales.

Proceso de transformación de las preferencias de los nuevos espectadores



Elaboración propia

Sería pues en el eslabón de la oferta de contenidos audiovisuales en donde pudiera advertirse si el consumo de cierta clase de contenidos puede modificarse en función de lo que está siendo ofertado en todas las escalas del mercado, las políticas culturales y la creatividad de los usuarios. Es aquí también en donde se observaría si los contenidos audiovisuales estarían asimilando las transformaciones de la sociedad y los temas que se posicionan en la agenda pública, los cuales estarían representándose por cuenta propia por parte de los contenidos audiovisuales que generan los agentes externos a los medios. Viendo transversalmente estas tres variables desde la capacidad de creación de los espectadores podría analizarse en primera instancia si los usuarios crean preferencias distintas a las que predominaron hasta la popularización de las prácticas de producción por parte de los espectadores. Esto sumaría otra pregunta más: ¿La reconfiguración de las prácticas de consumo de entretenimiento digital afectará las preferencias y gustos de los espectadores?

Las nuevas formas de participación cultural de los espectadores en los escenarios actuales de la producción y circulación de contenidos digitales que entrañan una compleja relación como consumidor con diversos aspectos de la industria y el mercado, ha supuesto con el tiempo una serie de drásticos cambios en todos los eslabones de la cadena y ventanas de la industria del cine y el audiovisual. Esto supuso adaptaciones en las estrategias de distribución y exhibición que derivaron tanto en los dilemas actuales sobre hacia donde deben dirigirse las nuevas prácticas comerciales de los contenidos como en plantear las formas en las que deben garantizarse los derechos de los creadores y productores de las obras fortaleciendo el desarrollo del sector.

Durante varios años se pensó que la amenaza que representó para el cine la popularización de la televisión en los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, y más tarde el video doméstico, que al final llevó a una "sana" convivencia o coexistencia de medios y formatos, sería el mismo proceso que experimentaría la industria con la tecnología digital. La diferencia sustancial entre esos primeros procesos que la industria pudo de cierta manera guiar tecnológicamente y comercialmente con acuerdos y compensaciones entre sectores y ventanas de distribución, es que con la digitalización los usuarios no solamente tienen la capacidad de demandar su consumo por cualquier vía sino que

además estarían presionando con sus capacidades creativas a mayores innovaciones en lenguajes, temáticas y formatos a los sectores industriales.

Los espectadores-creadores en la pandemia

Es claro que los vaticinios de un espectador activo en la producción de contenidos se hicieron más evidente durante la pandemia del COVID-19. Las horas de consumo de obras audiovisuales se multiplicaron alcanzando 500 horas de video subidas cada minuto en YouTube y 1 billón de videos vistos cada hora. También se duplicó el tiempo viendo videos diariamente en dicha plataforma. A su vez, durante 2020, 930 millones de personas participaron creativamente en la producción y difusión de videos en YouTube. Esta tendencia se dio también en diversos países de la región iberoamericana, por ejemplo, el contenido subido a YouTube desde México aumentó un 130%¹. También se hicieron visibles contenidos que si bien antes de la pandemia se podrían encontrar, se popularizaron y reprodujeron en mayor medida durante el confinamiento dando respuesta a muchas de las inquietudes y búsquedas de los usuarios que al parecer tanto los corporativos mediáticos como los medios públicos tardaron en asimilar y en dar respuesta dentro de su oferta de información y entretenimiento. Fue así por ejemplo que en regiones de países iberoamericanos las visualizaciones de creadores de contenido en comunidades rurales crecieron (“Así se cocina en rancho registró 17 millones de visitas”)². Los videos con las palabras “cultivo” o “huerto” o “casa” han sido vistos más de 26 millones de veces. “los videos con la palabra principiante recibieron más de 3 mil millones de visualizaciones” (...) el promedio de visualizaciones diarias de video sobre jardinería en contenedores aumentó un 70%, lo mismo con el concepto de “reciclaje” y las palabras “hágalo usted mismo” registró 400 millones de veces”, Informe de Merketers nota, (Informe Talkshoppe con fuente de YouTube)³. Ante este contexto cabe preguntarse si estas prácticas podrán acelerar las tendencias de un nuevo consumo audiovisual sustituyendo los contenidos tradicionales por una experimentación multiplataforma.

El sector audiovisual en la pospandemia

Es claro que no podemos responder a las preguntas planteadas anteriormente sin separar las nuevas prácticas de los espectadores de las condiciones en las que se encontraba el sector del cine y el audiovisual en el mundo antes de la pandemia. En un estudio sobre los efectos de la pandemia en el sector audiovisual, el Observatorio Europeo del Audiovisual establece que antes de la pandemia existía un frágil equilibrio como ocurría en casi el resto de la región iberoamericana en la actividad audiovisual⁴. Hasta antes de la pandemia se advertía ya un cierto estancamiento en el flujo de recursos para la producción. También una clara polarización entre películas de alto presupuesto respecto a otras de bajo costo. La taquilla de los cines si bien mantenía diversas dinámicas en cada país en promedios generales en niveles similares en el último lustro, eran los estrenos de alta expectativa comercial los que concentraban la mayor parte de los ingresos. Por otro lado, si bien la publicidad televisiva se mantenía como la forma en la que los anunciantes invertían mayor cantidad de recursos, Internet se colocaba como una instancia cada vez más desafiante para las formas tradicionales de comercializar la publicidad. Lo mismo ocurría con los sistemas de televisión de paga que ya iban perdiendo suscriptores con la aparición en el mercado de múltiples plataformas, algunas de las cuales amortizaban su incursión en la transmisión de contenidos audiovisuales con la participación de otras actividades comerciales como la mensajería o la venta y renta de equipo de dispositivos móviles.

1 Informe Talkshoppe con fuente de YouTube

2 Nota Confinamiento por covid-19 impulsó consumo de videos en YouTube” (21 de junio de 2021)
<https://www.milenio.com/negocios/consumo-de-videos-en-youtube-fue-impulsado-por-covid-19>

3 El coronavirus aumentó el consumo de Youtube en Latinoamérica
<https://www.semana.com/tecnologia/articulo/el-coronavirus-aumento-el-consumo-de-youtube-en-latinoamerica/202005/>

4 Informe The European Audiovisual Industry in the time of COVID-19 (2020)

Tras la peor parte de la pandemia los cinco aspectos de donde se basa buena parte del financiamiento no hicieron sino agravarse. Claramente la disminución de los ingresos en la taquilla en principio por las restricciones y las reservas de los espectadores a las salas se preveía que no se recuperaría en los niveles prepandemia en el corto plazo. Los ingresos publicitarios cayeron un 20% porque si bien crecieron las audiencias éstos no dependen de los niveles de rating sino de las condiciones económicas generales del respectivo país. El financiamiento público si bien se mantuvo al menos en 2020, dadas las condiciones económicas globales y locales junto con la baja recaudación fiscal, hacían prever una sensible disminución en la capacidad pública de apoyar el sector cinematográfico y audiovisual. La caída de suscripciones de la televisión de paga que si bien durante 2020 pudo sostenerse, con la reestructuración del sector que consideraba una salida de la programación de contenidos de alto impacto como eventos deportivos, películas y series por su incorporación en plataformas digitales, advertían una nueva y franca caída. Es entonces que se advierte que serían las plataformas digitales las grandes ganadoras por ahora de la coyuntura pospandemia. Sin embargo, como se ha previsto también desde hace una década por parte de los estudios prospectivos de los medios, es incuestionable que el esquema de producción de contenidos en una atomización de propuestas, es decir, en muchas plataformas, no hará sino hacer incosteable la suma para contar con toda oferta de programación que se podía tener en tiempos pasados contratando una señal de televisión de paga o incluso en la televisión abierta donde la transacción no es ya económica sino intercambiando publicidad a cambio del tiempo libre, paradójicamente tal como pasa ahora con las plataformas de creación compartida como TikTok y YouTube. Como lo advirtieron los ejecutivos de las plataformas digitales a principios de esta década: su gran competidor dejó de ser el cine y sus ventanas de exhibición, ahora lo es la televisión y sus nuevas formas de consumo.

Tiempo libre, acceso a la infraestructura y oferta: los nuevos caminos desde la creación del espectador

Los cambios en las prácticas de muchos de los espectadores y los públicos no pueden observarse sin que se considere su diversidad. Una forma en la se expresa esta diversidad es a partir del uso del tiempo libre, el acceso a equipo e infraestructura y sus prácticas de producción y consumo audiovisual en donde se encuentran las más claras distinciones para distinguir si las preferencias pueden o no estarse modificando. El género, la diversidad sexual, la edad, la auto adscripción étnica y el poder adquisitivo serían tan solo algunas de estas variables que combinadas estarían definiendo estas nuevas prácticas. Pensar que los gustos pueden ser homologados y diversificados desde las estrategias comerciales y las políticas culturales es una pregunta no resuelta que ha sido planteada desde la sociología, la antropología y la gestión cultural en diversos momentos. El capital cultural de las y los ciudadanos depende de una serie de factores y circunstancias que permiten advertir como lo señala Jesús Martín Barbero que es riesgoso no distinguir entre lo popular con lo masivo⁵. Es por ello que la producción de los corporativos y las grandes cadenas de contenidos audiovisuales necesitan de la vida real de las sociedades y de las transformaciones sociales que experimentan quienes las conformamos. A veces con resistencias pudorosas como el cine y la televisión convencional y otras asimilando abiertamente problemáticas reales pero llevadas muchas veces a congeniar con marcas y tendencias de mercado como muchas de las series que ofrecen las plataformas digitales. No considerar estos aspectos sería relativizar el consumo en forma de producción de pasteles con el mismo sabor y como se sabe, aunque parezca, no es así. De eso se trataría el cambio de ese espectador que ahora se relata así mismo de otra forma desde su propia producción de contenidos audiovisuales, la cual guiaría las estrategias de medios quienes ahora lo advertirían como el factor central a la hora de pensar en la realización de contenidos audiovisuales.

En este sentido, el tiempo libre como un recurso no renovable y que sólo puede crecer hasta ciertos límites en la cotidianidad de las personas, se ha establecido como una construcción social con la que se establecen relaciones sociales y estilos de vida. El tiempo libre ha sido tradicionalmente un elemento poco considerado dentro del consumo cultural tanto por las estrategias industriales

⁵ Barbero, J.M. (1987) De los medios a la mediaciones.

como por el diseño e implementación de políticas culturales, y al parecer, un aspecto poco analizado en la pandemia frente a la multiplicación de oferta de contenidos audiovisuales, sobre todo ante una nueva normalidad que en principio establece que las dinámicas y prácticas de consumo que propició el confinamiento y las actividades escolares y laborales en el hogar estarán volviendo, sino a las prácticas de la prepandemia, sí a dinámicas en las que ese tiempo libre puede ya no ser el mismo.

Distintos estudios en la región iberoamericana han mostrado en diversos momentos que los públicos que más asisten al cine son los que tienen más recursos y más tiempo libre. En este sentido, serían los jóvenes los que dispondrían de mayor tiempo libre y los jóvenes de cierto nivel adquisitivo los que cuentan con los recursos para concretar el uso de ese tiempo en las salas de cine. Curiosamente es este sector de la población el que al parecer estarían redirigiendo con mayor dinamismo con sus prácticas -aunque no solo éste, pues la apropiación creativa y de consumo multiplataforma se extiende cada vez más a sectores de mayor edad y recursos- las estrategias del sector audiovisual, pues al parecer, ese tiempo libre está siendo dirigido ya otras actividades de creación y consumo audiovisual.

De acuerdo a las cifras de la plataforma mayormente juvenil TikTok, el crecimiento tanto en el tiempo del consumo como el de creación de videos de este sector de la población es cada vez más alto. Durante la pandemia la plataforma TikTok creció un 27% respecto a 2019. En Iberoamérica esta tendencia fue también al alza durante la pandemia, los usuarios entre 16 y 25 años alcanzaron en la región 73.2 millones (8.8 en España y 64.4 millones en Latinoamérica), conectándose en promedio 7 veces al día y destinando en total más de una hora y media diaria dentro de la plataforma, este tiempo es apenas un poco mayor que Instagram en donde pasan también más de una hora diariamente⁶. Si sumamos el tiempo que pasan los jóvenes en TikTok e Instagram respecto a las metodologías de medición de audiencia tradicional en televisión de empresas como IBOPE, estos grupos se colocarían en segmentos de alta exposición (*heavy viewers*), los cuales ven en promedio 1,516 horas de televisión al año y de media exposición (*medium viewers*), que ven 589 horas anuales.

Es claro que esta oferta está determinada también por los contenidos audiovisuales que se encuentran en plataformas como TikTok, YouTube e Instagram, mucha de ésta es realizada por influencers de gran popularidad. Los diez influencers españoles con más seguidores suman un total de 133 millones de seguidores que acumulan entre todos ellos 5 billones de likes. En Latinoamérica existen también influenciadores posicionados por país. En México la de mayores seguidores registra 52.5 millones con más de 2 billones de likes. En Colombia 9 millones de seguidores con más de 100 millones de likes. En Venezuela 12 millones de seguidores con más de 200 millones de likes. Ecuador 17.4 millones de seguidores con cerca de un millón de likes. Perú, 21.5 millones de seguidores y cerca de 700 millones de likes. Chile con 26.6 millones de seguidores y 1.6 billones de likes. Argentina, 11.9 millones de seguidores con 200 millones de likes. Paraguay 2.8 millones de seguidores con más de 47.2 millones de likes. Bolivia, 1 millón de seguidores con 25 millones de likes.

Pero no solamente podría guiarse esta forma de comunicación desde la recepción de quienes gozan de gran número de seguidores. Otros estudios que han observado la creación audiovisual de los jóvenes durante la pandemia advierten que fueron evidentes cinco clases de narraciones que motivaban a la acción colectiva y comunitaria. En estas se narraban el miedo, la responsabilidad, la molestia, la diversión y la resistencia. La mayor parte de esta producción cultural llamaba a fortalecer lazos comunitarios y motivaba a acciones colectivas por el bien común⁷.

Al ver estas cifras podríamos pensar que lo que está ocurriendo en primera instancia es que este segmento de la población junto con otras edades está sustituyendo las redes sociales y las plataformas de creación y circulación de obras audiovisuales por el tiempo que antes se destinaba

6 <https://blog.digimind.com/es/agencias/tiktok-cifras-y-estadisticas-2020#temps>

7 Mohamad, S. M. (2020). Creative Production of "COVID-19 Social Distancing" Narratives on Social Media. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie (Journal of Economic & Social Geography)*, 111(3), 347–359.

a otras formas de entretenimiento como ir al cine o ver televisión. Esto pudiera ser cierto si consideráramos que como en otros momentos, el espectador es ese ente pasivo que consume lo que se le ofrece desde las estrategias de programación de las cadenas y corporativos. Sin embargo, este espectador está creando y acercándose a contenidos que están fuera de las nociones tradicionales de la audiencia mediática. En el caso del cine y las series, sería claro también que este espectador está adquiriendo ciertas aficiones y gustos narrativos que están siendo asimilados de otra manera por las plataformas de creación compartida. Sin ser un dato generalizado cada vez más se observa en las plataformas de contenidos series cuyos capítulos suelen ser más cortos de duración que respecto a las dirigidas a un público más amplio. Las temáticas, estilos narrativos y formas de abordar los problemas generacionales están ya por encima de las convenciones que se mantuvieron por muchas de las cadenas predominantes en los distintos territorios, pues ahora parecerían responder con mayor astucia y veracidad y en los términos en los que las espectadores-creadores están demandando ser representados. Temas como la diversidad sexual, el aborto, la inclusión, la equidad de género y los problemas del medio ambiente son tratados ahora desde una relación con la realidad distinta a la forma en la que las convenciones del cine de alta expectativa comercial y la televisión ortodoxa retrataban.

Acompañado de este proceso está el acceso al equipamiento y la infraestructura. En este sentido si bien muchas regiones y países de Iberoamérica padecen grandes desigualdades sociales y económicas, lo cierto es que los teléfonos móviles, la mayor parte inteligentes (smartphone), se han expandido por casi todos los hogares. Un dato que lo representaría en el caso de México es que, si bien en años anteriores a la pandemia el artefacto mediático de mayor penetración era la televisión al estar presente en más del 94% de los hogares, en estudios de 2021 son ahora los teléfonos celulares, pues existe al menos uno en el 97% de los hogares del país⁸.

Apuntes finales

La pandemia del COVID-19, estableció con el confinamiento -desde la creación- nuevas formas de aproximación por parte de los espectadores a los contenidos audiovisuales con diversos usos sociales y propósitos, que han ido desde la búsqueda de información y compartirla, adquirir nuevos conocimientos y registrar realidades cotidianas de una manera distinta a la que suele hacerlo la producción audiovisual de alto impacto. Registrar escenarios rurales o casas de zonas populares en videos viralizados han resignificado visualmente muchas de las nociones preconcebidas y estigmatizadas por los contenidos audiovisuales predominantes de que en ciertos lugares y espacios no puede existir sino el melodrama y la tragedia.

Por su parte, los jóvenes se muestran como un sector de la población que estarían guiando con sus prácticas de producción y consumo audiovisual nuevas formas de representación y lenguajes que estarían siendo asimilados por la industria de producción de contenidos de distintas maneras. La pregunta sobre si estas prácticas estarían modificando preferencias y con ello estableciendo nuevas formas de producción de contenidos, si bien debe responderse una vez realizadas exhaustivas investigaciones cuantitativas y cualitativas en diferentes segmentos de la población y en distintos países de la región iberoamericana, podemos desde ahora advertir que la evolución de ese espectador pasivo cuyos gustos y preferencias se mantuvieron apenas cambiando inercialmente hacia donde la industria lo dirigía, en estos momentos se mueve vertiginosamente hacia lugares insospechados que harían más propicia la creación de contenidos más cercana a su expresión creativa.

8 Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2020-2021 (2022) IFETEL
<https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/01Reporte%20final%20ENCCA2020-2021vp2.pdf>



Juan Carlos Domínguez Domingo

Es investigador del Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la UNAM.

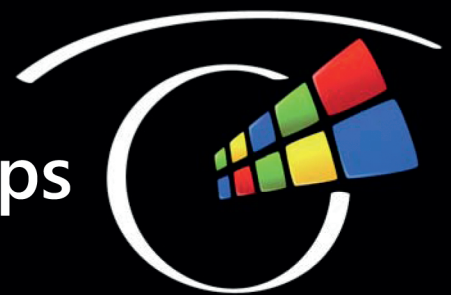
Doctor en antropología por la UNAM y maestro en Políticas Públicas por FLACSO. Es guionista egresado del CCC. Obtuvo el Premio INAH Javier Romero por su trabajo de investigación antropológica. Ha realizado investigación en cine y medios audiovisuales por más de veinte años en diversas instituciones públicas como IMCINE, SPR y el PNUD de la ONU. Fundador y coordinador de varios Anuarios Estadísticos de Cine Mexicano editados por IMCINE y coordinador de diversas investigaciones cinematográficas en editoriales nacionales y extranjeras.

Es autor de los libros *Las nuevas dimensiones del espectador: de sus preferencias en el mercado a sus derechos culturales (2017)*, y *Cine comunitario en Morelos: convergencia tecnológica y cultural en la creatividad colectiva (2021)* ambos editados por la UNAM.



**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

ARTÍCULO 8

Hacia un Film Friendly Samaná:
sinergias y esfuerzos implementados por la
Dirección General de Cine con las autoridades
provinciales y otras instituciones

ARTÍCULO 8

Hacia un Film Friendly Samaná: sinergias y esfuerzos implementados por la Dirección General de Cine con las autoridades provinciales y otras instituciones

Marianna Vargas Gurilieva
Director General Dirección General de Cine

La República Dominicana, media isla de 48,670 Km², cuenta con una ubicación estratégica en el centro del Caribe, de fácil accesibilidad, diversidad de ecosistemas, clima favorable todo el año, y una estabilidad política y económica. En el año 2010 este país se propuso crear una industria cinematográfica con aspiraciones de convertirse en receptora de grandes proyectos de factura nacional e internacional, aprobando así la Ley para el Fomento de la Actividad Cinematográfica (108-10), generando así una fuente de creación de empleos y divisas.

En su etapa incipiente, la República Dominicana sirvió de plato para filmaciones de escenas de producciones internacionales como El Padrino II, Havana, Miami Vice, The Good Shepherd, y ha tenido una producción nacional que data de 1923 con el cortometraje “La Leyenda de la Virgen de la Altagracia”.

La legislación que creó un régimen de incentivos bondadoso está diseñada de forma tal que incluye gran parte de los eslabones que forma parte de la industria cinematográfica. Es así como a 12 años de su aprobación la República Dominicana cuenta con: 1. Un *crew* dominicano profesional; 2. Infraestructura de estudios, que incluye 5 estudios de filmación, dentro de los cuales está el único tanque de agua con vista infinita en la región (pertenecientes a Pinewood Dominican Republic Studios), así como 10 estudios de post producción y animación boutique, y proveedores internacionales de servicios especializados como MBS Group y PJ Gaffers; 3. Un engranaje institucional por parte del Estado y directamente del gobierno central que apoya el ecosistema cinematográfico y los incentivos, proveyendo las garantías jurídicas necesarias a las producciones que escogen a República Dominicana como destino fílmico.

Aún con la revolución [y evolución] en la forma de distribuir y consumir contenido de los últimos años, para que sea más episódico y a demanda, exacerbándose durante el COVID-19, la ley de cine dominicana se adelantó a su época e incluyó otro tipo de contenido como series, realities y videos musicales, con el objetivo de atraer la producción extranjera. La combinación de disponibilidad de personal (*crew*), diversas locaciones desde montañas, desiertos, playas, espacios coloniales, un infraestructura con unos avanzados estudios, y un atractivo sistema de incentivos armonizado con un activo manejo del COVID-19 incluyendo la creación y adopción de estrictos protocolos para el rodaje, uso obligatorio de mascarillas, amplia disponibilidad de pruebas y un

programa de vacunación oportuno, permitió crear las condiciones perfectas para que la República Dominicana se convirtiese un destino más allá de paradisiaco, idóneo para filmar.

Es así como la producción nacional pasó a exceder el doble de lo que se había producido previo a la creación de la Ley de Cine, llegando a producir 44 películas por año en el 2019 y 2021, aun siendo este último, un año afectado por el COVID-19. Mientras que la producción extranjera alcanzó cifras record en 2021 de 14 producciones con un gasto en presupuesto extranjero que excedió los USD 200,000,000 comparado con el monto máximo pre-pandémico de USD 55,000,000.00 en el 2018. Asimismo, conforme al último estudio realizado por la firma APRICUS Consulting Group en la República Dominicana en el año 2022, la filmación genera una actividad económica que crea más de 15,000 empleos y podría crear hasta 25,000 empleos en el 2022.

Un alto número de producciones, sobre todo en el 2020 y 2021, se han visto atraídas a una misma zona: Samaná, donde las playas blancas del Atlántico combinadas con hermosas junglas, manglares y cuevas recrean los escenarios perfectos para películas como *OLD* (M. Night Shyamalan) interpretada por Gael García Bernal, *Arthur The King* interpretada por Mark Wahlberg y Simu Liu, *The Lost City* (Sandra Bullock, Channing Tatum, Brad Pitt y Daniel Radcliffe), *The Killer* (Michael Fassbender y Tilda Swinton), así como las series *Survivor*, *Isla de Tentaciones* y *El Conquistador del Fin Del Mundo*. Esta zona de fácil y seguro acceso, encontrándose a dos horas y media de la capital del país, también cuenta con más de 4,000 habitaciones de hotel, villas y apartamento de alquiler.

El repentino y exponencial incremento de la demanda en la zona, generó una oportunidad para organizar la casa, afianzar el engranaje institucional para que la maquinaria cinematográfica funcione al ritmo esperado.

Trasfondo de la DGCINE.

La DGCINE, fue instituida bajo el mismo marco jurídico que creó el esquema de incentivos para la producción cinematográfica y audiovisual, con la finalidad de promover e incentivar el desarrollo de una industria nacional del cine, administrar los incentivos fiscales creados por la Ley No. 108-10, posicionando el país como destino de locaciones para producciones extranjeras. A su vez, en el 2020 el presidente Luis Abinader impulsó la creación del Plan Presidencial Burocracia Cero, para “promover la eficiencia de la administración pública a través de marcos normativos claros, oportunos y transparentes que buscan elevar la eficiencia del Estado mediante la reducción de trabas regulatorias”.

De esta manera la Dirección General de Cine (DGCINE), sobre la base de esfuerzos de años previos en la provincia de Samaná, inició acercamientos directos con el senador de la provincia, Dr. Pedro Catrain, así como con cada uno de los alcaldes de los 3 ayuntamientos y los directores de los 3 distritos municipales que conforman la Provincia. El mensaje era el mismo: Samaná ha sido receptora de muchas filmaciones y se perfila como centro cinematográfico para el país, con un alto potencial para generación de empleos, impactando directa e indirectamente el turismo, así como las pequeñas y medianas empresas, donde se concentran más del 80% de las compras intermedias de la Industria.

Los retos inicialmente identificados se concentraban en las siguientes áreas: 1. Informalidad en los procesos de permisología; 2. Como resultado de la misma informalidad, los tiempos de respuestas poco predecibles; 3. Diferencias significativas entre municipios en las tasas o arbitrios, alcanzando montos por encima de cualquier país de la región que desincentivaban la atracción de las producciones y generaban competencia entre las mismas municipalidades; 4. Gran parte del crew utilizado por las producciones seguía siendo importado a la provincia, sobre todo desde la capital del país y 5. Alta informalidad del personal en la provincia.

La unión hace la fuerza y la necesidad de un proceso homogenizado

La Dirección General de Cine (DGCINE) inició los acercamientos y trabajos que duraron aproximadamente 7 meses con los 3 Municipios y 3 Distritos Municipales, con miras de buscar la sostenibilidad como destino fílmico en la provincia. Como resultado de estos esfuerzos, el 28 de octubre de 2021, luego de un intenso y transparente proceso de discusión, la DGCINE suscribió el acuerdo de integración y cooperación interinstitucional con las autoridades municipales de Samaná. A través de este acuerdo, se unificaron y establecieron tasas competitivas y procesos comunes para los rodajes que tienen lugar en la zona, alineándose así con el referido Plan Presidencial Burocracia Cero, propiciando a su vez la predictibilidad por parte de las producciones para un adecuado proceso de presupuesto, así como la garantía jurídica.

Asimismo, a los fines de brindar apoyo más cercano a las producciones y las Alcaldías, DGCINE estableció la primera extensión de sus oficinas fuera de la capital del país, en el municipio cabecera de la provincia de **Samaná**, demostrando el compromiso asumido con la región. La primera misión de dicha oficina es la identificación y registro en su base de datos del capital humano (crew) disponible en Samaná. Y dado que toda industria para crecer requiere de un capital humano capacitado, el referido acuerdo abarca, la formación de técnicos en las áreas de electricidad, carpintería e inglés profesional para la industria cinematográfica, en una primera etapa, con el propósito de asegurar la formación y formalización laboral del capital humano de la provincia de Samaná en las producciones.

Finalmente, se identificó que era necesario ir creando una cultura de apreciación del séptimo arte en Samaná, más allá de ser una fuente de trabajos e ingresos. Debido a que no existen salas de cine en dicha provincia, la **Cinemateca Dominicana**, dependencia de la **DGCINE**, lleva el programa **Cinemateca Sobre Ruedas** a cada uno de los municipios que componen la provincia de **Samaná**. Este programa de difusión cinematográfica tiene la finalidad de promover la cultura del séptimo arte y ofrecer una opción de sano entretenimiento. Desde la suscripción del acuerdo en octubre de 2021, se han llevado a cabo dos entregas del programa.

La educación y el Capital Humano como eje central en la creación de una industria

En paralelo a los esfuerzos con las Alcaldías y Distritos Municipales, DGCINE suscribió un acuerdo con el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) de la República Dominicana para el diseño e implementación de una oferta académica técnico profesional orientado a la demanda. En este sentido, la DGCINE se apoya en el Levantamiento Sectorial de Capital Humano que realiza desde febrero 2021, el cual arroja el estado cualitativo y cuantitativo del capital humano en República Dominicana.

El primero de dichos programas de formación a ser desarrollados para Samaná, específicamente el de inglés profesional, busca formar a nuestros técnicos con las herramientas básicas para mejorar su desempeño en las producciones extranjeras y está pautado para iniciar en el segundo trimestre del 2022, y el de carpintería para la construcción de sets pautado para iniciar en el tercer trimestre del 2022.

En paralelo a contar con un personal calificado, se identificó desde los inicios de la pandemia que un factor competitivo entre las jurisdicciones que buscan impulsar su industria cinematográfica es el manejo del COVID-19. Es así como la DGCINE coordinó junto con el programa Vacunate RD (administrado por la Vicepresidencia de la República Dominicana), jornadas de vacunación para el crew dominicano en las localidades de los rodajes, incluyendo Samaná, de modo que no afectase el plan de rodaje y facilitar al personal el acceso a las vacunas.

La protección y promoción del plató natural: las costas y áreas protegidas en el destino Samaná

El mayor atractivo con el que cuenta Samaná es su ecosistema basado en una amplia red de áreas protegidas y costas, cuya protección es gestionada por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MIMARENA). Esto hizo imperativo una labor conjunta y coordinada entre la DGCINE y el MIMARENA, para garantizar que seamos un destino competitivo que pueda atraer las producciones, pero a su vez garantizar la protección de las costas y áreas protegidas. Luego de 8 meses de trabajo, ambas entidades llegaron a un acuerdo de cooperación interinstitucional, con el objetivo de simplificar y unificar el proceso de emisión de permisos y tasas que otorga MIMARENA, a los proyectos cinematográficos y audiovisuales para filmar en áreas donde se dispone de recursos marinos, costeros y áreas protegidas conforme a los estándares internacionales.

Con este acuerdo, se creó una mesa técnica conjunta, permanente que se mantiene en constante comunicación, intercambiando informaciones, opiniones de buenas prácticas de protección al medio ambiente, requerimientos propios de las filmaciones y rodajes de producciones cinematográficas y audiovisuales, entre otros aspectos afines. Asimismo, a través del convenio se redujeron los plazos que conlleva emitir los permisos para filmar, con mayor rapidez y eficacia, así como disponer de medios idóneos para recibir solicitudes de permisos vía electrónica hacia la Ventanilla Única de MIMARENA.

Trabajo mancomunado con el sector turístico

Si bien es cierto que el engranaje institucional a nivel de Estado es muy necesario para hacer que un sistema de incentivos que busca atraer producciones funcione de forma adecuada, es igual de imperativo un involucramiento del sector privado; sobre todo de aquellos agentes que forman parte de la cadena de valor.

Un alto componente de las compras intermedias en una filmación corresponde al sector turismo. Es así como la DGCINE identificó desde el inicio la necesidad de mantener conversaciones constantes y abiertas con el sector turístico para cerrar las brechas y que las filmaciones que rueden en Samaná tengan sus expectativas satisfechas. Este sector ha sido uno de los más rápidos en identificar las demandas de la industria y reaccionar acorde a éstas. Un claro ejemplo de esto fue al inicio de la pandemia, mientras muchas jurisdicciones no contaban con las condiciones para recibir filmaciones, Samaná y sus hoteles pudieron ofrecer espacios seguros, apegados a estrictos protocolos de COVID-19, creando burbujas. Como fue en los casos del hotel Sublime Samaná, Balcones del Atlántico, así como otros más. Es así como hace unos meses el *Hotel Don Cesar*, administrado por la familia francesa Reviglio, redireccionó sus operaciones al sector cinematográfico y se convirtió en Don César Base Camp, incluyendo dentro de su oferta 150 habitaciones, 16 oficinas de producción, espacio para workshops, almacenamiento, restaurante y un servicio orientado de forma principal a las producciones.

Se espera que los esfuerzos interinstitucionales hacia la creación de un Film Friendly Zone, creen las bases para una industria de cine sostenible en el tiempo y con ello las mejoras sociales y económicas para la provincia de Samaná y sus habitantes. Estos esfuerzos tendrán resultados más allá del impacto directo y evidente, puesto que con cada producción que se rueda en Samaná y muestre sus bellezas naturales puede generar un alto potencial en el aun tímidamente estudiado "turismo cinematográfico" de la República Dominicana. De acuerdo con el Scottish Tourist Board, este tipo de turismo resulta del negocio de atraer visitantes a través de mostrar a un lugar o la historia de un lugar en una producción. El público entonces se vería atraído por visitar las locaciones de playa El Valle mostrada en *OLD*, Boca de Tiburón mostrado en *Lost City*, o las playas de Terrenas mostradas en las series de *Survivor*.



Marianna Vargas Gurilieva

Directora General de la Dirección General de Cine de la República Dominicana.

Vargas se graduó magna cum laude de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) con una licenciatura en Derecho. Luego realizó un master of laws en Derecho Corporativo, de Negocios y Marítimo, con especialidad en Transacciones de Negocios en la Erasmus University Rotterdam. Recientemente culminó la maestría en Estrategia Legal del Instituto OMG de Santo Domingo.

Se inició en el ámbito laboral en la firma de abogados Pellerano & Herrera como Paralegal, y luego formó parte de Pinewood Dominican Republic Studios, donde fungió como directora de Negocios y Asuntos Legales.

Posteriormente, formó parte de OMG como directora senior del Departamento de Negocios, hasta ser designada en febrero de 2021 como directora general de la DGCINE por el presidente Luis Abinader. Marianna colaboró en la elaboración, revisión y modificación de la Ley No. 108-10 para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana y su reglamento de aplicación, y cuenta con amplios conocimientos en derecho corporativo y comercial, con una especialidad en planificación legal y derecho del entretenimiento. Además, ha realizado varias publicaciones relativas a estos temas en medios digitales e impresos. Aparte del español, domina los idiomas inglés y ruso, y tiene amplios conocimientos de francés.



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 (2021)

- Países analizados: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, R. Dominicana, Uruguay y Venezuela.
- El número de pantallas cinematográficas en funcionamiento se sitúa en 19.743, lo que representa un 4% menos que en 2020.
- Las salas exhibieron 4.388 estrenos cinematográficos, de los que casi un 19% (832) fueron nacionales.
- Los ingresos de los cines superaron los 1.200 millones de dólares y la asistencia se situó en 307 millones de espectadores. Los estrenos nacionales acumularon 14,5 millones de espectadores.
- La actividad cinematográfica se redujo, en cuanto a la venta de entradas, en un 66,4% en 2021 y en un 82% en 2020, respecto a 2019.
- La cuota acumulada de espectadores de los estrenos del top-100 refleja el dominio estadounidense, con casi el 88,8% del total, seguido del cine europeo con el 4,7% y del cine nacional con el 4,3%.
- El número de títulos que se corresponden con los estrenos del top-100 suma 374, de los que un 36,1% son estadounidenses y un 31,3% son iberoamericanos.
- El porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos se situó en el 26,5% y, dentro de éste, el 61,3% se produjo exclusivamente entre productoras iberoamericanas.

- La cuota media acumulada de espectadores por los estrenos del top-10 en el conjunto de países analizados es del 57,7% sobre el total.
- La cuota acumulada de espectadores por las distribuidoras de los Estudios americanos supera el 90% sobre el total.
- El título dominante en los top-1 cinematográficos de Iberoamérica es *Spider-man: Sin camino a casa* (19 países).
- Los top-1 nacionales presentes en el top-10 cinematográfico de su país son ¡*A todo tren!* *Destino Asturias* en España y *La vida de los Reyes* en República Dominicana.
- La película de animación peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* fue el estreno iberoamericano con más éxito en 11 países y la producción mexicana *El exorcismo de Carmen Farías* en tres países.

Panorama cinematográfico en los países iberoamericanos (2021)

- **Argentina:** Los cines argentinos suman una asistencia de 15,7 millones de espectadores y recaudan 60,2 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 81,6% en 2020 y en un 67,7% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,3% del total de espectadores y la del cine nacional en el 1,3%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota de espectadores del 96,3% y las independientes el 3,7% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa* con 2,7 millones de espectadores y el ranking nacional por *Cato* con casi 65.000 espectadores.
- **Bolivia:** Los cines bolivianos suman una asistencia de 3,5 millones de espectadores y recaudan 17,7 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 76,8% en 2020 y en un 56% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,7% del total de espectadores, la del nacional en el 0,8% y la del cine iberoamericano en el 0,3%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota conjunta de espectadores del 85,9% y las independientes el 14,1% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con 617.766 espectadores y el ranking nacional por *The Shades*, con 21.226 espectadores.
- **Brasil:** Los cines brasileños suman una asistencia de 54,1 millones de espectadores y recaudan 176,3 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica, en cuanto a la venta de entradas, en un 77,1% en 2020 y en un 69,1% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 94,4% del total de espectadores y la del cine nacional en el 1%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 94,6% y las independientes el 5,4% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 13,3 millones de espectadores y el nacional por la película brasileña *Marighella* con 325.818 espectadores.
- **Chile:** Los cines chilenos suman una asistencia de 6,4 millones de espectadores y recaudan 31,7 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 83,9% en 2020 y en un 77,9% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,6% del total de espectadores y la del cine iberoamericano en el 0,7%. Las distribuidoras americanas, representan una cuota conjunta de espectadores del 94,4% y las independientes el 5,6% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Spiderman: sin camino a casa* con 1,6 millones de espectadores y el ranking nacional por *Mis hermanos sueñan despiertos* con 3.318 espectadores.
- **Colombia:** Los cines colombianos suman 27,8 millones de espectadores y recaudan 78,4 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de

entradas en un 82,8% en 2020 y en un 62% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90,1% del total de espectadores y la del cine nacional en el 3,1%. Las distribuidoras americanas obtienen una cuota conjunta de espectadores del 89% y las independientes el 11% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Encanto* con 3,7 millones de espectadores y *Spider-man: sin camino a casa* con 3,2 millones y el ranking nacional por *El paseo 6* con más de 391.000 espectadores.

- **Costa Rica:** Los cines costarricenses acumulan una asistencia de 3,1 millones de espectadores y recaudan 16,1 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 83,3% en 2020 y en un 61% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 91,7% del total de espectadores y la del cine nacional en un 1,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91,1% y las empresas independientes el 8,9% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con más de 544.000 espectadores y el nacional por *Mi papá es un Santa* con 28.309.

- **Ecuador:** Los cines ecuatorianos suman 7,9 millones de espectadores y recaudan 38,2 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 79,4% en 2020 y en un 60,1% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,8% del total de espectadores, la del iberoamericano en el 1,4% y la del cine nacional en el 1,1%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 85,4% y las independientes el 14,6%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 1,3 millones de espectadores y el nacional por *Misfit# eres o te haces* con 82.241 espectadores.

- **El Salvador:** Los cines salvadoreños en 2021 suman una asistencia de 1,9 millones de espectadores y recaudan 8,1 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 84,6% en 2020 y en un 53,9% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 91,5% del total de espectadores. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 89,5% y las independientes el 10,5%. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Spider-man: sin camino a casa* con 309.000 espectadores y el ranking nacional por *Hoy* con 572 espectadores.

- **España:** Los cines españoles suman una asistencia de 43,9 millones de espectadores y recaudan 315,2 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 72,9% en 2020 y en un 58,8% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 76,8% del total de espectadores y la del cine nacional en el 15,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 90,3% y las independientes el 9,7% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 3,4 millones de espectadores y el ranking nacional por *¡A todo tren! Destino Asturias* con 1,5 millones de espectadores.

- **Guatemala:** Los cines guatemaltecos suman 2,3 millones de espectadores y recaudan 11,8 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 87,5% en 2020 y en un 67,3% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 92,8% y las independientes el 7,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con más de 550.000 espectadores y el ranking nacional por *La Llorona* con 6.980.

- **Honduras:** Los cines hondureños suman 1,7 millones de espectadores y recaudan 6,4 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 84,1% en 2020 y en un 63,8% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,5% del total de espectadores y la cuota del cine nacional en el 0,4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores

del 92% y las independientes el 8%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 318.339 espectadores y el nacional por *¿Dónde está la cigüeña?* con 2.171 espectadores.

· **México:** Los cines mexicanos suman una asistencia de 116,5 millones de espectadores y recaudan 380,5 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 82% en 2020 y en un 66,6% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 89,7% del total de espectadores y la del cine nacional en el 3,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 88,9% y las independientes el 11,1%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 19,6 millones de espectadores y el ranking nacional por *El mesero* con más de un millón de espectadores.

· **Nicaragua:** Los cines nicaragüenses suman una asistencia de 755.247 espectadores y recaudan 3 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 82,3% en 2020 y en un 56,6% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 92,3% del total de espectadores y la del cine iberoamericano en el 0,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 89,8% y las independientes el 10,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 132.851 espectadores y el ranking iberoamericano por *Ainbo, la guerrera del Amazonas* con 2.642 espectadores.

· **Panamá:** Los cines panameños suman una asistencia de 2,6 millones de espectadores y recaudan 14,8 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 83,9% en 2020 y en un 62,5% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90,1% del total de espectadores. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91% y las independientes el 9%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 384.529 espectadores y el ranking nacional por *Algo azul* con 14.068 espectadores.

· **Paraguay:** Los cines paraguayos suman una asistencia de 752.909 espectadores y recaudan 3,5 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 84,9% en 2020 y en un 66% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,1% del total de espectadores y el cine nacional en un 1,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 90,9% y las independientes el 9,1%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 193.179 espectadores y el nacional por el largometraje documental *Apenas el sol* con 3.546.

· **Perú:** Los cines peruanos suman una asistencia de 7,6 millones de espectadores y recaudan 25,4 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 81,5% en 2020 y en un 85,7% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 87,7% del total de espectadores y la cuota del cine nacional en el 1,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 85,9% y las independientes el 14,1%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 2,3 millones de espectadores y el ranking nacional por *Medias hermanas* con 50.853 espectadores.

· **Portugal:** Los cines portugueses suman una asistencia de 5,4 millones de espectadores y recaudan 36,1 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 76,2% en 2020 y en un 66,9% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 77,7% del total de espectadores y la del nacional el 2,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91,3% y las independientes el 8,7%. El ranking cinematográfico está liderado por los estrenos *Spider-man: sin camino a casa* y *Sin tiempo para morir*, el primero con casi 460.000 espectadores y el segundo con más de 440.000, y el ranking nacional por *Bem bom* con 88.803 espectadores.

· **R. Dominicana:** Los cines dominicanos suman 1,5 millones de espectadores y recaudan 7,7 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 88,5% en 2020 y en un 66,6% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 83,5% del total de espectadores y la del nacional en el 10,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 85,1% y las independientes el 14,9%. El ranking cinematográfico está liderado por *Spider-man: sin camino a casa* con 182.357 espectadores y el nacional por *La vida de los Reyes* con 63.401 espectadores.

· **Uruguay:** Los cines uruguayos suman una asistencia de 0,7 millones de espectadores y recaudan 3,9 millones de dólares. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 81,1% en 2020 y en un 76,8% en 2021, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 89,5% del total de espectadores, la del cine iberoamericano en el 2,1% y la del cine nacional en el 1,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 92,8% y las independientes el 7,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por el *Spider-man: sin camino a casa*, con 134.006 espectadores y el ranking nacional por la coproducción *La teoría de los vidrios rotos* con 8.826 espectadores.

· **Venezuela:** Los cines venezolanos suman una asistencia de 2 millones de espectadores. La pandemia reduce la actividad cinematográfica en cuanto a la venta de entradas en un 86,2% en 2020 y en un 82,7% en 2021, respecto a 2019. El ranking cinematográfico está liderado por está liderado por la película estadounidense *Spiderman: sin camino a casa*, con más de 462.000 espectadores, seguida de *Venom: Habrá matanza* con 170.617 espectadores.

CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Panorama de la ficción iberoamericana en televisión y en VoD (2010-2020)

- Países analizados: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).
- La muestra de canales de televisión en 2020 suma un total de 93 (61 privados y 32 públicos).
- El tiempo dedicado por los canales de televisión a la ficción, en el periodo 2016-2020, se sitúa en un promedio del 27% del tiempo total de emisión.
- La muestra analizada abarca, en el periodo 2010-2020, un total de 5.170 títulos de obras de ficción de estreno, 344.639 capítulos y 284.805 horas de difusión.
- El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana (no nacional) representa el 46,9% en títulos, el 39,5% en capítulos y el 36,4% en horas.
- Los países que acumulan un mayor número de capítulos de ficción de estreno, en el periodo 2010-2020, son Chile (43.155), Estados Unidos (36.946) y Venezuela (34.173).
- Los países que acumulan un mayor número de horas de ficción de estreno, en el periodo 2010-2020, son Estados Unidos (37.884) y Chile (30.579).
- Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno aportaron a los canales de televisión en el periodo 2010-2020 son México (1.316 títulos, 107.660 capítulos y 93.939 horas), Brasil (871 títulos, 53.526 capítulos y 42.483 horas) y Colombia (628 títulos, 44.140 capítulos y 36.473 horas).
- La distribución de los títulos de ficción de estreno por géneros en el periodo 2010-2020 es la siguiente: Telenovela (57,4%), Series convencionales (29,5%) y Miniserie (7,3%).
- Las series que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2020 son: *Fina estampa* (Globo, 31%), *Amor de mae* (Globo, 29,8%), *Bom sucesso* (Globo, 29,1%) y *Totalmente demais* (Globo, 29,1%).
- Las series que fueron el *top-1* de audiencia en 2020 por país de emisión son: *Jesús* (Argentina), *Fina estampa* (Brasil), *Verdades ocultas* (Chile), *Pasión de gavilanes* (Colombia), *El pueblo* (España), *Te doy la vida* (Estados Unidos y México), *Los Vilchez 2* (Perú), *Nazaré* (Portugal), *Nuevo sol* (Uruguay) y *Juana la virgen* (Venezuela).
- El análisis de ficción en VOD de 2020 abarca una muestra de 500 plataformas.
- El volumen de ficción disponible en VoD en el trienio 2018-2020 suma un total de 1.400 títulos, de los que el 21,9% pertenecen a producciones nacionales y el 78,1% a series iberoamericanas.
- Por país de acceso, los que tuvieron una mayor oferta en VoD son Uruguay, España, Brasil y Argentina con más de 140 títulos cada país en el trienio 2018-2020.
- Por país de origen, España, México y Brasil son los mayores distribuidores de series a través de VOD con 447, 323 y 250 títulos, respectivamente.
- La distribución por géneros de los títulos de ficción disponibles en plataformas VoD en 2020 pone de manifiesto que el 87,6% son series, el 6,6% son miniseries y el 2,9% son telenovelas.

- La plataforma con el mayor volumen de títulos en servicio en VOD en el trienio 2018-2020 fue Netflix con 848 títulos, seguida de Amazon Prime con una oferta de 145 títulos y de Movistar con 97.
- Las series disponibles en VoD en más países en 2020 son la producción mexicana *Alguien tiene que morir* y la serie colombiana *El robo del siglo*.

Panorama de la Ficción en canales de televisión en países iberoamericanos (2020)

- **Argentina:** la ficción aportó a los canales de televisión un 14,3% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 17,5% del total de capítulos y el 14,8% del total de horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron Argentina, México y Brasil. El género más habitual fue el de las miniseries. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Telefé. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la telenovela brasileña *Jesús* (12,6%) y la producción argentina *Separadas* (9%).
- **Brasil:** la ficción aportó a los canales de televisión un 12,9% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 57,4% del total de capítulos y casi el 50% del total de horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron Brasil, México, Portugal y Estados Unidos. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Globo. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la telenovela brasileña *Fina estampa* (31%).
- **Chile:** la ficción aportó a los canales de televisión un 38,8% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 35,5% del total de capítulos y el 27,6% del total de horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron Chile, Brasil y México. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Mega. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie chilena *Verdades ocultas* (19,4%).
- **Colombia:** la ficción aportó a los canales de televisión un 32,8% del tiempo total de emisión, en 2020. La ficción nacional de estreno representó el 60,2% del total de capítulos y el 70% del total de horas de programación. Los únicos países que aportaron títulos de estreno fueron Colombia y México. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Caracol. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie colombiana *Pasión de gavilanes* (14,3%).
- **España:** la ficción aportó a los canales de televisión un 42,3% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 73,2% del total de capítulos y el 75% del total de horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron España y México. El género más habitual fue el de las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Telecinco y en La1. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series españolas *El Pueblo* (5,5%) y *Cuéntame cómo pasó* (4,6%).
- **Estados Unidos (habla hispana):** la ficción aportó a los canales de televisión un 42,2% del tiempo total de emisión, en 2020. La ficción nacional de estreno representó el 22,3% tanto del total de capítulos como de horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron México y Estados Unidos. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Univisión. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie mexicana *Te doy la vida* (7,5%).
- **México:** la ficción aportó a los canales de televisión un 12% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó más del 50% del total de capítulos y horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron México, Brasil y

Colombia. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Canal 2 (Televisa). El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie mexicana *Te doy la vida* (18,9%).

· **Perú:** la ficción aportó a los canales de televisión un 31,3% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 20% del total de capítulos y horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron Perú, México, Estados Unidos y Colombia. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en América TV. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie peruana *Los Vilchez 2* (21,4%).

· **Portugal:** la ficción aportó a los canales de televisión un 20,8% del tiempo total de emisión, en 2020. La ficción nacional de estreno representó aproximadamente el 76% del total de capítulos y horas de programación. Los únicos países que aportaron títulos de estreno fueron Portugal y Brasil. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en SIC. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie portuguesa *Nazaré* (14,6%).

· **Uruguay:** la ficción aportó a los canales de televisión un 20,4% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 13% del total de capítulos y casi el 9% del total de horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron Brasil y Argentina. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Teledoce. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie brasileña *Nuevo sol* (8,7%).

· **Venezuela:** la ficción aportó a los canales de televisión un 41,6% del tiempo total de emisión, en 2020. La ficción iberoamericana de estreno representó el 99,5% del total de capítulos y horas de programación. Los países que más títulos de estreno aportaron fueron Colombia y México. Los géneros más habituales fueron las telenovelas y las series. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Televen y Venevision. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series venezolanas *Juana La Virgen* y *Guerra de mujeres*.

Panorama de la Ficción en plataformas VoD en países iberoamericanos (2020)

· **Argentina:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron España (23), México (16), Argentina (14) y Brasil (13). La ficción nacional supuso el 20% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos argentinos con mayor disponibilidad en los países analizados fueron *El presidente* (8 países) en Prime y *Puerta 7* (7 países) y *Casi feliz* (6 países), ambos en Netflix.

· **Brasil:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron Brasil (39), España (18) y México (9). La ficción nacional supuso el 63% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos brasileños con mayor disponibilidad en los países analizados fueron *3%* (8 países), *Omnisciente* (8 países) y *Reality Z* (8 países), todos en Netflix.

· **Chile:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron México (20) y España (18). La ficción nacional supone el 6,2% de la oferta total de títulos. La serie fue el género predominante. Los títulos chilenos con mayor disponibilidad *El presidente* (8 países) y *Dignidad* (4 países), ambos en Prime.

· **Colombia:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron Colombia (7), Estados Unidos (7) y España (5). La ficción nacional supuso el 35% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más habitual, seguido del telefilm. Los títulos colombianos con mayor disponibilidad en las plataformas fueron *El robo del siglo* (10 países), *Amar y vivir* (8 países), *La venganza de Analía* (8 países), *Chichipatos* (7 países), todas ellas en Netflix.

- **España:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron España (33), México (13), Colombia (11) y Brasil (11). La ficción nacional supone el 41% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más habitual. Los títulos españoles con una mayor disponibilidad en las plataformas fueron *El Cid* (9 países) en Prime y *El desorden que dejas* (9 países), *Los favoritos de Midas* (9 países) y *Valeria* (9 países) en Netflix.
- **Estados Unidos (habla hispana):** Los países con una mayor oferta de títulos fueron España (15), México (12), Brasil (8) y Colombia (6). La ficción nacional supuso el 6,2% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos estadounidenses de habla hispana con una mayor disponibilidad en los países iberoamericanos fueron *Selena: la serie* (7 países), *Narcos: México* (7 países) y *100 días para enamorarnos* (6 países) en Netflix.
- **México:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron México (17) y España (10). La ficción nacional supuso el 47,2% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más común. Los títulos mexicanos con una mayor disponibilidad en las plataformas VoD de los países iberoamericanos analizados fueron *Alguien tiene que morir* (10 países) en Netflix; *Como sobrevivir soltero* (9 países) en Prime; *Control Z* (9 países), *La búsqueda* (9 países) y *Oscuro deseo* (9 países) en Netflix.
- **Perú:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron España (11), México (11), Colombia (6) y Brasil (5). La ficción nacional supuso el 7% de la oferta total de títulos. La serie es el género predominante. Las producciones peruanas disponibles en Perú fueron *Aislados* y *Raúl con Soledad* en Movistar y *Papá en cuarentena* en America TVGO.
- **Portugal:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron España (21) y Portugal (5). La ficción nacional supuso casi el 14% de la oferta total de títulos. La serie fue el género más habitual en la oferta de las plataformas. Las series portuguesas disponibles en Portugal fueron *Dolores* e *Instaverso* en RTP Play y *A Generala*, *Esperança* y *O Clube* en Opto.
- **Uruguay:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron España (27), México (13), Argentina (7) y Colombia (5). La ficción nacional supuso sólo el 3,4% del total de títulos. La serie fue el género predominante. Las tres series de producción propia disponibles en Uruguay fueron C+, en la plataforma de la Televisión Nacional Uruguaya, y *El último youtuber* y *Fehler 78*, en la de la Universidad Nacional 3 de febrero (UN3TV).
- **Venezuela:** Los países con una mayor oferta de títulos fueron México (11), España (8), Brasil (6) y Colombia (4). La ficción nacional supuso casi el 3% del total de títulos. El género más habitual fue el de las series. Las dos series venezolanas estrenas en Venezuela fueron *Carolay* en la plataforma de Venevision y *Almas en pena* en Prime.

CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Panorama cinematográfico mundial (2021)

- La capacidad cinematográfica exhibidora mundial superó las 215.000 pantallas.
- La actividad cinematográfica mundial registró una asistencia de más de 3.100 millones de espectadores y unos ingresos de 21.300 millones de dólares.
- La reducción de espectadores cinematográficos, con respecto a 2019, fue un 71,5% en 2020 y un 58,4% en 2021. La reducción de ingresos, con respecto a 2019, fue un 72% en 2020 y 50% en 2021.
- El único estreno que superó los 1.300 millones de dólares de ingresos en todo el mundo y registró casi 250 millones de espectadores fue: *Spider-man: sin camino a casa* (USA). Las películas chinas *La batalla en el lago Changjin* y *Hi, Mom* obtuvieron más de 900 y 800 millones de dólares de ingresos, respectivamente.
- La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido sumó 394 millones de espectadores y 3.486 millones de dólares de ingresos. Estos registros suponen una reducción, con respecto a 2019, del 60% en espectadores y del 56% en ingresos.
- Los estrenos con más éxito en Europa son *Sin tiempo para morir* (Reino Unido, USA) con 34,3 millones de espectadores y más de 300 millones de dólares de ingresos y *Spider-man: sin camino a casa* (USA) con 26,7 millones de espectadores y 235,5 millones de dólares.
- La asistencia a los cines de Iberoamérica suma 307 millones de espectadores y 1.236 millones de dólares de recaudación. Estos registros suponen una reducción, con respecto a 2019, del 67% en espectadores y del 65% en ingresos.
- El estreno cinematográfico con más éxito en Iberoamérica fue *Spider-man: sin camino a casa* con más de 51 millones de espectadores y 210,2 millones de dólares de ingresos.
- Los estrenos iberoamericanos con más éxito en Iberoamérica son las obras españolas *¡A todo tren! Destino Asturias* (1,5 millones de espectadores), *Way down* (1,2 millones de espectadores) y la producción mexicana *El mesero* (1 millón de espectadores).
- La asistencia a los cines en Estados Unidos suma casi 498 millones de espectadores y 4.680,5 millones de dólares de ingresos. Estos registros suponen una reducción, con respecto a 2019, del 60% en espectadores y del 59% en ingresos.
- Los estrenos con más éxito en Estados Unidos son *Spider-man: sin camino a casa* con 663 millones de dólares de ingresos, *Shang-Chi y la leyenda de los diez anillos* con 223,5 millones y *Venom: Habrá matanza* con 217,1 millones de dólares.
- Los estrenos iberoamericanos con más éxito en Estados Unidos son la obra mexicana *Un rescate de huevitos* (932.324 dólares), la puertorriqueña *Rita Moreno* (262.539 dólares) y las producciones mexicanas *Medios hermanos* (219.764 dólares) y *Nuevo orden* (203.051 dólares).

El cine iberoamericano en Europa (2021)

- Mercados analizados: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rusia y Turquía.
- El número total de estrenos iberoamericanos en los mercados analizados suma 113. El total de espectadores que asistieron a estos estrenos asciende a 4 millones y sus ingresos casi llegan a 29 millones de dólares.
- El número total de estrenos iberoamericanos incluidos en la muestra del top-10 de los mercados analizados suma 70. El total de espectadores que asistieron a estos estrenos asciende a 3,9 millones y sus ingresos superaron los 28 millones de dólares.
- Los países europeos que acumularon un mayor número de espectadores e ingresos de cine iberoamericano son Francia e Italia.
- El 52,7% (19 títulos) de los títulos estrenados se realizó en régimen de coproducción y, de estos, un 15,7% (3 títulos) se produjo entre países iberoamericanos exclusivamente.
- El país con más estrenos en los top-10 europeos fue España (16 estrenos), seguido de Argentina y Portugal (4 estrenos).
- Los títulos iberoamericanos con más éxito en Europa fueron *Madres paralelas* (909.548 espectadores), *Ainbo* (834.658 espectadores), *Spencer* (645.454 espectadores) y *Annette* (418.800 espectadores).
- Los estrenos presentes en el top-10 de un mayor número de países son la producción mexicana *Annette* (8 países), la peruana *Ainbo* (7 países) y la chilena *Spencer* (5 países).

El cine iberoamericano (no nacional) en Iberoamérica (2021)

- El número total de estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en los top-100 de los 19 países analizados suma 85, los cuales, se corresponden con 39 títulos, acumulan 1,7 millones de espectadores y casi 7 millones de dólares de ingresos.
- El porcentaje de coproducción se sitúa en el 36% (14 títulos), de los que el 14% se realizan entre países iberoamericanos (2 títulos).
- La distribución de los 85 estrenos refleja que España (13) y Uruguay (9) son los países con más películas en el top-100.
- Los países que suman más espectadores a estrenos iberoamericanos no nacionales son México (423.502 espectadores), España (252.878 espectadores), Brasil (210.044 espectadores) y Portugal (198.331 espectadores).
- La distribución de los títulos por países de origen refleja que España (11 títulos), México (10 títulos) y Argentina (6 títulos) son los que más títulos situaron en los top-100.
- Los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en más mercados fueron la producción peruana *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (16 países), la española *Way down* (12 países) y la producción mexicana *El exorcismo de Carmen Farias* (9 países).
- La película con más éxito en los mercados iberoamericanos fue *Ainbo, la guerrera del Amazonas* (Perú) con casi 600.000 espectadores, *Way down* (España) con más de 283.000, *El olvido que seremos* (Colombia) con 136.611 espectadores y *D'Artacan y los tres Mosqueperros* (España) con casi 123.000.

El cine iberoamericano en USA (2020 y 2021)

- El número de estrenos iberoamericanos en USA en los dos años de pandemia (2020 y 2021) suma un total de 21. Los espectadores acumulados superan los 876.000 y los ingresos ascienden a 8 millones de dólares.
- El porcentaje de coproducción se sitúa en el 92% (13 títulos), de los que solo un título se realizó entre países iberoamericanos.
- La distribución de los 21 estrenos refleja que México (7) y España (5) son los países con más películas en esta muestra.
- Los estrenos iberoamericanos exhibidos en Estados Unidos con más éxito en este periodo fueron las producciones mexicanas *Loco por ti* (345.324 espectadores), *Medios hermanos* (231.505 espectadores) y *Un rescate de huevitos* (99.183 espectadores) y la película española *Dolor y gloria* (76.208 espectadores).

CAPÍTULO 4. 40 AÑOS DE CINE EN ESPAÑA: 1980-2019

- Los decenios incluidos en el estudio son los siguientes: 1980-1989, 1990-1999, 2000-2009 y 2010-2019.
- Los datos promedio por año son los siguientes: 3.300 salas de cine con actividad, 2.382 estrenos y 111 millones de entradas.
- Los datos acumulados de los 40 años son los siguientes: 95.269 estrenos, 4.448,1 millones de entradas vendidas y casi 17.000 millones de euros de ingresos.
- La distribución de la cuota de espectadores por el origen de los estrenos en los 40 años es la siguiente: 64,1% cine USA, 15,6% cine español, 8,6% cine británico, 3,1% cine francés, 2,6% cine italiano, 1,3% cine alemán y 4,7% cine del resto de países.
- Las Comunidades Autónomas que acumulan casi el 70% de la cuota de espectadores en los 40 años analizados son: Comunidad de Madrid, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y País Vasco.
- Los estrenos con más éxito en cada década son: *Titanic* (11,2 millones de espectadores) en la década de los 90; *Avatar* (9,5 millones de espectadores) en la década de los dos mil; *8 apellidos vascos* (9,5 millones de espectadores) en la década de los dos mil diez y *E.T. El extraterrestre* (8,1 millones de espectadores) en la década de los 80.
- Las películas españolas con más éxito en los 40 años analizados son los siguientes: *8 apellidos vascos* (9,5 millones de espectadores), *Los Otros* (6,4 millones espectadores), *Lo imposible* (6,1 millones de espectadores), *8 apellidos catalanes* (5,6 millones de espectadores) y *Torrente 2* (5,3 millones de espectadores).
- Los directores españoles con más estrenos en el top-50 histórico son: Santiago Segura (6 estrenos y 18,8 millones de espectadores); Alejandro Amenábar (5 estrenos y 17,6 millones de espectadores); Pedro Almodóvar (4 estrenos y 10 millones de espectadores acumulados); Emilio Martínez-Lázaro (3 estrenos y 18 millones de espectadores) y J.A. Bayona (3 estrenos y 15,1 millones de espectadores).
- Las películas españolas con más éxito en la década de los 80 son: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (3,3 millones de espectadores), *El crimen de Cuenca* (2,6 millones de espectadores) y *Los Santos Inocentes* (2 millones de espectadores).
- Las películas españolas con más éxito en la década de los 90 son: *Torrente* (3 millones de espectadores), *Todo sobre mi madre* (2,5 millones de espectadores) y *La niña de tus ojos* (2,4 millones de espectadores).
- Las películas españolas con más éxito en la década de los dos mil son: *Los Otros* (6,4 millones de espectadores), *Torrente 2* (5,3 millones de espectadores) y *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* (4,9 millones de espectadores).
- Las películas españolas con más éxito en la década de los dos mil diez son: *8 apellidos vascos* (9,5 millones de espectadores), *Lo imposible* (6,1 millones de espectadores) y *8 apellidos catalanes* (5,6 millones de espectadores).

CAPÍTULO 5. PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2021

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2021

- El Programa IBERMEDIA ha gestionado 30 convocatorias de apoyo financiero desde 1998. Estas convocatorias han otorgado 1.049 ayudas a la coproducción de largometrajes iberoamericanos (770 obras estrenadas); 1.118 ayudas al desarrollo de proyectos audiovisuales; 32 ayudas al desarrollo de series; ayudas a la promoción y distribución de 283 películas y a la exhibición de 298, otorgándose más de 3.150 becas de formación a profesionales del sector.
- Los países que se han adherido al Programa IBERMEDIA desde su creación, son: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. A partir de 2022, se incorporará Honduras.
- La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, desde su creación en 1998, por parte los 22 países miembros asciende a 118,45 millones de dólares.
- La estructura del Fondo-2021 es la siguiente:

<i>Estructura del Fondo Ibermedia. Año 2021</i>		
Categoría	Importe (\$)	%
Formación	624.643	11,4
Codesarrollo Largometrajes	467.711	8,5
Codesarrollo de Series	286.595	5,2
Coproducción	4.012.586	73,2
Distribución	87.436	1,6
Total	5.478.971	100,0

- **Argentina:** El importe aportado suma 500.000 dólares y el otorgado 517.244 dólares. Los proyectos seleccionados son 8. Los proyectos coproducidos suman 15 (7 mayoritarios). Los países coproductores son: Bolivia (1), Chile (2), Colombia (1), España (1), Italia (1), México (1), Paraguay (1), Perú (1), R. Dominicana (1) y Uruguay (5).
- **Bolivia:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 168.725 dólares. Los proyectos seleccionados son 4. Los proyectos coproducidos suman 2 (uno mayoritario). Los países coproductores son: Argentina (1) y Uruguay (1).
- **Brasil:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el otorgado 202.450 dólares. Los proyectos seleccionados son 4. Los proyectos coproducidos suman 4 (uno mayoritario). Los países coproductores son: Chile (1) e Italia (3).
- **Chile:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el otorgado 373.040 dólares. Los proyectos seleccionados son 6. Los proyectos coproducidos suman 9 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Brasil (1), Colombia (1), Ecuador (1), Italia (1), Perú (1), Puerto Rico (1) y Uruguay (1).
- **Colombia:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el otorgado 371.510 dólares. Los proyectos seleccionados son 8. Los proyectos coproducidos suman 8 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Chile (1), México (3), Panamá (1), Perú (1) y Uruguay (1).

- **Costa Rica:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 233.173 dólares. Los proyectos seleccionados son 5. Los proyectos coproducidos suman 4 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: El Salvador (2) y España (2).
- **Ecuador:** El importe aportado suma 160.000 dólares y el otorgado 335.823 dólares. Los proyectos seleccionados son 6. Los proyectos coproducidos suman 5 (4 mayoritarios). Los países coproductores son: Chile (1), España (1), México (1), Perú (1) y Uruguay (1).
- **El Salvador:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el otorgado 103.089 dólares. Los proyectos seleccionados son 5. Los proyectos coproducidos suman 2 (uno mayoritario). El país coproductor es Costa Rica (2).
- **España:** El importe aportado suma 1.199.363 dólares y el otorgado 561.643 dólares. Los proyectos seleccionados son 14. Los proyectos coproducidos suman 13 (5 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Costa Rica (2), Ecuador (1), México (2), Perú (2), Portugal (3) y R. Dominicana (1).
- **Guatemala:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 200.000 dólares. Los proyectos seleccionados son 2. Los proyectos coproducidos suman 2 (ambos mayoritarios). El país coproductor es México (2).
- **Italia:** El importe aportado suma 660.000 dólares y el otorgado 381.649 dólares. Los proyectos seleccionados son 8. Los proyectos coproducidos suman 6 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Brasil (3), Chile (1) y R. Dominicana (1).
- **México:** El importe aportado suma 250.000 dólares y el otorgado 317.300 dólares. Los proyectos seleccionados son 8. Los proyectos coproducidos suman 8 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Colombia (3), Ecuador (1), Guatemala (2) y Perú (1).
- **Panamá:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el otorgado 190.000 dólares. Los proyectos seleccionados son 5. Los proyectos coproducidos suman 2 (ambos mayoritarios). Los países coproductores son Colombia (1) y España (1).
- **Paraguay:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el otorgado 115.000 dólares. Los proyectos seleccionados son 3. Los proyectos coproducidos suman 2 (ambos mayoritarios). Los países coproductores son Argentina (1) y Uruguay (1).
- **Perú:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el otorgado 301.548 dólares. Los proyectos seleccionados son 5. Los proyectos coproducidos suman 7 (5 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Chile (1), Colombia (1), Ecuador (1), España (2) y México (1).
- **Portugal:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el otorgado 316.853 dólares. Los proyectos seleccionados son 7. Los proyectos coproducidos suman 4 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: España (3) y Uruguay (1).
- **Puerto Rico:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 110.000 dólares. Los proyectos seleccionados son dos y solo se le otorgó un proyecto de coproducción con Chile.
- **R. Dominicana:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el otorgado 243.204 dólares. Los proyectos seleccionados son 4. Los proyectos coproducidos suman 3 (todos mayoritarios). Los países coproductores son Argentina (1), España (1) e Italia (1).
- **Uruguay:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el otorgado 261.720 dólares. Los proyectos seleccionados son 8. Los proyectos coproducidos suman 9 (4 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (4), Bolivia (1), Chile (1), Colombia (1), Ecuador (1) y Paraguay (1).



FIPCA

FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE PRODUCTORES
CINEMATOGRAFICOS Y AUDIOVISUALES

Somos cultura. Somos Industria.
Somos el Cine y el Audiovisual Iberoamericano.
Somos las historias que contamos.

www.fipca.org

ARTÍCULO 9

El éxito de una producción entre Perú y España
con la SGR: "Un mundo para Julius"

ARTÍCULO 9

El éxito de una producción entre Perú y España con la SGR: "Un mundo para Julius"

Rossana Díaz Costa

Guionista, directora y productora ejecutiva de Un Mundo para Julius

El proyecto de película *Un mundo para Julius*, coproducción tripartita entre Perú, España y Argentina, empezó su camino en el año 2015, cuando terminé la primera versión de guion y pedí los derechos de la novela a la Agencia Literaria Carmen Balcells, en Barcelona. Es importante contar que los derechos de la novela ya habían sido cedidos varias veces desde los años 70, pero el proyecto de adaptación de la gran novela de Alfredo Bryce Echenique se quedó en todos esos casos en el camino, no se llegó a concretar la película, ni siquiera se llegó a terminar de escribir el guion. Por ello, siempre tuve el temor de que este fuera un proyecto imposible.

Pero, afortunadamente, desde el inicio del proyecto, hubo una buena aura en torno al desarrollo del mismo. La agencia literaria lo primero que me dijo fue que ellos no iban a ceder nuevamente los derechos de la novela si es que no había al menos un tratamiento o una primera versión de guion, ya que Alfredo Bryce estaba ya muy mayor y no querían ilusionarlo nuevamente con un proyecto de película que finalmente se quedara solo en proyecto. Yo había escrito en el verano de 2015 una primera versión de guion y fue con ella que pedí los derechos. En la agencia agradecieron que al menos había algo ya avanzado.

Una vez que conseguí estos derechos empezó el siempre difícil y tortuoso camino de buscar el financiamiento de la película. Este era un proyecto caro y difícil, una película de época, con carros, casas y ropa de los años 50 en las clases altas de Lima. En el Perú, con la incipiente industria de cine que tenemos, un proyecto de este tipo se veía como algo lejano e imposible. Supe desde un primer momento que si no conseguía una coproducción con otros países sería imposible levantar el financiamiento del proyecto. Yo tenía solo la experiencia de haber escrito, dirigido y producido mi ópera prima, *Viaje a Tombuctú*, una película que se desarrollaba en los años 80, pero que era un proyecto mucho más humilde a nivel de producción. Los protagonistas eran chicos y chicas de una clase media empobrecida de la Lima de aquellos años, no se necesitaba mostrar lujo ni gastar tanto en el área de arte y vestuario.

El primer apoyo que recibí fue el del mismo autor de la novela. Alfredo Bryce Echenique había visto *Viaje a Tombuctú* y le había gustado mucho. También había leído algunos de mis cuentos (tengo una vida literaria además de la vida cinematográfica). Pensó que podía ser la cineasta indicada para dirigir *Un mundo para Julius*. Me ayudó a llegar al acuerdo final con la Agencia Literaria y consiguió

muy amablemente que rebajen el precio casi imposible de los derechos de la novela. Recordemos que esta es una de las novelas más importantes del boom latinoamericano.

El segundo apoyo llegó del futuro distribuidor de la película en el Perú, que hasta ese día que me llamó no sabía que su primera carrera había sido Literatura, mucho antes de convertirse en distribuidor de cine. Su tesis en esa primera etapa de su vida como estudiante había sido acerca de Alfredo Bryce Echenique y la novela *Un mundo para Julius*. Leyó el guion y me dijo que tenía todo su apoyo. Gracias a él empezó oficialmente el proyecto de la película ya que fue él quien pagó los derechos de la novela.

El paso siguiente era conseguir una coproducción en paralelo a buscar auspicios en el Perú y también el premio del Ministerio de Cultura (DAFO). Fue inmediatamente después que conseguí una coproducción con Argentina, con Machaco Films, quienes rápidamente pidieron el subsidio del INCAA. Ellos habían sido mis coproductores de mi primera película y tenía una buena relación con ellos desde hacía años. No mucho tiempo después, me dieron la noticia de que el INCAA había dado el subsidio. Este fue el primer apoyo económico para el proyecto. El estado argentino apostó por la película antes que el Perú.

A través de mi coproductor argentino fue que conocí a mis coproductores españoles de Visiona TV, que casualmente estaban buscando proyectos basados en obras literarias importantes. *Un mundo para Julius* es un libro muy conocido en España, su autor ha vivido muchos años allá y casi todos sus libros los había publicado en suelo español. Visiona TV trabaja de la mano de Televisión Española (RTVE), y el proyecto llegó a las manos de estos últimos y fue muy poco tiempo después que aprobaron el proyecto. La persona que recibió el guion había leído la novela y se interesó de inmediato por el proyecto. Fue entonces que empezó oficialmente la coproducción con España. El acuerdo fue que nosotros hiciéramos un largometraje para ser estrenado en cines pero a RTVE teníamos que entregarle una película para ser estrenada en la televisión.

Este fue el momento en el que entró a participar la SGR (CREA), que es la entidad que garantiza ante una entidad financiera un proyecto de coproducción audiovisual en el que participe un productor español. Los recursos que puso Visiona TV en el proyecto fueron garantizados por la SGR y gracias a ello es que Visiona TV pudo dar los fondos necesarios que se necesitaban para empezar la pre-producción y rodaje de la película. Esta inyección de dinero fue vital para poder hacer realidad esta película, ya que hasta ese momento no habíamos podido conseguir ningún auspicio en el Perú (las empresas privadas solo dan su apoyo a comedias muy taquilleras) y tampoco habíamos podido ganar el premio del Ministerio de Cultura del Perú y el proyecto había sido siempre el eterno finalista (la ayuda del Ministerio de Cultura recién llegó para la post producción, cuando vieron la película ya editada. Un poco tarde, pero llegó).

Gracias a los recursos que llegaron de España es que no solo se pudo echar a andar el rodaje, sino también se pudo articular la composición de la banda sonora original, entre otros gastos. Cuando llegó la pandemia, la post producción se tuvo que hacer de manera remota y todos los procesos de aletargaron, pero finalmente la película se pudo terminar a mitad del año 2021, esperando que abrieran los cines en el Perú.

Los cines finalmente abrieron a finales de 2021 y la película se pudo estrenar en noviembre a nivel nacional, en más de 50 salas, con aforo limitado y el miedo de la gente de ir al cine. Pero, sorpresivamente y para alegría de todo el equipo, la película estuvo siete semanas en cartelera, conviviendo con blockbusters como *Spider Man* o *Matrix*.

La película también ha sido estrenada en Argentina, en festivales en Estados Unidos, en Inglaterra y esta semana acaba de ser estrenada en Francia. La próxima parada es Alemania.

Este proyecto, tan peruano, pero al mismo tiempo tan universal, no se hubiera podido llevar a cabo sin la coproducción entre tres países iberoamericanos y sin la intervención de la SGR. Ahora que lo ven personas de tantas partes del mundo, puedo decir que *Un mundo para Julius* tiene una

lectura en cada país, porque la desigualdad, la discriminación, el racismo, la violencia de género, son todos temas que no solo marcan al Perú, sino a muchos países del mundo. Escuchando a las personas que asisten a los conversatorios posteriores a varias presentaciones, me queda cada vez más clara la necesidad de hacer películas que puedan abrir un diálogo, una reflexión que traspase fronteras. El cine no cambia el mundo, pero puede generar ideas y nuevas formas de pensar en quienes lo consumen y es desde nuestros pequeños mundos que podemos revolucionar las sociedades y hacer de este un mundo mejor, más justo y digno.



Rossana Díaz Costa

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.

NOTA METODOLÓGICA

NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2022* editado por **EGEDA** sobre la producción audiovisual iberoamericana agrupa de forma sistemática los datos de la actividad y presta especial atención a los retos y potencial de la *industria iberoamericana*, la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional de sus obras, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la actividad profesional del sector y el reconocimiento artístico de las obras audiovisuales.

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 del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* está vertebrado en tres territorios:

Iberoamérica (centro y sur de América)
Europa (España y Portugal)
Norteamérica (Estados Unidos)

El alcance del estudio depende de la información disponible por **EGEDA** a través de los siguientes medios: datos de proveedores independientes, informes estadísticos e históricos publicados por los organismos oficiales, estudios o artículos de profesionales del sector audiovisual e informaciones de los medios de comunicación especializados en sus portales *web* específicos.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2022* está estructurado en seis capítulos:

- 1) Producción cinematográfica en Iberoamérica.
- 2) Ficción televisiva en Iberoamérica.
- 3) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras.

- 4) 40 años de cine en España: 1980-2019
- 5) Programa **IBERMEDIA**. Convocatoria 2021.
- 6) Resumen y conclusiones.
- 7) Artículos desarrollados por profesionales del sector.

El capítulo 1 sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica abarca un total de 20 países y se configura a partir de los datos del proveedor especializado **COMSCORE** de los top-100 de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal y Uruguay. Los datos de República Dominicana están aportados por sus organismos oficiales y los datos de Venezuela se recaban de las asociaciones profesionales.

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, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana).

El capítulo 3 sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras ofrece una breve visión del panorama cinematográfico mundial, la exhibición de cine iberoamericano en mercados europeos e iberoamericanos y en Estados Unidos, con los datos aportados por el proveedor **COMSCORE** y el anuario publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual **FOCUS**.

El capítulo 4, hace una retrospectiva sobre la exhibición cinematográfica en España durante el periodo 1980-2019, ofreciendo una evolución de los cambios que han sufrido los recintos cinematográficos en cuanto a estructura y tecnología, la cantidad de espectadores y coste de las entradas a lo largo de estos años, y los estrenos con más éxito en este periodo. Los estudios de referencia sobre los que se ha configurado este capítulo son el Anuario de Cine del **ICAA** y el anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales de la **SGAE**.

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 2021.

El capítulo 6 contiene un resumen de los principales datos y conclusiones de los anteriores cinco capítulos, desarrollados en el *Panorama Audiovisual 2022*.

El contenido del *Panorama Audiovisual* se completa con **nueve Artículos** realizados por profesionales de reconocido prestigio dentro del sector y se intercalan entre los diferentes capítulos. La temática es variada y tratan temas de actualidad o de interés para el lector.

La metodología del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2022* depende en gran parte de la disponibilidad de los datos sectoriales al alcance de los autores que participan en su edición.

La organización general de la información es la siguiente:

Capítulo 1: La secuencia de la configuración de datos y el análisis 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 estadounidenses y coproducciones con países del resto del mundo, excepto con países iberoamericanos.
- **Nacional:** producciones del país iberoamericano analizado y coproducciones con países del resto del mundo.
- **Iberoamérica:** producciones de países iberoamericanos (no nacionales) y coproducciones de países iberoamericanos (no nacionales) con países del resto del mundo.
- **Europa:** producciones europeas y coproducciones con países del resto del mundo, excepto con países iberoamericanos o Estados Unidos.
- **Resto países:** producciones o coproducciones de países del resto del mundo no 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 generar 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 seguido para analizar la difusión de la Ficción en los canales de televisión en abierto, tanto en la introducción global 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 subgéneros de ficción.
- Ranking de audiencia de la Ficción.

El esquema seguido para analizar la difusión de la Ficción en las plataformas VOD, tanto en la introducción global como en el análisis de los países, es el siguiente:

- Distribución de la Ficción por territorios de origen.
- Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros de ficción.
- Distribución de la Ficción por plataformas.
- Títulos con mayor disponibilidad.

Los datos del anuario de **OBITEL** a lo largo de los últimos años 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:

- Panorama cinematográfico mundial y ranking de estrenos.
- El cine iberoamericano en Europa: Panorama, ranking de estrenos y análisis de determinados mercados.
- El cine iberoamericano (no nacional) en Iberoamérica: Panorama, ranking de estrenos y análisis en determinados mercados.
- El cine iberoamericano en Estados Unidos: Panorama, ranking de estrenos y ranking de estrenos iberoamericanos.

Capítulo 4: El orden genérico de la presentación de la información es la siguiente:

- Datos por décadas del número de pantallas, estrenos, espectadores e ingresos.
- Distribución de los estrenos por su origen y Comunidad Autónoma.
- Datos de los estrenos con más éxito en todo el periodo y por décadas.
- Ficha descriptiva de los estrenos españoles con más éxito por década.

Capítulo 5: El orden de presentación de la información **IBERMEDIA** es la siguiente:

- Histórico de los datos por años y países desde la creación del Programa.
- Datos globales de la convocatoria 2021.
- Datos por países participantes en la convocatoria 2021.

Artículos: El contenido, la realización y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2022* es responsabilidad exclusiva de sus autores. En la cabecera del artículo figura la reseña del autor y al final se expone una reseña profesional de cada articulista.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* pretende hacer un análisis audiovisual genérico dirigido a toda la comunidad sectorial. El gran volumen de datos empleados por todos los autores intervinientes ofrece la posibilidad de hacer estudios alternativos por parte de otros especialistas del sector audiovisual.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO 1

Introducción

Base de datos Erato. EGEDA.
Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2021.
Focus 2022. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
Fondo Monetario Internacional (FMI).
Banco Central Europeo (BCE).

Argentina

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2021.
Boletín Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA.
Focus 2022. OBS.
<https://es.investing.com/>

Bolivia

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2020.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
www.bolivia.com

Brasil

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2021.
Mercado Cinematográfico Informe Anual 2021. ANCINE.
Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE).
<https://es.investing.com/>

Chile

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA).
Informe anual Cámara de Exhibidores Multicine (CAEM).
Análisis del cine en Chile 2020. Ministerio de las Culturas, Artes y el Patrimonio.
<https://es.investing.com/>

Colombia

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
Cine en Cifras Ed.22. Proimágenes Colombia.
<https://es.investing.com/>

Costa Rica

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística (INEC).
Focus 2022. OBS.
www.horariodecine.com

Ecuador

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).
Instituto de Cine y de Creación Audiovisual.
Focus 2022. OBS.

El Salvador

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).
www.fandango.com

España

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
Anuario de cine. ICAA. Ministerio de Cultura.
Censo de salas de cine. AIMC.

Guatemala

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021
Instituto Nacional de Estadística (INEG)
www.fandango.com

México

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
Resultados Definitivos 2021. CANACINE.

Nicaragua

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE).
www.cartelerascine.com

Panamá

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).
www.cartelerascine.com
www.fandango.com

Paraguay

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC).
www.fandango.com

Perú

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
Focus 2022. OBS.

Portugal

Base de datos Erato. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2021.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
Anuario Estadístico 2021. ICA. Ministerio de Cultura.

R. Dominicana

Base de datos Erato. EGEDA.
Datos Cine 2021. SIRECINE. DGCINE.
Oficina Nacional de Estadística (ONE).
<https://es.investing.com/>

Uruguay

Base de datos Erato. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2021.
 Instituto Nacional de Estadística (INE).
 Instituto Nacional del Cine y el Audiovisual Uruguayo (ICAU).
www.cartelera.com.uy

Venezuela

Datos de la Asociación de la Industria de Cine (ASOINCI).
 Datos de la Asociación de Exhibidores de Películas (AVEP).
 Instituto Nacional de Estadística (INE).
Salas de cine venezolanas sumaron dos millones de espectadores en 2021. Humberto Sánchez Amaya.
www.cronica.uno
¿Cuáles fueron las películas más vistas en Venezuela en 2021? www.elnacional.com
El cine venezolano sí se arregló en el 2021. Sergio Monsalve. www.observadorlatino.com
 Focus 2022. OBS

CAPÍTULO 2

Base de datos Erato. EGEDA.
 Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.
 Ficción Televisiva Iberoamericana en Tiempos de Pandemia. OBITEL 2021.

CAPÍTULO 3

Base de datos Erato. EGEDA.
 Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.
 Base de datos COMSCORE 2021.
 THEME report 2021. *Motion Pictures Association* (MPAA).
 FOCUS 2021. OBS.

CAPÍTULO 4

Base de datos Erato. EGEDA.
 Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.
 Base de datos COMSCORE 2010-2019.
 Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. SGAE.
 Anuario de Cine. ICAA. Ministerio de Cultura y Deporte.
 Asistencia a los estadios T. 2018/2019. www.laliga.com

CAPÍTULO 5

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2021.





EUROPA CREATIVA MEDIA

TRIANGLE OF SADNESS
Palma de Oro
Festival de Cannes 2022
Apoyo de distribución



Oficina MEDIA España

Ofrecemos información, orientación y asistencia técnica sobre Europa Creativa MEDIA.

La sección CONTENT de MEDIA está destinada a desarrollo de ficciones, animaciones y documentales creativos (en todos sus formatos: largometrajes, series y mini-series), VR y videojuegos narrativos, así como a producción de obras de ficción para televisión y plataformas.

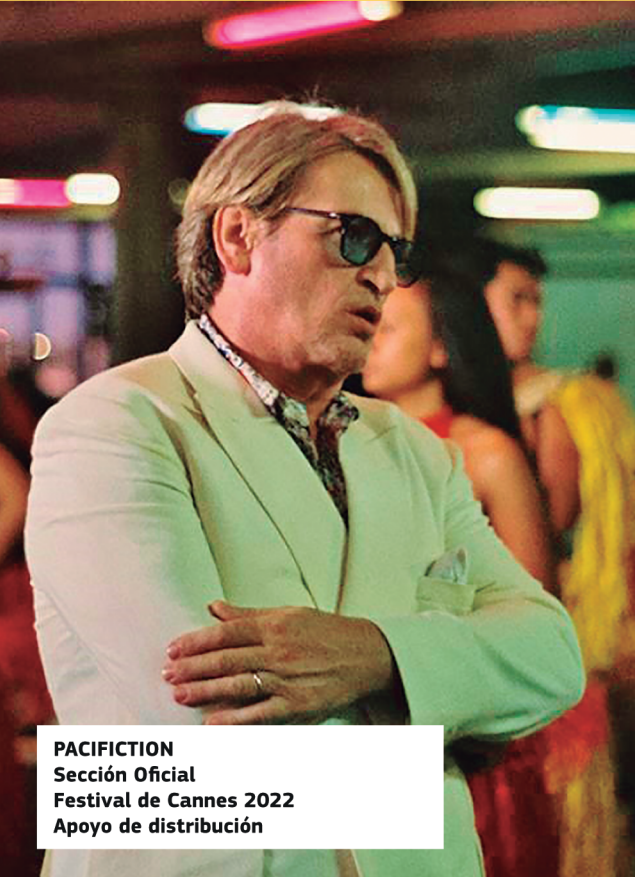
La sección BUSINESS de MEDIA está destinada a formación y networking, a herramientas y modelos de negocio innovadores o a la distribución europea y

las ventas internacionales de películas europeas.

La sección AUDIENCE de MEDIA está destinada a salas de cine, festivales, plataformas y operadores de VoD, desarrollo de audiencias o educación cinematográfica.

Más información:

www.oficinamediaespana.eu



PACIFUNCTION
Sección Oficial
Festival de Cannes 2022
Apoyo de distribución

Europa Creativa MEDIA apoya el desarrollo, la distribución y la promoción de contenido europeo.



McCURRY: LA BÚSQUEDA DEL COLOR
Documentales Festival de Málaga 2022
Apoyo de European Slate Development

Gracias a nuestros patrones:

