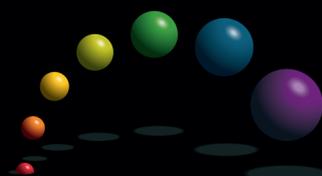


Panorama
Audiovisual
Iberoamericano
2018



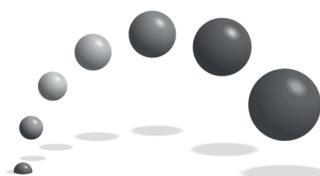
egeda

 FIPCA



PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2018

Panorama
Audiovisual
Iberoamericano
2018



egeda

 FIPCA

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2018* 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:

Abaroa, Gabriel (Presidente y CEO de la Academia Latina de la Grabación - USA)
Arena, Constanza (Directora Ejecutiva de CinemaChile)
De la Parra Trujillo, Eduardo (Abogado - México)
Fernández Meneses, Jara (Coordinadora de Programación de Cineteca - España)
Fraga, Bárbara (Senna Abogados – Brasil)
Luzuriaga, Camilo (Cineasta, director de la escuela de cine INCINE y presidente de Egeda Ecuador)
Martins Kellner, Alexander Leonard (Senna Abogados – Brasil)
Petrozzi, Francesco (Congresista de la República y Vicepresidente de la Comisión de Cultura del Congreso de la República del Perú)
Rodriguez, Roberta (Senna Abogados – Brasil)
Vilar, Tabata (Directora General de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica - México)

Igualmente agradecer a todos aquellos que han colaborado desinteresadamente con la aportación de sus comentarios, información, documentación, etc. (por orden alfabético):

Barlovento Comunicación (www.barloventocomunicacion.es)
Cineteca (www.cinetecamadrid.com)
ComScore (www.comscore.com)
Fipca (www.fipca.com)

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

@ EGEDA 2018. Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales
C/ Luis Buñuel, 2 – 3º (Edificio Egeda)
Pozuelo de Alarcón, 28223 Madrid
www.egeda.com

Nº de depósito legal: M-26558-2014.



<i>INTRODUCCIÓN. Premios, premios y más premios</i>	11
<i>ARTICULO 1 - Cineteca: de Madrid al cine</i>	21
<i>ARTICULO 2 - México: El must offer y el must carry en el contexto de los derechos de retransmisión de los productores audiovisuales</i>	29
<i>CAPITULO I. Producción cinematográfica en Iberoamérica</i>	41
· Panorama cinematográfico en Iberoamérica	43
· Panorama cinematográfico en los países Iberoamericanos	52
<i>ARTICULO 3 - La obra audiovisual como herramienta de promoción de un país</i>	143
<i>CAPITULO II. La producción de ficción en Iberoamérica</i>	147
· Panorama de la ficción en Iberoamérica	149
· Panorama de la ficción en países de Iberoamérica	162
<i>ARTICULO 4 - 2017, Año de cifras históricas para la industria cinematográfica mexicana</i>	213
<i>CAPITULO III. El cine iberoamericano más allá de sus fronteras</i>	221
· Panorama cinematográfico en el mundo	223
· El cine iberoamericano en Europa	237
· El cine iberoamericano en Iberoamérica y USA	257

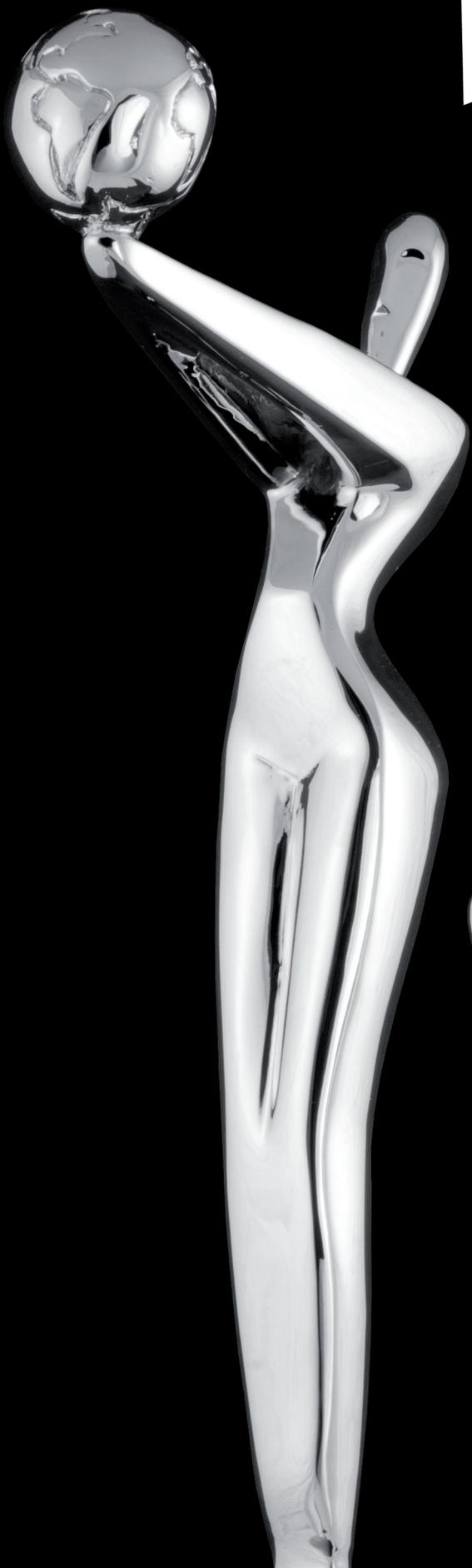
<i>CAPITULO IV. Brasil: Una de década de cine (2008-2017)</i>	269
· Historia del cine brasileño	271
· Legislación cinematográfica	273
· Panorama cinematográfico	276
· Panorama televisivo	285
<i>ARTICULO 5 – Mecanismos de fomento a la industria audiovisual en el mercado brasileño</i>	291
<i>CAPITULO V. Resumen y conclusiones</i>	309
<i>ARTICULO 6 – El nacionalismo cinematográfico en Ecuador</i>	323
<i>ARTICULO 7 – Cinemachile, la marca del cine chileno y la tv independiente en el mundo, ha abierto nuevos mercados para la exportación audiovisual en Asia, Europa y América</i>	333
Nota metodológica	339
Fuentes y bibliografía	347

PREMIOS

platino

DEL CINE IBEROAMERICANO

nuestro cine



www.premiosplatino.com



INTRODUCCIÓN

PREMIOS, PREMIOS Y MÁS PREMIOS

INTRODUCCIÓN

Premios, premios y más premios

*Por Gabriel Abaroa Jr.
Presidente / CEO ACADEMIA LATINA DE LA GRABACIÓN*

Cuando era niño, existían pocas temporadas. Vacaciones y escuela; Navidad, Reyes o sin ser temporada, pero si un evento para mí, el cumpleaños. Había con el paso del tiempo temporada de exámenes y de recreo.

Era muy básico y relativamente sencillo.

Posteriormente aprendimos que había torneos de fútbol. Copa regular, Torneo de Liga, Liga de Verano, y después con la internacionalización del tema aprendimos que había una Copa del Rey, la Copa Confederaciones, Copa de Oro, Copa UEFA y así hasta donde la imaginación pueda llegar.

Y cuando pensamos que ya lo teníamos todo... llega el clásico de otoño (baseball), las finales de la NBA (basketball), el Super Bowl (Fútbol Americano) y eso sin contar olimpiadas, copa mundial, abiertos de golf, tenis sin olvidar carnaval, Halloween y la competencia de Miss Universo.

¿Terminó la lista?

No. También tenemos la temporada de los Óscars, los GRAMMYs, los Latin GRAMMYs, Tonys, EMMYs, Pullitzers y los Nobel. Y eso sin contar los Gardel, Ondas, Ariel, Heraldos, Sharp's, los Oye, Soberanos (antes llamados Casandra), las Gaviotas y tantos y tantos mas... y según indago más, al parecer no hay límite en el hambre del público para convertirse en conocedor, perito y experto de cualquier tema.

Y no nos olvidemos de los Golden Globe Awards, el Sundance Festival y sus competencias en los festivales de Cannes, Berlin, Toronto y Venecia, por decir algunos.

Uff... no dejan descansar.

La pregunta que me hago no es: ¿para qué hay tantos premios? y ¿cuál es la diferencia entre ellos? Es más bien, ¿Por qué existen los premios? ¿Por qué existen temporadas de premios?

Y a los que nos gustan los Premios PLATINO... ¿Cuál pudiera ser el futuro de los PLATINO?

Trataré de contestar llevando al mismo tiempo un intento de orden lógico.

Hablemos primero de un contexto general:

Los premios existen por que el ser humano por naturaleza compite. ¿Quién es más rápido? ¿Quién es más fuerte? ¿Quién es más inteligente o más capaz? ¿Quién es más bello? (En carnaval incluso se da premio al más feo). Lo más importante es el adverbio “Más”. Así las cosas, el reconocimiento público requiere de muchos elementos que lo hagan interesante. Veamos alguno de los elementos, y quisiera encontrar la fórmula mágica para nombrar todo de acuerdo a la prioridad... pero dicha fórmula no tengo. Por tanto pondré los elementos básicos y aprenderé junto con el lector a sacar conclusiones.

- El jurado: Importantísimo. Si el jurado es respetado el premio es respetado. Así de fácil, así de claro.

- El nombre: Hay nombres (y marcas registradas) que se antojan como atractivas. No es lo mismo el Oscar o el Nobel que el Ortega y Gasset. Ambos importantes, pero unos con impacto internacional y, los otros, pues habrá que explicarlos.

- El entorno: a mayor glamour, mayor cobertura en medios... por ende más presupuesto y menos margen de error.

- Los candidatos, nominados y premiados. Hay personalidades que “atraen”, otros que repelen y otros que nos son inclusive. No hay guía, solo olfato. Habrá que aprender y desde luego variar y enmendar. Hace un año Kevin Spacey hubiera sido un gran atractivo... hoy en día está castigado por el juicio social.

- El recinto. La ciudad y recinto contribuyen mucho a la percepción de éxito, poder y fuerza de los eventos. Celebrar algo en un Palacio, un Gran Teatro, un lujoso hotel seguramente vence a quien escoge un auditorio, un hotel de cadena o un lugar con poco acceso.

Los premios se otorgan porque al público le atraen. Hay público para todo. A la gente le fascina estar participando en temas que le interesen, ya sea cine, teatro, pintura, arquitectura, diseño, periodismo, literatura, deportes. Hay gente dispuesta a estar presente en la medida que pueda gozar del glamour de su preferencia. Hay “influencers”, admiradores (fans), críticos, concedores, estudiosos, estudiantes o seguidores que están listos a asistir a eventos que les sean atractivos. Esto da un marco sensacional para hacer eventos adicionales.

Las premiaciones son una gran plataforma de relaciones públicas y de “networking”. Cuando los eventos de premiación se organizan correctamente, y asiste un perfil de profesionistas adecuado, se genera un gran interés por asistir ya que la plataforma establece la oportunidad de conocer a colegas, a potenciales socios futuros, o bien intercambiar tarjetas con promotores, banqueros, abogados, consultores, contadores que a su vez tienen tejidas redes profesionales que pueden ayudar a cualquiera que se mueve en determinado negocio a ahorrar tiempo y lograr contactos más eficientes.

Los eventos de premiación se pueden convertir en una oportunidad de creación de contenido. Por alguna razón no explicable del todo, a la gente le gusta saber que alguien compitió y fue premiado. Es una especie de síndrome de Estocolmo con ingredientes aspiracionales. Es la posibilidad de ver a alguien similar triunfar por lo que entonces yo, ser normal y mundano puedo triunfar también. Esta posibilidad de crear emociones permite que las redes se den vuelo, los medios cubran noticias desde diferentes ángulos, que las audiencias sigan las premiaciones desde el punto de vista moda (alfombra roja), escándalos (prensa de espectáculos), frescura (como cuando un(a) artista hace declaraciones rebeldes o revolucionarias desde el escenario. En pocas palabras, de acuerdo al guión, al tema, al director de cámaras y el productor, la posibilidad de crear contenido único. ¿Porque la gente sigue los “People Choice Awards”?, ¿Porque los MTV Awards?, ¿Y los BET Awards? Incluso si no sabemos que son, el conocer el porqué de su existencia y de su relativo o absoluto éxito debe ser tema de tarea para todos los que tienen ideas creativas. Cada uno tiene su público, cada uno tiene una fuerza de venta y de impacto social, mediático y comercial. El diamante está siempre ahí, siempre presente... solamente hay que pulirlo.

Las premiaciones pueden servir como una gran plataforma de marketing que contribuya a impulsar el éxito económico de la actividad que se promueve. Seguramente muchos recordarán el adagio de la película "Field of Dreams" (Campo de Sueños) protagonizada por Kevin Costner en el que él construía un campo de baseball en su propiedad. Una voz que sólo él escuchaba le decía "si lo construyes... la gente vendrá". Afortunadamente eso solo sucede en las películas. Para que la gente asista y ponga atención a las entregas de premios para que estos eventos a su vez sirvan de plataforma comercial, oportunidades de relaciones públicas u oportunidades de producción de contenido, se necesita construir el campo pero también promoverlo... o la gente no vendrá. Eso quiere decir que las oportunidades de marketing existen pero debe haber planes, y cada interesado, estudio, productor, distribuidor deberá hacer su parte para que el producto que someta a concurso tenga como última meta ganar un premio. La meta principal debería ser aprovechar las plataformas para difundir y promover el producto; incluso las premiaciones pueden resultar en un fantástico negocio... si se manejan correctamente.

Si vemos todo lo anterior, entonces los que amamos el cine iberoamericano deberíamos entender el potencial de los Premios PLATINO.

Quiero iniciar por entender que el platino es un metal. Fue descubierto en Ecuador, centro geográfico de nuestra Iberoamérica. Dicho nombre no es gratuito, es providencial... y si además vemos que se reconocen los Premios Latino, la unión de P y Latino nos arroja PLATINO. Hoy en día se han descubierto yacimientos en Rusia, Canadá y en Sudáfrica... pero se descubrió en Iberoamérica.

Si el hecho anterior nos da un sentimiento de pertenencia vamos por buen camino.

Si además sumamos que el cine es una de las artes, la 7a de ellas, que a su vez da oportunidad a otras artes (por ejemplo la música, la poesía, la actuación y desde luego aunque no una bella arte per se, las artes gráficas), pues el cine da oportunidad para que todas las mencionadas se beneficien, directa o indirectamente.

Y si de cine se trata, qué decir de nuestro cine iberoamericano, un verdadero conjunto de culturas, música, expresiones idiomáticas parecidas con definiciones radicalmente diferentes. Nuestras personalidades, nuestros paisajes, nuestro concepto social, de familia, del amor, la religiosidad, las costumbres. Tenemos para dar, enseñar y repartir.

Y si tenemos todo ello, ¿qué nos impide estudiar modelos de negocios relacionados con premiación que nos permitan construir el premio iberoamericano de mayor prestigio a nivel mundial?

¿Qué pasaría si en grupo entendemos las grandes oportunidades que se nos darían si estos Premios PLATINO siguen creciendo?

Enumeremos algunas:

1. El primer éxito es mantener el control de **credibilidad**, al tener al mejor y mayor grupo de expertos en cine iberoamericano a nivel mundial. Este tesoro hay que cuidarlo a pie juntillas. Ser miembro del jurado debe ser un privilegio, un estatus del Olimpo. Llegar allí debe significar mucho...
2. El segundo peldaño se refiere a la gran oportunidad de hacer un **proyecto** maravilloso al cual hay que invertirle tiempo, dinero, imaginación, paciencia, amor y creatividad. De aquí se abrirán las puertas para que nuestro cine llame la atención en mercados en donde hay ignorancia sobre nuestra vasta cultura... y si esta premiación ayuda a que haya una mejor y mayor distribución, buena prensa internacional y otros beneficios colaterales, entonces el trabajo de atraer a nuevos cineastas tendrá gran cimiento.
3. Si tenemos credibilidad y buen material, entonces tenemos que fijarnos en el **proceso**. El proceso debe ser perfecto, excepcional. Entonces tendrá aún más credibilidad y será un ejemplo a seguir.

4. Todo lo anterior funciona mejor si hay una **estrategia financiera** a largo plazo que de independencia, solidez y que establezca claramente que en varios años no se podrá hacer otra cosa que invertir, e invertir... pero si se ve como lo que es... es decir, una inversión más pronto que tarde el proyecto será absolutamente sólido.

5. Cuando se hayan cumplido los cuatro pasos anteriores, entonces los Premios PLATINO se convertirán en la opción más inteligente para que los miembros, aspirantes al cine y fans asistan ya que se convertirán en una oportunidad de **networking** espectacular. La asistencia al evento estará garantizada.

6. Cuando se tenga la base de cinco patas, entonces los **medios** estarán interesados en aparecer. Se desarrollarán oportunidades de **contenido** y se abrirán oportunidades de **negocio** que permitan darle a la marca PLATINO una nueva dimensión. Una marca reconocible que refleje un sinónimo de absoluta calidad.

7. Lo más importante es que los Premios PLATINO fácilmente (aunque con mucho esfuerzo) se deben convertir en la **plataforma impulsora** a nivel internacional más importante para el cine iberoamericano, sus proyectos aledaños, estudios sobre cine y al mismo tiempo podrá organizar seminarios, discusiones, encuentros y apoyará labores educativas para garantizar que la nueva generación de cineastas tenga los elementos básicos de recursos tecnológicos y educativos que tienen los muchachos que pertenecen a países más avanzados. Se trata de darle a todas las promesas jóvenes de Iberoamérica una educación de altura similar a las que tienen los países más ricos del mundo.

¿Hay obstáculos? Desde luego. Nuestra geografía es vasta, nuestros idiomas, lenguas y dialectos muchas veces nos separan. Nuestras economías siempre sufren... pero eso es posiblemente un factor que nos une y nos identifica.

Tenemos que empezar por entender los retos, comprender que es lo que nos hace únicos. Debemos aprender de otros eventos y ver qué es lo que podemos aplicar, como vigilarlo, reforzarlo, nutrirlo, difundirlo y cuidarlo.

No nos limita nada excepto nosotros mismos.

¿Y qué es lo que nos une para poder salir adelante?

El orgullo, las ganas de triunfar, la necesidad de presumir quienes somos, de dónde venimos, de que carecemos y que nos sobra.

La oportunidad de contribuir a educar a nuestra propia gente sobre fenómenos sociales, educativos, de injusticia social, de mejoramiento de vida, de proyección, de dignidad, sanidad, limpieza, reparto de responsabilidades y conocimiento de nuestra cultura.

La oportunidad de trabajar como equipo iberoamericano para que conquistemos otros mercados... empezando por los propios. Todos sabemos quienes son Robert De Niro, Frances Mc Dormand, Meryl Streep y Bruce Willys. Que nos evita promover que más gente sepa quién es Óscar Martínez, Damián Alcázar, Natalia Oreiro, María Ribeiro, Gianella Neyra o Dani Rovira. Nada. Y no deberíamos estar esperando a que nadie reconozca a nuestros directores, fotógrafos, guionistas, actores, productores si nosotros no hacemos el esfuerzo.

El reconocimiento debe venir de nosotros mismos... una vez hayamos hecho nuestro trabajo. Entonces sí, cualquier ayuda es agradecida... pero mientras tanto debemos basarnos en nuestro esfuerzo.

¿Y qué decir de los mercados que están fuera del continente? Francia, China, Japón, Australia, Egipto, Turquía, países ávidos de conocer nuestra cultura, de consumir lo que hacemos. Solo tenemos que recordarles con frecuencia que existimos. La mesa está puesta... los ingredientes están en la cocina y las recetas existen. Solo tenemos que conectar el punto uno con el punto dos y animar

a los comensales a que prueben los platillos, que desde luego hay que cocinar. No es fácil... pero tampoco imposible. Yo me niego a que alguien que no es de mi cultura defina que platillo debo promover. Tenemos Ajiaco, Ceviche, Machas, Bifes, Pao de Queijo, Arepas, Empanadas de Viento, Churrascos, Pupusas, Yuca, Mole, Tacos, Fabada, Moros, Arroz con Gandules y mucho, mucho más. Prefiero a que un hermano iberoamericano me platique de gastronomía a tener que esperar a que la Michelin me indique por donde proceder.

Al final, nos tenemos todos. Si uno triunfa los demás ganamos. Si posicionamos el cine iberoamericano como ganador, nos beneficiamos entre todos. Nos cuesta menos. Nos da más... solo hay que encontrar a los líderes que quieran sumarse al proyecto... y lo demás empieza como las películas. Inicia con un "Había una vez..." y a lo mejor algún día llegará el FIN... pero para que haya FIN tenemos que empezar por haber agotado el tener salas, salas llenas, proyector, película y magnífico material.

De lo demás se encarga la magia del cine.

Hace casi 20 años un grupo de locos creo la Academia Latina de las Ciencias y Artes de la Grabación. No pudieron haberlo hecho peor... pero lo hicieron. Hoy, 20 años después, los Latin GRAMMYs se han ganado el respeto de toda la comunidad musical artística y la de los artesanos, músicos, empresarios y profesionales que viven de ella.

No fue fácil, por el contrario, en varias ocasiones pudimos habernos dado por vencidos; pero esa no era opción. Lo pasamos mal para después poder disfrutar de pasarlo bien. Hoy, 20 años después la Academia tiene una presencia casi total en Iberoamérica. Tiene impacto en mercados lejanos como Japón, China, Australia, India o Europa. Creamos la Fundación Cultural Latin GRAMMY que este año tendrá 130 muchachos becados en las mejores universidades de música del mundo. Más de \$2.5 millones de dólares se han destinado al proyecto de becas. Pero lo más importante es que hemos sembrado las bases para que la Academia y los Latin GRAMMYs tengan garantizada la llegada hasta su 50 aniversario, que celebraremos en 30 años. Una altísima responsabilidad fiscal nos permite planear a largo plazo, pero sobre todo el sueño de dejar algo que beneficie a nuestra música. Estamos seguros que el cine tiene la misma oportunidad, obligación y posibilidades.

Por ello les aplaudimos con gusto, por que el éxito de ustedes es el éxito de todos. Ahora solo hay que hacerlo.



Gabriel Abaroa Jr. Presidente y CEO de la Academia Latina de la Grabación

Gabriel Abaroa Jr. es presidente y CEO de la Academia Latina de la Grabación®, como también presidente de la entidad benéfica asociada a ella, la Fundación Cultural Latin GRAMMY®.

Abaroa, quien fue nombrado presidente en marzo del 2003 y ascendido a su actual cargo en agosto de 2010, ha llevado a la entidad hacia la estabilidad financiera. Dirigió la transición a un programa de premiación en español. Entre sus otros logros está instituir la gala y el concierto en honor a la Persona del Año, el Premio a la Excelencia Musical y la Fundación Cultural Latin GRAMMY.

Abaroa, abogado especializado en el sector de entretenimiento, inició su carrera musical a los 16 años como baterista. Luego de sus estudios enseñó derecho en algunas de las universidades más respetadas de México. Durante una carrera de cuatro décadas, su combinación singular de experiencia en derecho, artes, patrimonio cultural latino y música han permitido que represente a instituciones por todo Latinoamérica, Europa y Estados Unidos.

En 1994 Abaroa lanzó IFPI Latin America, Inc., entidad a favor de la modificación y aplicación de las leyes sobre derechos de autor en la región. En 2000 fundó el primer productor y agregador de contenido latino en el entorno inalámbrico de Estados Unidos y posteriormente emprendió su labor en el Consejo Directivo de La Academia Latina de la Grabación como vicepresidente.

Abaroa ha sido miembro del National Council of La Raza, fideicomisario y miembro de la junta directiva de Miami Symphony Orchestra, como también asesor especial del Kennedy Center for the Performing Arts. También ha sido miembro del Comité de Entretenimiento de USO, la junta directiva de la Asociación de Empresarios Mexicanos (AEM) y el grupo de trabajo que creó las categorías para programas en castellano del premio Daytime Emmy®.

Abaroa es miembro de la junta directiva de la National Association of Latino Arts and Cultures (NALAC). Desde 2014 se ha desempeñado como miembro internacional del jurado de los Premios PLATINO, un homenaje a la cinematografía iberoamericana sobresaliente.

Abaroa reside en Miami con su familia.



CINETECA

**Sesiones los 365 días al año.
Encuentros y coloquios con cineastas de todo el mundo.
Música, libros, exposiciones, talleres.
El mejor cine documental y mucho más...**



CINETECA: DE MADRID AL CINE

CINETECA: DE MADRID AL CINE

Por Jara Fernández Meneses
Coordinadora de Programación de Cineteca

Cineteca nació en el año 2011 como una apuesta del Ayuntamiento de Madrid por ofrecer a los madrileños la posibilidad de acceder al cine documental, un género que normalmente no tiene acceso a los circuitos comerciales. Ubicada en un espacio privilegiado, como es el centro para la creación contemporánea Matadero, Cineteca cuenta con dos salas equipadas para ofrecer los más altos estándares de proyección -la Sala Borau (73 localidades) y la Sala Azcona (236 localidades)- y el espacio polivalente Sala Plató (162 localidades), que funciona también como sala de proyección estable desde mayo de 2017. Cineteca es, desde el año 2012, sede del Festival Internacional DocumentaMadrid, festival competitivo y referente nacional del cine documental, que en 2018 celebra su decimoquinta edición bajo la nueva dirección artística de Andrea Guzmán y David Varela desde octubre de 2016.

Tras las sucesivas direcciones de Antonio Delgado (2011-2012) y Mikel Olaciregui y Vicente Mozo (2012-2016), en octubre de 2016 se incorpora el nuevo equipo bajo la dirección artística de Lola Salvador. El triple objetivo ha sido, desde entonces, potenciar Cineteca como espacio público de exhibición, apoyar a los festivales de cine de la ciudad y facilitar recursos a los creadores. Para ello, se han llevado a cabo las siguientes líneas de actuación estratégicas:

- Continuar con estrenos semanales de los títulos más relevantes del documental y del cine de no ficción, tanto nacionales como internacionales, tales como *La Chana* (Premio del Público IDFA 2017), *Ghost Hunting* (Premio al Mejor Documental en la Berlinale 2017) y los nominados a Mejor Documental en los Premios Goya 2018 *Muchos hijos, un mono y un castillo* (Premio al Mejor Documental en el Festival Internacional de Cine de Karlovy Vary 2017) y *Dancing Beethoven* hasta llegar a 40 estrenos sólo en 2017.
- Aumentar el número de sesiones diarias y abrir 365 días al año para ofrecer una alternativa de ocio de calidad y crear nuevos públicos con una programación plural pensada para toda la familia, particularmente durante el mes de agosto y fiestas navideñas, temporadas en las que tradicionalmente Cineteca no abría sus puertas, con la proyección de clásicos, cine mudo, películas de animación, musicales, etc.
- Consolidar la programación propia con nuevas secciones, como los *Sábados Cinéfilos*, donde se explora la obra de los cineastas más innovadores, y las *Matinés Cineteca*, dedicadas al público familiar, a través de ciclos estables, como *Los lunes al cine con*, y ciclos especiales, como la primera retrospectiva integral de cine de vanguardia colombiano del Grupo de Cali o el ciclo

de documentales ucranianos inéditos en España, *See Ukraine*, o mediante programaciones especiales temáticas como la dedicada al cine y documental iberoamericano realizada en julio de 2017 con motivo de la celebración de los Premios Platino en Madrid, que incluyó los ciclos *60 años de documental iberoamericano*, *Homenaje a la EICTV* y *Documentales Platino*, en colaboración con EGEDA, que brindó al público los documentales iberoamericanos nominados a los Premios Platino en todas sus ediciones (2014-2017).

- Apoyar a los creadores españoles a través del estreno de sus películas para favorecer su posterior acceso a salas comerciales como es el caso de *Ad Ventum* (Bárbara Mateos), *La película de nuestra vida* (Enrique Baró), o *Converso* (David Arratibel), entre otras muchas. A lo largo de 2018, Cineteca, en colaboración con el Centro de Residencias Artísticas de Matadero, creará una nueva línea de actuación por la que se acogerá artistas cinematográficos en residencia para apoyar la producción y desarrollo del audiovisual español.

- Acoger y apoyar a festivales competitivos de reconocido prestigio celebrados en Madrid tales como *Márgenes*, *LesGaiCinema*, *Another Way Film Festival*, *Directed by Women*, *NotodoFilmFest*, *Film Madrid* o *Rizoma*.

- Abrir la programación al cine de ficción independiente, películas de narrativas no tradicionales y nuevos formatos documentales sin distribución en salas comerciales, especialmente a partir del septiembre de 2018 con la remodelación y re-apertura de la Sala Plató que se dedicará a difundir este tipo de géneros y prácticas.

- Poner en marcha una nueva iniciativa de carácter didáctico, *Encuentros Cineteca*, en la que, a través de talleres gratuitos, prestigiosos directores, tales como Fernando León, Isaki Lacuesta, Luis Ospina, Alberto Rodríguez, Javier Corcuera o Asghar Farhadi, comparten su proceso creativo con el público.

- Optimizar los espacios Cineteca con la apertura en el Archivo de Cineteca, en colaboración con El Grifilm Librería, como una zona permanente de fondos bibliográficos especializados en cine para fomentar y profundizar en el conocimiento histórico y teórico del dispositivo cinematográfico.

- A través de la organización de diversos coloquios, acercar al público de Cineteca a destacados cineastas, críticos cinematográficos y profesionales del cine tales como Pamela Yates, Michael Chanan, Arantxa Aguirre, Víctor Erice, Alain Bergala, Juan Mariné, Jean Gabriel Périot, José Sacristán, Carlos Heredero, Diego Galán, Fernando Lara, José Luis García Sánchez o Luis Alegre, entre otros.

- Realizar actividades transversales como *Tandem Madrid-Paris* que, en colaboración con el Instituto Francés y el Ayuntamiento de París, propuso una reflexión sobre los procesos de transformación que sufren las ciudades contemporáneas a través de una serie de proyecciones documentales y conferenciantes de reconocido prestigio, tales como Michel Gomez, responsable de Mission Cinéma, el órgano encargado de la política cinematográfica de París.

- Acercar el género documental a los escolares y descentralizar la exhibición para llevarla a los distritos de Madrid a través de las proyecciones especiales realizadas por DocumentaMadrid 2017 de su sección competitiva. A lo largo de 2018, Cineteca pretende potenciar estas líneas de actuación, desarrollando programas de alfabetización audiovisual con distintos centros educativos de la ciudad de Madrid, y estableciendo ciclos estables con los centros culturales de los diversos distritos de la ciudad para descentralizar la exhibición.

- Apoyar a las escuelas de cine de Madrid y sus universidades públicas (ECAM, UC3M, UCM, TAI, Instituto del Cine), brindando la oportunidad a sus alumnos de proyectar sus trabajos en las salas de Cineteca.

- Poner en marcha un nuevo programa piloto *CineZeta: jóvenes programando*, con una serie de ciclos mensuales programados por jóvenes menores de 30 años y dirigidos especialmente a jóvenes de entre 16 y 26 años, para contribuir a la creación del público cinéfilo del futuro.

- Colaborar con otras entidades culturales como Naves de Matadero con programaciones complementarias tales como FEVER (Festival Internacional de Video Danza) o centradas en las figuras de Steven Cohen, Trevor Carlson, Merce Cunningham o Bruce LaBruce, programaciones que revelan al público la multidisciplinariedad de la creación audiovisual contemporánea y sus puntos de intersección con otras artes escénicas performativas.
- Internacionalizar la programación de Cineteca mediante la exhibición de sus ciclos especiales en otros países, tales como la retrospectiva del Grupo de Cali o el ciclo *60 años de documental iberoamericano*, que está previsto viajen a Colombia en colaboración con Proimágenes.

Por tanto, estas líneas de actuación revelan que Cineteca apuesta de manera decidida por la difusión de una programación plural y de calidad que abarca todas las prácticas audiovisuales contemporáneas que no encuentran salida en los circuitos de exhibición tradicionales, así como una programación que contribuya al conocimiento del cine y el documental desde una perspectiva histórica a través de sus retrospectivas y ciclos especiales, para brindar al público una alternativa a las formas estandarizadas de consumo audiovisual. Del mismo modo, y con especial énfasis en los programas de alfabetización audiovisual, las intersecciones entre el audiovisual y otras prácticas artísticas, la transversalidad de sus actividades, el apoyo directo a los festivales de la ciudad y a los creadores españoles, Cineteca busca convertirse en el punto de referencia de la producción, difusión y exhibición del audiovisual en Madrid.



Jara Fernández Meneses. Coordinadora de Programación de Cineteca

Jara Fernández Meneses es doctora por la Universidad de Kent (Reino Unido), donde también impartió docencia universitaria en el área de estudios de cine. Desde el año 2010 colabora con la revista especializada de análisis y crítica cinematográfica *Caimán. Cuadernos de cine*. Ha publicado en revistas científicas nacionales e internacionales tales como *Secuencias. Revista de historia del cine*, *Film Studies* o *New Cinemas. Journal of Contemporary Film* y en libros colectivos editados por el Festival Internacional de Cine de las Palmas y el Festival Internacional de Cine de San Sebastián. Ha programado ciclos de cine de ficción y cine documental para el centro cultural *Cruce. Arte y Pensamiento* y el *Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía* y ha trabajado como gestora cultural para el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA). Actualmente trabaja como Coordinadora de programación en Cineteca, cine público dependiente del Ayuntamiento de Madrid especializado en cine documental, de no ficción e independiente.





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



MÉXICO: EL MUST OFFER Y EL MUST CARRY
EN EL CONTEXTO DE LOS DERECHOS DE RETRANSMISIÓN
DE LOS PRODUCTORES AUDIOVISUALES

MÉXICO: EL MUST OFFER Y EL MUST CARRY EN EL CONTEXTO DE LOS DERECHOS DE RETRANSMISIÓN DE LOS PRODUCTORES AUDIOVISUALES

Por Eduardo de la Parra Trujillo

1.- Introducción

Los derechos de retransmisión sobre las obras audiovisuales han sido una fuente cada vez más importante de ingresos para los productores audiovisuales. Sin embargo, en México se encuentran ahora en una encrucijada debido a la mala interpretación que los tribunales están haciendo de las figuras que en materia de telecomunicaciones se conocen como *must offer* y *must carry*.

En el presente trabajo explicaremos en qué consisten esas novedosas figuras, el por qué no deben incidir en los derechos de propiedad intelectual de los productores audiovisuales y, finalmente, las desafortunadas (y hasta demagógicas) decisiones que están tomando los jueces mexicanos.

2.- ¿En qué consisten en el *must offer* y el *must carry*?

Para poder comprender estas nuevas figuras jurídicas en México, es importante conocer su origen y razón de ser. El primer paso para ello, es dar una definición básica de las mismas.

Must offer es el mecanismo mediante el cual se establece la obligación, a las estaciones de televisión abierta, de poner sus señales a disposición de los sistemas de televisión restringida, para que éstos las transmitan, si así lo desean. Por su parte, *must carry* obliga a los sistemas de televisión restringida a transmitir las señales de la televisión abierta, a precios de carácter no discriminatorio o, en ocasiones, sin que medie pago alguno por parte de los operadores de señales abiertas de televisión¹.

Se puede apreciar que las figuras en estudio generan obligaciones a televisoras abiertas y restringidas, pero a su vez, suele haber cierta flexibilidad y, aunque puede haber gratuidad en las retransmisiones, lo común es que la empresa de televisión restringida pague a la empresa de televisión abierta por el uso de la señal de esta última.

¹ Rueda de León Contreras, Luz de Azucena, y Mota Díaz, Laura, "La implementación de la política de *must carry* y *must offer* en México: programación compartida en televisión abierta y restringida", *Espacios públicos, Universidad Autónoma del Estado de México*, vol. 17, núm. 41, septiembre-diciembre 2014, p. 91.

La figura del *must carry* surgió en los Estados Unidos de América con el propósito de defender a las débiles empresas de televisión abierta frente a las fuertes empresas de cable. En efecto, en país el *must carry* impuso una obligación a las empresas cableras y demás de televisión restringida de retransmitir señales relevantes de televisión abierta, a lo cual habían sido muy reacias (particularmente respecto de canales de televisión pública o pequeños canales de carácter local). Así, frente a la debilidad de las empresas de televisión abierta, el *must carry* impuso ciertas cargas a las compañías de televisión restringida, en aras de la pluralidad cultural e informativa².

Los orígenes de tal figura pueden encontrarse en la *Cable Television Consumer Protection and Competition Act* de 1992, las posteriores reglas de la Comisión Federal de Comunicaciones y la sentencia de la Suprema Corte en el caso *Turner Broadcasting vs. FCC* de 1997.

Ahora bien, llama la atención que en los Estados Unidos el *must carry* es optativo, según la *Cable Television Consumer Protection and Competition Act*. De conformidad con esa ley, cada tres años, las entidades de televisión abierta pueden elegir entre sujetar sus señales al esquema *must carry* (poniéndolas gratuitamente a disposición de las empresas de televisión restringida) o elegir el llamado *retransmission consent* o *may carry* (en donde los operadores de televisión restringida no pueden retransmitir la señal de televisión abierta sin permiso y acuerdo sobre la remuneración a la empresa de televisión abierta³).

En Europa también han aparecido algunas disposiciones de *must carry* (no siempre acompañadas del *must offer*) en determinados países, como Francia, Reino Unido, Alemania o Países Bajos, particularmente por la influencia de la Directiva de Acceso Universal de la Unión Europea⁴, donde el *must carry* es optativo, según dispone su artículo 31.

El mercado televisivo europeo es muy diferente al de los Estados Unidos de América, pues en el primero hay una fuerte presencia de la televisión pública (que no gubernamental), mientras que en Estados Unidos hay una apabullante mayoría de televisoras privadas, donde sólo hay una señal nacional pública, el *Public Broadcasting Service* (PBS), con escaso apoyo estatal. Pero aun así, a pesar de las diferencias en sus respectivos mercados, los esquemas de *must carry* en ambas regiones coinciden en ser flexibles y abiertos a las remuneraciones.

Y esto es un dato que parece pasó desapercibido por los legisladores mexicanos, pues en otros países lo usual es que, incluso en los esquemas de *must offer/carry*, predomina la tendencia a pagar remuneraciones y contraprestaciones por la retransmisión de la señal, dejando a los actores negociar libremente la cuestión, de manera que los órganos reguladores sólo intervienen cuando las negociaciones produzcan efectos anticompetitivos o sea imposible llegar a un acuerdo.

En cambio, como veremos más adelante, los legisladores mexicanos se inclinaron por un sistema muy rígido, de gratuidad obligatoria y sin margen para la negociación.

3.- El *must offer* y el *must carry* en México.

En el año 2013 la Constitución mexicana fue objeto de una reforma mayor en materia de telecomunicaciones, la cual tuvo diversos propósitos. Tratándose del *must offer* y del *must carry*, encontró como motivación hacer más plural y competitivo el mercado de la televisión y, por ende, la difusión de información.

En efecto, un problema concreto que se presentaba en materia de televisión restringida (televisión de paga) es que los grandes concesionarios de televisión abierta selectivamente negaban licencias

² Van der Sloot, Bart, y Van Eijk, Nico, "Must-carry regulation: a must or a burden?", *IRIS plus, European Audiovisual Observatory, Estrasburgo*, núm. 5, 2012, p. 19.

³ Pearl, Jonathan D., "The retransmission of broadcast programming on cable television in the USA: when interests collide", *IRIS plus, European Audiovisual Observatory, Estrasburgo*, núm. 5, 2012, p. 41.

⁴ Directiva 2002/22/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de marzo de 2002, relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas.

para retransmitir sus señales de televisión abierta a ciertas empresas de televisión restringida⁵, generando distorsiones en el mercado de televisión restringida⁶.

La respuesta ante esas posibles prácticas contra la competencia económica (ejercicio anticompetitivo de la propiedad intelectual para desplazar competidores) y lesivas del derecho a la información por parte de las televisoras abiertas, fue incluir las figuras del *must offer* y del *must carry* en la reforma constitucional de 2013 en materia de telecomunicaciones.

Como parte de estos cambios, la reforma constitucional incluyó el *must offer/must carry* en el artículo Octavo transitorio, mismo que señala, en la parte que ahora nos interesa, lo siguiente:

OCTAVO.- Una vez constituido el Instituto Federal de Telecomunicaciones conforme a lo dispuesto en el artículo Sexto Transitorio, deberá observarse lo siguiente:

I.- Los concesionarios que presten servicios de televisión radiodifundida están obligados a permitir a los concesionarios de televisión restringida la retransmisión de su señal, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde.

Los concesionarios que presten servicios de televisión restringida están obligados a retransmitir la señal de televisión radiodifundida, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde, e incluirla sin costo adicional en los servicios contratados por los suscriptores y usuarios. Los concesionarios de televisión restringida vía satélite, sólo deberán retransmitir obligatoriamente las señales radiodifundidas de cobertura del cincuenta por ciento o más del territorio nacional. Todos los concesionarios de televisión restringida deberán retransmitir las señales radiodifundidas por instituciones públicas federales.

Salta a la luz lo poco flexible del esquema, no sólo por estar contemplado en la Constitución, sino porque los concesionarios de televisión restringida están obligados a retransmitir las señales de televisión abierta, mientras que lo común en un esquema de *must offer* es que estas empresa elijan si quieren o no retransmitir las señales de televisión abierta; lo que normalmente se les garantiza es que, si quieren hacerlo, los concesionarios de televisión abierta no les nieguen el permiso de retransmisión y que los términos y condiciones (incluyendo contraprestaciones) no sean discriminatorios. Sin embargo, la norma constitucional dista mucho de esa concepción ortodoxa (y flexible del *must offer*).

Además, la reforma constitucional no tomó en cuenta que muchas pequeñas empresas de cable (que son numéricamente mayoritarias en ese mercado), ya sea por su modelo de negocios o por el perfil de sus clientes, no deseaban incorporar las señales de televisión abierta a sus paquetes. Al obligarlas a retransmitir tales señales, se les impusieron algunas cargas económicas, pues aunque no se le tiene que pagar al organismo de radiodifusión por la retransmisión, sí se tienen que pagar regalías a autores, artistas y productores de fonogramas, amén de celebrar las licencias pertinentes con titulares de derechos de explotación de autor y hasta algunos titulares de derechos conexos, como los productores audiovisuales.

Igualmente resulta cuestionable la gratuidad obligatoria impuesta por la Constitución, pues la falta de onerosidad, ni es consustancial al *must offer/must carry*, ni era necesario para resolver los problemas de competencia en el mercado en México. Ejemplo de esto son, entre otras, las leyes de Alemania, Chile y Estados Unidos, donde se permite, bajo el esquema de *must offer*, que los organismos de radiodifusión negocien y cobren por la retransmisión de sus señales, siempre y cuando lo hagan sobre bases equitativas y no discriminatorias (que es lo que realmente le interesa al derecho de la competencia económica).

5 Álvarez, Clara Luz, "Must carry, must offer in Mexico", Issue brief Baker Institute for Public Policy, Rice University, junio 2015, p. 1.

6 Yuste, José, Columna "Activo Empresarial", Excelsior, México, 9 de febrero de 2014.

De igual forma, el artículo 31.2 de la ya mencionada Directiva de Acceso Universal de la Unión Europea determina que los estados miembros podrán determinar “la remuneración apropiada” por las retransmisiones materia de *must carry*, siempre que se hagan bajo los criterios de no discriminación, transparencia y proporcionalidad.

Por otro lado, resalta la claridad respecto del objeto y sujeto del *must offer* en la reforma constitucional. En efecto, si nos preguntamos ¿quiénes son los sujetos obligados por la reforma constitucional? El referido artículo Octavo transitorio nos da la siguiente respuesta: “Los concesionarios que presten servicios de televisión radiodifundida”, es decir, *los organismos de radiodifusión que transmitan su señal por televisión abierta*. Esto es lógico, dados los antecedentes y lo problemática que era la conducta de los concesionarios de televisión abierta. Cabe destacar que el texto constitucional no impone obligaciones a autores ni a titulares de derechos de autor (como los productores audiovisuales), ni a otros titulares de derechos conexos, como por ejemplo, artistas o productores de fonogramas.

Por lo que hace al objeto del *must offer*, según la Constitución, es “la retransmisión de su señal”. Y al hablar específicamente de “señal” y no de “obras”, es claro que la obligación de permitir la retransmisión no recae sobre obras protegidas por derechos de autor, sino sobre las *señales* portadoras de esas obras.

En fin, cabe mencionar que esa reforma constitucional fue implementada en el año 2014, a través de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

4.- Inmunidad de la propiedad intelectual de los productores audiovisuales frente al *must offer/carry*.

Desde el propio diseño constitucional de estas nuevas figuras, se dejaron a salvo los derechos de autor sobre los contenidos audiovisuales, lo cual fue respetado y reiterado por la legislación secundaria, como veremos a continuación.

En primer lugar, la propia Constitución deja a salvo los derechos de autor frente al *must offer/must carry*, dado que el mentado artículo Octavo transitorio, fracción I, sólo aplica dichas figuras al derecho conexo de los organismos de radiodifusión, más no así a los derechos de autor.

En efecto, los derechos conexos son una figura que, aunque prevista en las leyes autorales, no son derechos de autor, sino derechos protectores de algunos intermediarios en el ámbito de las comunicaciones, entre otros, los organismos de radiodifusión. Mientras que los derechos de autor protegen *obras* (contenidos), estos derechos conexos protegen las *señales* portadoras de tales contenidos (emisiones y retransmisiones).

La distinción no es baladí, ni un mero tecnicismo, pues el régimen jurídico de los derechos conexos es diferente al de los derechos de autor.

La señalada disposición constitucional impone una serie de cargas y obligaciones para permitir la retransmisión libre y gratuita a los concesionarios de televisión restringida. La primera pregunta es: ¿a quién se le imponen esas cargas y obligaciones? El artículo Octavo transitorio nos despeja esa incógnita con toda claridad, indicándonos quienes son los **sujetos obligados**: “*los concesionarios que presten servicios de televisión radiodifundida*” (como también dice el artículo 164 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión); es decir, la obligación es para los organismos de radiodifusión que emitan señales de televisión abierta.

En cambio, el texto constitucional no contempla como sujetos obligados a los autores, ni a los otros titulares de derechos de autor, como los productores audiovisuales.

Siguiente pregunta: es ¿cuál es el objeto materia de esas cargas y obligaciones? Pues de conformidad con el artículo Octavo transitorio, los mencionados organismos de radiodifusión tienen la obligación de “*permitir a los concesionarios de televisión restringida la retransmisión de su señal*”. Es decir, la obligación de permitir las retransmisiones se refiere a las “señales”, que como vimos, son el **objeto** de protección del derecho conexo de los organismos de radiodifusión.

En cambio, el texto constitucional no señala como objeto a las obras (que es lo protegido por derechos de autor).

Con lo anterior, el órgano reformador de la Constitución respetó el principio de proporcionalidad y dejó a salvo importantes derechos de los autores, como defender la integridad y la paternidad de sus obras, así como cobrar las regalías por comunicación pública (derechos que no existen en el régimen de los derechos conexos de los organismos de radiodifusión), sin olvidar los derechos de explotación (incluyendo el “derecho de retransmisión” tan usado por los productores audiovisuales).

Pero la inmunidad de los derechos de autor frente al *must offer/carry* va más allá de la propia Constitución mexicana, pues el “derecho de retransmisión” en derechos de autor también se encuentra salvaguardado por los tratados internacionales celebrados por México. Veamos.

En primer lugar, debemos de tener presente el artículo 11 Bis del Convenio de Berna, pues el mismo, no sólo es el fundamento del “derecho de retransmisión”, sino que también establece las condiciones en que se puede restringir ese derecho.

Así, si bien es cierto que al regular sus mercados de telecomunicaciones cada país de la Unión de Berna puede limitar el alcance del derecho de retransmisión de obras, el propio tratado pone como barrera infranqueable que las restricciones a tal derecho “no podrán en ningún caso atentar al derecho moral del autor, ni al derecho que le corresponda para obtener una remuneración equitativa, fijada, en defecto de acuerdo amistoso, por la autoridad competente”.

Por ende, el Convenio de Berna no permite un esquema de *must offer/carry* gratuito en caso de aplicarse a derechos de autor, ya que aunque se retransmitan obras sin permiso, siempre debe existir una remuneración por esa retransmisión. Ese mínimo es indisponible, según el derecho internacional.

México, al voluntariamente suscribir el Convenio de Berna, se obligó, por lo menos, a no permitir las retransmisiones gratuitas de obras⁷.

Y resulta que, como ya se analizó, la Constitución mexicana es respetuosa de esa obligación internacional, en tanto el *must offer/must carry* sólo limitó derechos conexos (señales), pero no derechos de autor (obras); de manera que dicha Carta Magna en ningún momento autoriza las retransmisiones gratuitas de obras (sólo permite las retransmisiones gratuitas de señales). Inclusive, ni siquiera se acoge a la posibilidad permitida con el Convenio de Berna de que el derecho de retransmisión sea un derecho de simple remuneración, sino que nuestro país siguió configurando este derecho de retransmisión como un *derecho exclusivo*.

Así las cosas, la Constitución está en plena armonía con el Convenio de Berna, sin transgredir las salvaguardas que tal acuerdo establece para el derecho de retransmisión.

Pero además, el Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio reitera esa salvaguarda del “derecho de retransmisión” en el régimen de derechos de autor, pues su artículo 14.3 señala que es optativo para los países conceder o no un derecho conexo de retransmisión a los organismos de radiodifusión, pero lo que no pueden negar es el derecho de autor a controlar las retransmisiones, pues los países miembros de la OMC “darán a los titulares de los derechos de autor sobre la materia objeto de las emisiones⁸ la posibilidad de impedir los actos antes mencionados⁹”, pero siempre “a reserva de lo dispuesto en el Convenio de Berna”.

Es decir, el ADPIC obliga a incorporar un derecho de retransmisión en el régimen de derechos de autor en los términos del Convenio de Berna, por lo que se reitera que los países pueden limitar

⁷ En cambio, el derecho de internacional sí da más margen para contemplar retransmisiones gratuitas de señales (derechos conexos), que fue, al final, la vía por la que se decantó nuestra Constitución.

⁸ La “materia objeto de las emisiones” son las obras, es decir, el objeto de protección de los derechos de autor, según vimos en el capítulo I del presente trabajo.

⁹ Actos dentro de los que el propio artículo menciona las “retransmisiones”.

ese derecho, pero nunca llegando al grado de la gratuidad de las retransmisiones de obras, pues siempre debe salvaguardarse la remuneración por esos actos. En cambio, el tratado contempla como potestativo el conceder o no un derecho de retransmisión sobre las señales.

Por consiguiente, vemos cómo la Constitución también respeta el ADPIC, pues ese tratado contempla como optativo el derecho conexo de retransmisión de los organismos de radiodifusión, pero como obligatorio el derecho de retransmisión en sede de derechos de autor, y precisamente la Ley Suprema sólo limita el primer derecho, más no toca el segundo.

Sin perjuicio de esas inmunidades derivadas de la Constitución y de los tratados internacionales, la salvaguarda prevista expresamente en la ley, sea posiblemente, una de las inmunidades más contundentes, dado que la Ley Federal del Derecho de Autor *expresamente deja a salvo los derechos de autor frente al must offer/must carry*.

La iniciativa de ley enviada por el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto para implementar el *must offer/carry* a nivel legal, incorporaba el siguiente párrafo final al artículo 27 de la Ley Federal del Derecho de Autor:

Lo anterior, sin perjuicio de la obligación de los concesionarios de radiodifusión de permitir la retransmisión de su señal y de la obligación de los concesionarios de televisión restringida de retransmitirla en los términos establecidos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Dicho párrafo fue muy criticado (y con razón), pues tocaba innecesariamente el régimen de derechos de autor, excediendo el mandato constitucional, mismo que, como ya se explicó, se limita únicamente al régimen de derechos conexos de los organismos de radiodifusión¹⁰. Esto implicaba limitar o restringir el derecho de explotación de autores y titulares derivados (incluyendo el “derecho de retransmisión”).

Ante las críticas, el Congreso de la Unión añadió lo siguiente a ese párrafo final del artículo 27:

Lo anterior, sin perjuicio de la obligación de los concesionarios de radiodifusión de permitir la retransmisión de su señal y de la obligación de los concesionarios de televisión restringida de retransmitirla en los términos establecidos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión **y sin menoscabo de los derechos de autor y conexos que correspondan**. (énfasis añadido).

Con eso se hizo una salvaguarda expresa y contundente, pues se aclaró que las disposiciones en materia de *must offer* y *must carry*, **no menoscabarán el derecho de explotación en materia autoral** (concretamente, el llamado “derecho de retransmisión”, previsto en la fracción III del artículo 27).

Así, de conformidad con lo ordenado por el artículo 27 de la Ley Federal del Derecho de Autor, si el *must offer* y *must carry* deben aplicarse “sin menoscabo de los derechos de autor”, y precisamente uno de los derechos de autor es el derecho de autorizar o prohibir todo acto de *retransmisión* de obras (independientemente de la autorización para la transmisión primitiva de la obra), se concluye que los titulares de derechos patrimoniales (especialmente los productores audiovisuales) pueden ejercer ese derecho.

Por lo tanto, si bien los organismos de radiodifusión no podrán prohibir la retransmisión de sus señales a las empresas de televisión restringida (ni podrán cobrar por esos actos), se deben seguir respetando los derechos de autor y, por ende, obtenerse las licencias respectivas (tema para el cual, la gestión colectiva de derechos se perfila como opción natural).

Esto es congruente con la razón de ser del *must offer* y del *must carry* en México: impedir que los concesionarios de televisión abierta realizaran actos anticompetitivos contra las empresas de

¹⁰ El que esto escribe, en representación de EGEDA, hizo esa crítica en la tribuna de la propia Cámara de Senadores (durante las consultas públicas), explicando lo inconstitucional y sobre-inclusiva que resultaba la iniciativa legal en este tema.

televisión restringida, al impedirles retransmitir sus señales. Empero, el *must offer* y el *must carry*, no tienen por qué afectar a los autores y otros titulares de derechos de explotación, que nada tenían que ver en esas prácticas anticompetitivas.

Además, el dejar intocados los derechos de autor también es acorde con la diferencia que hay entre autores y otros titulares de derechos de autor, por un lado, y los organismos de radiodifusión, por otro lado. Esto en virtud de que los organismos que emiten señales de televisión abierta, se sirven de bienes propiedad de la nación (espectro radioeléctrico), para lo cual requieren una *concesión* y convierte a su actividad en un servicio público (según la nueva ley en la materia); de ahí que no resulte raro limitar sus derechos que, tienen como punto de partida, el aprovechamiento del espacio público.

En cambio, los autores y otros titulares de derechos de autor no son sujetos de concesiones, ni se les está dando permiso de explotar un bien de la nación, por lo que sus derechos privados son mucho más resistentes a injerencias del Estado.

Por si todo lo anterior no fuera suficiente (que sí lo es), la salvaguarda de los derechos de autor fue expresamente ratificada por el propio Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Así, la conclusión de que las empresas de televisión restringida deben respetar los derechos de explotación de autor, se reitera con los lineamientos emitidos por el Instituto Federal de Telecomunicaciones¹¹, cuyo artículo 15 claramente señala:

Artículo 15.- Los presentes lineamientos **se emiten sin perjuicio de las obligaciones** y medidas que los Concesionarios de Televisión Radiodifundida y los Concesionarios de Televisión Restringida **deban cumplir en materia** electoral, **autoral**, de tiempos de Estado o fiscales, de protección civil y protección al consumidor, así como lo previsto en los títulos de concesión o cualquier otra disposición aplicable.

Se observa que, aunque las empresas de televisión restringida puedan retransmitir ciertas señales de televisión abierta sin pagarle a los respectivos organismos de radiodifusión (derechos conexos), eso no las faculta para no cumplir las obligaciones en materia de derechos de autor que impone la Ley Federal del Derecho de Autor y los tratados internacionales (y que respetó la Constitución y su legislación secundaria), especialmente tener autorización del titular de los derechos de explotación para las retransmisiones y pagar todas las regalías que se generen por el uso de obras. Es decir, una de las obligaciones en materia autoral que deben cumplirse, es la obligación de adquirir licencia, no sólo para la transmisión primitiva de obras, sino también para su retransmisión (artículo 27, fracción III, de la ley autoral, y artículo 11 Bis.ii del Convenio de Berna).

Si bien dicha mención en los lineamientos no era estrictamente indispensable (pues el respeto a los derechos de autor –incluyendo el de retransmisión– se desprende de la Constitución, los acuerdos internacionales y la legislación autoral), resulta muy significativo que el órgano regulador en materia de telecomunicaciones reconozca expresamente las obligaciones en materia autoral y se pronuncie por su respeto.

5.- El punto sorpresivo: las sentencias de la Suprema Corte contra los derechos de autor.

Ya vimos que, de conformidad con la Constitución, los tratados, la ley autoral y los lineamientos de telecomunicaciones, los “derechos de retransmisión” de los productores audiovisuales son plenamente vigentes, de manera que los organismos de televisión restringida deben suscribir las respectivas licencias de retransmisión para no incurrir en hechos ilícitos.

Sin embargo, ha llamado sumamente la atención, que la Suprema Corte de Justicia de la Nación (concretamente su Segunda Sala) en un par de sentencias, ha decidido desconocer el “derecho de

¹¹ Lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo octavo transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en Materia de Telecomunicaciones, de 27 de febrero de 2014.

retransmisión” y liberar a los operadores de televisión restringida de su obligación de pagar licencias por los contenidos audiovisuales.

Inclusive, en la segunda sentencia de la Corte, dicho tribunal expresamente alude al Convenio de Berna y tergiversando su contenido (y el concepto de “remuneración equitativa”) ha anulado, prácticamente, el derecho de retransmisión de los productores audiovisuales, incumpliendo los compromisos internacionales adquiridos por México.

6.- Perspectivas.

Al parecer, la Segunda Sala de la Suprema Corte no cambiará su errado criterio, por lo que sólo quedan tres opciones jurídicamente viables para corregir la pifia de esa sala que ha puesto en jaque a los productores audiovisuales: 1) que la Primera Sala del mismo tribunal interprete en forma diferente el marco jurídico mexicano (es decir, que sí respete el “derecho de retransmisión” en sede de derechos de autor) y se genere una contradicción de criterios que tenga que ser resuelta por el Pleno de la Suprema Corte; 2) que México sea demandado por incumplir sus obligaciones ante la justicia internacional (por ejemplo, por las vías previstas en los tratados de libre comercio con Estados Unidos y con la Unión Europea, o en el órgano de solución de diferencias de la OMC); o 3) mediante una reforma legislativa que expresamente corrija el error de la Segunda Sala y deje a salvo el “derecho de retransmisión”. Mientras alguna de esas tres cosas no suceda, los derechos de los productores audiovisuales sobre la retransmisión de sus obras, seguirán en una situación muy endeble en México, a pesar del marco normativo aplicable.



Eduardo de la Parra Trujillo. Socio fundador del despacho “De la Parra & Asociados”

Especializado en derechos de autor, entretenimiento y medios de comunicación. Prestó sus servicios en la División de Oposición de Marcas de la Oficina de Armonización para el Mercado Interior de la Unión Europea. Asimismo, fue investigador del Intellectual Property Rights-Helpdesk de la Unión Europea; y es árbitro del Tribunal Internacional de Arbitraje Audiovisual.

Doctor en Derecho, con Mención Honorífica, por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, con Maestría en Propiedad Intelectual y Derecho de la Sociedad de la Información por la Universidad de Alicante, España; realizó estudios de posgrado en Derechos de Autor y Derechos Conexos en la Universidad de Buenos Aires, Argentina; especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual, por la Universidad Panamericana; Licenciado en Derecho, con mención Honorífica, por la Facultad de Derecho de la UNAM.

Profesor de Propiedad Intelectual, desde hace más de 14 años, en el Posgrado y la Licenciatura de la Facultad de Derecho de la UNAM; así como en la Universidad Panamericana y el Instituto de Propiedad Intelectual y Derecho de la Competencia (IPIDEC).

Ha sido galardonado por la Academia Mexicana de Ciencias, el Instituto Nacional del Derecho de Autor, la Asociación de Derechos Intelectuales de Argentina, el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, la Secretaría de Gobernación, la Asociación para la Enseñanza e Investigación del Derecho de Autor en España (ASEDA), etc.



CAPITULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

CAPITULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN IBEROAMÉRICA

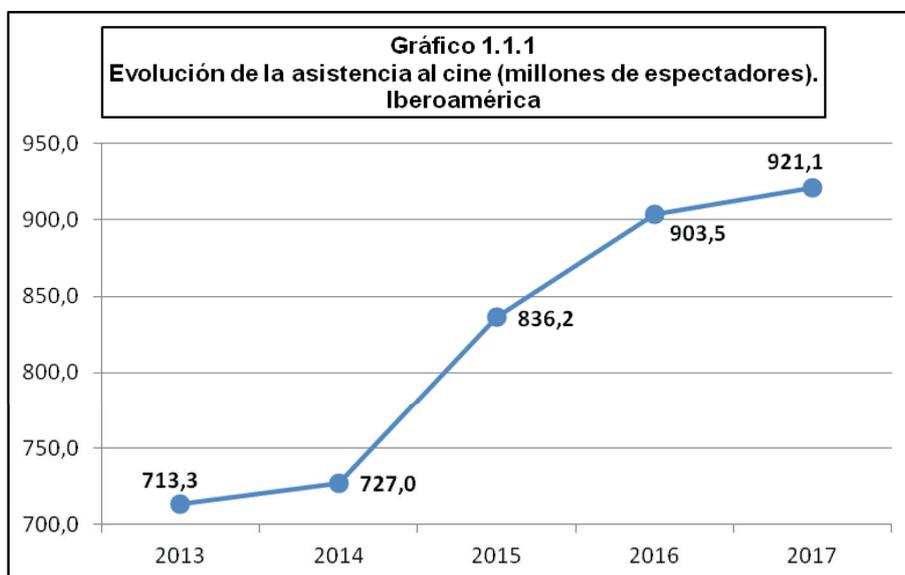
Los 22 países de Iberoamérica ocupan una extensión de 20,5 millones de kilómetros cuadrados, el universo de población sobrepasa los 650 millones de personas y el PIB rebasa la barrera de los 11,5 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas instaladas en la región suma 18.945. La audiencia anual se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4 dólares (cuadro 1.1.1).

Cuadro 1.1.1

Panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2013	2014	2015	2016	2017
Población (millones)	633,8	637,9	643,4	648,6	654,4
PIB-PPA (billones USD)	11,28	10,82	11,17	11,30	11,64
PIB per capita (USD)	14.855	15.030	15.565	15.850	16.340
Número de pantallas de cine	16.264	16.951	17.608	18.242	18.945
Ingresos cine (millones USD)	3.700,6	3.634,4	3.345,9	3.292,4	3.616,2
Espectadores cine (millones)	713,3	727,0	836,2	903,5	921,1
Espectadores cine nacional (millones)	88,5	87,2	83,1	101,3	75,6
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,4	12,0	10,0	11,2	8,2
Número de estrenos totales	4.386	4.639	5.154	5.786	5.668
Número de estrenos extranjeros	3.718	3.958	4.373	4.966	4.755
Número de estrenos nacionales	654	681	781	822	913
Asistencia anual por habitante	1,1	1,1	1,3	1,4	1,4
Precio medio entrada (USD)	5,2	5,0	4,7	4,5	4,0

La venta de entradas de los cines en los países de Iberoamericanos en 2017 suma 921,1 millones y la recaudación asciende 3.616 millones de dólares (gráfico 1.1.1). El cine nacional acumula 75,6 millones de espectadores y la cuota de mercado es del 8,2%. El número de estrenos totales asciende a 5.668 y el porcentaje de estrenos nacionales representa el 16,1% (cuadro 1.1.2).



Cuadro 1.1.2

Datos cinematográficos desglosados. Año 2017. Iberoamérica

País	Pantallas	Número de estrenos		Espectadores		Recaudación
		Totales	Nacionales	Totales	Cine Nacional	
Argentina	963	504	220	49.499.139	6.375.917	297.202.398
Bolivia	122	256	10	6.751.037	56.290	38.769.516
Brasil	3.220	460	158	181.168.439	17.410.142	851.395.679
Chile	426	230	26	27.249.167	242.252	134.366.738
Colombia	1.083	314	44	62.611.454	3.726.000	182.224.030
Costa Rica	148	240	14	7.583.418	181.527	40.234.103
Cuba	*	*	*	*	*	*
Ecuador	302	243	14	18.119.763	102.246	82.539.271
El Salvador	68	204	0	3.812.335	0	14.917.521
España	3.534	688	188	100.250.343	17.297.886	676.131.545
Guatemala	154	205	3	6.316.129	8.653	29.988.317
Honduras	99	177	13	3.820.626	211.440	13.433.707
México	6.633	424	88	345.076.233	22.414.000	878.201.718
Nicaragua	54	152	2	2.187.872	1.629	8.918.177
Panamá	142	221	8	7.238.075	176.901	36.827.474
Paraguay	70	161	6	2.061.424	162.781	10.502.084
Perú	625	267	25	51.472.988	5.221.811	173.732.044
Portugal	571	375	38	16.783.818	406.609	103.332.545
Puerto Rico	*	*	*	*	*	*
R. Dominicana	191	220	26	4.996.313	1.037.285	23.108.538

Uruguay	112	211	14	3.285.600	91.568	20.453.611
Venezuela	428	116	16	20.883.399	506.222	*
Totales	18.945	5.668	913	921.167.572	75.631.159	3.616.279.015

Los datos del top-100 cinematográfico de los 20 países iberoamericanos analizados, en el presente capítulo, durante el periodo 2013-2017 reflejan una asistencia acumulada a las salas de cine de 3.763,4 millones de espectadores y la venta de entradas suma en conjunto 16.476 millones de dólares de ingresos. En dicho periodo, la cuota de espectadores del cine USA supera el 83% y la del cine iberoamericano (nacional y no nacional) se encuentra en torno al 9% (cuadro 1.1.3).

Cuadro 1.1.3
Distribución acumulada por el origen de los estrenos del top-100.
Periodo 2013-2017. Iberoamérica

Origen	Espectadores	%	Ingresos	%
USA	3.126.731.007	83,1	13.608.522.856	82,6
Nacional	340.420.374	9,0	1.559.629.465	9,5
Iberoamérica	114.348.518	3,0	493.051.349	3,0
Europa	152.013.819	4,0	691.054.692	4,2
Resto países	29.944.446	0,8	123.811.298	0,8
Total	3.763.458.164		16.476.069.660	

Respecto a las distribuidoras, en el quinquenio 2013-2014 las *Majors* americanas acumulan más de 3.000 millones de espectadores y 13.500 millones de dólares de ingresos en el conjunto de los top-100 analizados. Los *Estudios* con más cuota cinematográfica son Disney, con un 19,6%, Fox con un 15,8% y Warner con un 15,4% (cuadro 1.1.4).

Por su parte, las distribuidoras independientes sumaron más de 695 millones de entradas vendidas y casi 3.000 millones de ingresos. Respecto a la cuota acumulada de espectadores en el quinquenio, las *Majors* obtienen el 81,5% y las independientes el 18,5% restante.

Cuadro 1.1.4
Distribución acumulada por las distribuidoras de los estrenos del top-100.
Periodo 2013-2017. Iberoamérica

Distribuidora	Espectadores	%	Ingresos	%
Disney	738.858.057	19,6	3.257.258.693	19,8
Fox	593.615.953	15,8	2.611.338.449	15,8
Warner Bros	580.369.116	15,4	2.537.491.451	15,4
Universal	518.112.205	13,8	2.258.747.093	13,7
Sony	313.389.913	8,3	1.312.821.121	8,0
Paramount	229.560.999	6,1	1.015.063.312	6,2
UIP	94.142.516	2,5	568.964.127	3,5
Independientes	695.409.405	18,5	2.914.385.412	17,7
Total	3.763.458.164		16.476.069.659	

En cuanto a la cuota acumulada de espectadores por los top-10 de cada país en 2017 respecto al total, el rango de valores se sitúa entre el 26,4% de España y el 45,3% de Paraguay (cuadro 1.1.5).

Próximos a ambos extremos, se encuentran Perú (27,6%) y Portugal (28,1%), respecto a la cuota menos elevada, y Venezuela (41,8%) y Costa Rica (41,3%) respecto a la cuota mayor.

Cuadro 1.1.5
Cuota de espectadores acumulada por el top-10 sobre el total de espectadores. Año 2017

Nº	País	%	Nº	País	%
1	Argentina	37,2	11	Honduras	36,8
2	Bolivia	35,8	12	México	35,2
3	Brasil	39,0	13	Nicaragua	37,7
4	Chile	39,0	14	Panamá	33,3
5	Colombia	35,3	15	Paraguay	45,3
6	Costa Rica	41,3	16	Perú	27,6
7	Ecuador	34,8	17	Portugal	28,1
8	El Salvador	39,5	18	R. Dominicana	38,8
9	España	26,4	19	Uruguay	37,5
10	Guatemala	39,7	20	Venezuela	41,8

La relación entre la cuota de espectadores del cine USA frente al cine Iberoamericano refleja el dominio norteamericano en las salas de cine de la región (cuadro 1.1.6). Los estrenos estadounidenses superan la barrera del 90% en estos países: Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Portugal y Venezuela.

Los países con una cuota de cine Iberoamericano (nacional y no nacional) más elevada son República Dominicana (22,5%), España (16,3%), Argentina (13,3%), Uruguay (13,3%) y Perú (10,7%).

Cuadro 1.1.6
Cuota de espectadores de los estrenos del top-100 del cine iberoamericano (nacional y no nacional) frente al cine USA. Año 2017

Nº	País	% IB	% US	Nº	País	% IB	% US
1	Argentina	13,3	83,5	11	Honduras	6,3	91,2
2	Bolivia	2,3	89,7	12	México	7,0	89,0
3	Brasil	9,1	88,3	13	Nicaragua	1,2	96,0
4	Chile	2,3	94,2	14	Panamá	4,1	91,6
5	Colombia	7,0	88,9	15	Paraguay	8,8	87,5
6	Costa Rica	4,0	93,2	16	Perú	10,7	83,3
7	Ecuador	1,4	93,2	17	Portugal	2,3	91,5
8	El Salvador	1,4	95,4	18	R. Dominicana	22,5	75,4
9	España	16,3	78,1	19	Uruguay	13,3	81,8
10	Guatemala	2,7	94,9	20	Venezuela	2,9	92,9

Del total de los 2.000 estrenos del top-100 de los 20 países analizados en 2017, el 80,7% pertenecen a producciones estadounidenses, el 9,8% a películas iberoamericanas (nacionales y no nacionales) y el 7,1% a estrenos europeos (cuadro 1.1.7).

Los 2.000 estrenos de la muestra se corresponden con 325 títulos. De ellos, un 43,4% son estadounidenses, un 43,7% iberoamericanos y un 10,2% europeos. En cuanto al tipo de producción, de los 142 títulos iberoamericanos, solo el 15,5% corresponden a coproducciones internacionales, y de los 183 títulos restantes el 45,9% pertenecen a este régimen de producción.

Cuadro 1.1.7
Análisis de los estrenos y títulos del top-100.
Año 2017. Iberoamérica

Distribución de los estrenos por su origen

Origen	Estrenos	%
USA	1.613	80,7
Iberoamérica	196	9,8
Europa	141	7,1
Resto países	50	2,5
Total	2.000	

Distribución de los títulos por su origen

Origen	Títulos	%
USA	141	43,4
Iberoamérica	142	43,7
Europa	33	10,2
Resto países	9	2,8
Total	325	

Distribución de los títulos por el tipo de producción y origen

<i>Iberoamérica</i>		
Tipo	Títulos	%
No coproducción	120	84,5
Coproducción	22	15,5
Total	142	

<i>Resto de países</i>		
Tipo	Títulos	%
No coproducción	99	54,1
Coproducción	84	45,9
Total	183	

Respecto al top-1 de cada país en 2017 (cuadro 1.1.8), el título que más repite en esta posición es *A todo gas 8* (15 países). La producción de animación *Gru 3: Mi villano favorito* es el top 1 en dos países (Argentina y Uruguay).

Cuadro 1.1.8
Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2017. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Gru 3: Mi villano favorito	USA	3.839.207
Bolivia	A todo gas 8	USA, China, Japón	355.890
Brasil	A todo gas 8	USA, China, Japón	8.408.741
Chile	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.276.574
Colombia	A todo gas 8	USA, China, Japón	3.929.612
Costa Rica	A todo gas 8	USA, China, Japón	366.670
Ecuador	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.005.001
El Salvador	A todo gas 8	USA, China, Japón	238.936
España	La bella y la bestia	USA, R. Unido	3.710.372
Guatemala	A todo gas 8	USA, China, Japón	436.459
Honduras	A todo gas 8	USA, China, Japón	223.192
México	Coco	USA	23.380.431

Nicaragua	A todo gas 8	USA, China, Japón	133.482
Panamá	A todo gas 8	USA, China, Japón	450.335
Paraguay	A todo gas 8	USA, China, Japón	191.733
Perú	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.966.668
Portugal	A todo gas 8	USA, China, Japón	936.077
R. Dominicana	A todo gas 8	USA, China, Japón	361.952
Uruguay	Gru 3: Mi villano favorito	USA	266.478
Venezuela	Coco	USA	1.282.294

Las producciones nacionales que dominan el top-1 iberoamericano de su país son (cuadro 1.1.9): *Mamá se fue de viaje* (Argentina), *Minha mãe é uma peça 2* (Brasil), *Tadeo Jones 2* (España), *Morazán* (Honduras), *Los buscadores* (Paraguay), *Av. Larco, la película* (Perú), *Colao* (R. Dominicana) y *Papita 2da Base* (Venezuela).

Cuadro 1.1.9

Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2017. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Mamá se fue de viaje	Argentina	1.665.317
Bolivia	Condorito: la película	Perú	48.641
Brasil	Minha mãe é uma peça 2	Brasil	5.187.803
Chile	Condorito: la película	Perú	455.163
Colombia	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	788.625
Costa Rica	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	101.454
Ecuador	Condorito: la película	Perú	114.862
El Salvador	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	30.007
España	Tadeo Jones 2	España	3.226.527
Guatemala	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	84.701
Honduras	Morazán	Honduras	50.142
México	Hazlo como Hombre	México	4.339.123
Nicaragua	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	10.367
Panamá	Más que hermanos	Panamá	85.563
Paraguay	Los buscadores	Paraguay	134.039
Perú	Av. Larco, la película	Perú	774.959
Portugal	Ozzy	España, Canadá	101.863
R. Dominicana	Colao	R. Dominicana	341.598
Uruguay	Sos mi pasión	Argentina	97.422
Venezuela	Papita 2da Base	Venezuela	337.565

Las producciones iberoamericanas que se exhiben en más países en 2017 y forman parte del top-100 son *Condorito: la película* (15 países), *Ozzy* (11), *Moisés y los diez mandamientos* (8), *Lo que de verdad importa* (7) y *Deep* (5 países). Un total de 15 títulos se distribuyen en dos o más países (cuadro 1.1.10).

Cuadro 1.1.10

Títulos iberoamericanos estrenados en dos o más países de Iberoamérica. Año 2017

Nº	Países de estreno	Título	Países de origen
1	AR-BO-CL-CO-CR-EL-EQ-GU-HO-NI-PA-PE-PG-RD-UG	Condorito: la película	Perú
2	BO-CO-CR-EL-EQ-GU-ME-PA-PE-PO-VE	Ozzy	España
3	AR-BO-GU-HO-NI-PG-RD-UG	Moisés y los diez mandamientos	Brasil
4	CO-CR-EL-ES-GU-ME-PA	Lo que de verdad importa	España
5	BO-CR-EL-GU-HO	Deep	España
6	BO-GU-ME	Hazlo como Hombre	México
7	AR-UG	Nieve negra	Argentina
8	AR-UG	La Cordillera	Argentina, España
9	AR-UG	Los que aman, odian	Argentina, España
10	AR-UG	Casi leyendas	Argentina, España
11	AR-UG	Sólo se vive una vez	Argentina, España
12	BR-ES	Tadeo Jones 2	España
13	BO-ME	Un monstruo viene a verme	España
14	CL-PO	Jackie	Chile
15	EQ-ES	Verónica	España

En 2017, el estreno más popular es la producción *A todo gas 8*, con un total de 41 millones de espectadores acumulados en el conjunto de los 20 países iberoamericanos analizados. En segundo lugar, también con 41 millones, *Gru 3: Mi villano favorito* y en tercer lugar *La bella y la bestia* consigue 33,3 millones de espectadores (cuadro 1.1.11).

Respecto a la distribución de los espectadores por títulos, dos títulos acumulan más de 40 millones de espectadores cada uno, dos suman más de 30 millones y seis títulos acumulan más de 20 millones de espectadores.

Todos los estrenos del ranking acumulado de espectadores e ingresos son producciones estadounidenses, de los cuales, diez títulos están en coproducción con otros países (Australia, Canadá, China, Japón, Nueva Zelanda y Reino Unido).

Cuadro 1.1.11

Ranking acumulado de estrenos cinematográficos. Año 2017. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	41.098.999	176.619.810
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	41.007.987	156.807.556
3	La bella y la bestia	USA, UK	33.323.210	143.380.841
4	Coco	USA	31.345.989	87.979.035
5	Liga de la Justicia	USA, UK, Canadá	27.329.937	103.609.509
7	Spider-Man: Homecoming	USA	26.166.715	101.450.046
6	It	USA, Canadá	25.587.781	92.826.034
8	Thor: Ragnarok	USA	23.712.806	92.630.051
9	El bebé jefazo	USA	23.188.587	89.922.591
10	La mujer maravilla	USA, China	23.132.680	91.719.986
11	Piratas del Caribe 5	USA	19.433.887	81.091.526
12	Annabelle: La creación	USA	18.948.657	65.016.626
13	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá, N. Zelanda	18.505.196	76.959.398

14	Logan	USA, Australia, Canadá	17.935.643	78.427.836
15	Cars 3	USA	15.632.369	58.063.708
16	Transformers: el último caballero	USA, China, Canadá	15.084.682	56.524.630
17	La guerra del planeta de los simios	USA, Canadá, N. Zelanda	15.013.007	58.674.569
18	La momia	USA, China, Japón	14.076.892	56.638.782
19	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	13.973.956	69.070.698
20	Cincuenta sombras más oscuras	USA	13.292.942	61.938.689

El *ranking* acumulado de estrenos iberoamericanos de 2017 está liderado por la película brasileña *Minha mãe é uma peça 2*, con un total de 5,1 millones de espectadores, seguida de la mexicana *Hazlo como Hombre* con 4,3 millones y la obra española *Tadeo Jones 2* con 3,5 millones de espectadores (cuadro 1.1.12).

Las 20 primeras películas de este *ranking* superaron el millón de espectadores en el conjunto de países. Las producciones provienen de España (siete títulos), México (seis títulos), Brasil (cuatro títulos), Argentina (dos títulos) y Perú (un título). La cuota de mercado acumulada por el top-10 iberoamericano supone el 4,6% del total de espectadores (42,3 millones de espectadores.)

Cuadro 1.1.12

Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos. Año 2017. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Minha mãe é uma peça 2	Brasil	5.187.803	23.850.991
2	Hazlo como Hombre	México	4.363.565	10.851.339
3	Tadeo Jones 2	España	3.538.533	21.448.889
4	3 idiotas	México	2.688.323	7.087.429
5	Me gusta pero me asusta	México	2.651.125	5.825.299
6	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	2.649.643	9.610.321
7	Cómo cortar a tu patán	México	2.359.646	5.501.922
8	Todos queremos a alguien	México	2.065.985	5.203.082
9	Perfectos desconocidos	España	2.013.478	14.654.100
10	Mama se fue de viaje	Argentina	1.995.469	10.843.716
11	Condorito: la película	Perú	1.921.068	6.584.463
12	Es por tu bien	España	1.552.197	10.766.433
13	Policia federal - A lei é para todos	Brasil	1.367.530	6.624.728
14	Os Parças	Brasil	1.350.729	5.451.284
15	Ozzy	España, Canadá	1.209.338	3.392.128
16	El secreto de Marrowbone	España	1.179.260	8.258.256
17	Señor, dame paciencia	España	1.087.268	7.492.822
18	Detetives do Prédio Azul: o filme	Brasil	1.070.461	4.459.807
19	El tamaño si importa	México	1.058.005	2.300.500
20	El fútbol o yo	Argentina	1.048.914	5.570.318

El *ranking* de películas de otros países estrenadas en territorio iberoamericano está liderado por la coproducción británica *Resident Evil: el capítulo final*, con un total de 7,2 millones de espectadores. En segundo lugar, a bastante distancia, figura la coproducción germano-francesa *Valerian y la ciudad de los mil planetas*, con casi 4 millones, y en tercer lugar, la coproducción franco-canadiense *Bailarina* con 3 millones de espectadores (cuadro 1.1.13).

Cuadro 1.1.13

Ranking acumulado de estrenos europeos y otros países. Año 2017. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident Evil: el capítulo final	Alemania, UK, USA	7.203.598	27.283.152
2	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Alemania, Francia	3.857.327	14.882.282
3	Bailarina	Francia, Canadá	3.086.820	14.538.230
4	Una familia feliz	Alemania, UK	2.019.073	5.765.296
5	La novia	Rusia	1.484.216	4.443.177
6	La autopsia de Jane Doe	UK, USA	1.462.517	5.037.313
7	El muñeco de nieve	Suecia, UK, USA	541.797	3.095.628
8	Mañana empieza todo	Francia, UK	510.428	3.481.849
9	Terremoto	Rusia	367.347	1.029.795
10	La reina Victoria y Abdul	Francia, UK	349.310	2.373.184

PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS



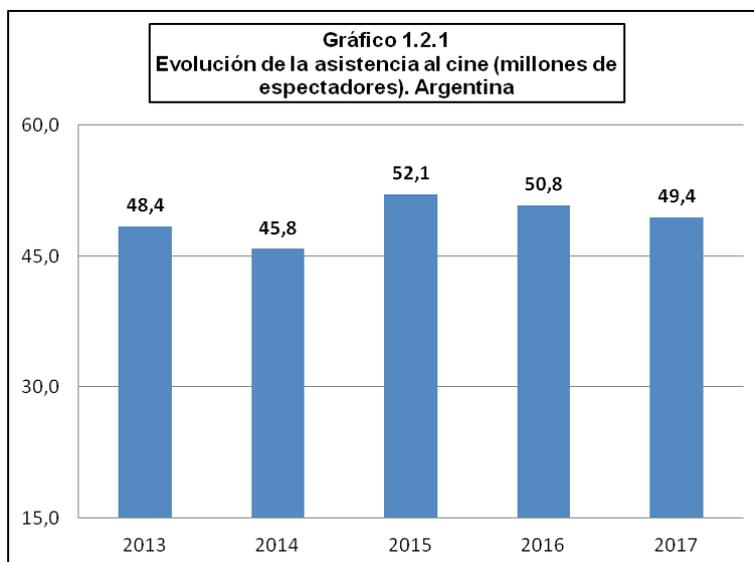
ARGENTINA

Los cines argentinos en 2017 suman una asistencia de 49,4 millones de espectadores y recaudan 297,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 43,6% y la cuota de espectadores el 12,8% (cuadro 1.2.1).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 52,1 millones de espectadores en 2015 y un mínimo de 45,8 en 2014 (gráfico 1.2.1).

Cuadro 1.2.1
Panorama cinematográfico en Argentina

Concepto	2015	2016	2017
Población (millones)	43,1	43,5	44,0
PIB-PPA (billones USD)	0,895	0,879	0,911
PIB per capita (USD)	20.800	20.200	20.700
Número de pantallas de cine	872	933	963
Ingresos cine (millones USD)	342,4	270,1	297,2
Espectadores cine (millones)	52,1	50,8	49,4
Espectadores cine nacional (millones)	7,55	7,32	6,37
Cuota de mercado cine nacional (%)	14,5	14,4	12,8
Número de estrenos totales	428	445	504
Número de estrenos extranjeros	246	246	284
Número de estrenos nacionales	182	199	220
Asistencia anual por habitante	1,2	1,1	1,1
Precio medio entrada (USD)	6,4	5,3	5,7



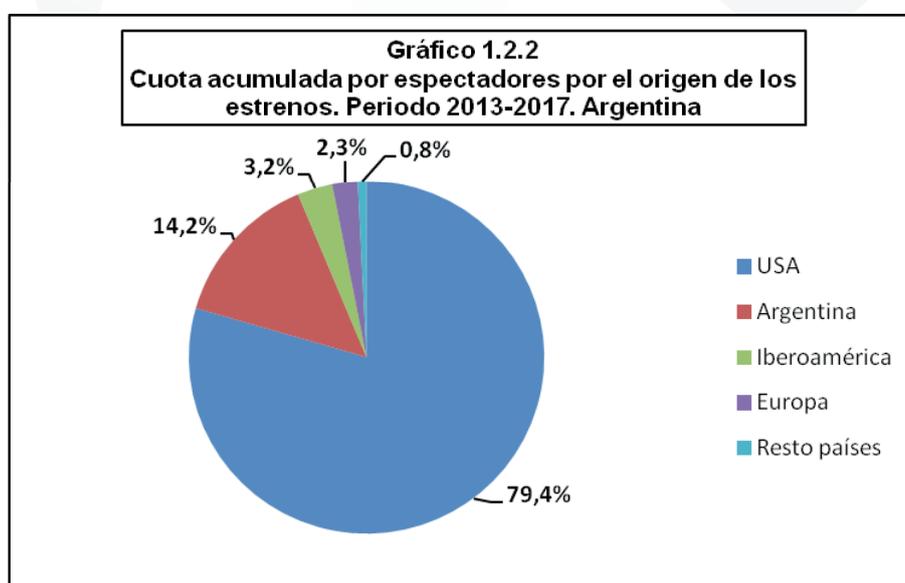
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 83,5% del total de espectadores, la del cine nacional en el 12,1% y la del iberoamericano en el 1,2% (cuadro 1.2.2).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con casi un 80% del mercado, seguido del cine argentino con un 14,2%, del iberoamericano con un 3,2% y del cine europeo con un 2,3% (gráfico 1.2.2).

Cuadro 1.2.2
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	36.759.287	79,0	37.307.384	82,0	36.838.105	83,5
Argentina	6.315.661	13,6	6.199.267	13,6	5.328.813	12,1
Iberoamérica	551.132	1,2	542.843	1,2	543.530	1,2
Europa	2.478.522	5,3	1.443.687	3,2	892.144	2,0
Resto países	434.973	0,9	0	0,0	500.288	1,1
Total	46.539.575		45.493.181		44.102.880	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	264.907.705	81,0	213.034.533	83,3	238.545.513	85,3
Argentina	39.545.646	12,1	31.304.090	12,2	29.764.103	10,6
Iberoamérica	3.367.578	1,0	3.156.542	1,2	2.393.914	0,9
Europa	16.292.047	5,0	8.338.746	3,3	5.770.073	2,1
Resto países	2.916.626	0,9	0	0,0	3.241.112	1,2
Total	327.029.602		255.833.911		279.714.715	

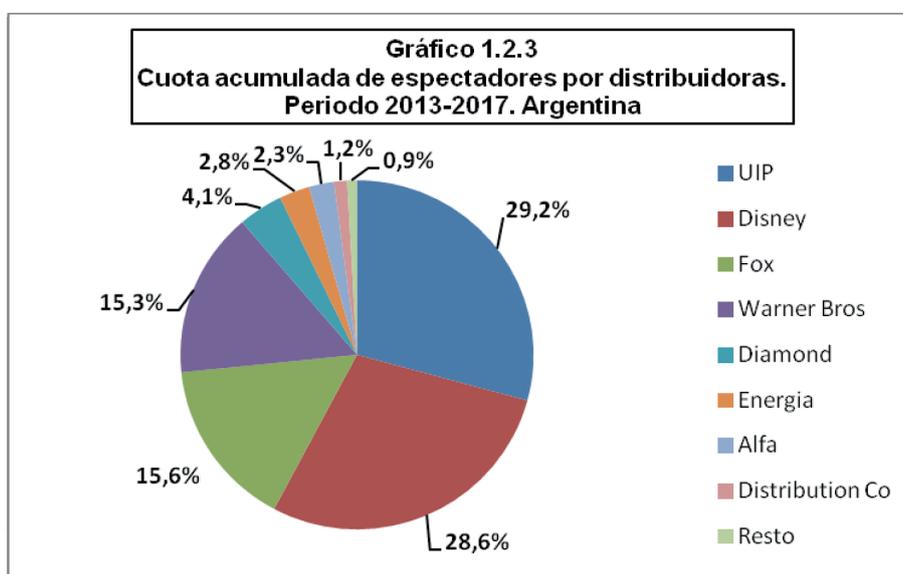


Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 93,5% y las independientes el 6,5% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es UIP (Universal, Paramount) con casi 16 millones (cuadro 1.2.3).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,7% y el de las independientes en el 11,3% restante (gráfico 1.2.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son UIP (29,2%) y Disney (28,6%). Entre las independientes destaca Diamond (4,1%).

Cuadro 1.2.3
Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Argentina

Distribuidoras	2015	%	2016	%	2017	%
UIP	18.836.675	40,5	9.243.623	20,3	15.985.137	36,2
Disney	11.428.150	24,6	16.727.481	36,8	12.829.005	29,1
Warner Bros	4.714.910	10,1	8.627.712	19,0	7.690.732	17,4
Fox	7.769.724	16,7	8.259.210	18,2	4.710.500	10,7
Energia	469.756	1,0	862.273	1,9	268.916	0,6
Diamond	1.907.960	4,1	1.137.026	2,5	875.917	2,0
Alfa	1.004.076	2,2	635.856	1,4	470.375	1,1
Distribution Co	255.398	0,5	0	0,0	0	0,0
Zeta	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidoras	152.926	0,3	0	0,0	1.272.298	2,9
Total	46.539.575		36.249.558		28.117.743	



En 2017, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Gru 3: mi villano favorito* (3,8 millones de espectadores), *A todo gas 8* (2,7 millones) y *La bella y la bestia* (1,8 millones). La producción nacional *Mamá se fue de viaje* (Ariel Winograd) consigue el quinto puesto, con 1,6 millones de espectadores (cuadro 1.2.4).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, casi en su totalidad, de Estados Unidos, con un total de nueve películas (una en coproducción con China, otra con Reino Unido y otra con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,2% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.4
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	3.839.207	24.485.175
2	A todo gas 8	USA, China, Japón	2.730.524	22.073.388
3	La bella y la bestia	USA, R. Unido	1.876.647	12.449.130
4	It	USA, Canadá	1.879.925	11.064.953

5	Mama se fue de viaje	Argentina	1.665.317	9.483.362
6	El bebé jefazo	USA	1.402.018	9.454.084
7	Piratas del Caribe 5	USA	1.337.130	8.950.867
8	Cars 3	USA	1.284.781	7.893.508
9	Vaiana	USA	1.261.871	7.817.436
10	Spider-Man: Homecoming	USA	1.124.642	7.130.470

En el *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la producción mencionada, en segundo lugar figura *El fútbol o yo* (Marcos Carnevale), con más de un millón de espectadores, y en tercera posición *Nieve negra* (Martín Hodara) con casi 700.000. En este *ranking*, cuatro obras son íntegramente argentinas y seis son coproducciones, cuatro con España, una con Brasil y una con Estados Unidos (cuadro 1.2.5).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la producción brasileña *Moisés y los diez mandamientos*, con 470.375 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 286.588 espectadores (cuadro 1.2.6).

Cuadro 1.2.5

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Argentina

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mama se fue de viaje	Argentina	1.665.317	9.483.362
2	El fútbol o yo	Argentina	1.048.914	5.570.318
3	Nieve negra	Argentina, España	688.400	4.163.016
4	La Cordillera	Argentina, España	638.678	3.516.222
5	Los padecientes	Argentina, USA	398.137	2.364.273
6	Los Que aman, odian	Argentina	331.331	1.664.534
7	Casi leyendas	Argentina, España	157.189	946.969
8	Zama	Argentina, Brasil	90.907	352.880
9	Yo soy así, Tita de Buenos Aires	Argentina	86.861	433.661
10	Sólo se vive una vez	Argentina, España	82.903	464.383

Cuadro 1.2.6

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Argentina**Iberoamérica*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	470.375	1.995.676
2	Condorito: la película	Perú	73.155	398.238

Europa y resto de países

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Residente Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	286.588	2.027.428
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	249.975	1.714.506
3	Invasión zombie	Corea del Sur	127.196	842.748
4	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	123.117	683.859
5	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	112.763	728.188



BOLIVIA

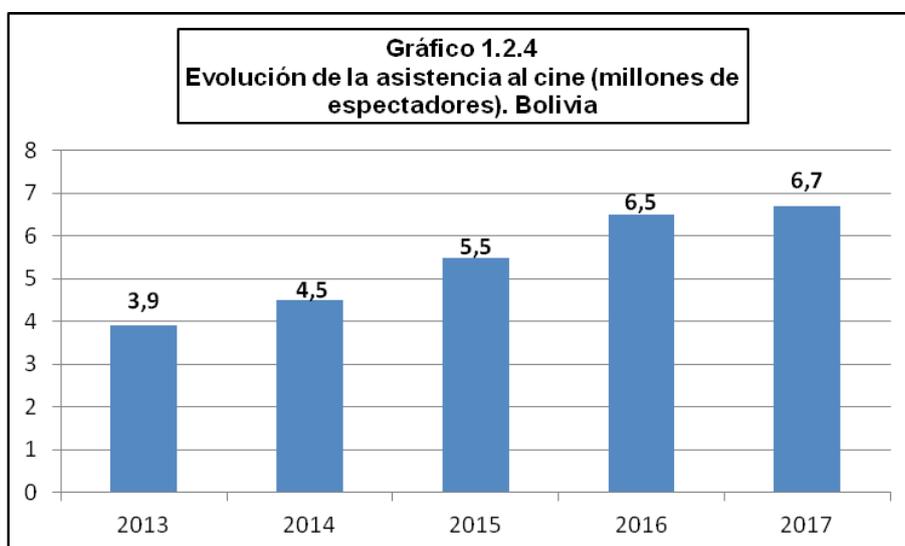
Los cines bolivianos en 2017 suman una asistencia de 6,7 millones de espectadores y recaudan 38,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,9% y la cuota de espectadores el 0,8% (cuadro 1.2.7).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia ascendente desde los 3,9 millones de espectadores en 2013 a los 6,7 millones en 2017 (gráfico 1.2.4).

Cuadro 1.2.7

Panorama cinematográfico en Bolivia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	10,8	10,9	11,1
PIB-GDP (billones USD)	0,075	0,078	0,083
PIB-per capita (USD)	7.200	7.400	7.500
Número de pantallas de cine	98	109	122
Ingresos cine (millones USD)	30,9	36,7	38,7
Espectadores cine (millones)	5,5	6,5	6,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,04	0,08	0,05
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,7	0,2	0,8
Número de estrenos totales	248	318	256
Número de estrenos extranjeros	232	302	246
Número de estrenos nacionales	16	16	10
Asistencia anual por habitante	0,5	0,6	0,6
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,6	5,7



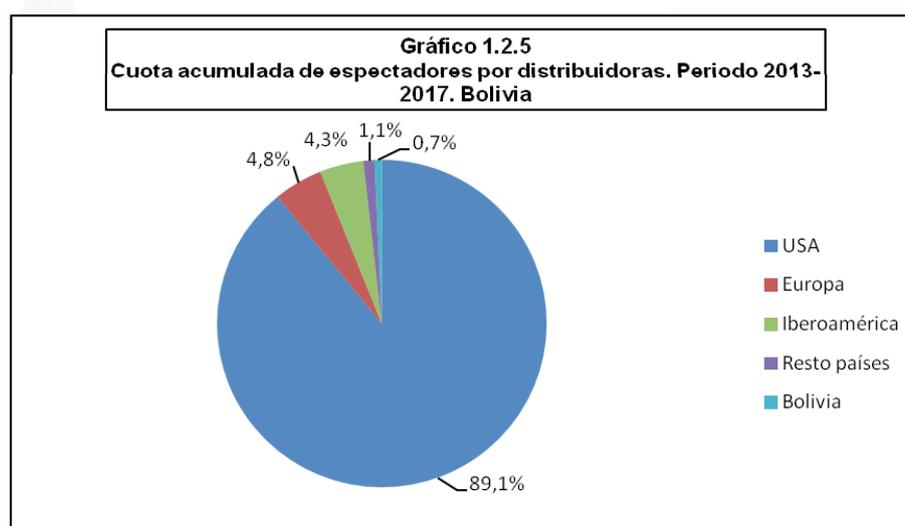
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 89,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,4% y la del iberoamericano en el 1,9%. Además, la presencia del cine europeo supuso el 6% y la del resto del mundo el 2% (cuadro 1.2.8).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA con un 89,1% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,8% y del iberoamericano con un 4,3% (gráfico 1.2.5).

Cuadro 1.2.8
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Bolivia

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	4.582.603	86,3	5.550.663	90,7	5.665.083	89,7
Bolivia	28.001	0,5	51.821	0,8	26.182	0,4
Iberoamérica	242.961	4,6	143.188	2,3	118.590	1,9
Europa	429.268	8,1	287.591	4,7	379.347	6,0
Resto países	28.401	0,5	84.762	1,4	129.024	2,0
Total	5.311.234		6.118.025		6.318.226	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	25.781.400	87,5	31.117.244	90,8	32.797.184	90,1
Bolivia	130.589	0,4	265.160	0,8	109.646	0,3
Iberoamérica	1.275.310	4,3	823.794	2,4	640.612	1,8
Europa	2.126.698	7,2	1.618.104	4,7	2.088.949	5,7
Resto países	134.969	0,5	446.772	1,3	773.336	2,1
Total	29.448.966		34.271.074		36.409.727	

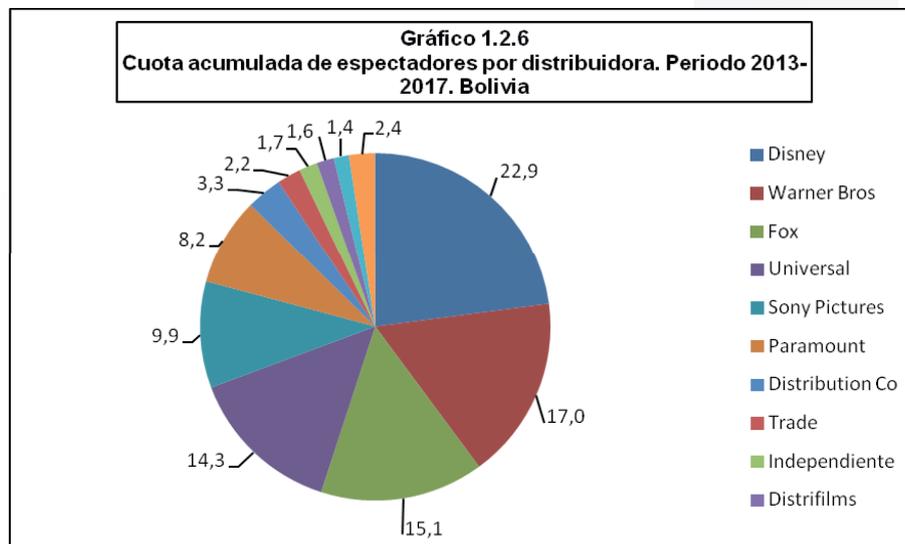


Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores de más del 86,2% y las independientes el 13,8% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 1,3 millones (cuadro 1.2.9).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 87,4% y el de las independientes en el 12,6% restante (gráfico 1.2.6). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (22,9%), Warner (17%) y Fox (15,1%). Entre las independientes destacan Distribution Co. (3,3%) y Trade (2,2%).

Cuadro 1.2.9
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Bolivia

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Disney	1.267.731	23,9	1.743.252	28,5	1.361.436	21,5
Warner Bros	464.071	8,7	1.576.509	25,8	1.346.807	21,3
Universal	1.182.641	22,3	499.742	8,2	1.064.793	16,9
Sony Pictures	640.454	12,1	350.164	5,7	668.300	10,6
Fox	716.858	13,5	1.096.088	17,9	551.875	8,7
Paramount	373.540	7,0	259.298	4,2	456.878	7,2
Distribution Co	198.645	3,7	135.937	2,2	173.265	2,7
Independiente	62.704	1,2	30.428	0,5	162.371	2,6
Distrifilms	41.312	0,8	138.882	2,3	121.944	1,9
Trade	208.499	3,9	10.262	0,2	0	0,0
Multicine	142.867	2,7	0	0,0	0	0,0
Resto	11.912	0,2	277.463	4,5	410.557	6,5
Total	5.311.234		6.118.025		6.318.226	



En 2017, dos coproducciones norteamericanas lideran el *ranking* de audiencia cinematográfica en Bolivia: la primera con China y Canadá, *A todo gas 8* (355.890 espectadores) y la segunda, con Reino Unido y Canadá, *Liga de la Justicia* (310.635). En tercer lugar aparece *Gru 3: Mi villano favorito* con más de 300.000 espectadores (cuadro 1.2.10).

Las diez primeras posiciones corresponden a obras estadounidenses (cinco en coproducción). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 35,8% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Bolivia

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Canadá	355.890	2.357.079
2	Liga de la Justicia	USA, Canadá, R. Unido	310.635	1.751.702
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	300.682	1.735.231
4	Thor: Ragnarok	USA	284.256	1.673.887
5	Spider-Man: Homecoming	USA	236.080	1.385.053
6	La bella y la bestia	USA, R. Unido	204.227	1.301.445
7	Guardianes de la galaxia Vol. 2	USA, Canadá, N. Zelanda	202.638	1.292.880
8	Piratas del Caribe 5	USA	194.346	1.165.875
9	Vaiana	USA	183.685	1.162.193
10	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	180.813	1.111.209

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, en primer lugar figura la coproducción entre *Bolivia y Argentina Las Malcogidas* (Denisse Arancibia), con más de 26.000 espectadores, seguida de *Bárbara* (Pedro Antonio Gutiérrez) con 13.645 y de *Fuga de locos* (Marco Cortez) con 3.722 espectadores. En este *ranking*, ocho obras son íntegramente bolivianas y dos son coproducciones con Argentina y Perú (cuadro 1.2.11).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la producción peruana *Condorito: la película* con 48.641 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 108.342 espectadores (cuadro 1.2.12).

Cuadro 1.2.11

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Bolivia

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Las Malcogidas	Bolivia, Argentina	26.182	109.646
2	Bárbara	Bolivia	13.645	45.006
3	Fuga de Locos	Bolivia	3.722	21.683
4	Sol Piedra Agua	Bolivia, Perú	296	1.415
5	Una cena casi perfecta	Bolivia	275	1.326
6	Fuerza mortal	Bolivia	267	1.251
7	Justine	Bolivia	113	519
8	Todo por nada	Bolivia	22	117
9	Umaturka: El llamado del agua	Bolivia	11	27
10	Las tres Magalys	Bolivia	4	17

Cuadro 1.2.12

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Bolivia

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Condorito: la película	Perú	48.641	261.312
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	22.339	126.416
3	Hazlo como Hombre	México	16.027	79.630
4	Ozzy	España, Canadá	12.275	67.925
5	Un monstruo viene a verme	España	9.763	54.938
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	108.342	684.752
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	61.174	401.206
3	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	56.063	277.385
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	31.136	180.315
5	Guardians	Rusia	29.787	151.277



BRASIL

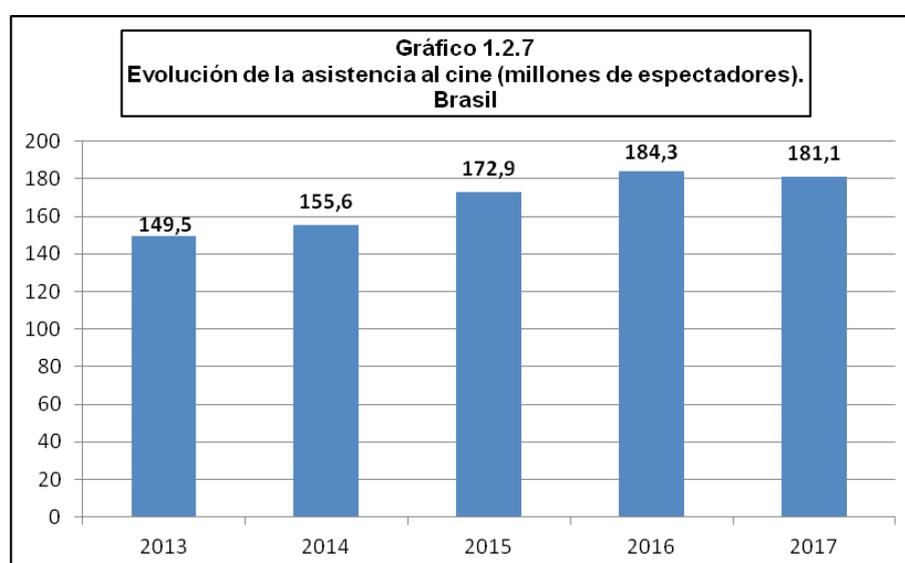
Los cines brasileños en 2017 suman una asistencia de 181,1 millones de espectadores y recaudan 851,3 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 34,3% y la cuota de espectadores el 9,6% (cuadro 1.2.13).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un rango ascendente comprendido entre 149 millones de espectadores y 184 millones, los cuatro primeros años, y un pequeño descenso hasta los 181 millones durante el último año (gráfico 1.2.7).

Cuadro 1.2.13

Panorama cinematográfico en Brasil

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	204,2	205,8	207,3
PIB-PPA (billones USD)	3,241	3,135	3,219
PIB per capita (USD)	15.900	15.500	15.500
Número de pantallas de cine	3.013	3.168	3.220
Ingresos cine (millones USD)	715,2	675,0	851,3
Asistencia espectadores (millones)	172,9	184,3	181,1
Espectadores cine nacional (millones)	22,48	30,41	17,41
Cuota de mercado cine nacional (%)	13,0	16,5	9,6
Número de estrenos totales	446	458	460
Número de estrenos extranjeros	317	316	302
Número de estrenos nacionales	129	142	158
Asistencia anual por habitante	0,8	0,9	0,9
Precio medio entrada (USD)	3,5	3,6	4,7



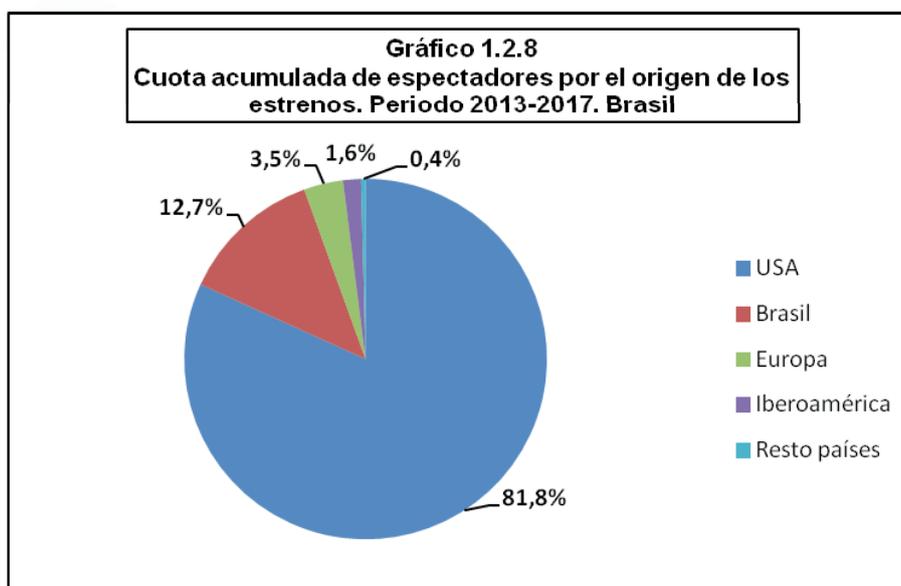
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 88,3% del total de espectadores y la del cine nacional en el 8,9%. Por su parte, el cine europeo representa el 1,6% (cuadro 1.2.14).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 81,8% del mercado, seguido del cine brasileño con el 12,7% y del cine europeo con un 3,5% (gráfico 1.2.8).

Cuadro 1.2.14
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Brasil

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	126.327.728	79,6	141.593.684	81,1	151.122.450	88,3
Brasil	20.812.663	13,1	26.784.456	15,3	15.167.784	8,9
Iberoamérica	1.699.319	1,1	198.537	0,1	312.006	0,2
Europa	9.454.248	6,0	6.037.684	3,5	2.785.265	1,6
Resto países	333.909	0,2	0	0,0	1.694.610	1,0
Total	158.627.867		174.614.361		171.082.115	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	540.648.936	81,1	583.512.117	83,0	724.819.629	88,9
Brasil	76.999.526	11,6	88.162.388	12,5	66.308.421	8,1
Iberoamérica	7.021.719	1,1	960.676	0,1	1.223.534	0,2
Europa	40.320.359	6,1	30.432.480	4,3	13.413.099	1,6
Resto países	1.302.136	0,2	0	0,0	9.448.865	1,2
Total	666.292.676		703.067.661		815.213.548	



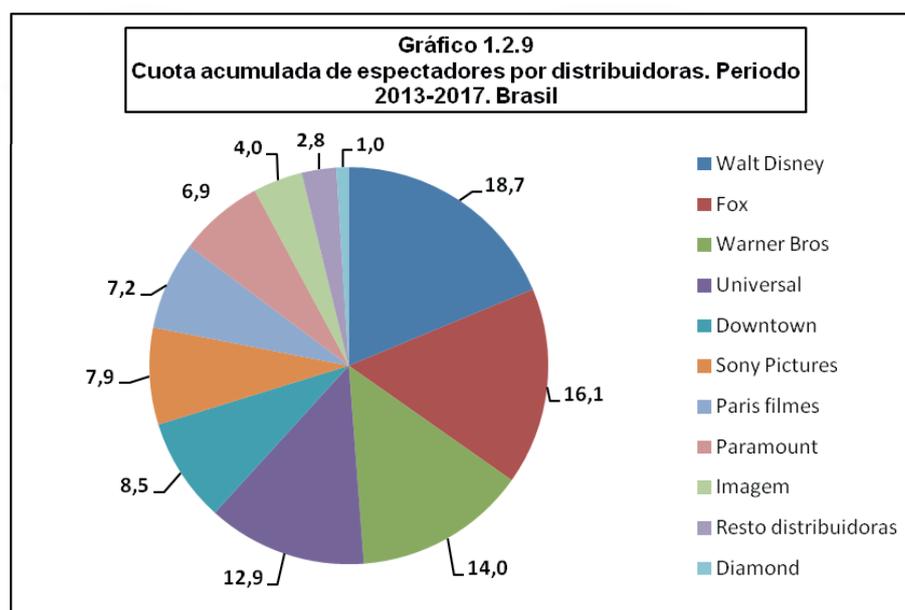
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 82% y las independientes el 18% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 33 millones, seguido de Universal y Warner con 32,7 y 30,1 millones, respectivamente (cuadro 1.2.15).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa por encima del 76,5% y el de las independientes en el 23,5% restante (gráfico 1.2.9). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (18,7%), Fox (16,1%) y Warner (14%). Entre las independientes destaca Downtown (8,5%) y Paris filmes (7,2%).

Cuadro 1.2.15

Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Brasil

Distribuidoras	2015	%	2016	%	2017	%
Disney	28.215.015	17,8	40.047.574	22,9	33.358.221	19,5
Universal	36.830.471	23,2	13.304.682	7,6	32.757.969	19,1
Warner Bros	13.369.313	8,4	35.704.597	20,4	30.196.074	17,7
Fox	24.095.771	15,2	30.261.357	17,3	19.122.662	11,2
Paramount	10.656.790	6,7	6.080.262	3,5	9.049.427	5,3
Sony Pictures	9.781.421	6,2	11.257.556	6,4	15.690.156	9,2
Imagem	3.381.950	2,1	4.771.674	2,7	1.224.303	0,7
Paris Filmes	13.415.033	8,5	7.219.215	4,1	14.383.800	8,4
Downtown	11.909.113	7,5	23.375.012	13,4	12.076.994	7,1
California	910.776	0,6	338.457	0,2	238.148	0,1
H2O Films	3.274.740	2,1	0	0,0	960.175	0,6
Diamond	1.951.402	1,2	1.595.452	0,9	1.529.267	0,9
PlayArte	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Europa	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	836.072	0,5	658.523	0,4	494.919	0,3
Total	158.627.867		174.614.361		171.082.115	



En 2017, la producción americana *Gru 3: mi villano favorito* lidera el ranking cinematográfico con 8,9 millones de espectadores, seguida de *A todo gas 8* y *Liga de la Justicia*, ambas con 8,4 millones (cuadro 1.2.16).

De las diez primeras posiciones, nueve corresponden a obras estadounidenses (cinco en coproducción), más el estreno nacional *Minha mãe é uma peça 2* (César Rodrigues), que figura en la novena posición del *ranking*. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 39% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.16

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	8.936.465	38.063.344
2	A todo gas 8	USA, China, Japón	8.408.741	44.993.297
3	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	8.408.112	38.207.478
4	La bella y la bestia	USA, R. Unido	8.248.244	43.868.146
5	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	6.980.573	34.089.164
6	Spider-Man: Homecoming	USA	6.668.140	30.974.170
7	Logan	USA, Canadá, Australia	6.368.979	31.550.824
8	Thor: Ragnarok	USA	6.318.676	29.494.670
9	Minha mãe é uma peça 2	Brasil	5.187.803	23.850.991
10	La cabaña	USA	5.118.252	25.348.034

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la citada película, *Minha mãe é uma peça 2* (César Rodrigues) con 5,2 millones de espectadores, se encuentra *Policia federal - a lei é para todos* (Marcelo Antúnez) con casi 1,4 millones. En este *ranking*, las diez obras son íntegramente brasileñas (cuadro 1.2.17).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 y el único registrado en el top-100 es la producción española *Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas* (Enrique Gato y David Alonso), con 312.006 espectadores. La película europea más popular es la producción de Hong Kong *La gran muralla* (Zhang Yimou) con casi 1,7 millones de espectadores (cuadro 1.2.18).

Cuadro 1.2.17

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales (comscore). Año 2017. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Minha mãe é uma peça 2	Brasil	5.187.803	23.850.991
2	Policia Federal - a lei é para todos	Brasil	1.367.530	6.624.728
3	Os Parças	Brasil	1.350.729	5.451.284
4	Detetives do Prédio Azul: o filme	Brasil	1.070.461	4.459.807
5	Fala Sério, Mãe!	Brasil	946.738	3.536.866
6	Meus 15 anos	Brasil	587.566	2.070.708
7	Um tio quase perfeito	Brasil	564.473	2.453.280
8	Eu fico loko	Brasil	557.181	2.263.214
9	Como se tornar o pior aluno da escola	Brasil	506.593	2.055.703
10	Divorcio 190	Brasil	489.134	1.995.560

Cuadro 1.2.18

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Brasil

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tadeo Jones 2	España	312.006	1.223.534
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	1.694.610	9.448.865
2	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	1.204.422	6.232.877
3	Bailarina	Francia, Canadá	550.261	2.534.392
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	501.484	2.372.268
5	La novia	Rusia	315.876	1.300.066



CHILE

Los cines chilenos en 2017 suman una asistencia de 27,2 millones de espectadores y recaudan 134,3 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 11,3% y la cuota de espectadores el 1% (cuadro 1.2.19).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra que la venta de entradas se encuentra en un rango comprendido entre 21,2 millones de 2013 y los 27,7 de 2016. En el último año se produce una ligera disminución hasta los 27,2 millones de espectadores (gráfico 1.2.10).

Cuadro 1.2.19

Panorama cinematográfico en Chile

	2015	2016	2017
Población (millones)	18,0	18,1	18,3
PIB-PPA (billones USD)	0,439	0,446	0,452
PIB per capita (USD)	24.400	24.500	24.600
Número de pantallas de cine	379	388	426
Ingresos cine (millones USD)	128,3	133,6	134,3
Espectadores cine (millones)	26,0	27,7	27,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,93	1,73	0,24
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,6	6,5	1,0
Número de estrenos totales	220	216	230
Número de estrenos extranjeros	194	199	204
Número de estrenos nacionales	26	17	26
Asistencia anual por habitante	1,4	1,5	1,5
Precio medio entrada (USD)	4,9	4,8	4,9



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 94,2% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en el 2,5% y la del cine nacional tan solo el 0,4% (cuadro 1.2.20).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 88% del mercado, seguido del cine chileno con el 4,2%, y del iberoamericano con un 3,5%. La presencia del cine europeo en el quinquenio es del 3,3% (gráfico 1.2.11).

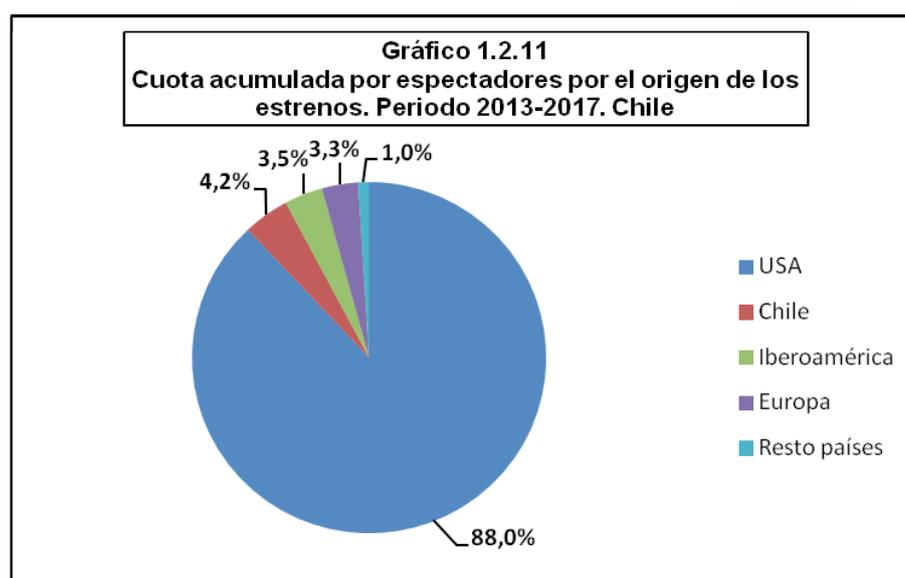
Cuadro 1.2.20

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

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	20.105.530	83,1	23.974.249	89,0	24.994.692	94,2
Chile	846.629	3,5	1.711.919	6,4	106.511	0,4
Iberoamérica	1.514.889	6,3	135.547	0,5	505.675	1,9
Europa	1.410.310	5,8	944.585	3,5	657.930	2,5
Resto países	327.751	1,4	170.815	0,6	279.303	1,1
Total	24.205.109		26.937.115		26.544.111	

Cuadro 1.2.20

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	103.416.175	84,4	116.566.823	89,6	123.443.300	94,3
Chile	3.699.948	3,0	7.380.085	5,7	565.594	0,4
Iberoamérica	7.434.674	6,1	601.613	0,5	2.201.621	1,7
Europa	6.455.929	5,3	4.714.113	3,6	3.423.861	2,6
Resto países	1.579.388	1,3	767.078	0,6	1.299.256	1,0
Total	122.586.114		130.029.712		130.933.632	



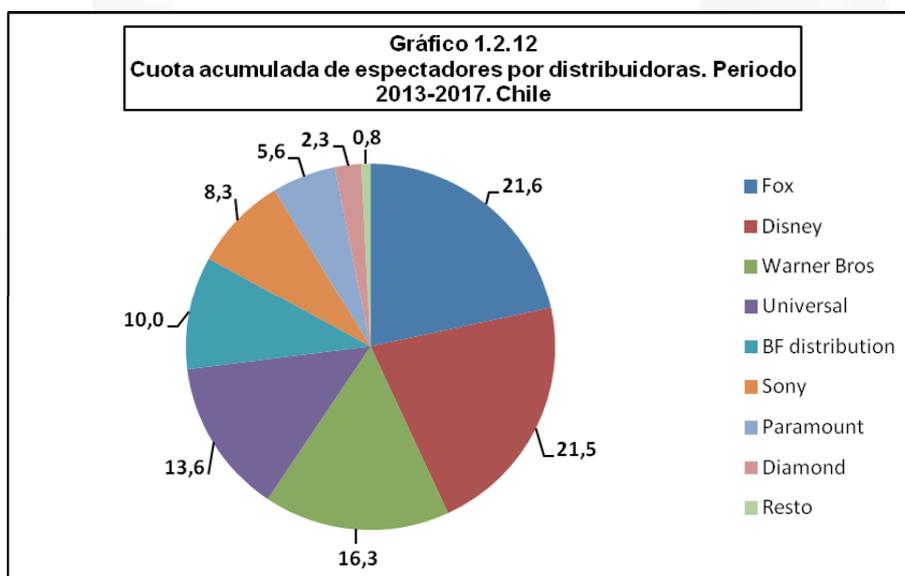
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores de un 91% y las independientes un 9% restante. El Estudio con más entradas vendidas es Disney con 6,3 millones (cuadro 1.2.21).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 86,8% y el de las independientes en el 13,2% restante (gráfico 1.2.12). Las empresas con más cuota de mercado son Fox (21,6%) y Disney (21,5%). Entre las independientes destacan BF Distribution (10%) y Diamond (2,3%).

Cuadro 1.2.21

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Chile

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	4.739.133	19,6	6.326.858	23,5	3.924.278	14,8
Warner Bros	2.311.701	9,6	5.532.050	20,5	5.105.207	19,2
Disney	5.277.691	21,8	7.060.625	26,2	6.340.407	23,9
Paramount	950.690	3,9	435.926	1,6	1.312.730	4,9
Sony	1.987.322	8,2	1.764.346	6,5	2.417.158	9,1
Universal	5.975.062	24,7	2.311.148	8,6	5.059.635	19,1
BF distribution	2.430.564	10,0	3.044.542	11,3	1.426.028	5,4
Diamond	340.667	1,4	410.364	1,5	626.498	2,4
Andes film	29.096	0,1	0	0,0	86.052	0,3
Cinecolor	118.065	0,5	51.256	0,2	202.276	0,8
Resto	45.118	0,2	0	0,0	43.842	0,2
Total	24.205.109		26.937.115		26.544.111	



En 2017, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Chile: *Gru 3: mi villano favorito* (1,6 millones de espectadores), *It* (1,3 millones) y *A todo gas 8* (1,2 millones de espectadores).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, (dos coproducciones, una con Canadá y la otra con China y Japón). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 39% del total de espectadores (cuadro 1.2.22).

Cuadro 1.2.22

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.646.915	7.267.971
2	It	USA, Canadá	1.298.073	5.941.328
3	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.276.574	7.420.439
4	Vaiana	USA	1.115.576	5.517.061
5	Coco	USA	1.019.386	4.288.595
6	El bebé jefazo	USA	1.014.153	4.824.993
7	Annabelle: la creación	USA	874.120	4.066.310
8	Spider-Man: Homecoming	USA	849.471	4.299.941
9	Piratas del Caribe 5	USA	833.115	4.056.391
10	Cars 3	USA	692.528	3.128.824

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, en primer lugar figura la coproducción Chile-Argentina *Se busca novio para mi mujer* (Diego Rougier) con 51.794 espectadores, seguida de la multi-premiada coproducción de Chile con España, *Una mujer fantástica* (Sebastián Lelio) con 43.842 espectadores (cuadro 1.2.23).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la obra peruana *Condorito: la película* (Eduardo Schuldt y Álex Orrielle), con 455.163 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 214.505 espectadores (cuadro 1.2.24).

Cuadro 1.2.23

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Se busca novio para mi mujer	Chile, Argentina	51.794	251.723
2	Una mujer fantástica	Chile, España	43.842	224.367
3	Jackie	Chile, Francia, USA	39.434	232.895
4	Madre	Chile	23.335	108.332
5	Cabros de mierda	Chile	14.048	62.508
6	Un día cualquiera	Chile	11.331	46.229
7	Niñas araña	Chile	8.597	35.741
8	Los niños	Chile, Francia	8.196	34.265
9	Mala Junta	Chile	7.104	29.822
10	La mentirita blanca	Chile	6.032	28.196

Cuadro 1.2.24

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Chile

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Condorito: la película	Perú	455.163	1.952.878
2	Un Novio para mi Mujer	Brasil	50.512	248.743
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	214.505	1.381.302
2	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	144.591	583.967
3	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	134.712	715.290
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	92.758	484.346
5	Bailarina	Francia, Canadá	77.256	343.274





COLOMBIA

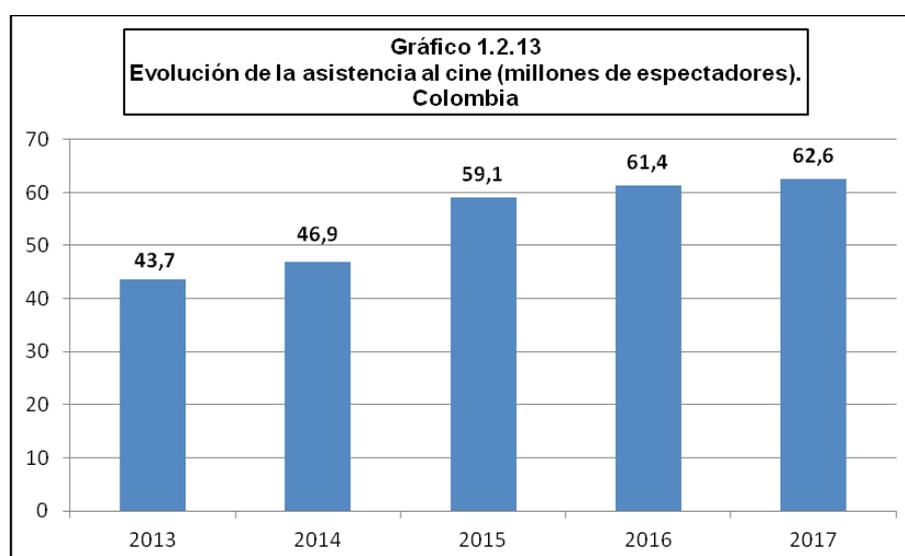
Los cines colombianos en 2017 suman una asistencia de 62,6 millones de espectadores y recaudan 182,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 2,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 14% y la cuota de espectadores el 6% (cuadro 1.2.25).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia ascendente desde los 43,7 millones de espectadores alcanzados en 2013 hasta los 62,6 de 2017 (gráfico 1.2.13).

Cuadro 1.2.25

Panorama cinematográfico en Colombia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	46,7	47,2	47,6
PIB-PPA (billones USD)	0,687	0,700	0,712
PIB per capita (USD)	14.300	14.400	14.500
Número de pantallas de cine	935	1.008	1.083
Ingresos cine (millones USD)	179,9	173,9	182,2
Espectadores cine (millones)	59,1	61,4	62,6
Espectadores cine nacional (millones)	5,81	4,78	3,72
Cuota de mercado cine nacional (%)	9,8	7,8	6,0
Número de estrenos totales	301	312	314
Número de estrenos extranjeros	265	271	270
Número de estrenos nacionales	36	41	44
Asistencia anual por habitante	1,2	1,2	1,2
Precio medio entrada (USD)	3,0	2,8	2,9



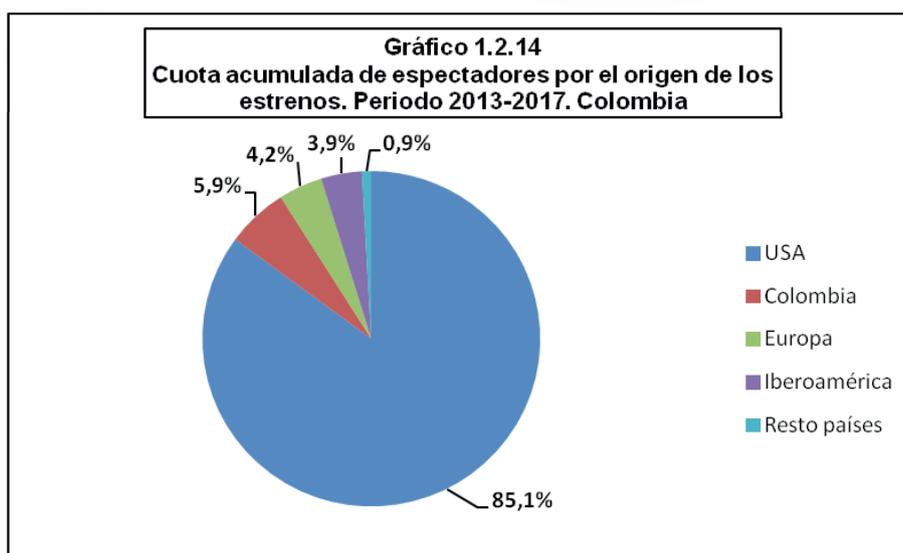
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 88,9% del total de espectadores, la del cine nacional en el 4,7% y la cuota del cine europeo en el 2,6% (cuadro 1.2.26).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 85,1% del mercado, seguido del cine colombiano con el 5,9%, y del europeo con un 4,2%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 3,9% (gráfico 1.2.14).

Cuadro 1.2.26
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Colombia

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	43.930.557	79,5	51.259.841	88,7	52.011.930	88,9
Colombia	5.722.118	10,4	4.493.549	7,8	2.752.549	4,7
Iberoamérica	959.055	1,7	0	0,0	1.335.396	2,3
Europa	4.366.483	7,9	1.955.505	3,4	1.523.513	2,6
Resto países	298.341	0,5	108.380	0,2	871.001	1,5
Total	55.276.554		57.817.275		58.494.389	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	142.645.299	82,9	146.385.761	89,7	155.664.173	89,8
Colombia	12.946.242	7,5	11.179.389	6,8	6.856.624	4,0
Iberoamérica	2.758.377	1,6	0	0,0	3.614.166	2,1
Europa	12.958.396	7,5	5.397.275	3,3	4.510.151	2,6
Resto países	783.180	0,5	252.300	0,2	2.708.205	1,6
Total	172.091.494		163.214.725		173.353.319	



Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 84,4% y las independientes el 15,6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Warner con más de 12 millones (cuadro 1.2.27).

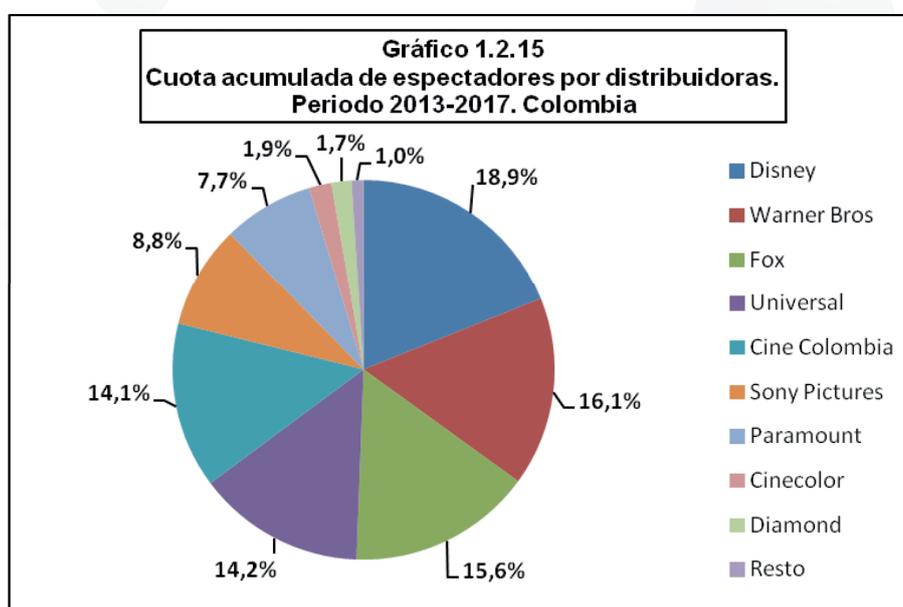
En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 81,3% y el de las independientes en el 18,7% restante (gráfico 1.2.15). Las empresas con más cuota

de mercado son Disney (18,9%), Warner (16,1%) y Fox (15,6%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (14,1%).

Cuadro 1.2.27

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Colombia

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	7.596.074	13,7	9.898.984	17,1	7.168.748	12,3
Disney	8.510.049	15,4	15.079.550	26,1	9.619.098	16,4
Warner Bros	6.029.857	10,9	12.022.468	20,8	12.016.002	20,5
Paramount	3.350.744	6,1	2.254.271	3,9	4.697.738	8,0
Universal	12.934.993	23,4	5.492.214	9,5	10.904.925	18,6
Sony Pictures	5.660.375	10,2	4.101.440	7,1	4.958.186	8,5
Cine Colombia	9.463.651	17,1	5.671.789	9,8	7.151.957	12,2
Cinecolor	602.400	1,1	581.148	1,0	789.976	1,4
Diamond	1.023.764	1,9	2.088.203	3,6	1.067.472	1,8
Canzion	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Independent	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Compañía Intern.	104.647	0,2	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidora	0	0,0	627.208	1,1	120.287	0,2
Total	55.276.554		57.817.275		58.494.389	



En 2017, la película americana *A todo gas 8* lidera el ranking de audiencia cinematográfica en Colombia (3,9 millones de espectadores), seguido de *Gru 3: mi villano favorito* (2,6 millones) y la coproducción entre Estados Unidos, Reino Unido y Canadá *Liga de la Justicia* (2,4 millones).

Todas las producciones del ranking de espectadores son estadounidenses (cinco de ellas coproducciones). La cuota de mercado de las diez producciones supone el 35,3% del total de espectadores (cuadro 1.2.28).

Cuadro 1.2.28

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Colombia

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	3.929.612	13.568.160
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	2.563.931	7.053.590
3	Liga de la Justicia	USA, R. Unido, Canadá	2.428.685	6.937.951
4	Annabelle: la creación	USA	2.024.753	5.196.130
5	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	2.022.368	6.580.054
6	It	USA, Canadá	1.948.783	5.036.996
7	El bebé jefazo	USA	1.857.692	5.464.706
8	Coco	USA	1.799.713	4.494.043
9	La bella y la bestia	USA, R. Unido	1.752.883	5.922.906
10	Thor: Ragnarok	USA	1.750.992	5.316.515

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figuran en primer lugar *El paseo 4* (Juan Camilo Pinzón) con 718.502 espectadores, seguida de *El coco 2* (Juan Camilo Pinzón) con 462.711 espectadores y *Usted no sabe quién soy yo 2* (Fernando Ayllón) con 385.630 (cuadro 1.2.29). Estas diez producciones son íntegramente colombianas.

El ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales está liderado por la película española *Lo que de verdad importa* (Paco Arango) con 788.000 espectadores. La europea más popular es *La gran muralla*, con 617.983 espectadores (cuadro 1.2.30).

Cuadro 1.2.29

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Colombia

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El paseo 4	Colombia	718.502	1.965.972
2	El coco 2	Colombia	462.711	1.072.109
3	Usted no sabe quién soy yo 2	Colombia	385.630	1.024.403
4	Armero	Colombia	368.110	848.707
5	Agente Nero Nero 7-2: Comando Jungla	Colombia	249.849	575.270
6	El Paseo de Teresa	Colombia	202.997	452.862
7	Nadie sabe para quien trabaja	Colombia	178.912	398.599
8	Los Oriyinales	Colombia	94.315	266.571
9	¿En dónde están los ladrones?	Colombia	91.523	252.130

*Cuadro 1.2.30**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Colombia*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	788.625	2.221.514
2	Condorito: la película	Perú	428.456	1.098.586
3	Ozzy	España, Canadá	118.315	294.066
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	617.983	2.079.490
2	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	548.646	1.865.095
3	El lugar del Sr. Stein	Francia, Alemania, Bélgica	227.177	646.344
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	225.965	681.276
5	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	225.515	535.505



COSTA RICA

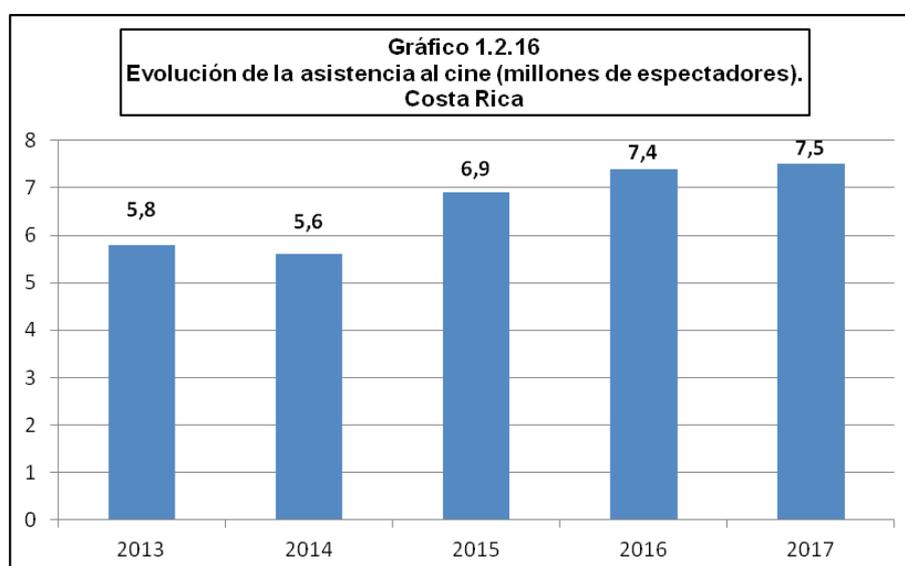
Los cines costarricenses en 2017 suman una asistencia de 7,5 millones de espectadores y recaudan 40,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 5,8% y la cuota de espectadores el 2,4% (cuadro 1.2.31).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un primer bienio estable comprendido entre 5,6 y 5,8 millones de entradas vendidas, y un segundo periodo, los tres siguientes años, en el que aumenta la asistencia, alcanzando los 7,5 millones de espectadores en 2017 (gráfico 1.2.16).

Cuadro 1.2.31

Panorama cinematográfico en Costa Rica

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	4,8	4,8	4,9
PIB-PPA (billones USD)	0,078	0,082	0,085
PIB per capita (USD)	16.200	16.700	17.200
Número de pantallas de cine	140	145	148
Ingresos cine (millones USD)	38,3	41,6	40,2
Espectadores cine (millones)	6,9	7,4	7,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,72	0,12	0,18
Cuota de mercado cine nacional (%)	11,2	1,7	2,4
Número de estrenos totales	203	230	240
Número de estrenos extranjeros	196	227	226
Número de estrenos nacionales	7	3	14
Asistencia anual por habitante	1,3	1,5	1,5
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,6	5,4



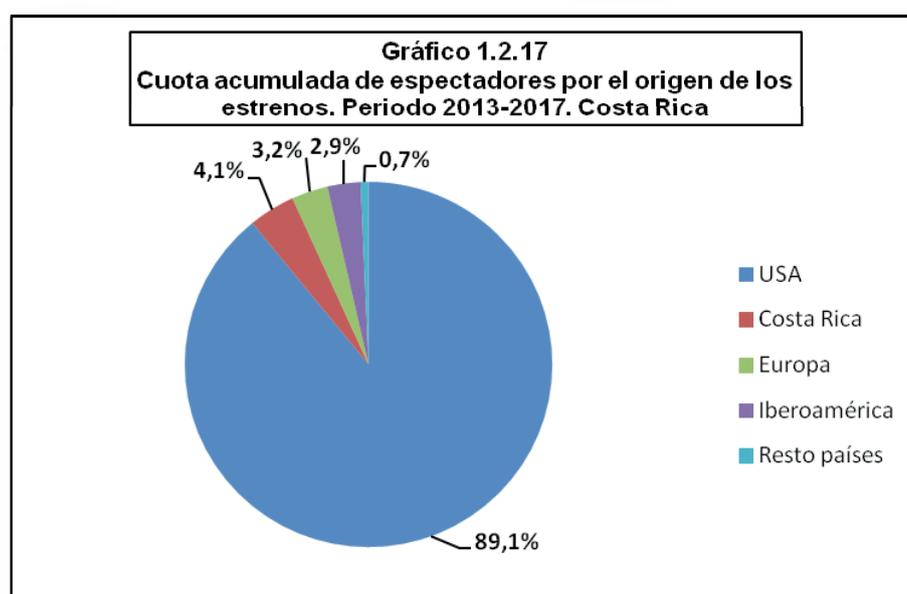
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa, en 2017, en el 93,2% del total de espectadores y la del cine nacional e iberoamericano en el 2% cada uno (cuadro 1.2.32).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 89,1% del mercado, seguido del cine costarricense con el 4,1%, y del europeo con un 3,2%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 2,9% (gráfico 1.2.17).

Cuadro 1.2.32
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Costa Rica

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	5.555.918	82,0	6.661.112	93,3	6.776.726	93,2
Costa Rica	707.934	10,5	130.109	1,8	141.863	2,0
Iberoamérica	168.341	2,5	27.827	0,4	148.459	2,0
Europa	283.271	4,2	317.432	4,4	137.330	1,9
Resto países	57.236	0,8	0	0,0	64.865	0,9
Total	6.772.700		7.136.480		7.269.243	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	31.570.251	84,5	37.393.019	93,4	36.308.538	93,8
Costa Rica	2.976.156	8,0	632.551	1,6	738.856	1,9
Iberoamérica	1.010.325	2,7	126.960	0,3	648.687	1,7
Europa	1.530.578	4,1	1.869.844	4,7	724.124	1,9
Resto países	262.366	0,7	0	0,0	303.192	0,8
Total	37.349.676		40.022.374		38.723.397	



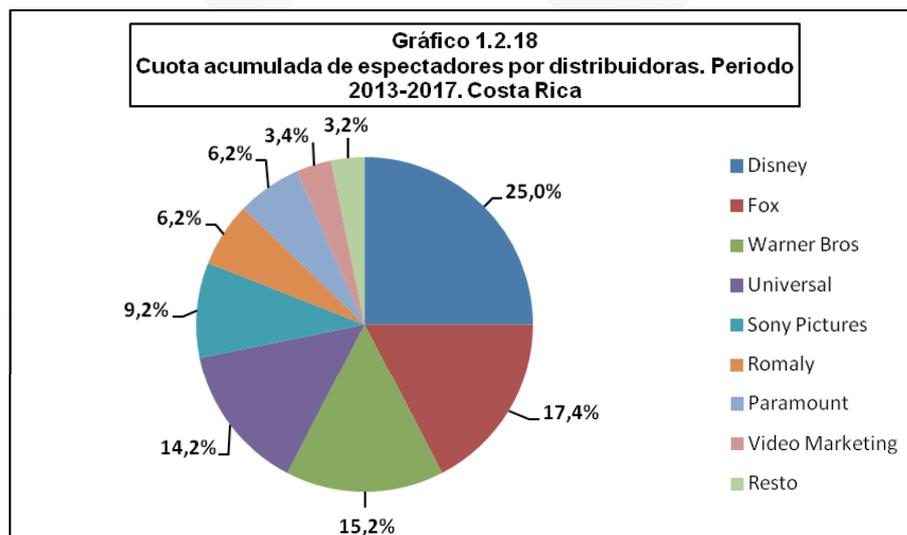
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 90,1% y las independientes el 9,9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 2,1 millones (cuadro 1.2.33).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 87,2% y el de las independientes en el 12,8% restante (gráfico 1.2.18). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (25%), Fox (17,4%) y Warner (15,2%). Entre las independientes destaca Romaly (6,2%).

Cuadro 1.2.33

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

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	983.941	14,5	1.527.728	21,4	827.074	11,4
Disney	1.630.961	24,1	2.106.856	29,5	2.115.785	29,1
Warner Bros	531.400	7,8	1.494.335	20,9	1.327.723	18,3
Paramount	240.387	3,5	258.767	3,6	394.831	5,4
Sony Pictures	563.444	8,3	589.283	8,3	729.526	10,0
Universal	1.551.948	22,9	705.647	9,9	1.157.739	15,9
Romaly	672.698	9,9	190.248	2,7	283.956	3,9
Video Marketing	447.235	6,6	0	0,0	0	0,0
Resto	150.686	2,2	263.616	3,7	432.609	6,0
Total	6.772.700		7.136.480		7.269.243	



En 2017, los estrenos estadounidenses *Gru3: mi villano favorito* (405.450 espectadores), *A todo gas 8* (366.670) y *La bella y la bestia* (355.585) lideran el *ranking* de audiencia cinematográfica en Costa Rica (cuadro 1.2.34).

De las diez primeras posiciones del *ranking*, todas ellas son producciones estadounidenses (dos en coproducción con China y otras dos con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 41,3% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.34

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	405.450	1.881.855
2	A todo gas 8	USA, China, Japón	366.670	2.227.574
3	La bella y la bestia	USA, R. Unido	355.585	2.133.557
4	Vaiana	USA	330.084	1.853.170
5	Coco	USA	323.821	1.503.111
6	Liga de la Justicia	USA, R. Unido, Canadá	307.367	1.670.504
7	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	277.321	1.564.707
8	Thor: Ragnarok	USA	273.106	1.498.773
9	Spider-Man: Homecoming	USA	254.348	1.395.097
10	El bebé jefazo	USA	232.551	1.180.390

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales en 2017, figura en primer lugar *Amor viajero* (Miguel Gómez) con casi 54.000 espectadores, seguida de *Hombre de fe* (Dinga Haines) con 42.792 y *Enredados: La Confusión* (Ashish R. Mohan) con más de 20.000 espectadores. Todas las películas del cuadro son íntegramente costarricenses (cuadro 1.2.35).

El estreno iberoamericano con más éxito en Costa Rica es la producción española *Lo que de verdad importa* con 101.000 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 56.517 espectadores (cuadro 1.2.36).

Cuadro 1.2.35

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Amor Viajero	Costa Rica	53.945	283.809
2	Hombre de fe: Keylor Navas	Costa Rica	42.792	207.746
3	Enredados: La confusión	Costa Rica	20.782	107.159
4	Buscando a Marcos Ramírez	Costa Rica	17.812	82.810
5	Violeta al fin	Costa Rica	6.519	28.386
6	Despertar	Costa Rica	6.008	24.777
7	Gigi	Costa Rica	1.715	9.493
8	Atrás hay relámpagos	Costa Rica	1.880	8.541
9	El sonido de las cosas	Costa Rica	1.614	7.472
10	Insomnio	Costa Rica	1.091	4.471

Cuadro 1.2.36

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Costa Rica

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	101.454	448.114
2	Condorito: la película	Perú	20.862	88.882
3	Deep	España	14.185	56.852
4	Ozzy	España, Canadá	11.958	54.839
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	56.517	347.554
2	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	34.595	123.367
3	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	30.270	179.825
4	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	20.630	80.605
5	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	15.755	90.812





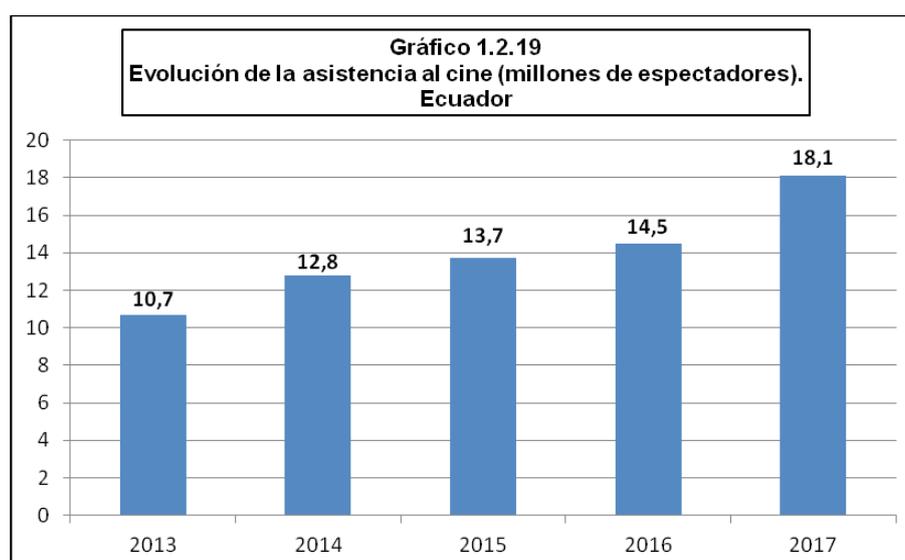
ECUADOR

Los cines de Ecuador en 2017 suman una asistencia de 18,1 millones de espectadores y recaudan 82,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 5,8% y la cuota de espectadores el 0,6% (cuadro 1.2.37).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia alcista desde los 10,7 millones de espectadores de 2013 hasta los 18,1 de 2017 (gráfico 1.2.19).

Cuadro 1.2.37
Panorama cinematográfico en Ecuador

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	15,8	16,0	16,2
PIB-PPA (billones USD)	0,190	0,188	0,188
PIB per capita (USD)	11.500	11.400	11.200
Número de pantallas de cine	302	302	302
Ingresos cine (millones USD)	54,8	67,5	82,5
Asistencia espectadores (millones)	13,7	14,5	18,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,07	0,13	0,10
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,5	0,9	0,6
Número de estrenos totales	211	258	243
Número de estrenos extranjeros	198	248	229
Número de estrenos nacionales	13	10	14
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	1,1
Precio medio entrada (USD)	4,0	4,6	4,6



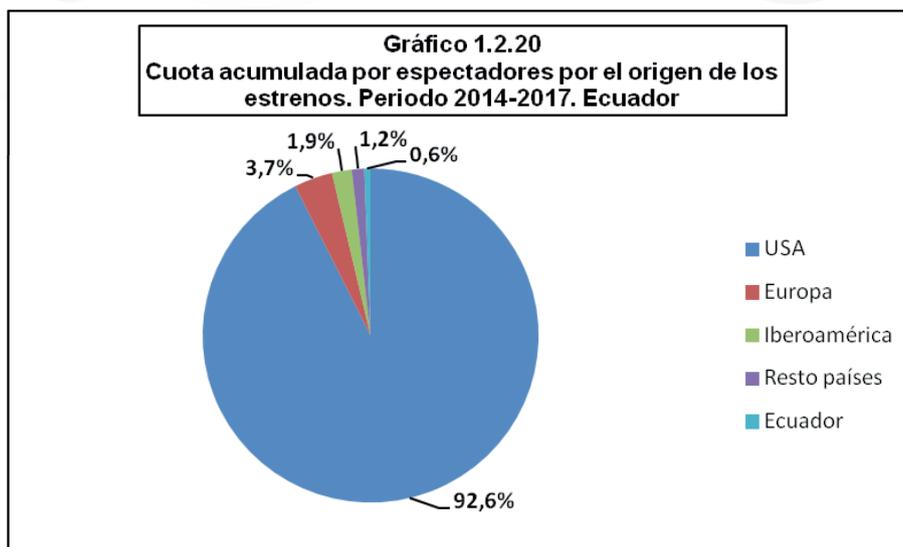
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 93,2% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,2% y la del cine europeo en el 3,8% (cuadro 1.2.38).

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2014-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 92,6% del mercado, seguido del cine europeo con el 3,7% y del iberoamericano con un 1,9% (gráfico 1.2.20).

Cuadro 1.2.38
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Ecuador

<i>ESPECTADORES</i>						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	8.919.589	88,1	12.758.089	93,9	15.603.748	93,2
Ecuador	58.962	0,6	85.530	0,6	35.513	0,2
Iberoamérica	425.743	4,2	116.124	0,9	209.078	1,2
Europa	541.706	5,4	542.177	4,0	639.314	3,8
Resto países	174.724	1,7	83.873	0,6	256.397	1,5
Total	10.120.724		13.585.793		16.744.050	

<i>INGRESOS</i>						
<i>Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del del top-100. Ecuador</i>						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	35.678.356	88,1	59.995.216	94,4	72.121.395	93,6
Ecuador	235.847	0,6	361.706	0,6	150.654	0,2
Iberoamérica	1.702.973	4,2	466.824	0,7	859.439	1,1
Europa	2.166.823	5,4	2.411.563	3,8	2.871.520	3,7
Resto países	698.897	1,7	338.208	0,5	1.074.142	1,4
Total	40.482.896		63.573.517		77.077.150	



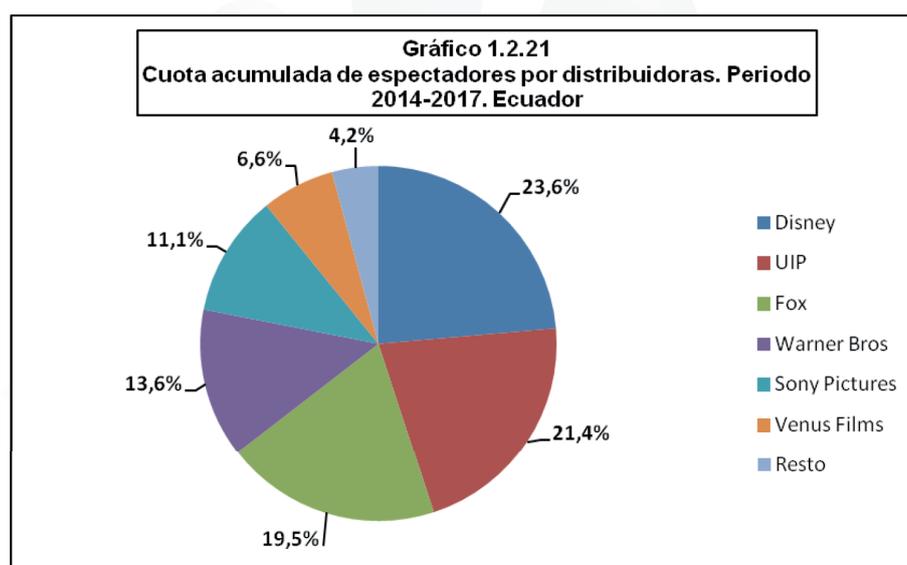
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores el 87,1% y las independientes el 12,9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es UIP (Universal, Paramount) con 4,1 millones (cuadro 1.2.39).

En el periodo 2014-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 89,2% y el de las independientes en el 10,8% (gráfico 2.2.21). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (23,6%), UIP (21,4%) y Fox (19,5%). Entre las independientes destaca Venus Films (6,6%).

Cuadro 1.2.39

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Ecuador

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	1.673.014	16,5	2.521.502	18,6	2.081.403	12,4
Disney	2.440.144	24,1	3.667.178	27,0	3.531.756	21,1
UIP	2.957.932	29,2	1.802.419	13,3	4.124.357	24,6
Warner Bros	639.838	6,3	3.068.651	22,6	2.879.791	17,2
Sony Pictures	1.378.040	13,6	1.081.194	8,0	1.965.203	11,7
Venus Films	455.288	4,5	913.983	6,7	1.271.927	7,6
IDC	196.933	1,9	0	0,0	0	0,0
Multicine	71.648	0,7	62.028	0,5	157.898	0,9
Importadora El Rosado	127.979	1,3	0	0,0	0	0,0
Independent	75.121	0,7	172.436	1,3	35.513	0,2
Consortio Film	84.210	0,8	112.005	0,8	144.624	0,9
Resto Distribuidoras	20.577	0,2	184.397	1,4	551.578	3,3
Total	10.120.724		13.585.793		16.744.050	



En 2017, las películas norteamericanas *A todo gas 8* (1.005.001), *La bella y la bestia* (811.816) y *Thor: Ragnarok* (673.274) lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Ecuador (cuadro 1.2.40).

En cuanto al origen de las diez películas más populares, todas ellas son producciones estadounidenses (cuatro en coproducción con Canadá, China, Japón y Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 34,8% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.40

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.005.001	5.237.455
2	La bella y la bestia	USA, R. Unido	811.816	4.222.701
3	Thor: Ragnarok	USA	673.274	3.216.253

4	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	623.944	2.833.763
5	Annabelle: la creación	USA	562.491	2.374.627
6	Spider-Man: Homecoming	USA	551.642	2.573.127
7	Gru 3: Mi villano favorito	USA	551.068	2.415.738
8	It	USA, Canadá	546.051	2.425.256
9	Piratas del Caribe 5	USA	513.937	2.551.521
10	Vaiana	USA	487.762	2.442.689

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en primer lugar la película ecuatoriana *Tal vez mañana* (Dwight Gregorich) con 35.513 espectadores, seguida de *Dos papás en Navidad* (Álex Jacome), con 14.404, y *Sólo es una más* (Viviana Cordero), con 11.665 (cuadro 1.2.41).

El estreno iberoamericano con más éxito en 2017 es la película peruana *Condorito: la película*, con 114.862 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 247.919 espectadores (cuadro 1.2.42).

Cuadro 1.2.41
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tal vez mañana	Ecuador	35.513	150.654
2	Dos papás en Navidad	Ecuador	14.404	61.926
3	Sólo es una más	Ecuador	11.665	55.532
4	Tayos	Ecuador	10.986	45.352
5	Horas exhaustas	Ecuador	9.622	39.566
6	Si yo muero primero	Ecuador	6.499	26.510
7	52	Ecuador	2.999	14.174
8	Mi tía Toty	Ecuador	2.992	12.127
9	Chuquiragua	Ecuador	1.799	7.738
10	Contragolpe	Ecuador	1.749	6.369

Cuadro 1.2.42
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Ecuador

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Condorito: la película	Perú	114.862	129.679
2	Ozzy	España, Canadá	59.689	67.389
3	Verónica	España	34.527	38.981
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Residente Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	247.919	1.296.435
2	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	119.754	480.642
3	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	114.563	526.472
4	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	108.439	408.254
5	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	68.715	281.492



EL SALVADOR

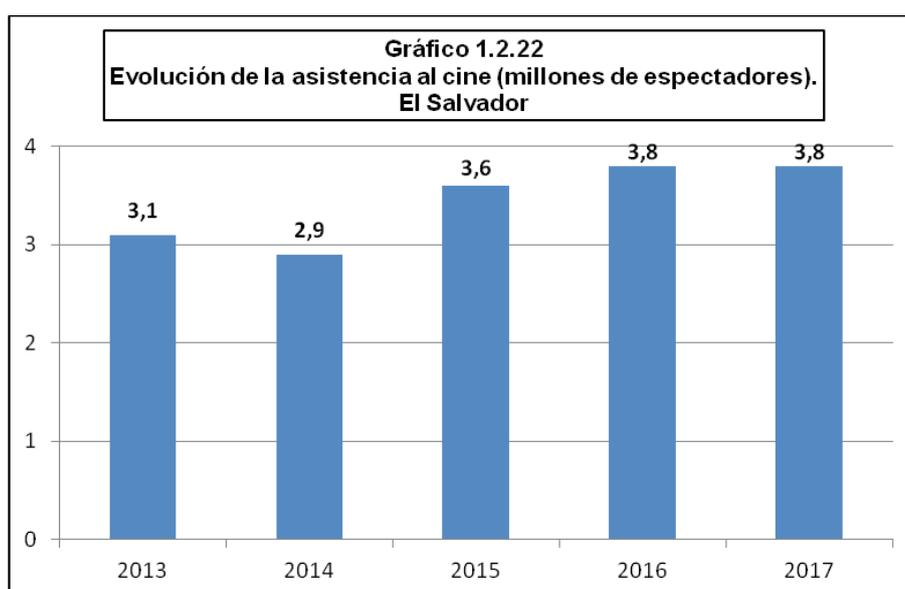
Los cines salvadoreños en 2017 suman una asistencia de 3,8 millones de espectadores y recaudan 14,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,9 dólares (cuadro 1.2.43).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra que la audiencia tiene en este periodo un mínimo de 2,9 millones de espectadores de 2014 y un máximo de 3,8 millones de 2017 (gráfico 1.2.22).

Cuadro 1.2.43

Panorama cinematográfico en El Salvador

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	6,1	6,1	6,1
PIB-PPA (billones USD)	0,053	0,054	0,056
PIB per capita (USD)	8.700	8.800	8.900
Número de pantallas de cine	65	68	68
Ingresos cine (millones USD)	13,9	14,8	14,9
Asistencia espectadores (millones)	3,6	3,8	3,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,0004	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,3	0,01	0
Número de estrenos totales	174	194	204
Número de estrenos extranjeros	171	192	204
Número de estrenos nacionales	3	2	0
Asistencia anual por habitante	0,6	0,6	0,6
Precio medio entrada (USD)	3,8	3,9	3,9



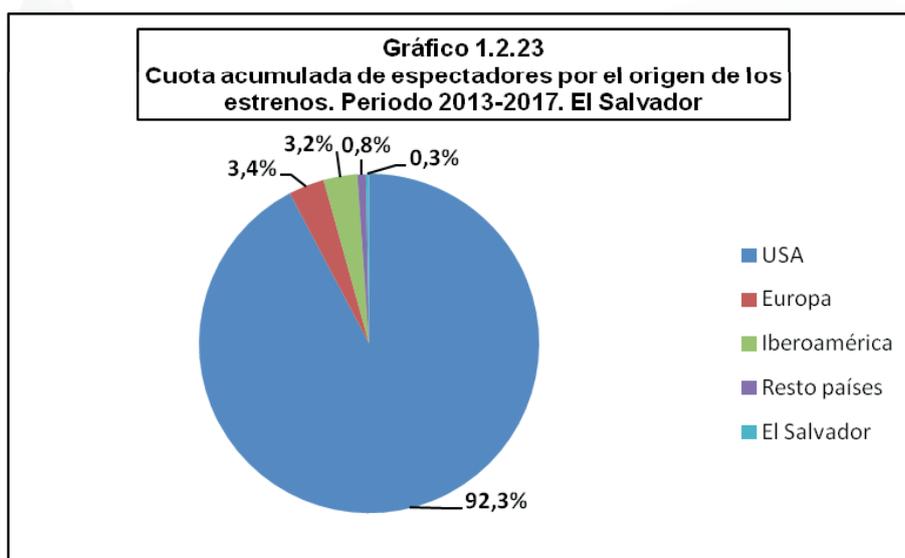
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 95,4% del total de espectadores. Además, la presencia del cine europeo es del 2,3% y la del iberoamericano del 1,4% (cuadro 1.2.44).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 92,3% del mercado, seguido del cine europeo con el 3,4% y del iberoamericano con un 3,2% (gráfico 1.2.23).

Cuadro 1.2.44
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. El Salvador

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	3.196.181	89,7	3.551.492	94,9	3.511.750	95,4
El Salvador	8.237	0,2	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	122.482	3,4	13.833	0,4	52.729	1,4
Europa	187.448	5,3	169.582	4,5	84.526	2,3
Resto países	50.220	1,4	5.695	0,2	32.940	0,9
Total	3.564.568		3.740.602		3.681.945	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	12.308.038	90,3	13.686.476	95,0	13.821.095	95,7
El Salvador	29.661	0,2	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	452.837	3,3	49.730	0,3	179.010	1,2
Europa	676.116	5,0	653.619	4,5	327.812	2,3
Resto países	171.005	1,3	20.131	0,1	111.743	0,8
Total	13.637.657		14.409.956		14.439.660	



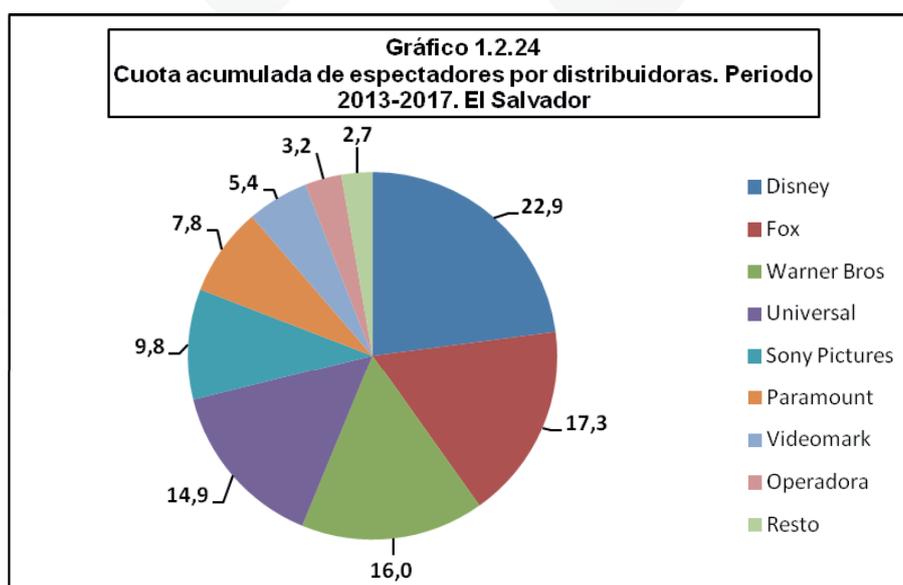
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 90,8% y las independientes el 9,2% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 915.783 (cuadro 1.2.45).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 88,7% y el de las independientes en el 11,3% restante (gráfico 1.2.24). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (22,9%) y Fox (17,3%). Entre las independientes destaca Videomark (5,4%).

Cuadro 1.2.45

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

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	574.418	16,1	860.911	23,0	453.531	12,3
Disney	751.931	21,1	921.034	24,6	915.783	24,9
Warner Bros	329.510	9,2	792.663	21,2	667.275	18,1
Paramount	207.969	5,8	164.037	4,4	252.788	6,9
Sony Pictures	402.288	11,3	301.685	8,1	378.707	10,3
Universal	890.549	25,0	377.726	10,1	672.341	18,3
Videomark	305.226	8,6	0	0,0	0	0,0
Operadora	78.585	2,2	132.617	3,5	129.635	3,5
Canzion	24.092	0,7	5.113	0,1	0	0,0
Resto	0	0,0	184.816	4,9	211.885	5,8
Total	3.564.568		3.740.602		3.681.945	



En 2017, las películas norteamericanas *A todo gas 8* (238.936), *Gru 3: mi villano favorito* (191.438) y *La bella y la bestia* (144.743) lideran el ranking de audiencia cinematográfica en El Salvador (cuadro 1.2.46).

De las diez primeras posiciones, todas ellas son producciones estadounidenses (cuatro de ellas en coproducción con Reino Unido, China, Canadá, Japón y Hong Kong). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 39,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.46

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	238.936	1.048.474
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	191.438	705.396
3	La bella y la bestia	USA, R. Unido	144.743	611.538
4	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	142.775	563.681
5	Thor: Ragnarok	USA	141.524	566.552
6	Coco	USA	131.899	475.280
7	Spider-Man: Homecoming	USA	131.517	529.244
8	El bebé jefazo	USA	122.213	481.577
9	Piratas del Caribe 5	USA	110.256	456.422
10	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	100.193	414.445

El estreno iberoamericano con más éxito es la película española *Lo que de verdad importa*, con 30.007 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 35.605 espectadores (cuadro 1.2.47).

Cuadro 1.2.47

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. El Salvador

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	30.007	99.971
2	Condorito: la película	Perú	10.438	36.847
3	Ozzy	España, Canadá	6.882	24.952
4	Deep	España	5.402	17.239
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Residente Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	35.605	147.931
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	16.524	65.670
3	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	10.312	29.662
4	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	8.957	29.479
5	Bailarina	Francia, Canadá	8.655	33.204



ESPAÑA

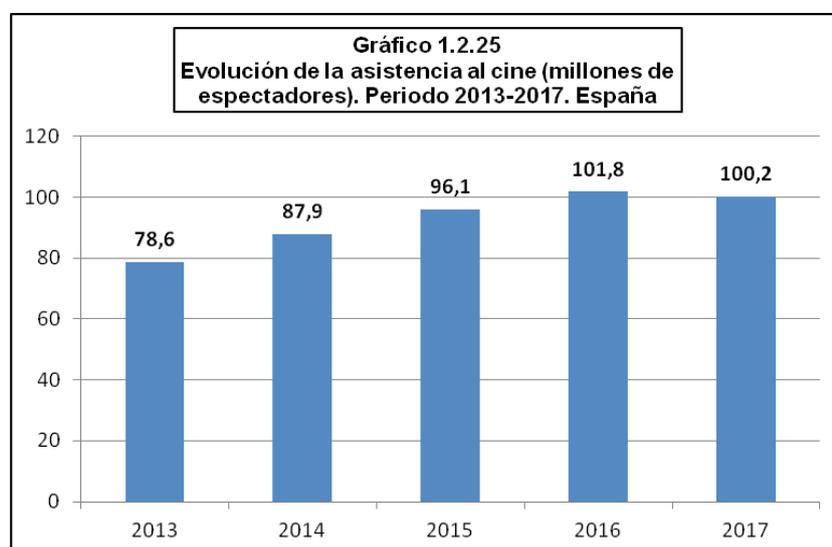
Los cines españoles en 2017 suman una asistencia de 100,2 millones de espectadores y recaudan 676,1 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 2,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 6,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 27,3% y la cuota de espectadores el 17,2% (cuadro 1.2.48).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años registra un mínimo en 2013 de 78,6 millones de espectadores (gráfico 1.2.25). A partir de ese año se produce un progresivo aumento en cada año del trienio posterior y un ligero descenso en el último año (100,2 millones).

Cuadro 1.2.48

Panorama cinematográfico en España

Concepto	2015	2016	2017
Población (millones)	46,4	46,4	46,5
PIB-PPA (billones USD)	1,662	1,716	1,769
PIB per capita (USD)	35.800	37.000	38.200
Número de pantallas de cine	3.588	3.554	3.534
Ingresos cine (millones USD)	638,4	666,4	676,1
Espectadores cine (millones)	96,1	101,8	100,2
Espectadores cine nacional (millones)	18,57	18,84	17,29
Cuota de mercado cine nacional (%)	19,3	18,5	17,2
Número de estrenos totales	565	628	688
Número de estrenos extranjeros	388	460	500
Número de estrenos nacionales	177	168	188
Asistencia anual por habitante	2,1	2,2	2,1
Precio medio entrada (USD)	6,6	6,6	6,7



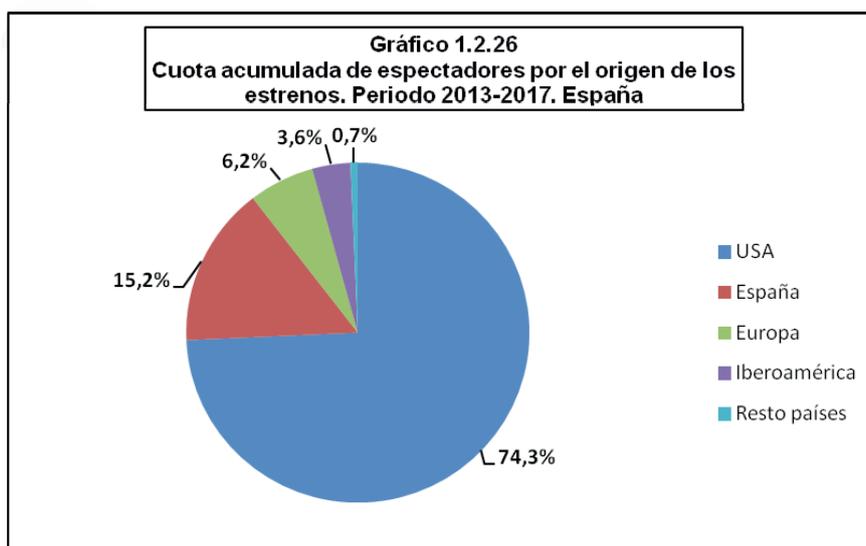
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 78,1% del total de espectadores, seguido del cine español con un 16,3% y del cine europeo con el 4,3% (cuadro 1.2.49).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con el 74,3% del mercado, seguido del cine español con el 15,2% y del europeo con un 6,2% (gráfico 1.2.26).

Cuadro 1.2.49
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. España

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	57.229.013	70,0	68.692.622	77,4	68.990.441	78,1
España	16.373.619	20,0	15.241.736	17,2	14.380.160	16,3
Iberoamérica	383.246	0,5	0	0,0	0	0,0
Europa	7.028.478	8,6	4.791.622	5,4	3.794.784	4,3
Resto países	691.543	0,8	0	0,0	1.200.993	1,4
Total	81.705.899		88.725.980		88.366.378	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	381.262.853	69,6	452.736.732	77,1	465.567.306	78,1
España	111.108.725	20,3	101.224.481	17,2	97.593.576	16,4
Iberoamérica	2.602.984	0,5	0	0,0	0	0,0
Europa	48.684.244	8,9	33.310.201	5,7	24.948.981	4,2
Resto países	4.452.186	0,8	0	0,0	8.039.446	1,3
Total	548.110.992		587.271.414		596.149.309	



Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 90,6% y las independientes un 9,4% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Universal con 21,8 millones (cuadro 1.2.50).

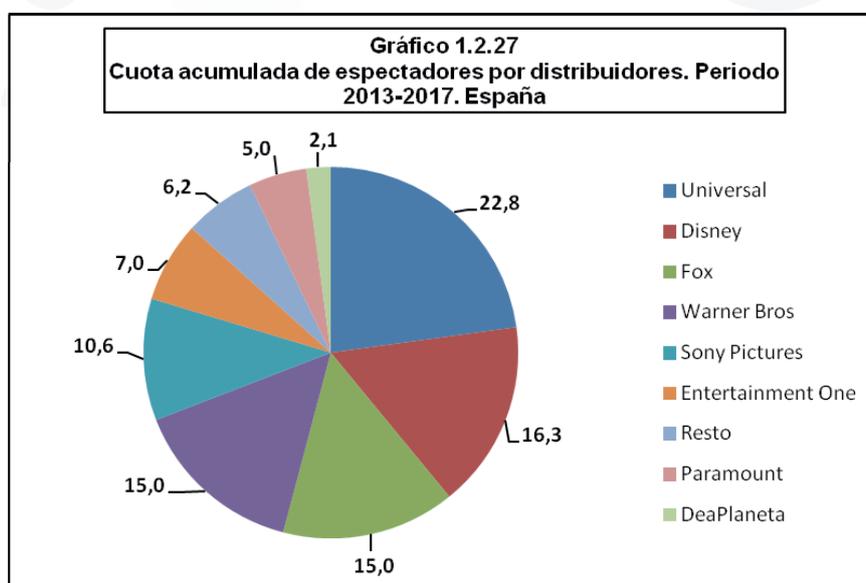
En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 84,6% y el de las independientes en el 15,4% restante (gráfico 1.2.27). Las empresas con más cuota

de mercado son Universal (22,8%), Disney (16,3%) y Fox (15%). Entre las independientes destaca Entertainment One (7%).

Cuadro 1.2.50

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. España

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Universal	26.273.569	32,2	18.495.342	20,8	21.839.169	24,7
Fox	9.423.143	11,5	15.526.865	17,5	10.590.898	12,0
Warner Bros	10.304.154	12,6	16.040.321	18,1	13.279.228	15,0
Disney	14.279.506	17,5	19.106.974	21,5	17.488.044	19,8
Sony Pictures	8.252.342	10,1	8.398.935	9,5	11.325.994	12,8
Paramount	4.685.342	5,7	2.589.490	2,9	5.553.463	6,3
Entertainment One	5.989.391	7,3	5.028.540	5,7	1.866.663	2,1
DeaPlaneta	213.783	0,3	1.410.393	1,6	2.269.871	2,6
Tri Pictures	575.868	0,7	482.479	0,5	0	0,0
A contracorriente	682.337	0,8	0	0,0	2.395.554	2,7
Vertigo Films	376.710	0,5	1.343.078	1,5	0	0,0
Filmax	496.160	0,6	303.563	0,3	0	0,0
Alta Films	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Wanda Films	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Emon	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Resto productoras	153.594	0,2	0	0,0	1.757.494	2,0
Total	81.705.899		88.725.980		88.366.378	



En 2017, la coproducción entre Estados Unidos y Reino Unido *La bella y la bestia* (Bill Condon) con 3,7 millones de espectadores, se sitúa en lo más alto del ranking de espectadores en España, seguida de la película americana *Gru 3: mi villano favorito* (Pierre Coffin y Kyle Balda), con 3,6 millones y la española *Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas* (Enrique Gato y David Alonso) con 3,2 millones de espectadores.

De las diez primeras posiciones del ranking, ocho son producciones estadounidenses (tres en coproducción) y dos son españolas (cuadro 1.2.51). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 26,4% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.51
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La bella y la bestia	USA, R. Unido	3.710.372	24.736.165
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	3.631.701	23.140.091
3	Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas	España	3.226.527	20.225.355
4	Star Wars: episodio VIII - Los últimos Jedi	USA	2.594.032	18.895.205
5	A todo gas 8	USA, China, Japón	2.404.529	15.314.856
6	El bebé jefazo	USA	2.386.643	15.069.640
7	La ciudad de las estrellas (La la land)	USA, Hong Kong	2.212.500	15.471.314
8	Piratas del Caribe 5	USA	2.163.284	14.684.168
9	Cincuenta sombras más oscuras	USA	2.150.711	14.852.681
10	Perfectos desconocidos	España	2.013.478	14.654.100

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en segundo lugar *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia) con 2 millones de espectadores, seguido de *Es por tu bien* (Carlos Therón) con casi 1,5 millones (cuadro 1.2.52).

En el top-100 cinematográfico de España en 2017 no aparece ninguna producción iberoamericana no nacional. La película europea más popular es la coproducción franco-canadiense *Bailarina*, con 1.191.214 espectadores (cuadro 1.2.53).

Cuadro 1.2.52
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas	España	3.226.527	20.225.355
2	Perfectos desconocidos	España	2.013.478	14.654.100
3	Es por tu bien	España	1.552.197	10.766.433
4	El secreto de Marrowbone	España	1.179.260	8.258.256
5	Señor, dame paciencia	España	1.087.268	7.492.822
6	Toc Toc	España	1.047.243	6.831.167
7	Verónica	España	611.401	3.983.683
8	El guardián invisible	España	583.603	4.068.793
9	Contra tiempo	España	555.476	4.133.717
10	El bar	España	475.302	3.251.280

Cuadro 1.2.53
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. España

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bailarina	Francia, Canadá	1.191.214	7.928.523
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	767.636	5.387.465
3	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	538.954	3.487.781
4	Mañana empieza todo	Francia, R. Unido	507.529	3.469.919
5	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	433.357	2.651.981



GUATEMALA

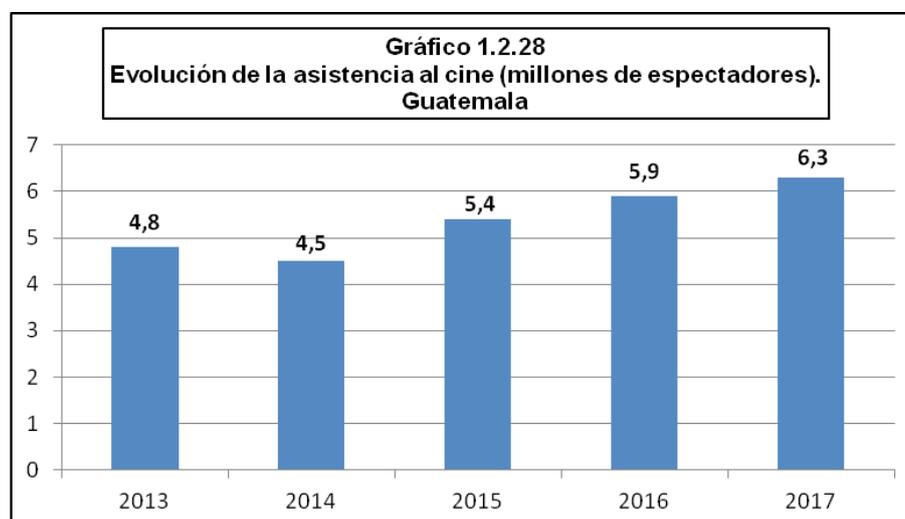
Los cines guatemaltecos en 2017 suman una asistencia de 6,3 millones de espectadores y recaudan 29,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1,5% y la cuota de espectadores el 0,1% (cuadro 1.2.54).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un primer periodo en el que desciende la venta de entradas desde los 4,8 millones de 2013 hasta los 4,5 millones de 2014 y un segundo periodo, en el posterior trienio, en el que se produce un aumento hasta los 6,3 millones de 2017 (gráfico 1.2.28).

Cuadro 1.2.54

Panorama cinematográfico en Guatemala

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	14,9	15,1	15,4
PIB-PPA (billones USD)	0,130	0,134	0,138
PIB per capita (USD)	8.000	8.100	8.200
Número de pantallas de cine	115	131	154
Ingresos cine (millones USD)	26,8	28,7	29,9
Espectadores cine (millones)	5,4	5,9	6,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,005	0,008
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,7	0,1	0,1
Número de estrenos totales	182	202	205
Número de estrenos extranjeros	177	199	202
Número de estrenos nacionales	5	3	3
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,9	4,9	4,7



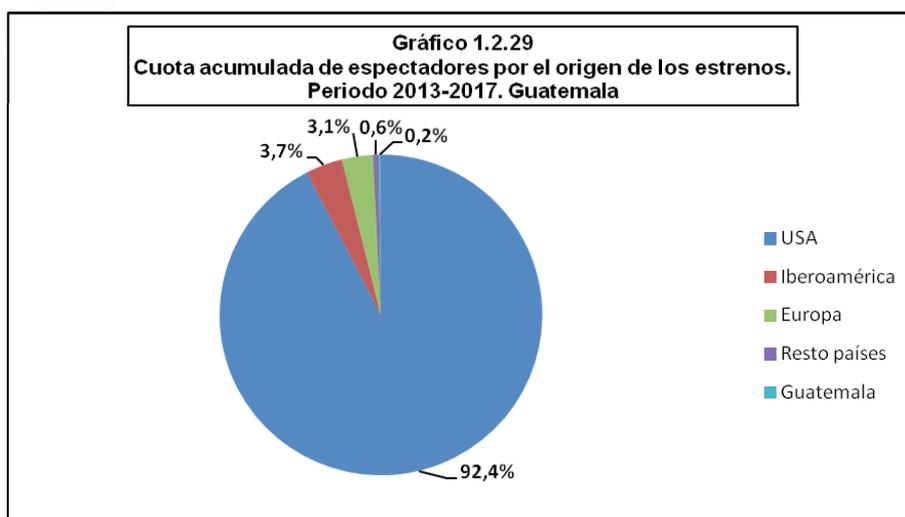
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 94,9% del total de espectadores, la del cine iberoamericano en un 2,7% y la del cine europeo en un 1,6% (cuadro 1.2.55).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con el 92,4% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 3,7% y del europeo con un 3,1% (gráfico 1.2.29).

Cuadro 1.2.55
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Guatemala

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	4.645.506	88,2	5.549.288	95,5	5.806.349	94,9
Guatemala	26.334	0,5	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	280.321	5,3	17.753	0,3	163.448	2,7
Europa	257.342	4,9	236.363	4,1	97.514	1,6
Resto países	56.455	1,1	10.107	0,2	50.121	0,8
Total	5.265.958		5.813.511		6.117.432	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	23.190.576	88,5	26.687.650	95,4	27.786.297	95,5
Guatemala	116.444	0,4	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	1.417.852	5,4	74.760	0,3	637.045	2,2
Europa	1.239.672	4,7	1.179.058	4,2	466.837	1,6
Resto países	225.034	0,9	40.972	0,1	205.691	0,7
Total	26.189.578		27.982.440		29.095.870	



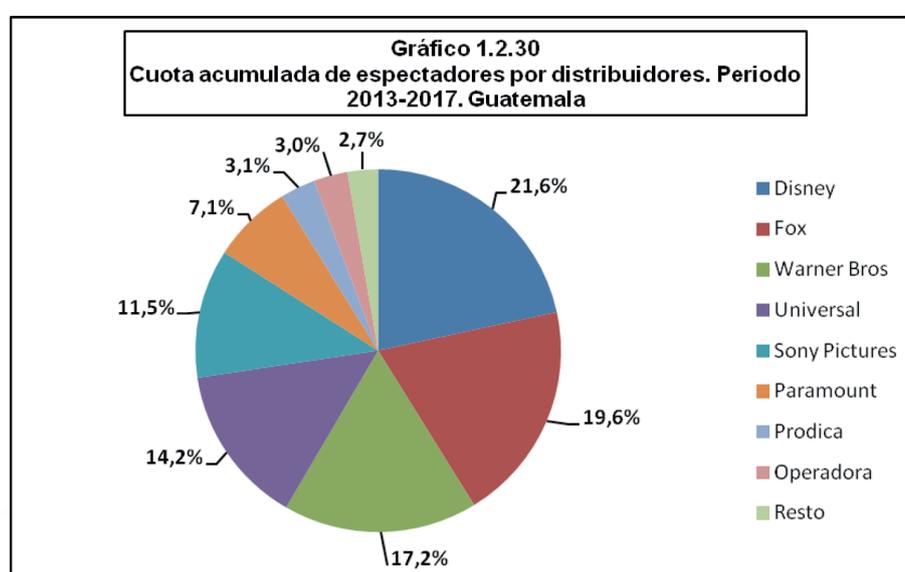
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 89,9% y las independientes el 10,1% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 1,4 millones (cuadro 1.2.56).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 91,2% y el de las independientes en un 8,8% (gráfico 1.2.30). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (21,6%) y Fox (19,6%). Entre las independientes destaca Proдика (3,1%) y Operadora (3%).

Cuadro 1.2.56

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Guatemala

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	989.963	18,8	1.303.667	22,4	742.937	12,1
Warner Bros	512.752	9,7	1.321.666	22,7	1.242.738	20,3
Disney	1.070.734	20,3	1.531.889	26,4	1.367.266	22,4
Paramount	250.611	4,8	226.764	3,9	394.649	6,5
Sony Pictures	679.208	12,9	575.323	9,9	654.854	10,7
Universal	1.311.748	24,9	489.937	8,4	1.097.850	17,9
Prodica	268.831	5,1	0	0,0	0	0,0
Operadora	122.048	2,3	178.029	3,1	258.656	4,2
Resto	60.063	1,1	186.236	3,2	358.482	5,9
Total	5.265.958		5.813.511		6.117.432	



En 2017, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Guatemala: *A todo gas 8* (436.459 espectadores), *Gru 3: mi villano favorito* (275.426) y *Liga de la justicia* (264.922).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, (cinco en coproducción, dos con China, otras dos con Reino Unido y una con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 39,7% del total de espectadores (cuadro 1.2.57).

Cuadro 1.2.57

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	436.459	2.298.530
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	275.426	1.262.675
3	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	264.922	1.306.736
4	Spider-Man: Homecoming	USA	262.028	1.331.485
5	La bella y la bestia	USA, R.Unido	256.667	1.360.029
6	Thor: Ragnarok	USA	224.737	1.134.362
7	It	USA, Canadá	222.048	805.549
8	Coco	USA	199.359	861.585
9	El bebé jefazo	USA	190.681	872.556
10	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	182.004	907.162

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *Septiembre o un llanto en silencio* (Kenneth Muller) con 7.977 espectadores, seguida de *Junto a tí* (Rember López) con 410 y *La casa de las tumbas* (Edgar Ramírez) con 266 (cuadro 1.2.58).

El estreno iberoamericano más exitoso en Guatemala en 2017 es la película española *Lo que de verdad importa* con 84.701 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente vil: el capítulo final*, con 48.971 espectadores (cuadro 1.2.59).

Cuadro 1.2.58

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Septiembre o un llanto en silencio	Guatemala	7.977	32.470
2	Junto a tí	Guatemala	410	1.549
3	La casa de las tumbas	Guatemala	266	1.066

Cuadro 1.2.59

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Guatemala

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	84.701	336.264
2	Condorito: la película	Perú	18.575	70.675
3	Deep	España	15.176	56.441
4	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	12.060	37.413
5	Hazlo como Hombre	México	8.415	34.997

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	48.971	257.155
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	25.861	134.668
3	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	20.237	71.398
4	La autopsia de Jane Doe	R. Unido, USA	15.393	72.299
5	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	12.913	65.985



HONDURAS

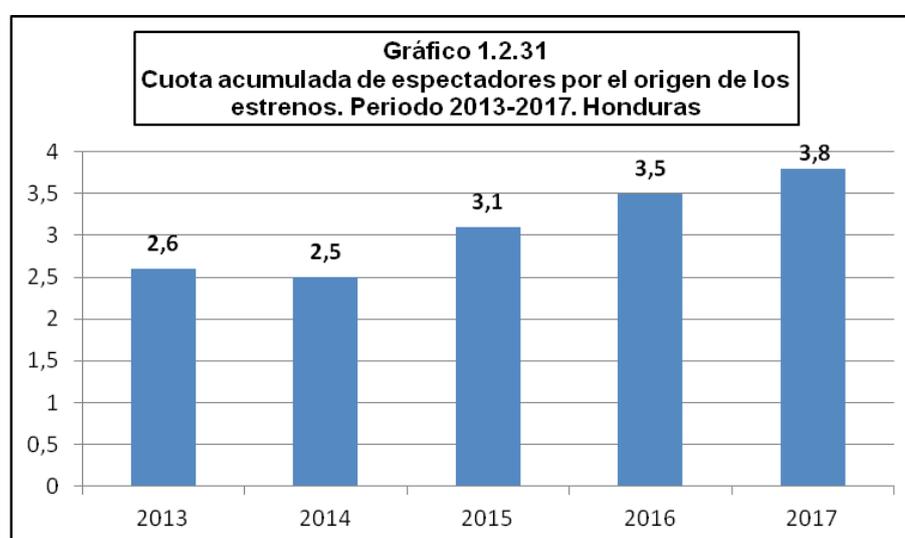
Los cines hondureños en 2017 suman una asistencia de 3,8 millones de espectadores y recaudan 13,4 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,5 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 7,3% y la cuota de espectadores el 5,5% (cuadro 1.2.60).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años registra un mínimo de 2,5 millones de espectadores en 2014 y en los tres años siguientes aumenta progresivamente hasta los 3,8 millones alcanzados en 2017 (gráfico 1.2.31).

Cuadro 1.2.60

Panorama cinematográfico en Honduras

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	8,7	8,8	9,0
PIB-PPA (billones USD)	0,041	0,043	0,045
PIB per capita (USD)	5.200	5.400	5.500
Número de pantallas de cine	70	88	99
Ingresos cine (millones USD)	12,7	13,5	13,4
Asistencia espectadores (millones)	3,1	3,5	3,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,10	0,16	0,21
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,4	4,6	5,5
Número de estrenos totales	162	169	177
Número de estrenos extranjeros	157	162	164
Número de estrenos nacionales	5	7	13
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,1	3,8	3,5



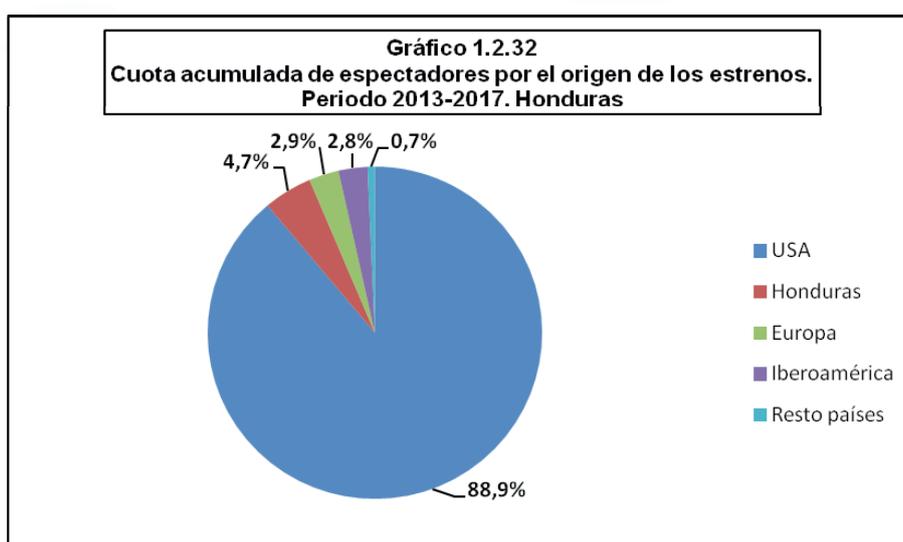
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 91,2% del total de espectadores, la del cine hondureño en un 5,5% y la del cine europeo en un 1,3% (cuadro 1.2.61).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 88,9% del mercado, seguido del cine hondureño con un 4,7%, el europeo con un 2,9% y el iberoamericano con un 2,8% (gráfico 1.2.32).

Cuadro 1.2.61
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	2.635.543	86,1	3.184.185	92,0	3.374.209	91,2
Honduras	103.691	3,4	157.441	4,5	202.495	5,5
Iberoamérica	126.098	4,1	5.103	0,1	30.601	0,8
Europa	163.740	5,4	114.416	3,3	47.360	1,3
Resto países	30.331	1,0	0	0,0	46.475	1,3
Total	3.059.403		3.461.145		3.701.140	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	10.835.605	87,1	12.257.015	92,9	12.104.091	92,6
Honduras	336.594	2,7	491.969	3,7	562.806	4,3
Iberoamérica	522.063	4,2	17.778	0,1	83.747	0,6
Europa	647.180	5,2	428.697	3,2	172.779	1,3
Resto países	103.842	0,8	0	0,0	143.171	1,1
Total	12.445.284		13.195.459		13.066.594	



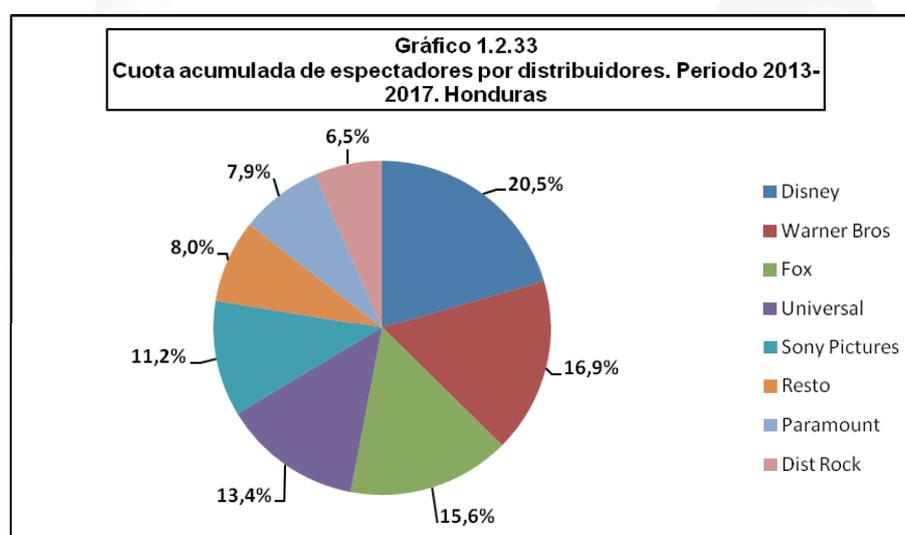
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 85,9% y las independientes el 14,1% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 775.000 (cuadro 1.2.62).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 85,5% y el de las independientes en el 14,5% restante (gráfico 1.2.33). Las empresas con más cuota

de mercado son Disney (20,5%) y Warner (16,9%). Entre las distribuidoras independientes destaca Dist. Rock (6,5%).

Cuadro 1.2.62
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Honduras

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	462.725	15,1	631.182	18,2	403.951	11,9
Warner Bros	334.827	10,9	775.248	22,4	704.202	20,7
Disney	584.907	19,1	798.093	23,1	775.597	22,8
Paramount	161.312	5,3	180.288	5,2	267.035	7,9
Sony Pictures	356.155	11,6	288.864	8,3	375.342	11,0
Universal	782.669	25,6	369.862	10,7	394.688	11,6
Dist Rock	129.801	4,2	176.163	5,1	0	0,0
Independiente	116.263	3,8	30.366	0,9	220.012	6,5
Canzion	35.142	1,1	7.022	0,2	0	0,0
Operadora	27.500	0,9	73.551	2,1	63.279	1,9
Videomark	68.102	2,2	0	0,0	0	0,0
Resto	0	0,0	130.506	3,8	197.034	5,8
Total	3.059.403		3.461.145		3.401.140	



En 2017, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Honduras: *A todo gas 8* (223.192 espectadores), *Gru 3: mi villano favorito* (170.861) y *Liga de la Justicia* (146.652).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (cinco en coproducción: dos con China, dos con Reino Unido y una con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 36,8% del total de espectadores (cuadro 1.2.63).

Cuadro 1.2.63

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Honduras

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	223.192	863.865
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	170.861	557.982
3	Liga de la Justicia	USA, R.Unido, Canadá	146.652	561.243
4	Thor: Ragnarok	USA	137.848	516.292
5	La bella y la bestia	USA, R.Unido	136.102	532.975
6	Spider-Man: Homecoming	USA	135.307	521.060
7	It	USA, Canadá	121.242	354.540
8	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	113.582	437.309
9	Annabelle: la creación	USA	113.580	363.222
10	El bebé jefazo	USA	101.782	335.660

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primera posición *Morazán* (Hispano Durón) con 50.142 espectadores, seguida de *Pocos, sueltos y locos* (Joshé Villanueva) con 38.427 y de *Cipotes* (Boris Lara) con 37.747 espectadores. Todos los estrenos de este *ranking* son íntegramente hondureños (cuadro 1.2.64).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 en Honduras que figura en el top-10 cinematográfico, es la producción peruana *Condorito: la película*, con 13.703 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 26.547 espectadores (cuadro 1.2.65).

Cuadro 1.2.64

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Honduras

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Morazán	Honduras	50.142	123.967
2	Pocos, sueltos y locos	Honduras	38.427	112.966
3	Cipotes	Honduras	37.747	103.483
4	Un lugar en el Caribe	Honduras	25.724	80.006
5	La Limpia, la Chancha y la Santa María	Honduras	19.287	59.474
6	La jaula	Honduras	13.984	37.045
7	4 Catrachos en apuros	Honduras	10.667	29.026
8	A toda madre	Honduras	6.517	16.839
9	Se lo dije Lucecita	Honduras	2.444	7.408
10	El truco de la vida	Honduras	2.213	6.962

*Cuadro 1.2.65**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Honduras*

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Condorito: la película	Perú	13.703	40.339
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	10.508	25.076
3	Deep	España	6.390	18.332
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	26.547	107.785
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	26.393	91.104
3	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	20.082	52.067
4	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	13.139	35.403
5	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	7.674	29.591



MÉXICO

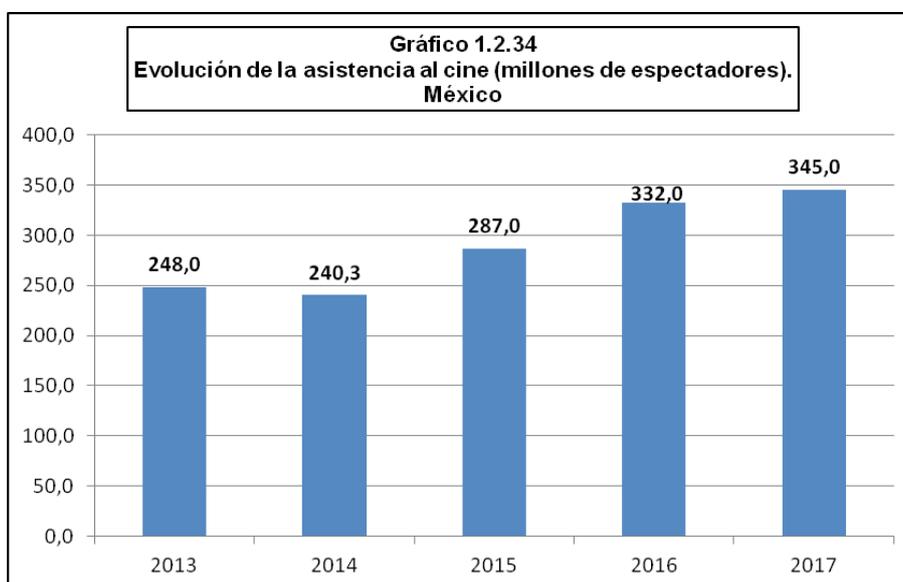
Los cines mexicanos en 2017 suman una asistencia de 345 millones de espectadores y recaudan 878,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 2,8 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 2,5 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 20,7% y la cuota de espectadores el 6,6% (cuadro 1.2.66).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años refleja que su mínimo se produce en 2014, con 240,3 millones de espectadores, y el máximo tiene lugar en 2017 con más de 345 millones (gráfico 1.2.34).

Cuadro 1.2.66

Panorama cinematográfico en México

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	121,7	123,1	123,5
PIB-PPA (billones USD)	2,303	2,356	2,406
PIB per capita (USD)	19.000	19.300	19.500
Número de pantallas de cine	5.977	6.225	6.633
Ingresos cine (millones USD)	849,0	824,9	878,2
Asistencia espectadores (millones)	287,0	332,0	345,0
Espectadores cine nacional (millones)	17,53	30,51	22,41
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,1	10,6	6,6
Número de estrenos totales	414	407	424
Número de estrenos extranjeros	334	317	336
Número de estrenos nacionales	80	90	88
Asistencia anual por habitante	2,3	2,6	2,8
Precio medio entrada (USD)	3,0	2,5	2,5



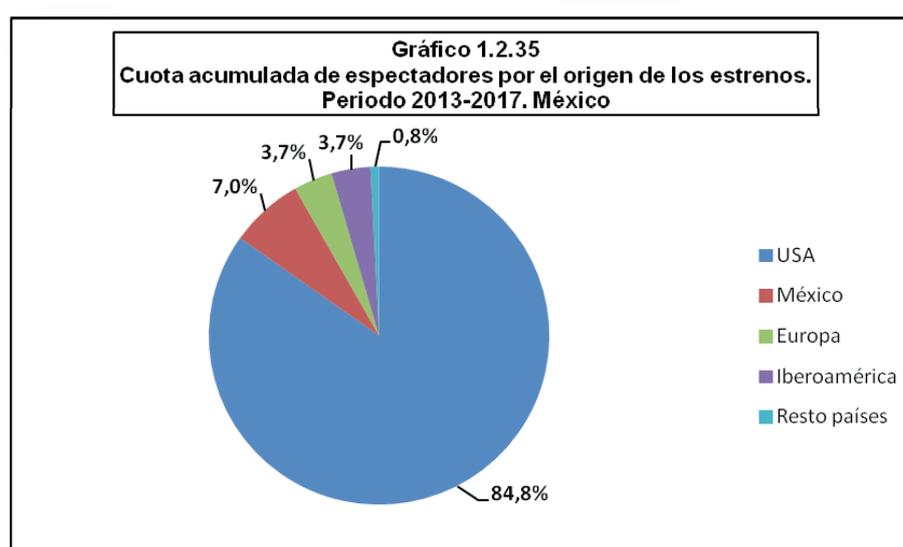
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 89% del total de espectadores, la del cine mexicano en un 6,2% y la del cine europeo en un 2,6% (cuadro 1.2.67).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 84,8% del mercado, seguido del cine mexicano con un 7%, y la del europeo e iberoamericano con un 3,7% cada una (gráfico 1.2.35).

Cuadro 1.2.67
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	226.501.570	84,5	262.888.338	87,0	283.448.273	89,0
México	14.098.676	5,3	25.500.620	8,4	19.645.882	6,2
Iberoamérica	5.719.202	2,1	1.919.186	0,6	2.410.480	0,8
Europa	19.419.560	7,2	11.185.172	3,7	8.381.244	2,6
Resto países	2.221.071	0,8	651.551	0,2	4.470.207	1,4
Total	267.960.079		302.144.867		318.356.086	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	674.513.067	85,1	655.315.629	87,4	724.294.624	89,6
México	38.023.820	4,8	59.756.527	8,0	47.301.222	5,8
Iberoamérica	16.894.312	2,1	4.148.563	0,6	6.156.672	0,8
Europa	57.151.005	7,2	28.937.733	3,9	20.436.642	2,5
Resto países	6.045.710	0,8	1.585.267	0,2	10.523.588	1,3
Total	792.627.914		749.743.719		808.712.748	



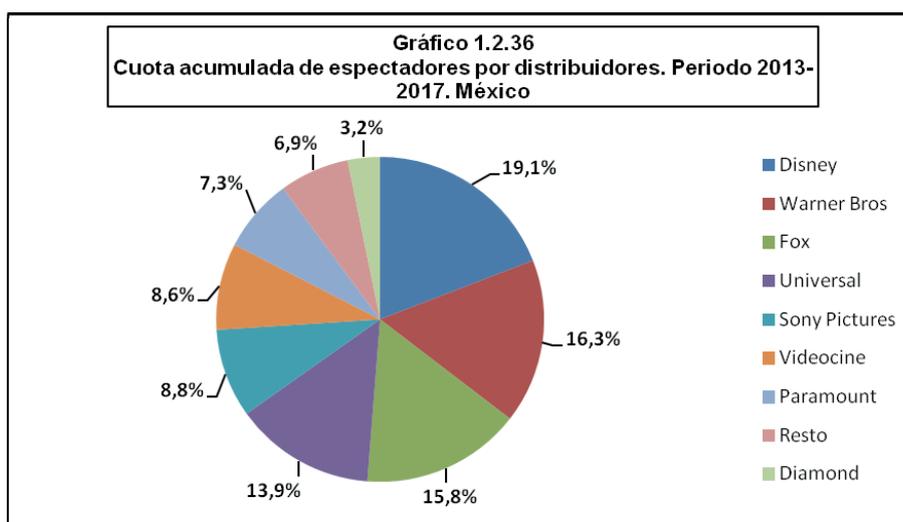
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 83,7% y las independientes el 16,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 66,5 millones (cuadro 1.2.68).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 81,2% y el de las independientes en el 18,8% restante (gráfico 1.2.36). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (19,1%), Warner (16,3%) y Fox (15,8%). Entre las independientes destaca Videocine (8,6%).

Cuadro 1.2.68

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. México

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	31.915.254	11,9	55.858.801	18,5	37.899.422	11,9
Warner Bros	32.674.499	12,2	61.716.168	20,4	56.531.048	17,8
Disney	53.002.749	19,8	66.627.439	22,1	66.592.971	20,9
Paramount	15.929.430	5,9	13.373.617	4,4	24.249.075	7,6
Sony Pictures	29.161.003	10,9	22.634.523	7,5	29.856.687	9,4
Universal	62.763.300	23,4	34.959.077	11,6	51.267.520	16,1
Videocine	22.669.189	8,5	18.095.398	6,0	26.728.409	8,4
Diamond	5.916.469	2,2	13.895.856	4,6	8.668.139	2,7
Gussi	2.187.953	0,8	0	0,0	1.701.359	0,5
Zima	2.089.596	0,8	0	0,0	1.896.013	0,6
Corazón	7.798.422	2,9	10.373.047	3,4	7.389.196	2,3
Alphaville	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Latam	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Canzion	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Cinepolis	1.173.654	0,4	4.610.941	1,5	4.363.251	1,4
Star Distribution	678.561	0,3	0	0,0	0	0,0
Nueva Era	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Resto	0	0,0	0	0,0	1.212.996	0,4
Total	267.960.079		302.144.867		318.356.086	



En 2017, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en México: *Coco* (23,4 millones de espectadores), *A todo gas 8* (14,2 millones) y *Gru 3: mi villano favorito* (14 millones de espectadores).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, (dos coproducciones con China, dos con Reino Unido y una con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 35,2% del total de espectadores (cuadro 1.2.69).

Cuadro 1.2.69
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Coco	USA	23.380.431	55.506.394
2	A todo gas 8	USA, China, Japón	14.210.108	38.585.124
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	14.048.161	34.816.125
4	La bella y la bestia	USA, R. Unido	11.318.716	30.912.014
5	It	USA, Canadá	10.518.054	26.285.893
6	Como ser un latin lover	USA	10.279.385	24.639.614
7	El bebé jefazo	USA	10.039.306	24.827.398
8	Spider-Man: Homecoming	USA	9.846.562	26.360.097
9	Liga de la Justicia	USA, R. Unido, Canadá	9.285.211	23.724.691
10	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	8.346.131	22.412.365

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *Hazlo como Hombre* (Nicolás López) con 4,3 millones de espectadores, seguida de *3 idiotas* (Carlos Bolado) con casi 2,7 millones (cuadro 1.2.70). Los diez estrenos de este *ranking* son íntegramente mexicanos.

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la película española *Lo que de verdad importa* con 1,1 millones de espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 3 millones de espectadores (cuadro 1.2.71).

Cuadro 1.2.70
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Hazlo como Hombre	México	4.339.123	10.736.712
2	3 idiotas	México	2.688.323	7.087.429
3	Me gusta pero me asusta	México	2.651.125	5.825.299
4	Cómo cortar a tu patán	México	2.359.646	5.501.922
5	Todos queremos a alguien	México	2.065.985	5.203.082
6	El Tamaño sí importa	México	1.058.005	2.300.500
7	Mientras el Lobo no está	México	930.689	2.227.554
8	Un Padre no tan padre	México	861.328	2.083.217
9	Cuando los hijos regresan	México	827.938	1.966.729
10	Camino a Marte	México	585.303	1.551.560

Cuadro 1.2.71

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. México

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	1.120.573	3.078.989
2	Ozzy	España, Canadá	653.750	1.557.190
3	Un monstruo viene a verme	España	636.157	1.520.492
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	3.091.226	7.420.830
2	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	1.755.374	4.755.071
3	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	1.265.637	2.772.310
4	La novia	Rusia	865.867	2.120.771
5	La autopsia de Jane Doe	R. Unido, USA	668.854	1.710.211





NICARAGUA

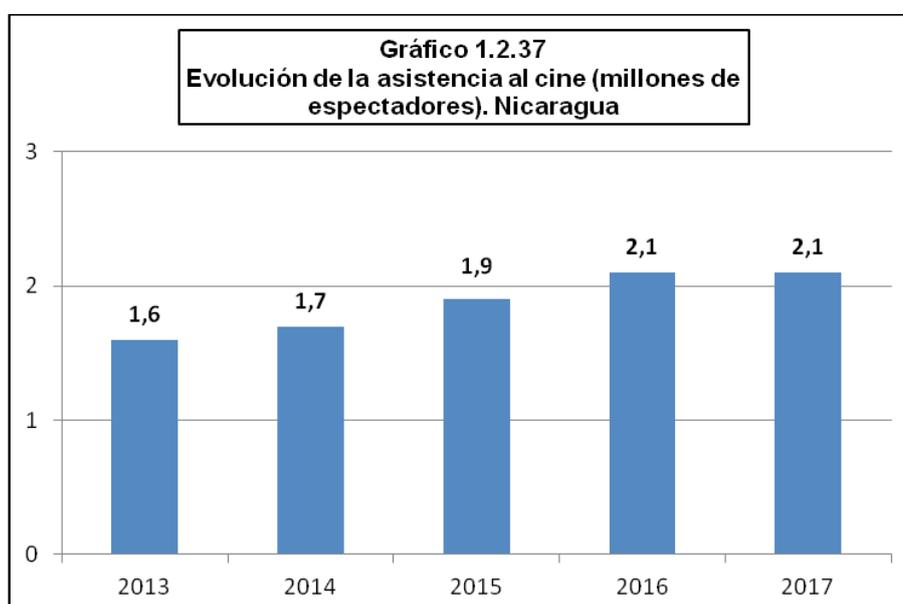
Los cines de Nicaragua en 2017 suman una asistencia de 2,1 millones de espectadores y recaudan 8,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,2 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1,3% y la cuota de espectadores el 0,1% (cuadro 1.2.72).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una gráfica ascendente, partiendo desde los 1,6 millones de espectadores de 2013 hasta los 2,1 millones de 2017 (gráfico 1.2.37).

Cuadro 1.2.72

Panorama cinematográfico en Nicaragua

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	5,9	5,9	6,0
PIB-PPA (billones USD)	0,033	0,034	0,036
PIB per capita (USD)	5.400	5.600	5.800
Número de pantallas de cine	46	50	54
Ingresos cine (millones USD)	8,3	8,7	8,9
Asistencia espectadores (millones)	1,9	2,1	2,1
Espectadores cine nacional (millones)	0	0,002	0,001
Cuota de mercado cine nacional (%)	0	0,1	0,1
Número de estrenos totales	147	157	152
Número de estrenos extranjeros	147	154	150
Número de estrenos nacionales	0	3	2
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,3	4,2	4,2



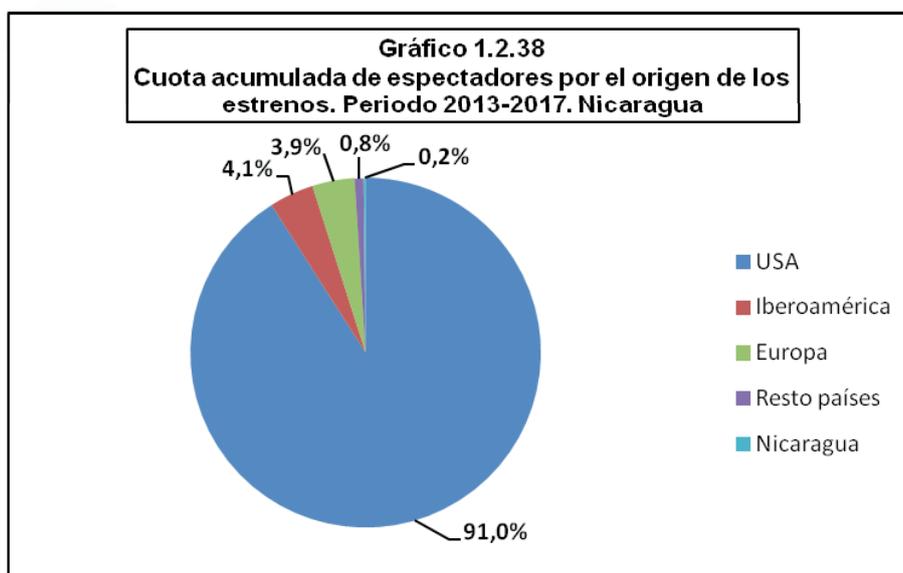
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 96% del total de espectadores y la del cine europeo en un 2,1% (cuadro 1.2.73).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 91% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 4,1% y del europeo con un 3,9% (gráfico 1.2.38).

Cuadro 1.2.73

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

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	1.602.996	85,4	1.909.223	94,4	2.035.144	96,0
Nicaragua	0	0,0	4.468	0,2	0	0,0
Iberoamérica	110.157	5,9	11.855	0,6	24.848	1,2
Europa	144.405	7,7	90.048	4,5	45.316	2,1
Resto países	20.584	1,1	6.870	0,3	14.832	0,7
Total	1.878.142		2.022.464		2.120.140	
INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	6.901.179	85,7	7.968.506	94,5	8.347.629	96,4
Nicaragua	0	0,0	17.516	0,2	0	0,0
Iberoamérica	472.538	5,9	46.012	0,5	67.453	0,8
Europa	597.921	7,4	375.676	4,5	178.244	2,1
Resto países	78.629	1,0	27.435	0,3	66.045	0,8
Total	8.050.267		8.435.145		8.659.371	

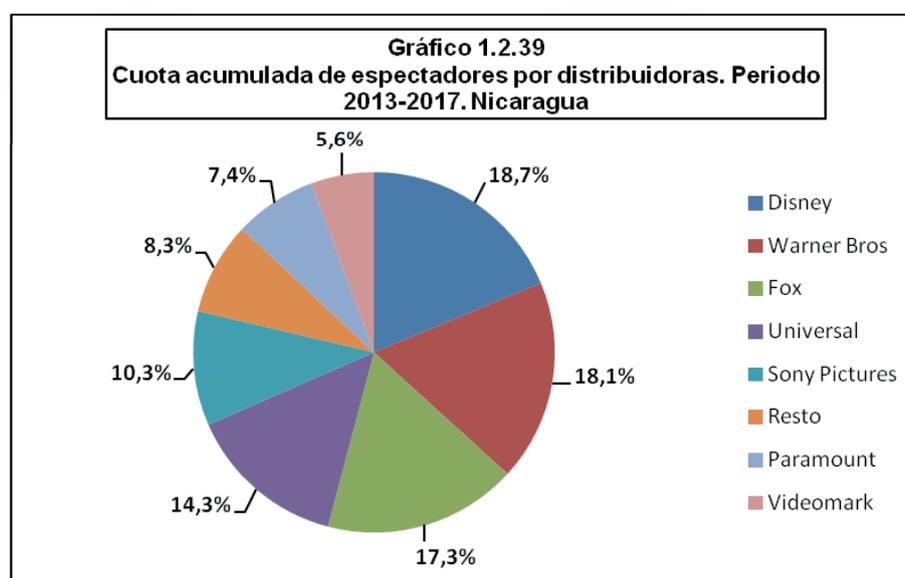


Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 87,9% y las independientes el 12,1% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 441.833 (cuadro 1.2.74).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 86,1% y el de las independientes en el 13,9% restante (gráfico 1.2.39). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (18,7%), Warner (18,1%) y Fox (17,3%). Entre las independientes destaca Videomark (5,6%).

Cuadro 1.2.74
Ranking de distribuidoras del Top 100. Nicaragua

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	315.401	16,8	409.417	20,2	252.727	11,9
Warner Bros	263.045	14,0	436.494	21,6	438.720	20,7
Disney	328.001	17,5	421.864	20,9	441.833	20,8
Paramount	98.141	5,2	100.987	5,0	141.517	6,7
Sony Pictures	170.715	9,1	230.122	11,4	200.732	9,5
Universal	443.531	23,6	238.145	11,8	387.753	18,3
Videomark	188.149	10,0	0	0,0	0	0,0
Independent	3.084	0,2	0	0,0	15.718	0,7
Cocinsa	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Operadora	40.311	2,1	41.536	2,1	13.543	0,6
Romaly	5.136	0,3	0	0,0	0	0,0
Canzion	13.323	0,7	0	0,0	0	0,0
11:11	6.434	0,3	0	0,0	0	0,0
La Media Docena	2.871	0,2	0	0,0	0	0,0
Resto	0	0,0	143.899	7,1	227.597	10,7
Total	1.878.142		2.022.464		2.120.140	



En 2017, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Nicaragua: *A todo gas 8* (133.482 espectadores), *Gru 3: mi villano favorito* (88.744) y *Liga de la Justicia* (88.347).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (cuatro coproducciones: dos con Reino Unido, una con Canadá y otra con China). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,7% del total de espectadores (cuadro 1.2.75).

Cuadro 1.2.75

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Nicaragua

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	133.482	611.189
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	88.744	339.257
3	Liga de la Justicia	USA, R. Unido, Canadá	88.347	336.633
4	La bella y la bestia	USA, R. Unido	83.412	375.003
5	Thor: Ragnarok	USA	73.862	268.990
6	Coco	USA	66.910	239.354
7	It	USA, Canadá	68.534	231.647
8	Annabelle: la creación	USA	67.859	257.803
9	Spider-Man: Homecoming	USA	65.548	273.968
10	El bebé jefazo	USA	54.235	226.172

En 2017, solo se producen dos estrenos nicaragüenses: *Odorico, hazte Santo* (Roger Mantica), con 1.250 espectadores y *Girasoles en Nicaragua* (Florence Jaugey) con 379 espectadores.

El estreno iberoamericano más exitoso es la película brasileña *Moisés y los diez mandamientos* (Alexandre Avancini), con 10.367 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 22.041 espectadores (cuadro 1.2.76).

Cuadro 1.2.76

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Nicaragua

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	10.367	17.328
2	Condorito: la película	Perú	9.130	33.168
3	Fátima, el último misterio	España	5.351	16.956
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	22.041	97.801
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	14.832	66.045
3	Una familia feliz	Alemania, R. Unido	10.938	34.953
4	Bailarina	Francia, Canadá	5.781	21.673
5	La panda de la selva	Francia	3.657	11.887



PANAMÁ

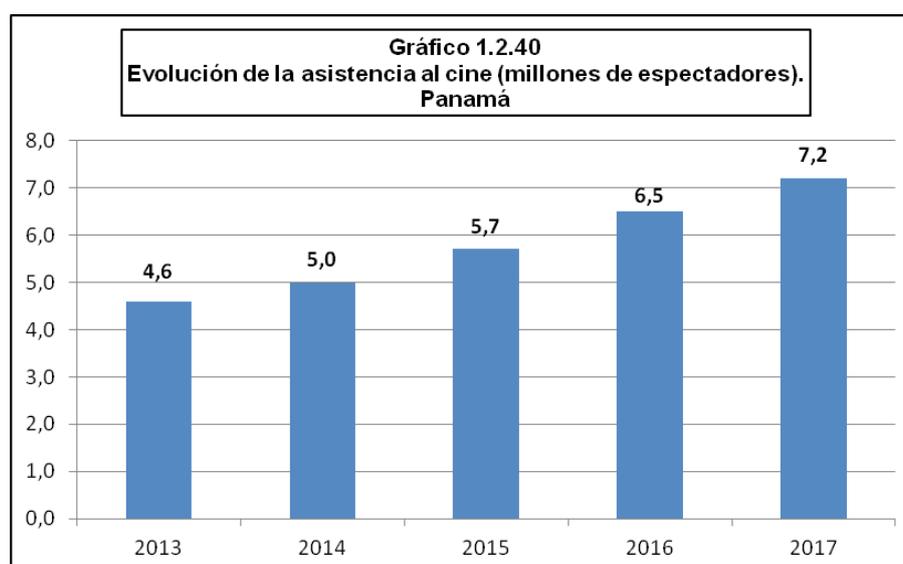
Los cines panameños en 2017 suman una asistencia de 7,2 millones de espectadores y recaudan 36,8 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 5,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,6% y la cuota de espectadores el 2,4% (cuadro 1.2.77).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una gráfica ascendente, partiendo desde los 4,6 millones de espectadores de 2013 hasta los 7,2 millones de 2017 (gráfico 1.2.40).

Cuadro 1.2.77

Panorama cinematográfico en Panamá

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	3,6	3,7	3,7
PIB-PPA (billones USD)	0,090	0,094	0,099
PIB per capita (USD)	22.700	23.400	24.300
Número de pantallas de cine	99	123	142
Ingresos cine (millones USD)	28,5	33,4	36,8
Asistencia espectadores (millones)	5,7	6,5	7,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,008	0,02	0,17
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,2	0,3	2,4
Número de estrenos totales	184	209	221
Número de estrenos extranjeros	182	207	213
Número de estrenos nacionales	2	3	8
Asistencia anual por habitante	1,5	1,7	1,9
Precio medio entrada (USD)	5,0	5,1	5,1



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 91,6% del total de espectadores, la del cine panameño en un 2,4% y la del cine europeo en un 2,5% (cuadro 1.2.78).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 90,3% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,8%, del iberoamericano con un 3,6% y del cine panameño con un 1,4% (gráfico 1.2.41).

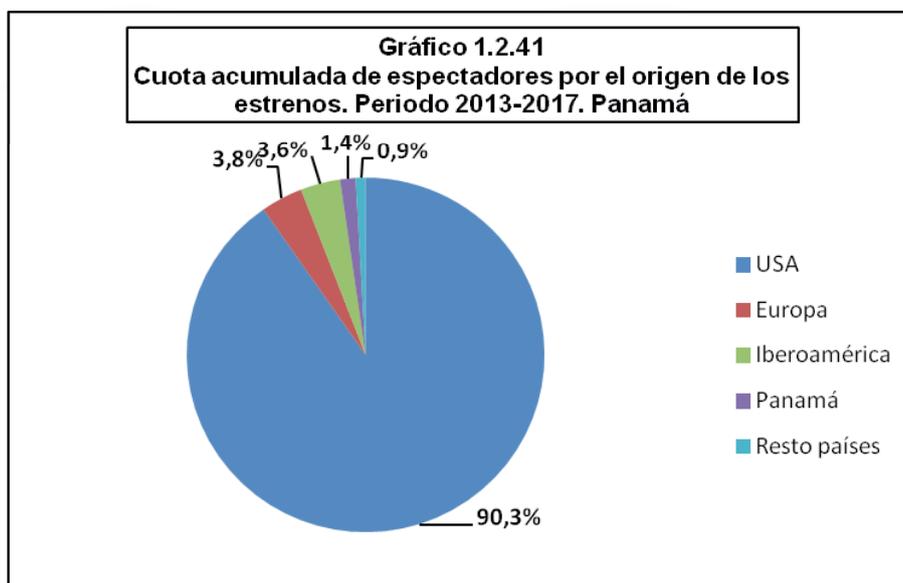
Cuadro 1.2.78

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

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	4.860.860	88,7	5.723.819	92,3	6.319.513	91,6
Panamá	0	0,0	174.910	2,8	167.172	2,4
Iberoamérica	224.161	4,1	16.442	0,3	114.562	1,7
Europa	356.464	6,5	273.726	4,4	170.532	2,5
Resto países	37.118	0,7	15.001	0,2	124.335	1,8
Total	5.478.603		6.203.898		6.896.114	

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

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	24.437.404	88,9	29.443.269	92,2	32.437.469	92,4
Panamá	0	0,0	915.539	2,9	740.410	2,1
Iberoamérica	1.129.545	4,1	68.670	0,2	519.306	1,5
Europa	1.764.279	6,4	1.444.546	4,5	851.425	2,4
Resto países	153.776	0,6	66.784	0,2	566.181	1,6
Total	27.485.004		31.938.808		35.114.791	



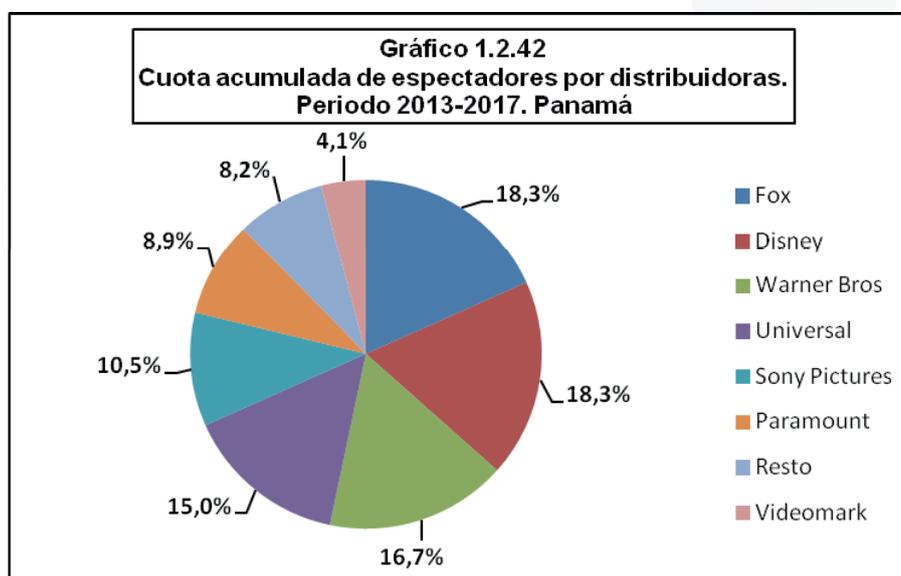
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 88,2% y las independientes un 11,8% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 1,4 millones de espectadores (cuadro 1.2.79).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,7% y el de las independientes en el 12,3% restante (gráfico 1.2.42). Las empresas con más cuota de mercado son Fox y Disney con el 18,3%, cada una. Entre las independientes destaca Videomark (4,1%).

Cuadro 1.2.79

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

Distribuidora	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	1.037.387	18,9	1.262.446	20,3	796.749	11,6
Warner Bros	700.683	12,8	1.238.245	20,0	1.343.796	19,5
Disney	993.287	18,1	1.314.128	21,2	1.376.609	20,0
Paramount	304.875	5,6	387.313	6,2	655.067	9,5
Sony Pictures	562.458	10,3	617.319	10,0	626.419	9,1
Universal	1.304.239	23,8	707.987	11,4	1.273.378	18,5
Videomark	345.024	6,3	0	0,0	0	0,0
Operadora	121.077	2,2	187.096	3,0	247.234	3,6
Independent	0	0,0	55.872	0,9	0	0,0
Canzion	30.318	0,6	0	0,0	0	0,0
Romaly	0	0,0	23.402	0,4	65.483	0,9
P. Latinoamericanas	79.255	1,4	189.911	3,1	217.238	3,2
Resto	0	0,0	220.179	3,5	294.141	4,3
Total	5.478.603		6.203.898		6.896.114	



En 2017, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Panamá: *A todo gas 8* (450.335 espectadores), *Liga de la Justicia* (253.971) y *Piratas del Caribe: la venganza de Salazar* (231.233).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (cinco en coproducción: tres con China y dos con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 33,3% del total de espectadores (cuadro 1.2.80).

Cuadro 1.2.80

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	450.335	2.472.340
2	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	253.971	1.341.694
3	Piratas del caribe 5	USA	231.233	1.156.263
4	Thor: Ragnarok	USA	224.511	1.170.324
5	Gru 3: Mi villano favorito	USA	223.597	1.040.591
6	Transformers: el último caballero	USA, China, Canadá	216.905	1.085.555
7	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	211.839	1.117.931
8	La bella y la bestia	USA, R. Unido	200.102	1.101.161
9	Vaiana	USA	186.357	893.789
10	Spider-Man: Homecoming	USA	185.448	1.001.515

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar la película *Más que hermanos* (Arianne Benedetti), con 85.563 espectadores, seguida de *Donaire y esplendor* (Arturo Montenegro) con 81.609 (cuadro 1.2.81).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la película española *Lo que de verdad importa* con 78.321 espectadores. La película del resto de países más popular es la producción de Hong Kong, Estados Unidos y China *La gran muralla*, con 69.929 espectadores (cuadro 1.2.82).

Cuadro 1.2.81

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Más que hermanos	Panamá	85.563	408.322
2	Donaire y esplendor	Panamá	81.609	332.088
3	Kimura	Panamá	5.390	26.727
4	Ilegítimo	Panamá	2.866	13.623
5	La Matamoros	Panamá	668	3.024
6	Hidden	Panamá	424	1.897
7	La fuerza del balón	Panamá	248	1.132
8	Oasis	Panamá	133	937

Cuadro 1.2.82

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Panamá

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	78.321	360.158
2	Condorito: la película	Perú	25.438	101.925
3	Ozzy	España, Canadá	10.803	57.223
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	69.929	372.253
2	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	61.575	334.782
3	Operación cacahuete 2. Misión	Canadá, Corea del Sur	35.148	124.236
4	Kötü Kedi Serafettin	Turquía	30.808	150.581
5	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	22.047	118.984



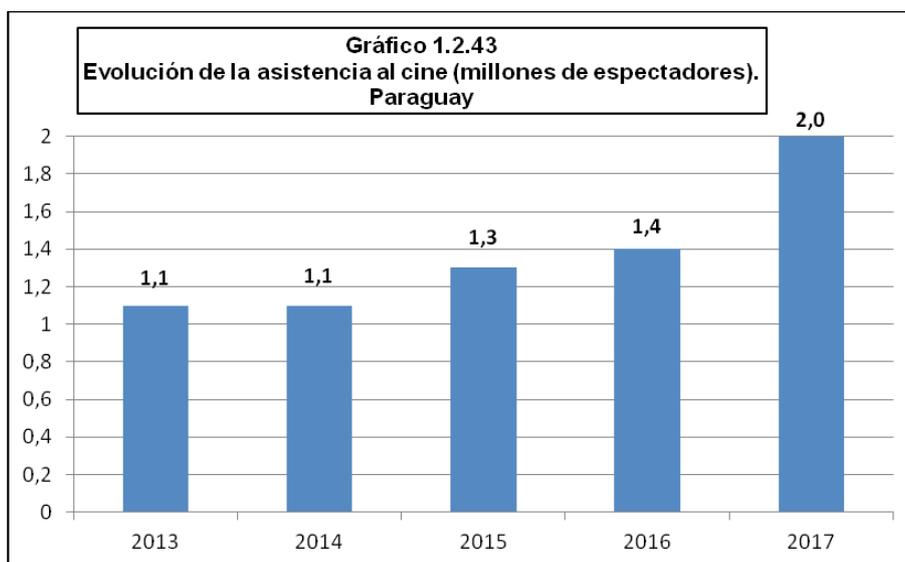
PARAGUAY

Los cines paraguayos en 2017 suman una asistencia de 2 millones de espectadores y recaudan 10,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,2 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,7% y la cuota de espectadores el 7,9% (cuadro 1.2.83).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas durante el periodo 2013-2017, muestra una gráfica que comienza con 1,1 millones de espectadores en 2013 y 2014, aumentando progresivamente hasta alcanzar los 2 millones en 2017 (gráfico 1.2.43).

Cuadro 1.2.83
Panorama cinematográfico en Paraguay

	2015	2016	2017
Población (millones)	6,8	6,8	6,9
PIB-PPA (billones USD)	0,062	0,065	0,068
PIB per capita (USD)	9.300	9.600	9.800
Número de pantallas de cine	41	65	70
Ingresos cine (millones USD)	7,3	7,5	10,5
Asistencia espectadores (millones)	1,3	1,4	2,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,02	0,06	0,16
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,6	4,5	7,9
Número de estrenos totales	122	166	161
Número de estrenos extranjeros	117	159	155
Número de estrenos nacionales	5	7	6
Asistencia anual por habitante	0,2	0,2	0,3
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,1	5,2



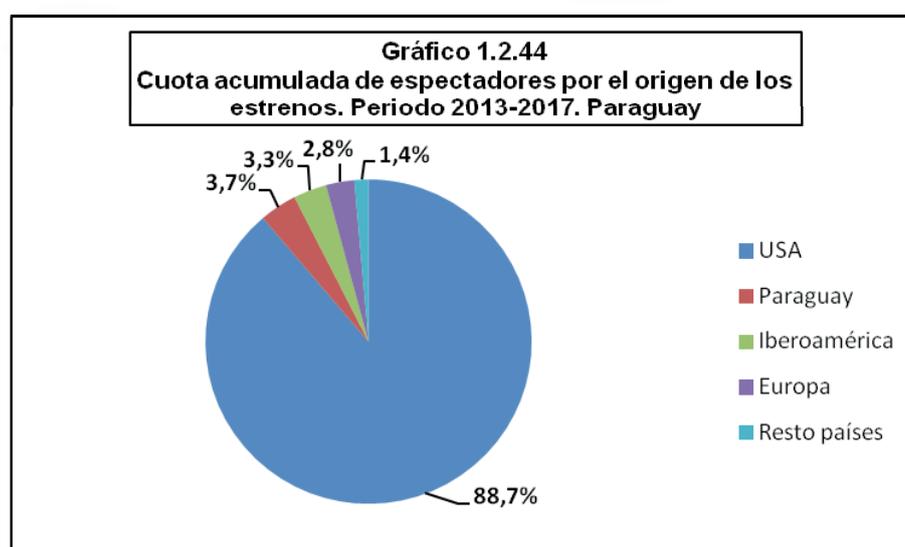
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 87,5% del total de espectadores, la del cine paraguayo en un 8,1%, y la del cine europeo en un 2,7 (cuadro 1.2.84).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 88,7% del mercado, seguido del cine paraguayo con un 3,7%, del iberoamericano con un 3,3% y del cine europeo con un 2,8% (gráfico 1.2.44).

Cuadro 1.2.84
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Paraguay

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	1.229.914	90,3	1.298.622	90,1	1.751.833	87,5
Paraguay	24.743	1,8	63.302	4,4	162.526	8,1
Iberoamérica	15.722	1,2	29.440	2,0	14.436	0,7
Europa	65.767	4,8	42.623	3,0	54.554	2,7
Resto países	26.435	1,9	6.799	0,5	18.477	0,9
Total	1.362.581		1.440.786		2.001.826	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	6.686.679	91,7	6.665.898	90,7	9.122.995	89,1
Paraguay	108.191	1,5	274.971	3,7	690.514	6,7
Iberoamérica	71.115	1,0	144.569	2,0	53.618	0,5
Europa	314.202	4,3	236.308	3,2	270.954	2,6
Resto países	112.674	1,5	30.358	0,4	98.580	1,0
Total	7.292.861		7.352.104		10.236.661	



Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 78,7% y las independientes el 21,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Universal con 509.596 espectadores (cuadro 1.2.85).

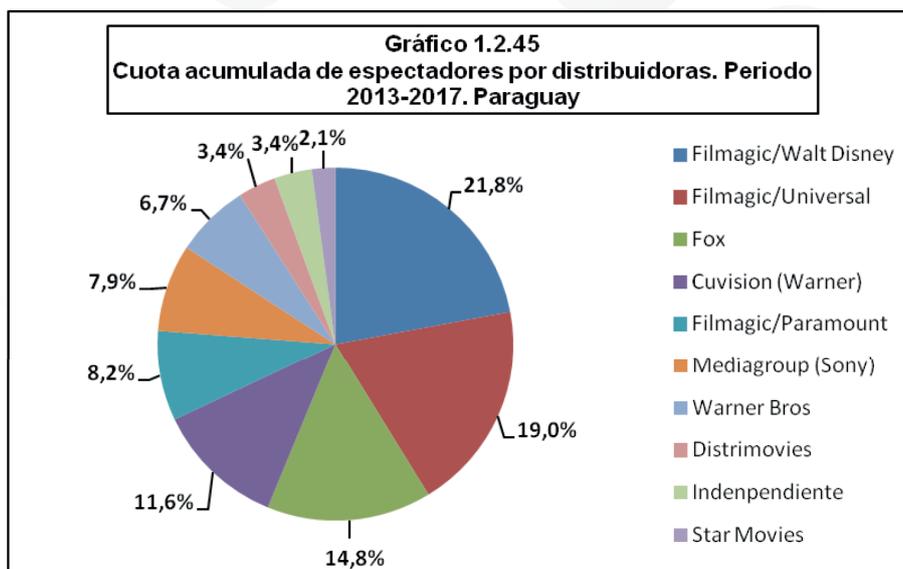
En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 89,9% y el de las distribuidoras independientes en el 10,1% restante (gráfico 1.2.45). Las

empresas con más cuota de mercado son Disney (21,8%), Universal (19%) y Fox (14,8%). Entre las independientes destaca Distrimovies e Independiente (3,4%).

Cuadro 1.2.85

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

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Filmagic/Walt Disney	321.566	23,6	386.457	26,8	401.488	20,1
Fox	159.850	11,7	274.500	19,1	162.780	8,1
Cuvision (Warner)	118.300	8,7	19.683	1,4	35.921	1,8
Mediagroup (Sony)	120.065	8,8	42.514	3,0	29.012	1,4
Filmagic/Paramount	88.725	6,5	64.809	4,5	111.410	5,6
Filmagic/Universal	497.228	36,5	125.903	8,7	509.596	25,5
Warner Bros	8.934	0,7	349.460	24,3	325.055	16,2
Indenpendiente	11.220	0,8	62.473	4,3	159.905	8,0
Distrimovies	32.589	2,4	51.372	3,6	42.067	2,1
Star Movies	4.104	0,3	63.615	4,4	116.567	5,8
Resto	0	0,0	0	0,0	108.025	5,4
Total	1.362.581		1.440.786		2.001.826	



En 2017, la coproducción entre Estados Unidos, China y Japón, *A todo gas 8*, lidera el ranking de audiencia cinematográfica en Paraguay, con 191.733 espectadores, seguida de la paraguaya *Los buscadores* (Juan Carlos Maneglia y Tana Schembori) con 134.039 y la producción estadounidense *Gru 3: mi villano favorito* (117.734).

Las producciones del *ranking* de estrenos, excepto la película paraguaya mencionada anteriormente, provienen de Estados Unidos (cuatro coproducciones: dos con Reino Unido, una con China y Japón y otra con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 45,3% del total de espectadores (cuadro 1.2.86).

Cuadro 1.2.86

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Paraguay

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	191.733	1.170.489
2	Los Buscadores	Paraguay	134.039	559.008
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	117.734	584.464
4	La bella y la bestia	USA, R. Unido	70.710	426.450
5	Coco	USA	70.013	328.723
6	Piratas del Caribe 5	USA	66.251	368.949
7	Thor: Ragnarok	USA	65.777	340.829
8	El bebé jefazo	USA	65.646	344.235
9	It	USA, Canadá	64.118	272.998
10	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	59.613	307.243

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura, además del citado anteriormente, en segundo lugar la película *Truenos* (Mari Goia), con 23.408 espectadores, seguida de la producción *Saber crecer* (Pedro Noah Spínola, Walter Hermosa Jr.) con 2.621 (cuadro 1.2.87).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la película brasileña *Moisés y los diez mandamientos* con 10.150 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 17.892 espectadores (cuadro 1.2.88).

Cuadro 1.2.87

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Paraguay

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Los buscadores	Paraguay	134.039	559.008
2	Truenos	Paraguay	23.408	107.303
3	Saber crecer	Paraguay	2.621	12.977
4	Santificar lo profano	Paraguay	2.458	11.226
5	Ejercicios de memoria	Paraguay	246	1.388
6	Máscaras en las tinieblas	Paraguay	9	35

Cuadro 1.2.88

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Paraguay

Iberoamérica				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	10.150	34.171
2	Condorito: la película	Perú	4.286	19.447
Europa y resto de países				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Resident evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	17.892	102.240
2	La autopsia de Jane Doe	R. Unido, USA	10.320	46.571
3	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	8.221	50.848
4	Invasión zombie	Corea del Sur	6.210	27.736
5	No toques dos veces	R. Unido	5.927	23.904



PERÚ

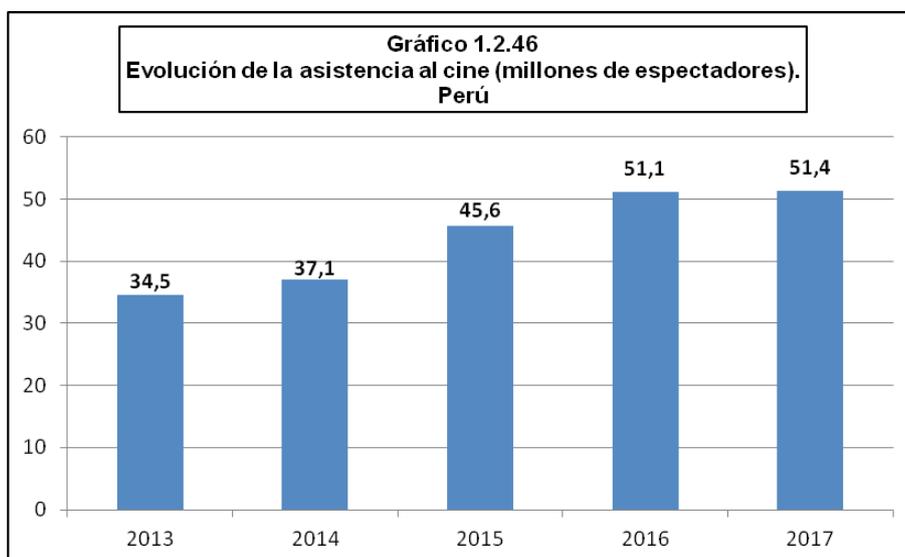
Los cines peruanos en 2017 suman una asistencia de 51,4 millones de espectadores y recaudan 173,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,3 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 9,4% y la cuota de espectadores el 10,2% (cuadro 1.2.89).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años se sitúa entre los 34,5 millones de espectadores de 2013 y los 51,4 millones de 2017 (gráfico 1.2.46).

Cuadro 1.2.89

Panorama cinematográfico en Perú

	2015	2016	2017
Población (millones)	30,4	30,7	31,0
PIB-PPA (billones USD)	0,397	0,413	0,424
PIB per capita (USD)	12.800	13.100	13.300
Número de pantallas de cine	571	613	625
Ingresos cine (millones USD)	158,3	163,8	173,7
Espectadores cine (millones)	45,6	51,1	51,4
Espectadores cine nacional (millones)	5,60	5,70	5,22
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,3	11,2	10,2
Número de estrenos totales	268	320	267
Número de estrenos extranjeros	239	294	242
Número de estrenos nacionales	29	26	25
Asistencia anual por habitante	1,5	1,6	1,6
Precio medio entrada (USD)	3,5	3,2	3,3



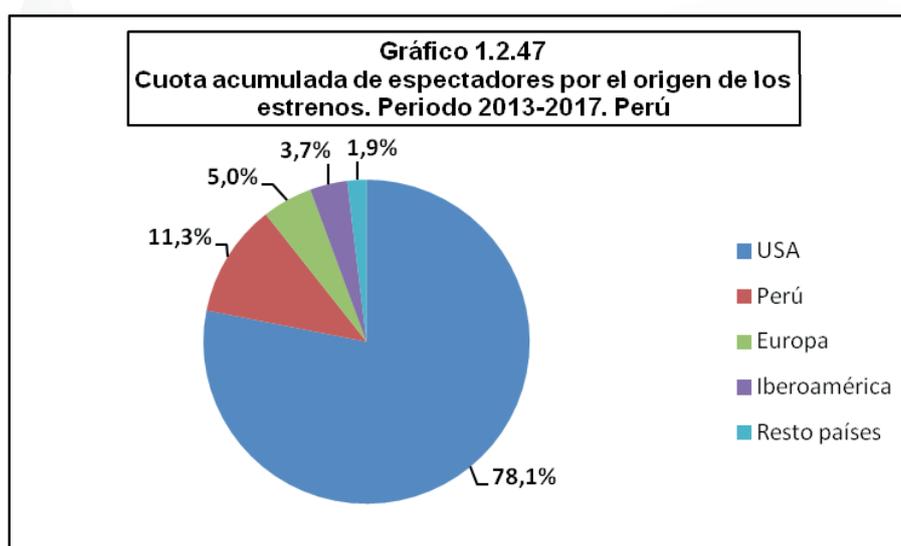
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 83,3% del total de espectadores, la del cine peruano en un 9,8%, la del cine europeo en un 4,1% y la del cine iberoamericano en el 0,9% (cuadro 1.2.90).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 78,1% del mercado, seguido del cine peruano con un 11,3%, del europeo con un 5% y del cine iberoamericano con un 3,7% (gráfico 1.2.47).

Cuadro 1.2.90
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Perú

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	31.021.350	73,7	37.645.730	80,6	39.605.409	83,3
Perú	5.392.052	12,8	5.458.009	11,7	4.673.505	9,8
Iberoamérica	1.817.703	4,3	420.412	0,9	409.493	0,9
Europa	3.216.600	7,6	2.312.991	4,9	1.940.732	4,1
Resto países	629.046	1,5	896.040	1,9	912.092	1,9
Total	42.076.751		46.733.182		47.541.231	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	109.136.914	74,6	121.904.314	81,4	135.438.326	84,5
Perú	18.346.661	12,5	16.554.858	11,1	14.428.858	9,0
Iberoamérica	6.186.814	4,2	1.177.463	0,8	1.428.025	0,9
Europa	10.548.648	7,2	7.557.172	5,0	6.099.172	3,8
Resto países	1.993.375	1,4	2.591.050	1,7	2.945.624	1,8
Total	146.212.412		149.784.857		160.340.005	



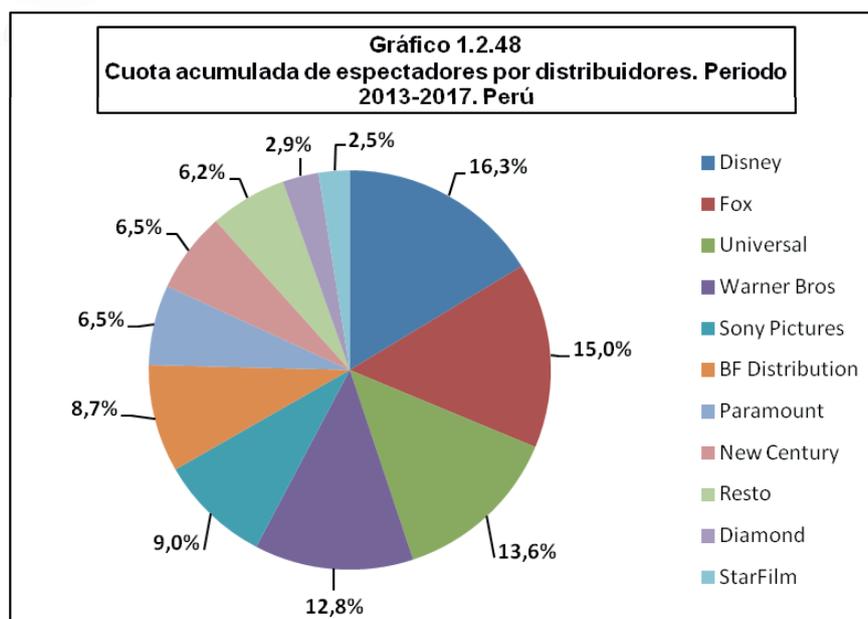
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 77,7% y las independientes un 22,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Universal con 8,4 millones de espectadores, seguido de Warner y Disney con 7,4 y 7,3 millones, respectivamente (cuadro 1.2.91).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 73,2% y el de las independientes en el 26,8% restante (gráfico 1.2.48). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (16,3%) y Fox (15%). Entre las independientes destacan BF Distribution (8,7%) y New Century (6,5%).

Cuadro 1.2.91

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Perú

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	6.826.164	16,2	8.564.596	18,3	5.569.990	11,7
Warner Bros	3.802.023	9,0	5.904.290	12,6	7.420.532	15,6
Disney	7.139.280	17,0	10.242.273	21,9	7.339.238	15,4
Paramount	2.802.685	6,7	2.244.666	4,8	3.913.757	8,2
Universal	6.572.749	15,6	4.223.790	9,0	8.460.654	17,8
Sony Pictures	4.112.583	9,8	3.293.907	7,0	4.277.011	9,0
UIP	456.789	1,1	0	0,0	0	0,0
BF Distribution	4.450.001	10,6	4.682.319	10,0	3.691.993	7,8
New Century	3.062.023	7,3	3.930.956	8,4	0	0,0
Diamond	644.089	1,5	1.550.182	3,3	903.362	1,9
Delta Films	561.205	1,3	451.226	1,0	706.953	1,5
Star Film	1.446.006	3,4	567.571	1,2	1.362.511	2,9
Euro Films	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Cinecolor	114.882	0,3	0	0,0	2.495.027	5,2
Andes films	86.272	0,2	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidoras	0	0,0	1.077.406	2,3	1.400.203	2,9
Total	42.076.751		46.733.182		47.541.231	



En 2017, la producción estadounidense *A todo gas 8* lidera el ranking de audiencia en Perú, con 1,9 millones de espectadores, seguida de la también obra americana *Gru 3: mi villano favorito*, con 1,7 millones de espectadores, y *Spider-Man: Homecoming* con 1,4 millones (cuadro 1.2.92).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, con seis coproducciones (dos con China, dos con Reino Unido y otras dos con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 27,6% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.92

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.966.668	7.662.416
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.751.492	5.824.187
3	Spider-Man: Homecoming	USA	1.434.581	5.153.575
4	La bella y la bestia	USA, R. Unido	1.430.318	5.415.392
5	La guerra del planeta de los simios	USA, Canadá, N. Zelanda	1.403.002	4.660.495
6	Thor: Ragnarok	USA	1.343.515	4.749.971
7	Annabelle: la creación	USA	1.290.190	4.155.437
8	Transformers: el último caballero	USA, China, Canadá	1.232.788	4.134.950
9	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	1.216.154	4.094.998
10	Guardianes de la galaxia Vol. 2	USA, Canadá, N. Zelanda	1.151.002	4.269.715

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar la película peruana *Once machos* (Aldo Miyashiro), con 803.353 espectadores, seguida de *Cebiche de tiburón* (Daniel Winitzky) con 784.538 espectadores (cuadro 1.2.93). Todos los estrenos del *ranking* son íntegramente peruanos.

El estreno iberoamericano más exitoso en 2017 es la película argentina *Mamá se fue de viaje* con 251.279 espectadores. La película del resto de países más popular es la coproducción entre Hong Kong, Estados Unidos y China *La gran muralla*, con 652.282 espectadores (cuadro 1.2.94).

Cuadro 1.2.93

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Perú

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Once machos	Perú	803.353	2.380.505
2	Cebiche de tiburón	Perú	784.538	2.361.945
3	Av. Larco, la película	Perú	774.959	2.880.661
4	Condorito: La Película	Perú	676.019	1.908.919
5	La paisana Jacinta	Perú	655.857	1.857.726
6	Somos néctar	Perú	306.599	884.537
7	Gemelos sin cura	Perú	312.139	855.823
8	El gran León	Perú	299.959	989.612
9	La hora final	Perú	225.017	789.982
10	Una comedia macabra	Perú	83.807	243.718

Cuadro 1.2.94

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Perú

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mamá se fue de viaje	Argentina	251.279	936.902
2	Ozzy	España, Canadá	158.214	491.122
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	652.282	2.173.727
2	Resident evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	623.996	2.146.364
3	Terremoto	Rusia, Armenia	356.564	972.359
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	261.308	833.479
5	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	259.810	771.897





PORTUGAL

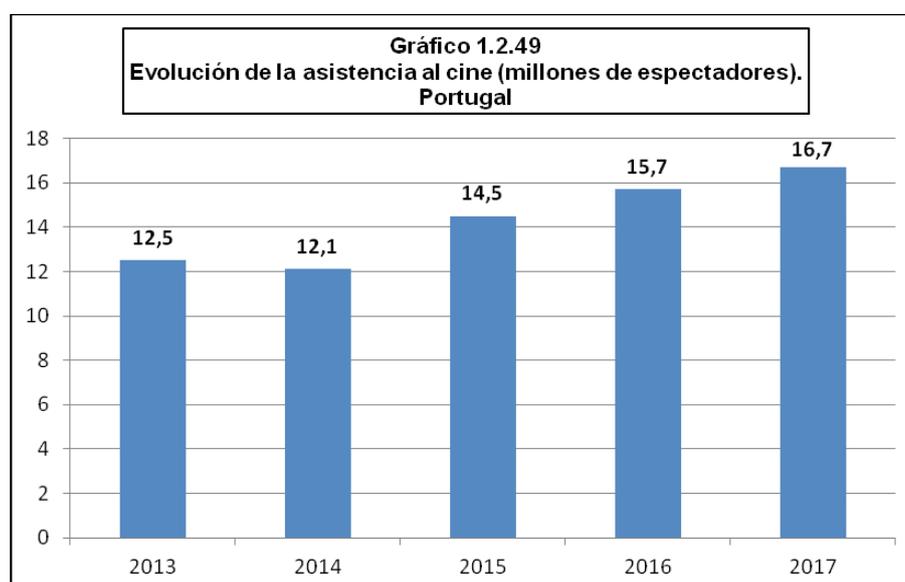
Los cines de Portugal en 2017 suman una asistencia de 16,7 millones de espectadores y recaudan 103,3 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 6,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 10,1% y la cuota de espectadores el 2,4% (cuadro 1.2.95).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2013-2017 se sitúa entre el mínimo de 12,1 millones de espectadores de 2014 y el máximo de 16,7 millones de 2017 (gráfico 1.2.49).

Cuadro 1.2.95

Panorama cinematográfico en Portugal

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	10,8	10,8	10,8
PIB-PPA (billones USD)	0,299	0,303	0,311
PIB per capita (USD)	28.900	29.400	30.300
Número de pantallas de cine	545	549	571
Ingresos cine (millones USD)	83,2	92,8	103,3
Espectadores cine (millones)	14,5	15,7	16,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,94	0,34	0,40
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,5	2,3	2,4
Número de estrenos totales	355	389	375
Número de estrenos extranjeros	328	364	337
Número de estrenos nacionales	27	25	38
Asistencia anual por habitante	1,3	1,4	1,5
Precio medio entrada (USD)	5,7	5,7	6,1



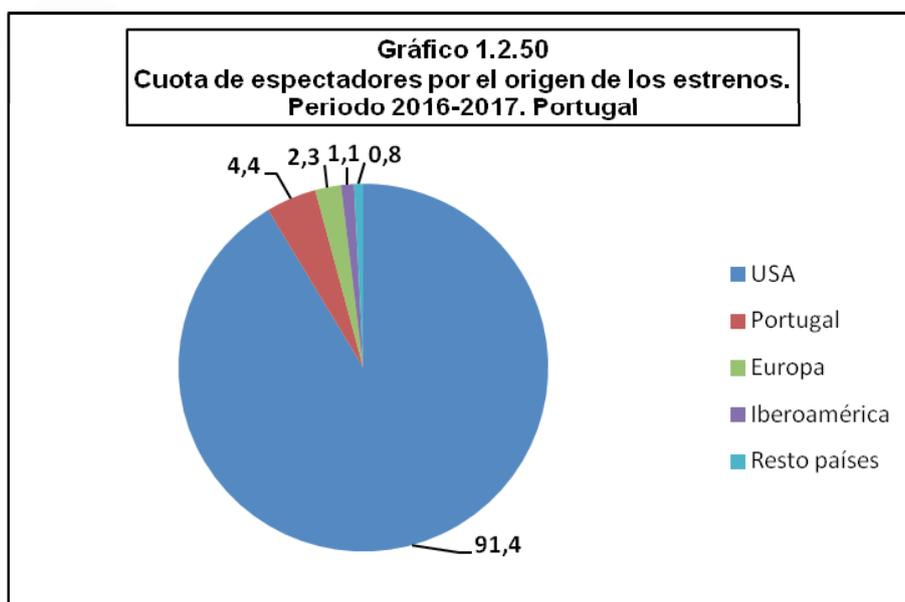
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 91,5% del total de espectadores, la del cine europeo en un 4,5% y la del cine portugués en un 1,4% y (cuadro 1.2.96).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 91,4% del mercado, seguido del cine portugués con un 4,4%, y del europeo con un 2,3% (gráfico 1.2.50).

Cuadro 1.2.96
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Portugal

ESPECTADORES				
Origen	2016	%	2017	%
USA	12.563.929	91,2	13.534.802	91,5
Portugal	183.100	1,3	208.826	1,4
Iberoamérica	0	0,0	137.885	0,9
Europa	1.022.637	7,4	666.391	4,5
Resto países	0	0,0	239.136	1,6
Total	13.769.666	100,0	14.787.040	

INGRESOS				
Origen	2016	%	2017	%
USA	74.582.760	91,2	83.973.717	91,7
Portugal	1.038.920	1,3	1.199.345	1,3
Iberoamérica	0	0,0	777.575	0,8
Europa	6.143.154	7,5	4.096.440	4,5
Resto países	0	0,0	1.503.884	1,6
Total	81.764.834	100,0	91.550.961	

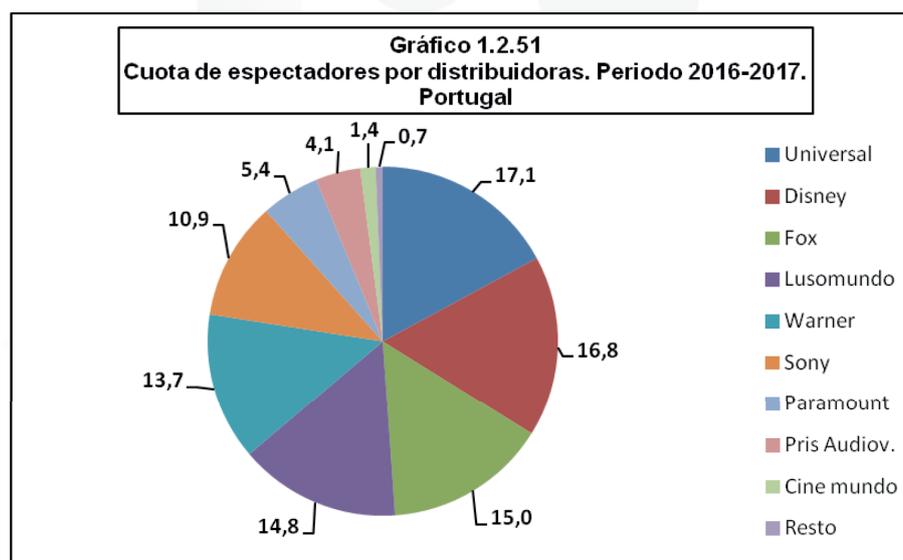


Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 91,9% y las independientes el 8,1% restante. La distribuidora con más entradas vendidas es Universal con casi 3 millones (cuadro 1.2.97).

En el bienio 2016-2017, las distribuidoras con más entradas vendidas son Universal (17,1%) y Disney (16,8%). La empresa independiente con más éxito es Prís Audiovisuais con un 4,1% (gráfico 1.2.51).

Cuadro 1.2.97
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Portugal

Origen	2016	%	2017	%
Fox	2.282.305	16,6	1.979.147	13,4
Lusomundo	2.546.724	18,5	1.663.517	11,2
Paramount	601.067	4,4	953.717	6,4
Prís Audiov.	460.806	3,3	721.829	4,9
Sony	1.304.168	9,5	1.832.192	12,4
Universal	1.949.686	14,2	2.957.647	20,0
Disney	2.404.205	17,5	2.398.456	16,2
Warner	2.092.925	15,2	1.818.903	12,3
Cine mundo	127.780	0,9	282.858	1,9
Resto	0	0,0	178.774	1,2
Total	13.769.666	100,0	14.787.040	100,0



En 2017, la producción estadounidense *A todo gas 8* lidera el *ranking* de audiencia en Portugal con 936.077 espectadores, seguida de las también americanas *Gru 3: mi villano favorito* con 617.594 y *La bella y la bestia* con 551.000 espectadores (cuadro 1.2.98).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (tres en coproducción con Reino Unido, China y Japón). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 28,1% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.98

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	936.077	6.000.933
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	617.594	3.496.436
3	La bella y la bestia	USA, R. Unido	551.000	3.367.173
4	Cincuenta sombras más oscuras	USA	475.783	2.926.147
5	Piratas del Caribe 5	USA	424.134	2.668.834
6	El bebé jefazo	USA	417.199	2.530.657
7	Star Wars: episodio VIII - los últimos Jedi	USA	351.526	2.527.901
8	Emoji: la película	USA	334.247	1.923.657
9	Baywatch: los vigilantes de la playa	USA, China, R. Unido	304.784	1.778.239
10	Coco	USA	287.746	1.693.222

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales el único que se encuentra dentro del top-100 es la producción *O fim da inocencia* (Joaquim Leitao) con 76.525 espectadores (cuadro 1.2.99). Las dos obras que le siguen a bastante distancia son *Perdidos* (Sergio Graciano) con 47.414 espectadores y *Jacinta* (Jorge Paixao da Costa) con 44.065 espectadores.

El estreno iberoamericano con más éxito es la coproducción España-Canadá *Ozzy*, con 101.863 espectadores. La película del resto de países más popular es la coproducción *La gran muralla*, con 162.225 espectadores (cuadro 1.2.100).

Cuadro 1.2.99

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Portugal (ICA)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	O fim da inocencia	Portugal	76.525	469.297
2	Perdidos	Portugal	47.414	218.507
3	Jacinta	Portugal	44.065	267.687
4	Sao Jorge	Portugal	40.822	243.854

Cuadro 1.2.100

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Portugal

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ozzy	España, Canadá	101.863	558.353
2	Jackie	Chile, USA, Francia	36.022	219.222

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	162.225	1.073.581
2	Bailarina	Francia, Canadá	120.776	681.827
3	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	113.949	720.953
4	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	76.911	430.304
5	Con los brazos abiertos	Francia, Bélgica	76.227	459.003



REPÚBLICA DOMINICANA

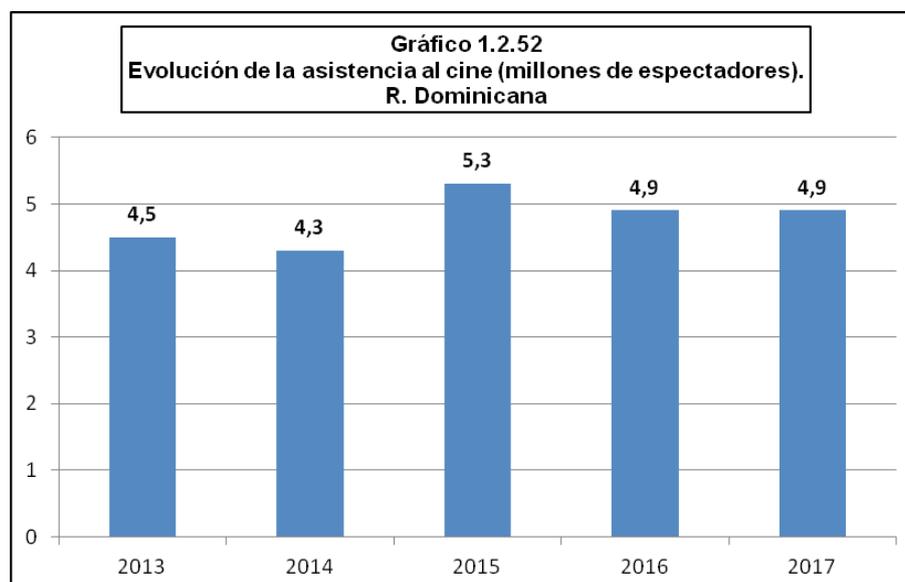
Los cines dominicanos en 2017 suman una asistencia de 1 millón de espectadores y recaudan 4,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 11,8% y la cuota de espectadores el 21% (cuadro 1.2.101).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2013-2016 se sitúa en un rango comprendido entre 4,3 millones de espectadores (2014) y 5,3 millones (2015) (gráfico 1.2.52).

Cuadro 1.2.101

Panorama cinematográfico en República Dominicana

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	10,4	10,6	10,7
PIB-PPA (billones USD)	0,154	0,164	0,172
PIB per capita (USD)	15.500	16.400	17.000
Número de pantallas de cine	182	199	191
Ingresos cine (millones USD)	23,1	21,3	23,1
Asistencia espectadores (millones)	5,3	4,9	4,9
Espectadores cine nacional (millones)	1,59	1,12	1,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	29,6	22,9	21,0
Número de estrenos totales	218	208	220
Número de estrenos extranjeros	199	188	194
Número de estrenos nacionales	19	20	26
Asistencia anual por habitante	0,5	0,4	0,5
Precio medio entrada (USD)	4,3	4,3	4,7



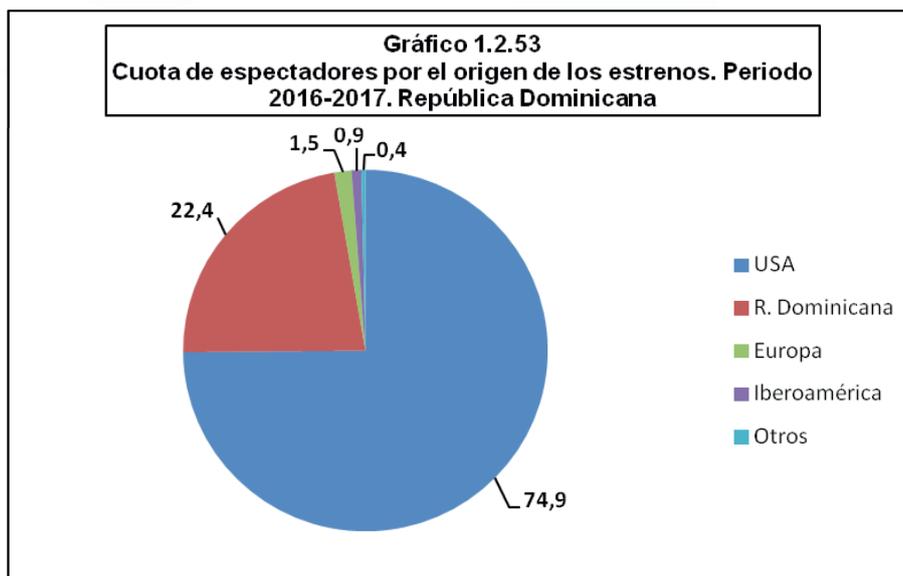
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 75,4% del total de espectadores, la del cine dominicano en un 21,8% y la del cine europeo en un 1,4% (cuadro 1.2.102).

La cuota acumulada de espectadores en el bienio 2016-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 74,9% del mercado, seguido del cine dominicano con un 22,4% y el europeo con un 1,5% (gráfico 1.2.53).

Cuadro 1.2.102
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. República Dominicana

ESPECTADORES				
Origen	2016	%	2017	%
USA	3.550.042	74,3	3.515.091	75,4
R. Dominicana	1.098.474	23,0	1.016.079	21,8
Iberoamérica	12.251	0,3	34.215	0,7
Europa	108.724	2,3	66.589	1,4
Resto países	5.734	0,1	28.676	0,6
Total	4.775.225		4.660.650	

INGRESOS				
Origen	2016	%	2017	%
USA	15.661.783	75,6	15.252.985	75,9
R. Dominicana	4.473.528	21,6	4.352.282	21,7
Iberoamérica	48.351	0,2	108.620	0,5
Europa	525.959	2,5	271.262	1,3
Resto países	19.701	0,1	111.832	0,6
Total	20.729.322		20.096.981	



En 2017, la producción estadounidense *A todo gas 8*, con 361.952 espectadores, y la dominicana *Colao* (Frank Perozo), con 341.598, lideran el *ranking* de audiencia en República Dominicana (cuadro 1.2.103). En tercer lugar se sitúa la película también dominicana *El plan perfecto* (Roberto Ángel Salcedo) con 193.024 espectadores.

El ranking se compone de seis estrenos de Estados Unidos (cuatro en coproducción: dos con China y dos con Reino Unido) y cuatro de la República Dominicana. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 38,8% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.103

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. República Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	361.952	1.404.752
2	Colao	R. Dominicana	341.598	1.509.173
3	El plan perfecto	R. Dominicana	193.024	768.156
4	Liga de la Justicia	USA, R. Unido, Canadá	180.348	793.801
5	La mujer maravilla	USA, China, Hong Kong	166.789	789.688
6	Super papá	R. Dominicana	162.371	690.168
7	El bebé jefazo	USA	139.031	548.178
8	La bella y la bestia	USA, R. Unido	134.621	597.192
9	Thor: Ragnarok	USA	134.491	626.551
10	Todas las mujeres son iguales	R. Dominicana	134.054	590.057

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de los dos citados, el tercer lugar lo ocupa la película *Super papá* (Roberto Ángel Salcedo), con 162.371 espectadores, y en cuarto lugar *Todas las mujeres son iguales* (David Maler), con 134.054 espectadores. Todas las producciones de este cuadro son íntegramente dominicanas (cuadro 1.2.104).

El estreno iberoamericano de más éxito es la peruana *Condorito: la película* con 13.798 espectadores. La película del resto de países más popular es la coproducción de Hong Kong *La gran muralla*, con 21.298 espectadores (cuadro 1.2.105).

Cuadro 1.2.104

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. R. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Colao	R. Dominicana	341.598	1.509.173
2	El plan perfecto	R. Dominicana	193.024	768.156
3	Super papá	R. Dominicana	162.371	690.168
4	Todas las mujeres son iguales	R. Dominicana	134.054	590.057
5	Pasao de libras	R. Dominicana	77.477	319.447
6	EL encuentro	R. Dominicana	30.453	122.757
7	Carpinteros	R. Dominicana	23.262	105.712
8	Voces de la calle	R. Dominicana	14.377	50.258
9	Mañana no te olvides	R. Dominicana	13.369	71.777
10	Misión estrella	R. Dominicana	10.577	55.087

Cuadro 1.2.105

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. R. Dominicana

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Condorito: la película	Perú	13.798	48.098
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	11.532	27.705
3	Vico C: la vida de un filósofo	Puerto Rico	8.885	32.818
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	21.298	83.448
2	Resident evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	15.864	70.600
3	Chemi bednieri ojakhi	Georgia, Alemania, Francia	10.611	43.255
4	Bailarina	Francia, Canadá	9.488	34.971
5	El gran robo	Francia	8.675	32.505





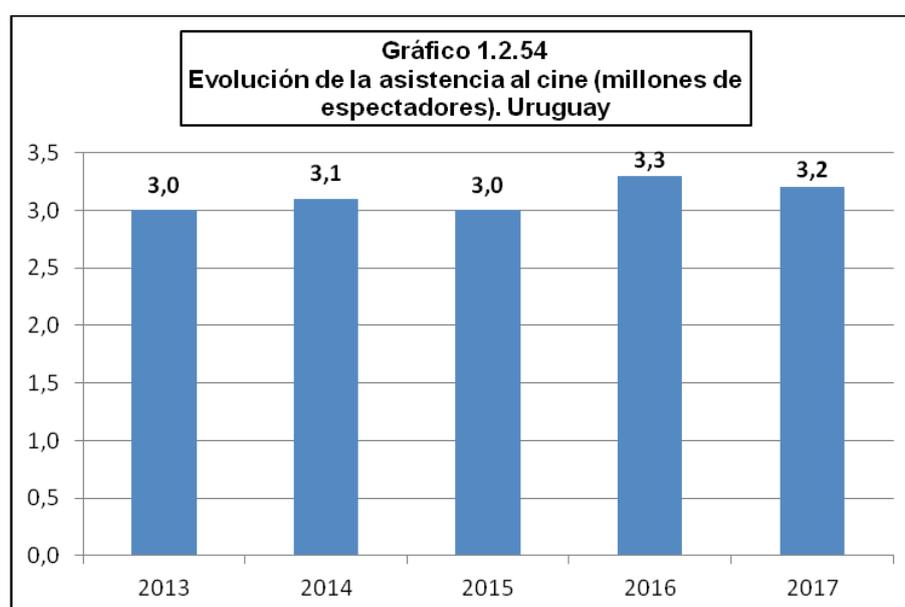
URUGUAY

Los cines uruguayos en 2017 suman una asistencia de 3,2 millones de espectadores y recaudan 20,4 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en una película por habitante y el precio medio de la entrada es de 6,3 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 6,6% y la cuota de espectadores el 2,8% (cuadro 1.2.106).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2013-2017 se sitúa entre los 3 millones de espectadores de 2013 y los 3,3 millones de 2016 (gráfico 1.2.54).

Cuadro 1.2.106
Panorama cinematográfico en Uruguay

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	3,4	3,4	3,4
PIB-PPA (billones USD)	0,074	0,075	0,078
PIB per capita (USD)	21.600	21.800	22.400
Número de pantallas de cine	109	115	112
Ingresos cine (millones USD)	17,9	18,0	20,4
Asistencia espectadores (millones)	3,0	3,3	3,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,04	0,09
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,2	1,4	2,8
Número de estrenos totales	188	234	211
Número de estrenos extranjeros	177	222	197
Número de estrenos nacionales	11	12	14
Asistencia anual por habitante	0,9	1,0	0,9
Precio medio entrada (USD)	5,9	5,4	6,3



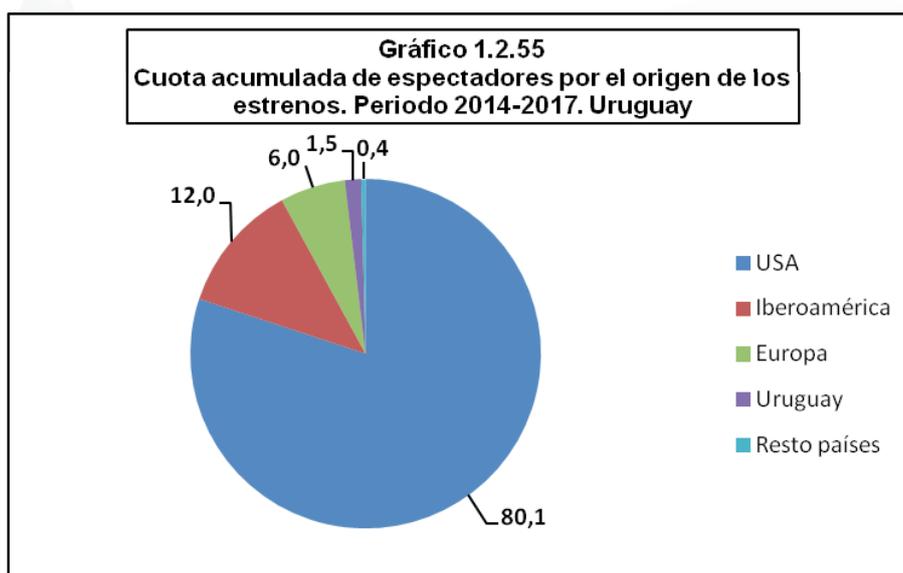
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 81,8% del total de espectadores, la del cine uruguayo en un 2,4%, la del cine iberoamericano en un 10,9% y la del europeo en un 4% (cuadro 1.2.107).

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2014-2017 refleja el dominio del cine USA con un 80,1% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 12%, el europeo con un 6% y el uruguayo con un 1,5% (gráfico 1.2.55).

Cuadro 1.2.107
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Uruguay

ESPECTADORES						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	2.214.029	77,0	2.412.781	79,4	2.467.139	81,8
Uruguay	25.177	0,9	33.102	1,1	72.208	2,4
Iberoamérica	318.743	11,1	409.132	13,5	327.751	10,9
Europa	302.436	10,5	181.940	6,0	119.817	4,0
Resto países	13.587	0,5	0	0,0	29.601	1,0
Total	2.873.972		3.036.955		3.016.516	

INGRESOS						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	13.448.617	78,9	13.299.295	80,6	15.708.407	83,3
Uruguay	127.622	0,7	163.245	1,0	406.974	2,2
Iberoamérica	1.638.658	9,6	2.065.892	12,5	1.824.008	9,7
Europa	1.759.854	10,3	970.921	5,9	744.569	3,9
Resto países	75.973	0,4	0	0,0	181.003	1,0
Total	17.050.724		16.499.353		18.864.961	

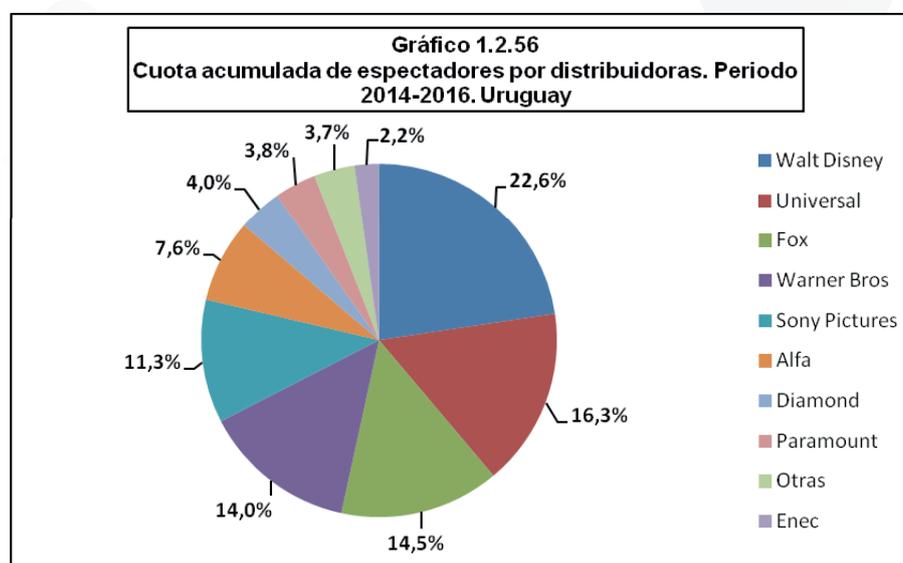


Las distribuidoras americanas, en 2017, acumulan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 86,3% y las independientes un 13,7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 743.526 espectadores (cuadro 1.2.108).

En el periodo 2014-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 82,5% y el de las independientes en el 17,5% restante (gráfico 1.2.56). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (22,6%) y Universal (16,3%). Entre las distribuidoras independientes destacan Alfa (7,6%) y Diamond (4%).

Cuadro 1.2.108
Ranking de distribuidoras del top-100. Uruguay

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Warner Bros	262.404	9,1	406.521	13,4	387.715	12,9
Disney	537.026	18,7	926.612	30,5	743.526	24,6
Sony Pictures	336.918	11,7	330.772	10,9	276.422	9,2
Fox	422.519	14,7	583.657	19,2	346.979	11,5
Paramount	80.586	2,8	86.623	2,9	153.877	5,1
Universal	769.535	26,8	341.680	11,3	694.213	23,0
Alfa	220.416	7,7	112.936	3,7	194.824	6,5
Diamond	93.426	3,3	95.085	3,1	0	0,0
Life	0	0,0	81.660	2,7	172.669	5,7
Enec	132.340	4,6	57.799	1,9	15.715	0,5
Independent	11.503	0,4	13.610	0,4	30.576	1,0
Buen Cine	7.299	0,3	0	0,0	0	0,0
Jelsi	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	2.873.972		3.036.955		3.016.516	



En 2017, el *ranking* de audiencia de Uruguay lo lideran las producciones estadounidenses *Gru 3: mi villano favorito* con 266.478 espectadores, *A todo gas 8* con 190.222 y *El bebé jefazo* (123.600) (cuadro 1.2.109).

El *ranking* lo componen ocho estrenos de Estados Unidos (una en coproducción con China y Japón y otra con Reino Unido) y dos estrenos de Argentina. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.109

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	266.478	1.626.241
2	A todo gas 8	USA, China, Japón	190.222	1.309.449
3	El bebé jefazo	USA	123.600	787.727
4	Piratas del Caribe 5	USA	105.693	666.019
5	La bella y la bestia	USA, R. Unido	99.949	639.632
6	Sos mi pasión	Argentina	97.422	541.345
7	Vaiana	USA	83.363	574.312
8	Mama se fue de viaje	Argentina	78.873	423.452
9	Cars 3	USA	75.249	468.421
10	Spider-Man: Homecoming	USA	72.704	458.642

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales lo lideran la coproducción de Uruguay con Argentina y Brasil *Mi mundial* (Carlos Morelli) con 41.632 espectadores y el documental *Wilson* (Mateo Gutiérrez) con 24.585. En tercer lugar se sitúa la coproducción con Estados Unidos *Misión no oficial* (Denny Brechner), con 5.991 espectadores (cuadro 1.2.110).

El estreno iberoamericano de más éxito es la película argentina *Sos mi pasión* con 97.422 espectadores. La película europea más popular es la producción italiana *Perfetti sconosciuti*, con 43.687 espectadores (cuadro 1.2.111).

Cuadro 1.2.110

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi Mundial	Uruguay, Argentina, Brasil	41.632	245.411
2	Wilson	Uruguay	24.585	129.085
3	Misión no oficial	Uruguay, USA	5.991	32.478
4	Buitres: No es un día más	Uruguay	2.260	2.552
5	Otra historia del Mundo	Uruguay, Argentina, Brasil	3.671	4.145
6	Roslik	Uruguay, Argentina	2.726	3.078
7	El Delirio: Los 100 años de La Cumparsita	Uruguay	858	969
8	Mulher do pai	Uruguay, Brasil	687	776
9	El Pampero	Uruguay, Argentina	560	632
10	Fattoruso	Uruguay	418	472

*Cuadro 1.2.111**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Uruguay*

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sos mi pasión	Argentina	97.422	541.345
2	Mamá se fue de viaje	Argentina	78.873	423.452
3	Nieve negra	España, Argentina	40.002	241.762
4	Los Padecientes	Argentina, USA	25.392	143.424
5	La Cordillera	Argentina, España, Francia	20.918	111.140
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Perfetti Sconosciuti	Italia	43.687	260.745
2	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	17.877	128.463
3	La autopsia de Jane Doe	R. Unido, USA	16.552	96.269
4	Una familia feliz	Alemania, R.Unido	13.682	79.493
5	Bailarina	Francia, Canadá	8.135	55.610



VENEZUELA

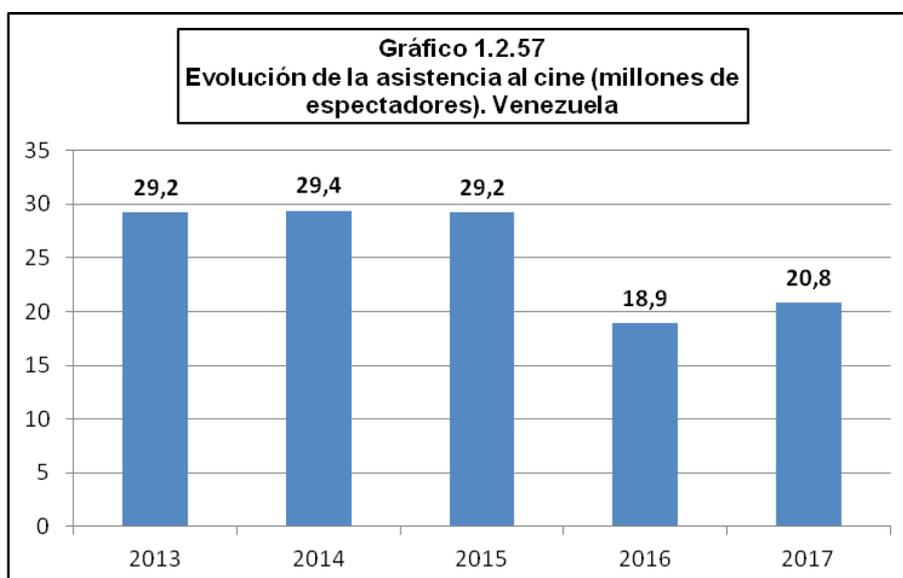
Los cines venezolanos suman una asistencia de 20,8 millones de espectadores en 2017. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada roza los 5.000 bolívares. El número de estrenos de cine nacional representa el 13,8% y la cuota de espectadores el 2,4% (cuadro 1.2.112).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años se muestra estable en los tres primeros años del periodo, con un valor aproximado de 29 millones de espectadores. En los dos años siguientes la asistencia a las salas de cine disminuye significativamente (gráfico 1.2.57).

Cuadro 1.2.112

Panorama cinematográfico en Venezuela

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	30,8	30,9	31,3
PIB-PPA (billones USD)	0,491	0,468	0,389
PIB per capita (USD)	17.300	14.300	12.400
Número de pantallas de cine	470	447	428
Ingresos cine (millones USD)	0,83	0,20	*
Asistencia espectadores (millones)	29,2	18,9	20,8
Espectadores cine nacional (millones)	1,06	0,42	0,50
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,7	2,3	2,4
Número de estrenos totales	188	267	116
Número de estrenos extranjeros	159	241	100
Número de estrenos nacionales	29	26	16
Asistencia anual por habitante	0,9	0,6	0,6
Precio medio entrada (Bs.)	184,0	707,7	4.932,0

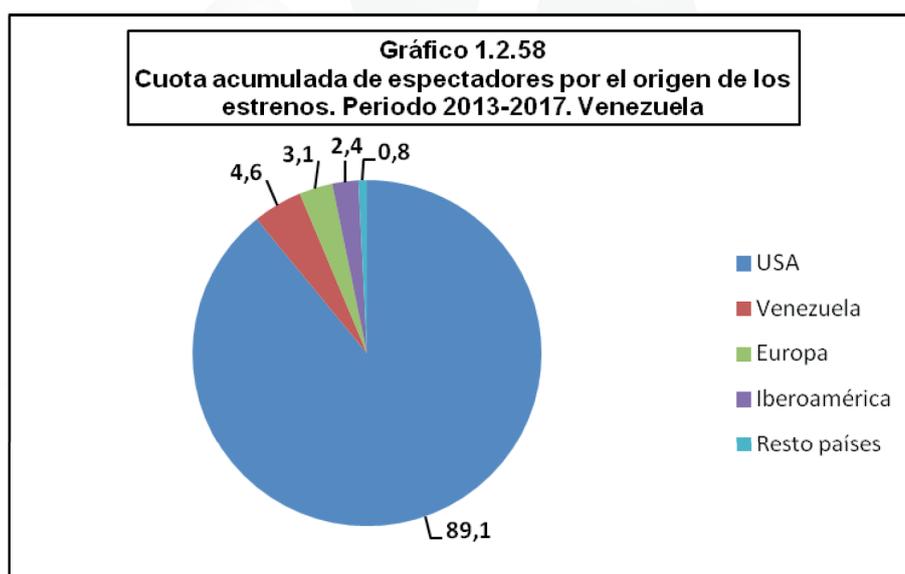


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2017 en un 92,9% del total de espectadores, la del cine venezolano en un 2,5%, la del resto de países un 2,1% y el cine europeo un 2% (cuadro 1.2.113).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2013-2017 refleja el dominio del cine USA, con un 89,1% del mercado, seguido del cine venezolano con un 4,6%, del europeo con un 3,1% y del cine iberoamericano con un 2,4% (gráfico 1.2.58).

Cuadro 1.2.113
Distribución de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Venezuela

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	22.515.250	88,5	16.885.554	94,4	19.137.494	92,9
Venezuela	577.958	2,3	293.190	1,6	523.958	2,5
Iberoamérica	693.118	2,7	179.971	1,0	85.243	0,4
Europa	1.528.427	6,0	525.882	2,9	408.345	2,0
Resto países	119.977	0,5	0	0,0	438.986	2,1
Total	25.434.730		17.884.597		20.594.026	



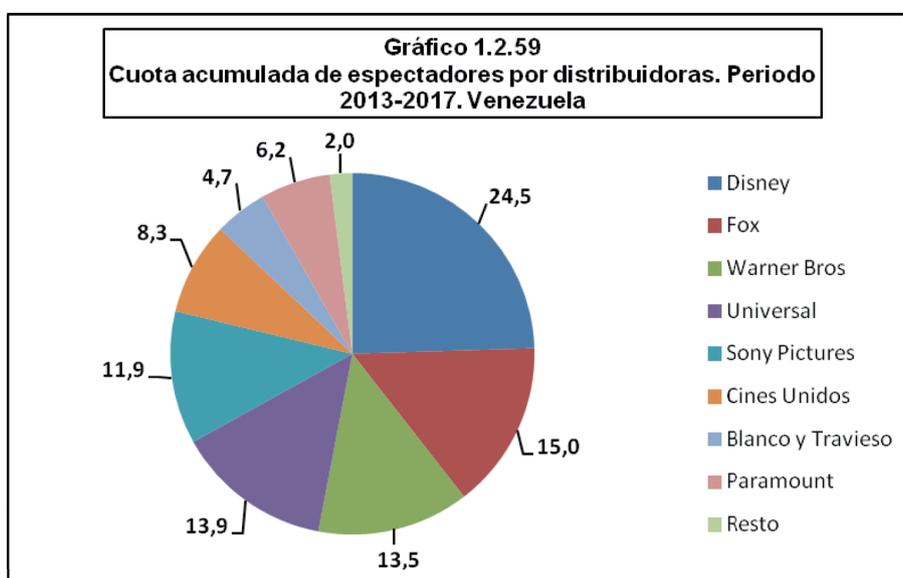
Las distribuidoras americanas, en 2017, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 89,4% y las independientes el 10,6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 5,1 millones (cuadro 1.2.114).

En el periodo 2013-2017, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,1% y el de las independientes en el 14,9% restante (gráfico 1.2.59). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,5%) y Fox (15%). Entre las distribuidoras independientes destacan Cines Unidos (8,3%) y Blanco y Travieso (4,7%).

Cuadro 1.2.114

Cuota de espectadores por las distribuidoras del top 100. Venezuela

Distribuidora	2015	%	2016	%	2017	%
Disney	5.931.841	23,3	5.456.535	30,5	5.143.946	25,0
Fox	4.533.641	17,8	3.559.952	19,9	312.291	1,5
Warner Bros	1.729.080	6,8	3.685.884	20,6	3.610.841	17,5
Paramount	912.708	3,6	660.991	3,7	1.722.224	8,4
Sony Pictures	4.082.218	16,0	1.611.749	9,0	2.968.227	14,4
Universal	5.689.909	22,4	1.662.318	9,3	4.658.712	22,6
Cines Unidos	906.713	3,6	504.190	2,8	1.356.049	6,6
Blanco y Travieso	1.551.796	6,1	0	0,0	0	0,0
Resto	96.824	0,4	742.978	4,2	821.736	4,0
Total	25.434.730		17.884.597		20.594.026	



En 2017, las producciones estadounidenses *A todo gas 8* con 1,3 millones de espectadores, *La bella y la bestia* (1,2 millones) y *Gru 3: mi villano favorito* (1,2 millones) lideran el ranking de audiencia en Venezuela (cuadro 1.2.115).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (tres en coproducción, dos con Reino Unido y uno con China). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 41,8% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.115

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (Bs.)
1	A todo gas 8	USA, China, Japón	1.282.294	2.805.193.780
2	La bella y la bestia	Usa, R. Unido	1.252.481	2.311.147.495
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.247.229	3.953.381.138
4	Emoji: la película	USA	828.946	3.212.240.548
5	Thor: Ragnarok	USA	770.016	8.044.654.228

6	Spider-Man: Homecoming	USA	762.054	2.570.230.347
7	Cars 3	USA	663.303	1.814.592.390
8	Coco	USA	655.025	13.241.088.336
9	Liga de la justicia	USA, R. Unido, Canadá	647.962	8.594.387.276
10	Annabelle: la creación	USA	644.309	2.431.736.332

En cuanto al *ranking* nacional de estrenos lo lideran las películas *Papita 2da Base* (Luis Carlos Hueck) con 337.565 espectadores, *Solteras indisponibles* (Carlos Daniel Malavé) con 74.915 y *Más vivos que nunca* (Alfredo J. Anzola) con 32.163 espectadores. Entre las producciones de este cuadro ocho son íntegramente venezolanas y dos son coproducciones (cuadro 1.2.116).

El estreno iberoamericano de más éxito es la coproducción hispano-canadiense *Ozzy* con 67.350 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Residente Evil: el capítulo final*, con 195.819 espectadores (cuadro 1.2.117).

Cuadro 1.2.116

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2017. Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (Bs.)
1	Papita 2da Base	Venezuela	337.565	7.339.430.784
2	Solteras indisponibles	Venezuela	74.915	1.012.407.831
3	Más vivos que nunca	Venezuela	32.163	210.742.949
4	Extra Terrestres	Venezuela, Puerto Rico	13.943	42.303.330
5	El amparo	Venezuela, Colombia	10.147	70.853.058
6	GUACO: Semblanza	Venezuela	8.408	65.136.872
7	La planta insolente	Venezuela	6.873	11.806.449
8	Los 8-6	Venezuela	6.008	9.851.833
9	Barbara	Venezuela	3.534	29.511.369
10	El DiCaprio de Corozopando	Venezuela	2.732	29.914.180

Cuadro 1.2.117

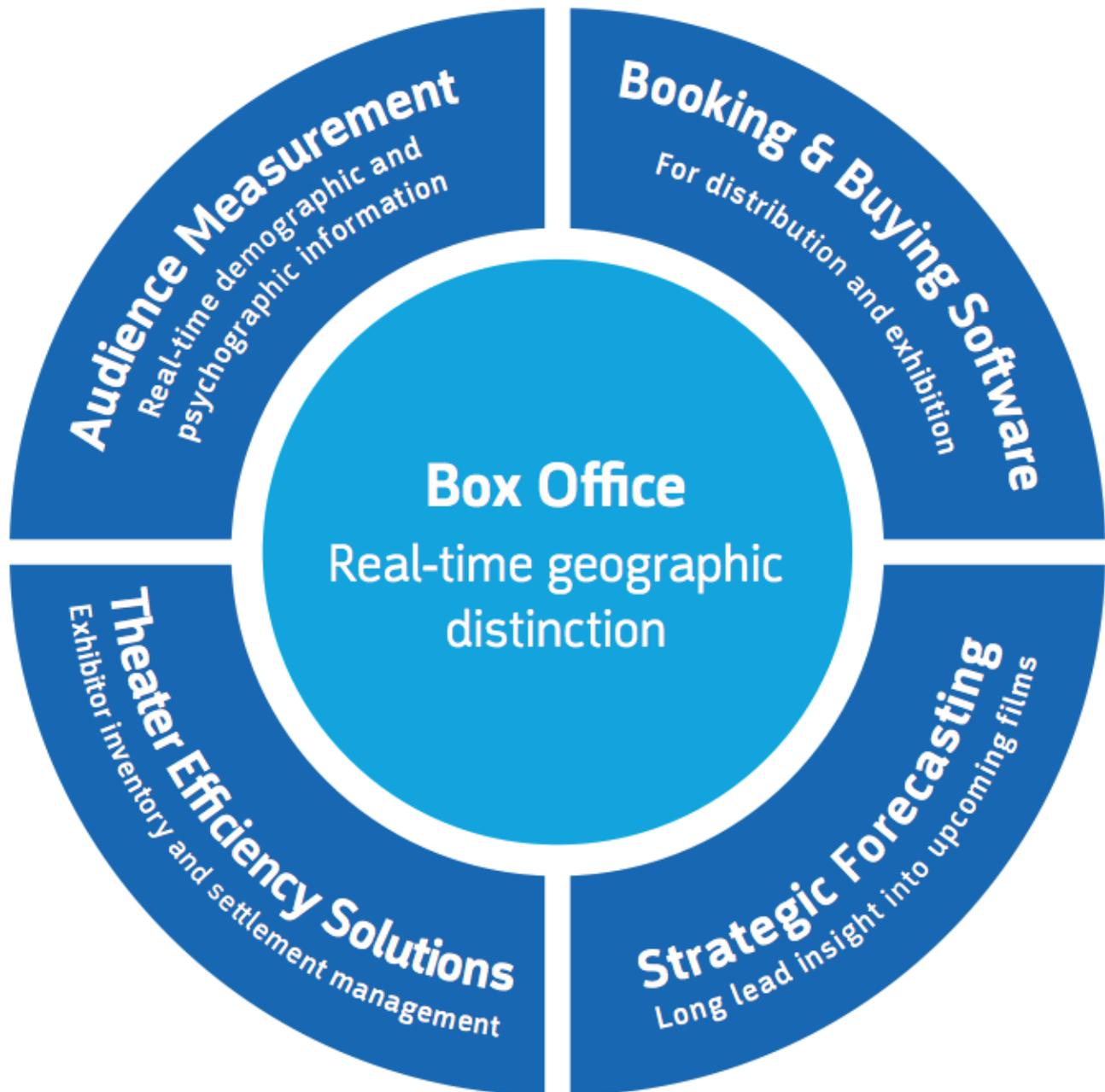
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2017. Venezuela**Iberoamérica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (Bs.)
1	Ozzy	España, Canadá	67.350	175.176.270
2	Meñique	Cuba, España	17.893	72.216.781

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (Bs.)
1	Resident Evil: el capítulo final	R. Unido, Alemania, USA	195.819	300.743.490
2	La gran muralla	Hong Kong, USA, China	184.807	321.193.405
3	Operación cacahuete 2	Canadá, Corea del Sur	164.365	1.395.282.818
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, Alemania, China	85.220	510.589.955
5	No toques dos veces	R. Unido	77.520	235.779.133

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



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



LA OBRA AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA
DE PROMOCIÓN DE UN PAÍS

LA OBRA AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN DE UN PAÍS

Francesco Petrozzi
Congresista de la República y
Vicepresidente de la Comisión de Cultura del Congreso de la República del Perú

Los gobiernos de turno de cada uno de nuestros países han venido ensayando diversas formas de promoción de sus pueblos, ya sea de su riqueza cultural, de los productos que quieren exportar a otros mercados o para atraer inversiones. En Latinoamérica, son pocos los países que han usado a la obra audiovisual como instrumento de promoción. Tales son los casos de Colombia y República Dominicana. El Perú, a pesar de tener una ley de cinematografía que requiere de urgente actualización y uno de los territorios más fascinantes del orbe, no ha logrado replicar el éxito de estas naciones hermanas.

La obra audiovisual se ha convertido en los últimos tiempos en un instrumento no solamente para narrar historias, para generar entretenimiento, generar ilusiones; sino también, como herramienta de promoción de la riqueza cultural de nuestros pueblos. Los mejores ejemplos a citar, son como hemos dicho, Colombia y República Dominicana. El primero logró incrementar su producto bruto interno en 57 millones de dólares, gracias a tener una ley que permite la promoción del cine, convirtiéndolo en una real industria, y la presencia de incentivos fiscales que lo han convertido en un lugar en donde todos los estudios del mundo buscan rodar una película.

No estamos en contra de que se sigan usando los métodos tradicionales de promoción de nuestro país, tales como las embajadas y las agregadurías culturales. Sin embargo, conviene mirar lo que ocurre en el orbe, principalmente en nuestro continente; en el que, el audiovisual se ha convertido en una herramienta primordial y potente para promocionar a una tierra única y bella como el Perú. Considero que es momento de pensar seriamente en la importancia de la obra y grabación audiovisual para buscar incrementar el turismo hacia el país, y así conseguir que los pueblos de otros continentes conozcan las maravillas que existen en nuestra gran nación. Gracias a una Ley de Cine coherente y actual podremos promocionar nuestra milenaria cultura así como cimentar su gastronomía y tradiciones, que son sin duda, de las mejores del planeta.

Todo ello para poder promocionar a la patria peruana, en los términos descritos utilizando el medio más eficaz: el cine. No necesitamos identificarnos con algún color o movimiento político. Considero que es una tarea de los Congresistas, los Ministros, el Presidente y todos los gremios artísticos en general. La unidad de todos los sectores pensando en un solo objetivo: el Perú, será crucial en la próxima década para lograr una presencia significativa de nuestro país en el mundo gracias a la producción audiovisual y las industrias culturales.



Francesco Petrozzi. Congresista de la República y Vicepresidente de la Comisión de Cultura del Congreso de la República del Perú

Tenor Lírico de larga y exitosa trayectoria artística a nivel nacional e internacional. Después de su debut en 1999 como Rodolfo en "La Bohème" de Giacomo Puccini, en el National Theater de Múnich. Comenzó una carrera internacional en casas de ópera y salas de concierto de los cinco continentes, tales los casos de "Opernhaus Zürich", "Oper Frankfurt", "Bayerische Staatsoper" Múnich, "Concertgebouw" Amsterdam, "Bunka Kaikan" Tokyo, y "Staatsoper" de Praga, entre otros. Conocimiento (hablado y escrito) de los idiomas inglés, alemán e italiano. Actualmente Congresista de la República del Perú y Vicepresidente de la Comisión de Cultura y Patrimonio Cultural.





CAPITULO II

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

CAPITULO II

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

El análisis de la difusión en televisión de la ficción iberoamericana incluido en este Panorama Audiovisual, se basa en los datos de diferentes estudios sectoriales publicados por diferentes organismos. Uno de los principales estudios utilizados es el realizado por OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva), sobre una muestra de 80 canales de televisión en abierto de doce países. Del total de canales, 55 pertenecen a la televisión privada y 25 a la televisión pública (cuadro 2.1.1).

Para ofrecer una perspectiva más nítida en cada proceso de análisis, la presentación de los datos se ha segmentado en intervalos anuales diferentes. En el caso de los gráficos evolutivos y cuadros acumulados el periodo incluye los datos de todos los estudios OBITEL disponibles (2010-2016); en el caso de cuadros de datos desagregados por años el análisis abarca un quinquenio (2012-2016) y para el estudio de cada país los datos incluyen un trienio (2014-2016). Puntualmente, se dispone de estudios que en algunos casos incluyen datos de 2017.

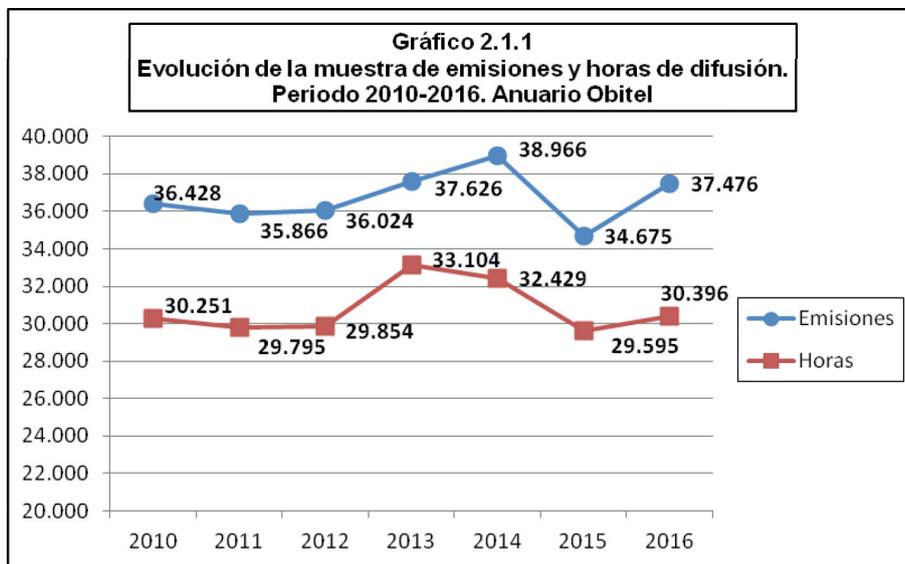
Cuadro 2.1.1

Muestra de canales de televisión. Ámbito Obitel. Año 2016

Países	Canales privados	Canales públicos	Total
Argentina	América 2, Canal 9, Telefé, El Trece	Televisión Pública	5
Brasil	Rede Globo, Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil	6
Chile	UCV TV, Canal 13, Chilevisión, Mega, La Red, Telecanal	TVN	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
Ecuador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno, Televisión	ECTV	6
España	A3, T5, Cuatro, La Sexta	La 1, La 2	6
Estados Unidos	Azteca América, Estrella TV, MundoFox, Telemundo, UniMás, Univision	V-me	7
México	Televisa, TV Azteca, Imagen Televisión	Once TV, Conaculta, TV Unam, Una voz con todos	7

Perú	Frecuencia Latina, América TV, Panamericana TV, ATV, Global TV	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2, RTP3	5
Uruguay	Montecarlo TV, Saeta, Teledoce	Televisión Nacional (TNU)	4
Venezuela	Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, TV Familia, Tvepaco, Vale TV, Venevisión	ANTV, Tves, Telesur, VTV, Vive TV, Colombeia, Avila TV, Conciencia TV	17
Total	55	25	80

El gráfico 2.1.1 muestra la evolución de las emisiones y el tiempo de programación de ficción en los estudios realizados por OBITEL durante el periodo 2010-2016. El máximo de emisiones tiene lugar en 2014 (38.966) y el máximo de horas de programación se produce en 2013 (33.104). La muestra de estos siete años de análisis suma más de 257.000 emisiones y más de 215.000 horas de programación.



Los canales de televisión de los países analizados difundieron 3.820 títulos de series de ficción de estreno durante el periodo 2010-2016 (cuadro 2.1.2). El peso de la ficción nacional representa el 43,2% del total de títulos frente al 56,8% de la ficción iberoamericana. Las emisiones de series nacionales representan en la muestra el 35,4% y las horas de programación representan el 33%.

Cuadro 2.1.2

Tamaño de la muestra de la Ficción de estreno difundida en países iberoamericanos.
Periodo 2010-2016. Obitel

Origen	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	1.652	43,2	91.435	35,4	71.063	33,0
Iberoamericano	2.168	56,8	166.502	64,6	144.361	67,0
Total	3.820		257.937		215.424	

Uno de los parámetros más importantes que se incluyen en el capítulo de Ficción es el porcentaje de tiempo dedicado a este género por los canales analizados. En el periodo 2012-2016 el porcentaje promedio dedicado a la ficción representa el 26,2% del tiempo total de programación (cuadro 2.1.3).

Estados Unidos (habla hispana) con el 44,4%, seguido de Perú con el 38,3% y Chile con el 37,5%, son los países cuyos canales de la muestra más ficción programan en el quinquenio de referencia.

Cuadro 2.1.3

Porcentaje de tiempo dedicado a la Ficción por los canales Iberoamericanos analizados. Periodo 2012-2016. Obitel-Kantar Media

Países	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
Argentina	11,4	21,0	20,0	11,0	18,4	16,4
Brasil	19,0	17,8	12,5	13,4	14,0	15,3
Chile	36,0	36,9	37,8	36,0	40,9	37,5
Colombia	13,2	13,2	14,2	14,3	26,7	16,3
Ecuador	44,7	31,9	30,2	32,1	35,8	36,5
España	22,8	20,8	27,7	21,9	21,2	22,9
EE.UU.	43,7	46,8	43,8	43,6	43,9	44,4
México	18,3	12,0	16,0	17,0	14,8	15,6
Perú	37,2	42,0	37,2	37,9	37,3	38,3
Portugal	22,0	22,2	23,8	22,3	23,6	22,8
Uruguay	24,5	28,0	28,3	30,6	25,9	27,5
Venezuela	*	23,0	18,4	23,4	*	21,6
Promedio	26,6	26,2	26,3	24,2	27,5	26,2

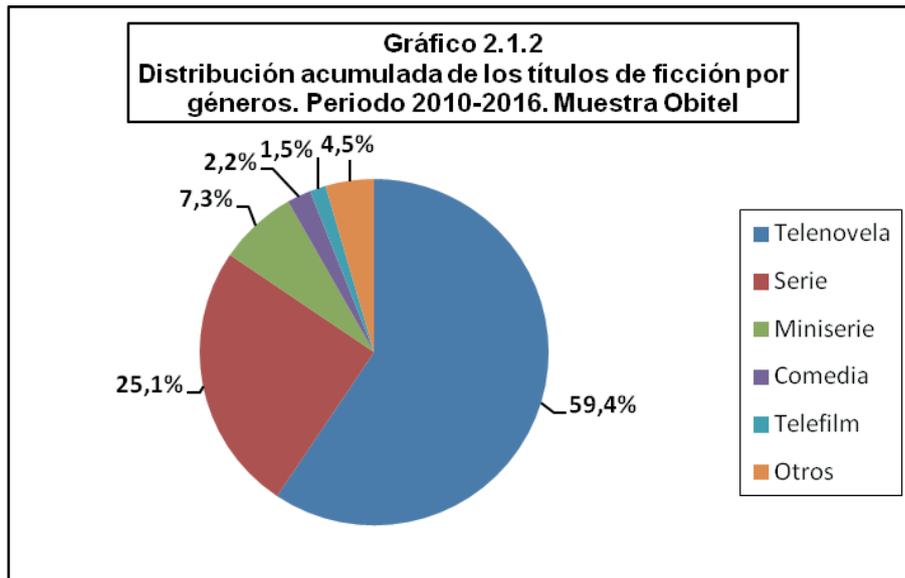
Los canales de la muestra suman un total de 1.161 títulos de ficción nacional. Este volumen representa el 42,4% frente al 57,6% del total de títulos iberoamericanos (cuadro 2.1.4). En todos los años del quinquenio 2012-2016, el volumen superó los 525 títulos y registró un máximo de 576 títulos en 2013.

Cuadro 2.1.4

Títulos de Ficción de estreno en países iberoamericanos por su origen

Origen	2012	2013	2014	2015	2016	Total	%
Nacional	243	222	251	229	216	1.161	42,4
Iberoamericano	300	354	313	298	312	1.577	57,6
Total	543	576	564	527	528	2.738	

La distribución de los títulos de ficción por géneros, en el periodo 2010-2016 es la siguiente (gráfico 2.1.2): Telenovela (59,4%), Series (25,1%), Miniserie (7,3%) y Telefilm (2,2%).



Los países que más títulos de ficción suman en la muestra en el periodo 2012-2016 son: Chile (344), Ecuador (295) y Estados Unidos (270). Los países con más títulos de ficción nacional de estreno son España y Brasil con 192 títulos cada uno y los países con más títulos de ficción iberoamericana en dicho periodo son: Ecuador (244), Chile (220) y Uruguay (202).

El año con más títulos de ficción tanto nacional como iberoamericano es 2013, con 257 y 319, respectivamente (cuadro 2.1.5).

Cuadro 2.1.5

Distribución de los títulos de Ficción por países de emisión

País emisión	Nacional					Iberoamericano				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Argentina	34	32	28	21	17	12	12	20	20	25
Brasil	35	36	39	51	31	0	1	5	4	9
Chile	23	25	28	27	21	45	48	45	27	55
Colombia	16	27	15	11	16	13	7	12	13	5
Ecuador	8	17	10	8	8	45	55	52	48	44
España	33	30	60	37	32	6	2	4	0	8
EE.UU.	10	14	17	21	19	34	31	32	47	45
México	28	34	14	19	27	18	17	24	13	18
Perú	13	15	14	12	11	27	39	47	46	28
Portugal	27	22	17	15	25	11	13	9	9	10
Uruguay	3	1	0	2	2	44	44	37	39	38
Venezuela	13	4	9	5	7	45	50	26	32	27
Total	243	257	251	229	216	300	319	313	298	312

Las emisiones anuales de los canales de televisión abarcan en un rango situado entre 34.000 y casi 39.000 durante el periodo 2012-2016 y las horas de programación entre 29.000 y 33.104 horas. La muestra presenta unos valores acumulados de 185.643 emisiones y 155.378 horas de difusión. El peso de la ficción nacional frente a la iberoamericana representa el 35,4% en emisiones y el 33,1% en horas de difusión (cuadro 2.1.6).

Cuadro 2.1.6
Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen

<i>Emisiones</i>							
Origen	2012	2013	2014	2015	2016	Total	%
Nacional	13.763	11.781	13.933	12.396	13.804	65.677	35,4
Iberoamericano	22.261	26.721	25.033	22.279	23.672	119.966	64,6
Total	36.024	38.502	38.966	34.675	37.476	185.643	

<i>Horas</i>							
Origen	2012	2013	2014	2015	2016	Total	%
Nacional	10.877	10.209	10.635	9.225	10.429	51.375	33,1
Iberoamericano	18.977	22.895	21.794	20.370	19.967	104.003	66,9
Total	29.854	33.104	32.429	29.595	30.396	155.378	

Los países con el mayor volumen de ficción en el periodo de análisis son Chile, Ecuador, Estados Unidos y Venezuela (cuadro 2.1.7). Los países que más emisiones de ficción nacional de estreno suman en la muestra son México (9.391), Portugal (8.526) y Brasil (8.175) y los que suman más ficción iberoamericana entre 2012 y 2016 son Chile (18.576), Ecuador (15.469) y Venezuela (15.348).

Cuadro 2.1.7
Distribución de las emisiones de Ficción por países de difusión

Países	Nacional					Iberoamericana				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Argentina	1.260	1.266	1.483	675	704	855	876	1.670	1.690	1.903
Brasil	2.186	21	1.995	1.927	2.046	0	1.993	360	374	720
Chile	1.014	1.433	1.368	1.299	1.534	3.961	3.526	4.500	2.130	4.459
Colombia	1.533	1.414	1.510	962	1.363	927	1.230	1.214	1.297	385
Ecuador	358	795	725	506	554	2.206	3.440	2.939	3.374	3.510
España	970	828	1.597	1.408	1.472	352	158	1.258	0	445
EE.UU.	906	868	1.110	993	1.147	2.226	2.235	2.484	2.909	3.226
México	2.136	2.488	1.378	1.797	1.592	1.336	1.860	1.882	1.595	1.353
Perú	733	851	534	456	669	2.279	2.384	3.490	3.073	1.879
Portugal	1.504	1.470	1.731	1.885	1.936	1.205	1.112	849	928	651
Uruguay	82	26	0	29	19	3.052	3.012	2.810	2.475	2.561
Venezuela	1.081	321	502	459	768	3.862	4.895	1.577	2.434	2.580
Total	13.763	11.781	13.933	12.396	13.804	22.261	26.721	25.033	22.279	23.672

Los países con el mayor volumen de horas programadas en el periodo de análisis son Ecuador, Estados Unidos y Chile (cuadro 2.1.8). Los países que más horas de ficción nacional de estreno suman en la muestra son México (7.276), Portugal (6.149), España (5.677) Colombia (5.665) y Brasil (5.663) y los que suman más horas de ficción iberoamericana entre 2012 y 2016 son Ecuador (16.888), Chile (14.346) y Estados Unidos (13.561).

Cuadro 2.1.8
Distribución del tiempo de emisión de Ficción por países de difusión (horas)

Países	Nacional					Iberoamericana				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Argentina	966	1.054	1.146	528	584	677	706	1.339	1.234	1.504
Brasil	1.504	14	1.346	1.364	1.435	0	1.354	227	266	606
Chile	631	919	769	729	1.080	2.983	2.900	3.185	1.809	3.469
Colombia	1.252	1.310	1.132	851	1.120	683	1.179	908	1.175	275
Ecuador	234	530	415	409	520	2.686	3.314	3.804	4.005	3.079
España	898	812	1.286	1.298	1.383	340	154	345	37	504
EE.UU.	836	910	1.142	955	1.120	2.330	2.275	2.667	2.987	3.302
México	2.020	2.333	1.399	811	713	1.556	1.385	1.870	653	680
Perú	552	861	412	420	666	1.820	2.635	2.595	3.152	1.870
Portugal	1.164	1.104	1.274	1.382	1.225	836	1.064	636	714	468
Uruguay	37	12	0	11	8	2.188	2.272	2.962	2.582	2.457
Venezuela	783	350	314	467	575	2.878	3.657	1.256	1.756	1.753
Total	10.877	10.209	10.635	9.225	10.429	18.977	22.895	21.794	20.370	19.967

Por el país de emisión, los que más ficción de estreno suman en el periodo 2010-2016 son: Chile (469 títulos, 35.085 emisiones y 24.931 horas), Estados Unidos (390 títulos, 26.400 emisiones y 27.121 horas) y Ecuador (386 títulos, 25.816 emisiones y 24.838 horas) (cuadro 2.1.9).

Cuadro 2.1.9
Distribución acumulada de la Ficción por países de difusión. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	314	8,2	18.512	7,2	15.340	7,1
Brasil	313	8,2	16.601	6,4	11.431	5,3
Chile	469	12,3	35.085	13,6	24.931	11,6
Colombia	226	5,9	18.161	7,0	14.380	6,7
Ecuador	386	10,1	25.816	10,0	24.838	11,5
España	316	8,3	10.551	4,1	9.431	4,4
EE.UU.	390	10,2	26.400	10,2	27.121	12,6
México	270	7,1	22.522	8,7	17.652	8,2
Perú	252	6,6	16.348	6,3	14.983	7,0
Portugal	245	6,4	18.950	7,3	14.117	6,6
Uruguay	293	7,7	20.260	7,9	18.463	8,6
Venezuela	346	9,1	28.731	11,1	22.737	10,6
Total	3.820		257.937		215.424	

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en el período 2010-2016 son: México (943 títulos, 81.462 emisiones y 70.668 horas), Brasil (558 títulos, 35.500 emisiones y 28.865 horas) y Colombia (493 títulos, 34.614 emisiones y 28.906 horas) (cuadro 2.1.10).

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno producida en México, Brasil y Colombia representa el 52,2% del total de títulos, el 58,7% del total de emisiones y el 59,6% del tiempo total de emisión.

Cuadro 2.1.10

Distribución acumulada de la Ficción por países de origen. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	313	8,2	17.415	6,8	14.162	6,6
Brasil	558	14,6	35.500	13,8	28.865	13,4
Chile	202	5,3	11.067	4,3	6.910	3,2
Colombia	493	12,9	34.614	13,4	28.906	13,4
Ecuador	77	2,0	4.323	1,7	3.308	1,5
España	382	10,0	15.057	5,8	13.746	6,4
EE.UU.	370	9,7	26.086	10,1	22.513	10,5
México	943	24,7	81.462	31,6	70.668	32,8
Perú	74	1,9	3.538	1,4	3.213	1,5
Portugal	174	4,6	12.351	4,8	9.060	4,2
Uruguay	17	0,4	291	0,1	201	0,1
Venezuela	136	3,6	10.587	4,1	9.005	4,2
Otros	81	2,1	5.646	2,2	4.867	2,3
Total	3.820		257.937		215.424	

La distribución de emisiones por franjas horarias en los canales analizados durante el período 2010-2016 es la siguiente: el *prime time* un 43,6%, la franja de tarde el 39,2%, la nocturna el 11,7% y la franja de mañana el 5,5%. En cuanto a tiempo de emisión la distribución es muy parecida: el *prime time* un 43,6%, el horario de tarde un 39,7%, la franja de noche un 11,1% y la de mañana con el 5,6% (cuadro 2.1.11).

Cuadro 2.1.11

Porcentaje acumulado por franjas horarias de la Ficción iberoamericana de estreno. Periodo 2010-2016. Obitel

Franjas	Emisiones (%)	Horas (%)
Mañana	5,5	5,6
Tarde	39,2	39,7
Prime Time	43,6	43,6
Nocturno	11,7	11,1
Total	100	100

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de tarde son Chile (23.154 emisiones y 17.319 horas) y Venezuela (10.794 emisiones y 8.693 horas) (cuadro 2.1.12).

Cuadro 2.1.12

Distribución acumulada por países de emisión de la Ficción difundida en la franja de tarde y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2016. Obitel

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	9.359	9,2	7.815	9,1
Brasil	5.841	5,7	3.566	4,2
Chile	23.154	22,7	17.319	20,2
Colombia	4.823	4,7	4.112	4,8
Ecuador	7.015	6,9	7.069	8,2

España	7.834	7,7	6.526	7,6
EE.UU.	7.425	7,3	7.899	9,2
México	6.426	6,3	5.334	6,2
Perú	5.966	5,9	5.837	6,8
Portugal	5.111	5,0	4.104	4,8
Uruguay	8.112	8,0	7.591	8,8
Venezuela	10.794	10,6	8.693	10,1
Total	101.860		85.865	

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de *prime time* fueron: Estados Unidos (15.937 emisiones y 16.058 horas), Ecuador (15.476 emisiones y 14.704 horas) y Portugal (12.143 emisiones y 8.585 horas) (cuadro 2.1.13).

Cuadro 2.1.13

Distribución acumulada por países de emisión de la Ficción difundida en la franja de Prime Time y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2016.

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	7.667	6,8	6.388	6,8
Brasil	7.423	6,6	5.653	6,0
Chile	10.065	8,9	6.449	6,9
Colombia	8.517	7,5	6.342	6,7
Ecuador	15.476	13,7	14.704	15,6
España	2.864	2,5	3.178	3,4
EE.UU.	15.937	14,1	16.058	17,1
México	10.633	9,4	7.924	8,4
Perú	6.803	6,0	6.010	6,4
Portugal	12.143	10,7	8.585	9,1
Uruguay	5.362	4,7	4.938	5,2
Venezuela	10.353	9,1	7.877	8,4
Total	113.243		94.106	

Los rankings de audiencia de 2016 indican que las emisiones de series brasileñas en Globo son las que generan los mayores éxitos, en concreto, ocho difusiones del top-10 pertenecen al país carioca (cuadro 2.1.14). Las dos emisiones restantes son una serie peruana (*Al fondo hay sitio*) y otra chilena (*Señores papis*).

Las emisiones con más audiencia son *A regra do jogo* (34,5%), *Totalmente demais* (31,1%), *Velho Chico* (29,5%), *Eta mundo Bom!* (28,9%) y *Haja coração* (28,7%).

El *top-1* de audiencia en 2016 refleja que nueve títulos dominan el *ranking* de sus países de origen (Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Perú y Portugal) y en los tres países restantes, a la cabeza del ranking, se sitúa una producción foránea. En concreto, en Argentina y Uruguay, la serie brasileña *Moisés y los Diez Mandamientos* y en Venezuela la coproducción entre México y Estados Unidos *Hasta que te conocí* (cuadro 2.1.15).

Cuadro 2.1.14

Ranking de audiencia de la Ficción en países iberoamericanos. Año 2016

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	A regra do jogo	Brasil	Globo	34,5	52,5	Brasil
2	Totalmente demais	Brasil	Globo	31,1	49,5	Brasil
3	Velho Chico	Brasil	Globo	29,5	43,8	Brasil
4	Eta mundo Bom!	Brasil	Globo	28,9	47,3	Brasil
5	Haja coração	Brasil	Globo	28,7	43,6	Brasil
6	Justiça	Brasil	Globo	26,2	44,7	Brasil
7	A lei do amor	Brasil	Globo	26,0	39,6	Brasil
8	Al fondo hay sitio	Perú	América TV	25,6	38,9	Perú
9	Señores papis	Chile	Mega	24,2	34,7	Chile
10	Rock Story	Brasil	Globo	24,0	40,0	Brasil

Cuadro 2.1.15

Top-1 de audiencia de la Ficción en países iberoamericanos. Año 2016

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	Moisés y los Diez Mandamientos	Brasil	Record	17,3	27,5	Argentina
2	A regra do jogo	Brasil	Globo	34,5	52,5	Brasil
3	Señores papis	Chile	Mega	24,2	34,7	Chile
4	La Niña	Colombia	Caracol	11,2	36,4	Colombia
5	El más querido	Ecuador	Ecuavisa	16,7	*	Ecuador
6	El Príncipe	España	Telecinco	9,1	21,7	España
7	Hasta que te conocí	México-USA	Telemundo	11,1	18,8	USA
8	Por siempre Joan Sebastián	México	Televisa	15,5	24,9	México
9	Al fondo hay sitio	Perú	América TV	25,6	38,9	Perú
10	Unica Mulher	Portugal	TVI	16,0	31,5	Portugal
11	Moisés y los Diez Mandamientos	Brasil	Record	17,7	28,2	Uruguay
12	Hasta que te conocí	México-USA	Venevision	3,9	48,6	Venezuela

Una vez presentados todos los datos que se encuentran a nuestro alcance a través de OBITEL, se exponen a continuación algunas consideraciones generales que tuvieron lugar en 2016:

- Aumento de la audiencia de la ficción en las plataformas de pago, tanto las que ofrecen un amplio paquete de canales temáticos (Movistar, DirecTV, Claro) como las que ofrecen servicios de *TV on demand* (Netflix). Los países donde más acusada es esta circunstancia son Brasil, España y México.
- A pesar de la reducción de la cuota de pantalla de la televisión en abierto, la inversión publicitaria en este medio crece en un buen número de países: Argentina (12%), España (7,4%), Portugal (7,6%), Perú (2%), Brasil (1,5%). En otros países aumenta la inversión publicitaria en la televisión de pago: México y Colombia.
- La ficción se consolida como una herramienta de promoción de marcas o productos y de transmisión de mensajes sociales o culturales. Por ejemplo, en Argentina (*Esperanza Mía*) impulsa la carrera musical de Lali Espósito; en Brasil, las telenovelas *A Lei do amor* y *Totalmente Demais* aprovechan la narrativa de la ficción para vender productos vinculados con los personajes, o en el ámbito social, la telenovela *Velho Chico* muestra su apoyo a los pequeños

agricultores del país. España con *El ministerio del tiempo* da a conocer desde otro punto de vista diversos episodios de la historia del país. En México la serie juvenil *Yo soy yo* trata de prevenir el fenómeno del *bullying* en la escuela y redes sociales. En Portugal, temáticas como el racismo y la relación con los antiguos territorios nacionales se ponen de manifiesto en *A única Mulher* o *A Impostora*. En Perú, actores protagonistas de la telenovela *Mis tres Marías* divulgan mensajes de rechazo hacia la violencia contra la mujer.

- La consolidación de la televisión pública es una constante en países iberoamericanos, ya sea a través del aumento de contenidos de ficción o de canales. Por ejemplo, en México sus canales 11 y 22 alcanzaron cobertura nacional y además se creó el canal público Una voz con todos. Portugal creó el canal RTP3. Chile tiene pendiente la creación de un nuevo canal público y la modernización de TVN. En Perú, Ecuador, Uruguay y España la televisión pública participa activamente en la producción de ficción.

- El mercado denota una madurez significativa en cuanto al número de suscriptores a la televisión de pago, porque ya dispone de un alto nivel de penetración, pero también se produce un aumento en la oferta de ficción tanto en calidad como en cantidad (en muchos casos las plataformas ofrecen unos 150 canales de televisión). A esta profusa oferta hay que añadir los servicios de *TV on demand* (Netflix). En Argentina, Brasil, Ecuador, Perú y Colombia el mercado se mantiene constante y en Chile, España, Portugal y Uruguay se aprecian signos de crecimiento.

- Las tendencias de la TDT y TICs: en la mayoría de los países, los responsables gubernamentales de las políticas de comunicación ya han promulgado la legislación necesaria para implementación de la TDT pero el ritmo no es uniforme en la región. El desarrollo total de la TDT se producirá más allá de 2020. España y Portugal, debido a su mayor evolución, ya trabajan en una nueva distribución del espacio radioeléctrico encaminados a mejoras en la TDT y acceso a internet, con la creación de una banda ancha ultrarrápida, útil para conexión fija o móvil. Por su parte el acceso a internet en la región continúa su avance en prestaciones pero sigue lejano el objetivo de alcanzar a la mayor parte de la población. Aparte de España y Portugal, los países más conectados son Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y Uruguay.

Los productores de ficción iberoamericana siguen evolucionando el universo transmedia para que las historias tengan una vida propia en diversas plataformas, más allá de su consumo en televisión. No toda la ficción está diseñada para su disfrute multiplataforma pero es cada vez más común “enganchar” al público fan a través de diferentes dispositivos y en etapas diferentes de la narrativa de la serie. Algunos ejemplos significativos son:

- Brasil: La serie de terror *Supermax* (Globo): primera de la emisora, de forma paralela a la difusión en televisión creó un concurso interactivo con el teléfono móvil que obtuvo 170.000 descargas, desarrollado a través de Twitter ya que la narrativa basada en secuencias rápidas de sucesos se adaptaba mejor a la atención de la audiencia.

- Colombia: La serie *Lady, la vendedora de rosas*: concebida en primer lugar como una película en 1998, (*La vendedora de rosas*), desarrolló un universo paralelo sobre la vida de los diferentes personajes en forma de reportajes, documentales y la producción de la propia serie. Los fans produjeron memes, blogs y vídeos y recopilaron frases y términos utilizados en la ficción, tanto de la serie como de la película, y cuyo fenómeno continúa actualmente.

- Ecuador: La serie *Los hijos de Don Juan*: en la página oficial se realizaron concursos, se publicaron videos de los niños cumpliendo los retos en bailes y el video más votado por el público tendría premio. La relación de los productores de la ficción con los fans, en este caso, se realizó a través de Facebook.

- España: la serie *Velvet*: utilizó estrategias diversas. En primer lugar se expandió a través de tres plataformas: un microsite, una página de Facebook y una cuenta de Twitter. En estas redes se emitieron capítulos completos, avances de la historia, entrevistas exclusivas y posibilidad de participar en concursos. En segundo lugar, para captar el interés de la audiencia produjo un programa especial centrado en el capítulo final. Y en tercer lugar la narrativa de la serie dio lugar a una novela escrita (*Noches de terciopelo*).

· México: La serie *Club de Cuervos*: emitida a través de Netflix, con una clara estrategia multimedia muy estadounidense. La productora abrió portal web oficial donde se distribuyeron contenidos alternativos, como avances de capítulos, fotografías, noticias de los jugadores en medios reales y también un canal de TV donde los fans podían ver los partidos de los Cuervos. En este caso, se enganchó al espectador con un temática popular, el fútbol, y extendió la historia de ficción a la propia realidad.

El estudio de OBITEL hace referencia en su mayor parte a la televisión en abierto, pero este capítulo aporta algunos datos sobre la televisión de pago conforme a la información facilitada por BB-Business Bureau, empresa de consultoría de Medios y Telecomunicaciones en América Latina, donde en su estudio BB-Book-2018 expone que la televisión de pago creció un 2% en 2017 respecto a 2016, situándose al inicio de 2018 en 89,45 millones de hogares abonados. En la actualidad los operadores de cable o satélite más significativos ofrecen servicios *five play* pero el futuro es el hepta play: Teléfono móvil y fijo, televisión, internet banda ancha para fijo y móvil, APPS de música e *Internet of things*.

A estas cifras, hay que sumar los abonados a la TV de pago en España y Portugal. Según los datos publicados en el Anuario de la consultora Barlovento, conforme a la información divulgada por la Comisión nacional del Mercado y la Competencia, al final de 2017 en España hay 6,1 millones de hogares abonados, lo que supone una penetración del 22,3% sobre el total de hogares. En Portugal, según Anacom (Autoridades Nacional de Comunicações), en el tercer trimestre de 2017, 3,8 millones de hogares abonados (90% de penetración) disponen de servicios de TV de pago.

El escenario macro aproximado para la televisión de pago en Iberoamérica pone de manifiesto que a finales de 2017 hay casi 99 millones de hogares abonados a este servicio y la tasa de penetración se encuentra en torno al 51% (cuadro 2.1.16). El índice de crecimiento anual medio se sitúa en un 2% y en 2021 se estima que puede haber más de 105 millones de abonados. Los países con un mayor número de abonados son Brasil (24,9 millones) y México (21,6 millones). La recepción por cable es mayoritaria respecto a la recepción satelital.

El número de plataformas Online (OTT) activas en Iberoamérica supera las 250. El catálogo de ficción disponible rebasa los 300.000 títulos de películas y 1,5 millones de capítulos de series. Las plataformas con más contenido exclusivo son Netflix, HBO y Amazon Prime Video. Y por el contrario las series con más presencia en las diferentes plataformas son *The walking dead*, *Outlander* y *American Horror History*. El 32% de los títulos de series tienen una media de antigüedad de uno a tres años desde su fecha de estreno. El drama (18%), la comedia (17%) y la acción (15%) son los géneros más habituales de los títulos disponibles.

El rango de edad más habitual de los consumidores de plataformas OTT se sitúa entre 25 y 35 años. El momento más habitual de consumo es durante los fines de semana y se visionan una media de 3 o más episodios seguidos. Los dispositivos más utilizados para el consumo son el Notebook (47%), la Smart TV (39%) y el Smartphone (37%).

Cuadro 2.1.16

Datos macro TV de pago. Año 2017. Business Bureau

Nº	País	Nº hogares abonados	Penetración (%)
1	Brasil	24,9	37
2	México	21,6	67
3	Argentina	11,0	78
4	Colombia	8,3	58
5	Venezuela	6,5	76
6	España	6,1	22
7	Portugal	3,8	90
8	Chile	3,7	63

9	Perú	2,9	35
10	Ecuador	1,9	43
11	R. Dominicana	1,3	44
12	Guatemala	0,9	28
13	Costa Rica	0,9	63
14	Puerto Rico	0,9	62
15	Uruguay	0,9	68
16	Honduras	0,8	40
17	Bolivia	0,8	22
18	El Salvador	0,6	40
19	Panamá	0,5	50
20	Nicaragua	0,5	31
Total		98,8	51

A continuación se añade a esta parte general un estudio realizado sobre la popularidad de la ficción series en la exitosa plataforma Netflix. Este gigante del servicio de *streaming* tiene más de 70 millones de abonados, de los que aproximadamente la mitad se encuentran fuera de Estados Unidos. Su catálogo llega a más de 150 países y su crecimiento en abonados le supone a este “canal por Internet” ser un serio competidor de la tradicional televisión de pago, satelital, cable o IPTV, puesto que la previsiones de la compañía apuntan a duplicar el número de abonados actual en torno a 2020.

La consultora estadounidense *Highspeed Internet* ha elaborado un estudio de audiencia para concretar cual son las series preferidas por los usuarios de Netflix. Para ello utilizaron el sitio web www.finder.com para identificar las series disponibles en cada país y basándose en la información de Google Trends pudieron registrar los nombres de los títulos más buscados. El resultado, con esta metodología, refleja que las cinco series más populares a nivel mundial son *Sherlock Holmes*, *Friends*, *Narcos*, *House of Cards* y *New Girl*.

Este mismo estudio en 16 países de Iberoamérica puso de manifiesto la variedad en los gustos de los usuarios (cuadro 2.1.17). Primero hay caso de coincidencias en los gustos de los espectadores. Por ejemplo en Chile y Uruguay triunfa *Breaking bad* y en Costa Rica y Ecuador *The walking dead*. La primera narra las peripecias de un profesor de química con problemas económicos que se financia con la producción y venta de metanfetamina y la segunda las aventuras de un grupo de supervivientes variopintos en un mundo plagado de zombies. En España, Guatemala y Venezuela, triunfan *Narcos* y *Pablo Escobar*, apreciándose una base fuerte de espectadores interesándose por el exjefe del cártel de Medellín. Curiosamente en Colombia la más popular es la miniserie francesa *Carlos*, inspirada en el terrorista venezolano Ilich Ramírez.

Y también hay casos particulares de éxito de productos iberoamericanos, por ejemplo, en Argentina, la serie más popular es *Grand Hotel*, serie de gran formato creada por Atresmedia y que también tuvo éxito en su difusión en abierto en España. En México, la serie favorita en Netflix es la telenovela *Las Aparicio*, estrenada en 2010, cuenta la historia de un matriarcado y en el que los nacimientos suelen ser únicamente niñas y en donde los hombres suelen tener pocas probabilidades de sobrevivir.

En definitiva, no existe un denominador común en cuanto a las elecciones de las series en cada país. Los estudios más profundos están por llegar porque las plataformas están en desarrollo ya que la captación de usuarios dependerá de la mayor penetración y capacidad de internet y al aumento de la oferta de ficción.

Cuadro 2.1.17

Nº	País	Serie favorita en Netflix
1	Argentina	Grand Hotel
2	Bolivia	Futurama
3	Brasil	Pretty Little Liars
4	Chile	Breaking Bad
5	Colombia	Carlos
6	Costa Rica	The Walking Dead
7	Ecuador	The Walking Dead
8	El Salvador	American Horror Story
9	España	Narcos
10	Guatemala	Narcos
11	México	Las Aparicio
12	Perú	The Wonder Years
13	Portugal	Shadowhunters
14	R. Dominicana	Sense8
15	Uruguay	Breaking Bad
16	Venezuela	Pablo Escobar

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



ARGENTINA

Los canales incluidos en la muestra de Argentina en 2016 son América 2, Canal 9, Telefé, El Trece y el canal de la Televisión Pública (ver cuadro 2.1.1). Según datos de Ibope, los canales con más audiencia son Telefé (9%) y El Trece con (8,5%). En 2017 continúa la misma tendencia con un 8,2% frente al 8%.

En 2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el del entretenimiento (24,5%). La ficción aportó un 18,4% del tiempo de emisión en dicho año y en el trienio 2014-2016 el promedio es del 16,5% (cuadro 2.2.1).

Cuadro 2.2.1
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales argentinos

Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	20,0	11,0	18,4	16,5
Información	34,0	17,7	16,4	22,7
Entretenimiento	8,0	28,7	24,5	20,4
Deportes	6,0	3,8	5,2	5,0
Servicio	4,0	0,0	15,8	6,6
Otros	28,0	38,8	19,7	28,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

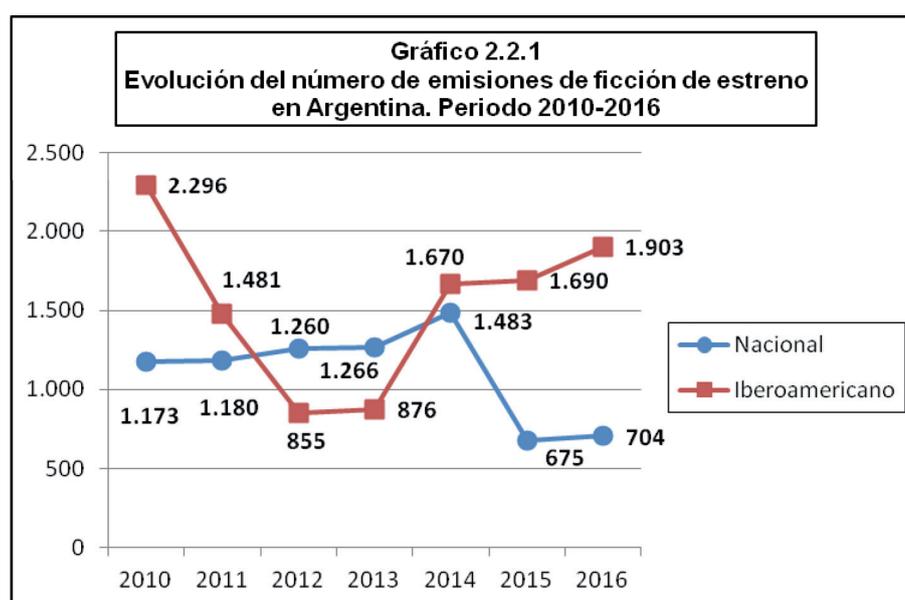
Las televisiones argentinas en 2016 suman 42 títulos de ficción de estreno, 2.607 emisiones y 2.088 horas de programación (cuadro 2.2.2). El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representa el 40,4%. Los países que más producciones aportan, aparte de Argentina, son México (13 títulos), Brasil (5 títulos), Colombia y España (3 títulos cada uno).

Cuadro 2.2.2
Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Argentina

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	17	704	584
Brasil	5	362	321
Chile	0	0	0
Colombia	3	82	64
Ecuador	0	0	0
España	3	102	84
EE.UU.	1	185	140
México	13	1.172	895
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0

Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	42	2.607	2.088

La tendencia de la programación de la ficción nacional de estreno desde 2010 es ascendente hasta 2014, pero su volumen sufre un fuerte descenso en 2015 y 2016. Por otro lado, la ficción iberoamericana tiene un máximo de emisiones en 2010 y tras un significativo descenso en 2012 y 2013, en 2014 experimenta un fuerte aumento en 2014, manteniéndose en 2015 y 2016 (grafico 2.2.1).



La ficción nacional de estreno de los canales argentinos, en el periodo 2010-2016, representa el 41,8% sobre el total de emisiones y también el 41,8% en tiempo de programación (cuadro 2.2.3).

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Argentina fue México (27,5% del total de emisiones y 28,1% del total de tiempo). Por otra parte, Brasil, Colombia, España y Estados Unidos acumulan un volumen de ficción superior al 6% en dicho periodo.

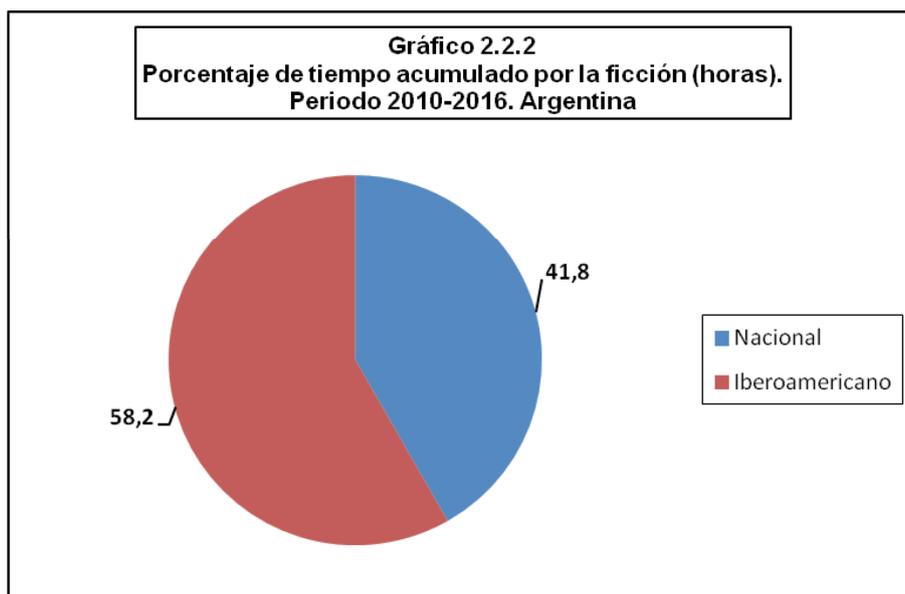
Cuadro 2.2.3

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Argentina. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	169	53,8	7.741	41,8	6.405	41,8
Brasil	22	7,0	1.513	8,2	1.216	7,9
Chile	2	0,6	198	1,1	140	0,9
Colombia	22	7,0	1.254	6,8	964	6,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	17	5,4	1.138	6,1	1.036	6,8
EE.UU.	13	4,1	1.236	6,7	990	6,5
México	62	19,7	5.095	27,5	4.305	28,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,3	66	0,4	52	0,3
Otros	6	1,9	271	1,5	232	1,5
Total	314		18.512		15.340	

En el periodo 2010-2016, el tiempo acumulado por la ficción de estreno se reparte entre el 41,8% de la producción nacional y el 58,2% de la producción iberoamericana (gráfico 2.2.2).



La telenovela fue el género televisivo más común en los canales argentinos en 2016 con 27 títulos, y en cuanto a emisiones y tiempo de difusión, con el 90,3% y 91,3% del total, respectivamente (cuadro 2.2.4).

En cuanto a las franjas, el 58,5% de las emisiones de la ficción de estreno analizada en 2016 se ubica en la franja de tarde y el 40,7% en la franja de máxima audiencia. Por su origen, el 90,2% de la ficción nacional se estrena en *prime time* y el 77,6% de la ficción iberoamericana en la franja de tarde (cuadro 2.2.4).

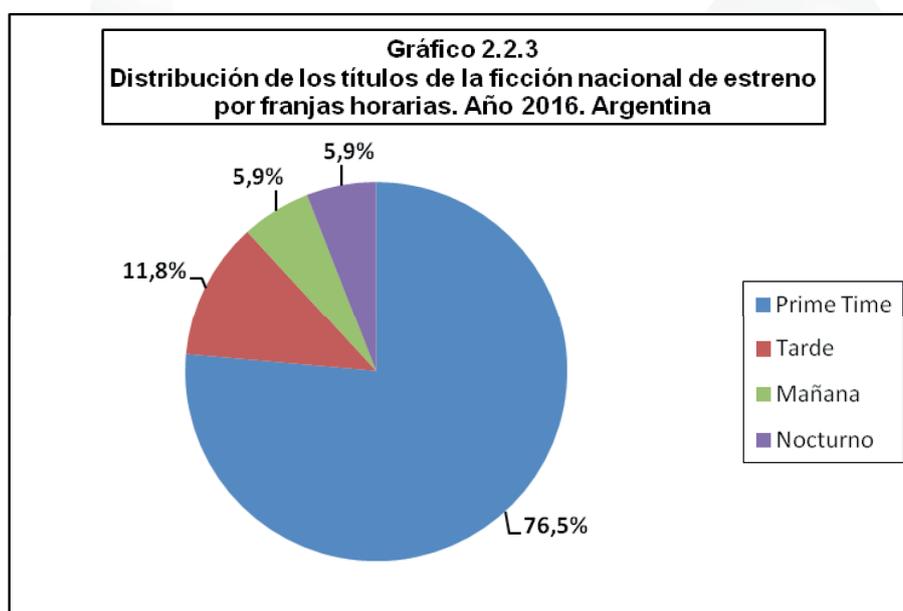
El 41,2% de los títulos nacionales de estreno en 2016 corresponde a miniseries y el 29,4% a telenovelas. El 88% de los títulos iberoamericanos son telenovelas (cuadro 2.2.4). El 76,5% de los títulos de estreno se difundió en la franja de *prime time*, el 11,8% en la de tarde y el 5,9% en las franjas de mañana y nocturna (gráfico 2.2.3).

Cuadro 2.2.4

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Año 2016. Argentina

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	5	518	461	22	1.837	1.447
Serie	4	116	77	3	66	57
Miniserie	7	65	42	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	5	4	0	0	0
Total	17	704	584	25	1.903	1.504

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	8	3	0	0	8	3
Tarde	48	39	1.477	1.154	1.525	1.193
Prime Time	635	534	426	350	1.061	884
Nocturno	13	8	0	0	13	8
Total	704	584	1.903	1.504	2.607	2.088



Las producciones argentinas de estreno emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares en 2016. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la telenovela brasileña *Moisés y los diez mandamientos* con un máximo del 17,3% de audiencia y el 27,5% de cuota de pantalla. A continuación, se sitúan la telenovelas argentinas *Educando a Nina* con el 15,9% y *Los ricos no piden permiso* con el 13,2% (cuadro 2.2.5). En 2017, continúa el dominio de Moisés y los diez Mandamientos en Telefé con un máximo del 15,2% de audiencia, según datos de Ibope.

Cuadro 2.2.5

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. Argentina

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	Telefé	17,3	27,5
2	Educando a Nina	Argentina	Telefé	15,9	23,1
3	Los ricos no piden permiso	Argentina	El Trece	13,2	20,0
4	Los milagros de Jesús	Brasil	Telefé	12,2	19,7
5	Loco x vos	Argentina	Telefé	11,3	17,3
6	Esperanza mía	Argentina	El Trece	10,7	17,1
7	La leona	Argentina	Telefé	10,5	19,2
8	Silencios de familia	Argentina	El Trece	9,2	14,7
9	Por amarte así	Argentina	Telefé	7,5	17,8
10	Imperio	Brasil	Telefé	7,2	15,9





BRASIL

Los canales incluidos en el estudio de Brasil son Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede TV y el canal público TV Brasil (ver cuadro 2.1.1). Los canales con más audiencia son Globo (13,3%), SBT (5,4%) y Record (5%)

En 2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra son los informativos (26,2%). La ficción aportó un 14% del tiempo de emisión y en el trienio 2014-2016 un promedio del 13,3% (cuadro 2.2.6).

Cuadro 2.2.6
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales brasileños

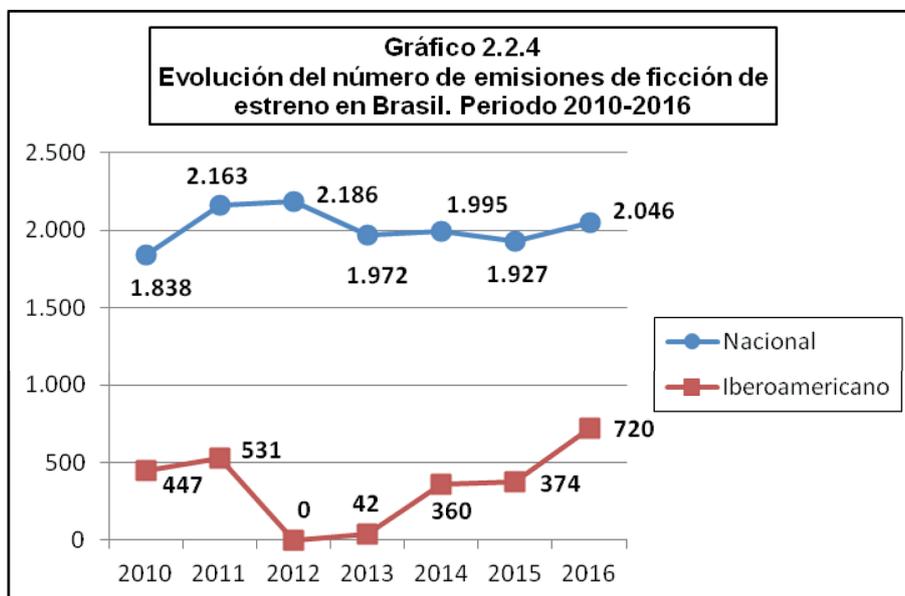
Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Informativo	25,1	25,9	26,2	25,7
Ficción	12,5	13,4	14,0	13,3
Entretenimiento	22,3	21,4	19,8	21,2
Religioso	7,6	11,0	9,1	9,2
Deportes	4,6	4,2	5,5	4,8
Educativo	0,5	0,2	0,2	0,3
Político	1,0	0,1	0,1	0,4
Otros	26,4	23,8	25,1	25,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 77,5%, en 2016. Los únicos países que aportan producciones televisivas en dicho periodo, aparte de Brasil, son México (8 títulos) y España (un título). Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en 2016 alcanzaron el 74% del total de emisiones y 70,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.7).

Cuadro 2.2.7
Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Brasil

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	31	2.046	1.435
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	1	15	7
EE.UU.	0	0	0
México	8	705	599
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	40	2.766	2.041

La evolución del número de emisiones en el periodo 2010-2015 muestra la diferencia cuantitativa entre la ficción nacional y la iberoamericana. La ficción nacional se situó en un rango comprendido entre 1.838 emisiones (2010) y 2.186 emisiones (2012). Por su parte, las emisiones iberoamericanas obtienen su máximo en 2016 (720 emisiones) y su mínimo en 2012, año en el que no se registró ningún estreno (gráfico 2.2.4).

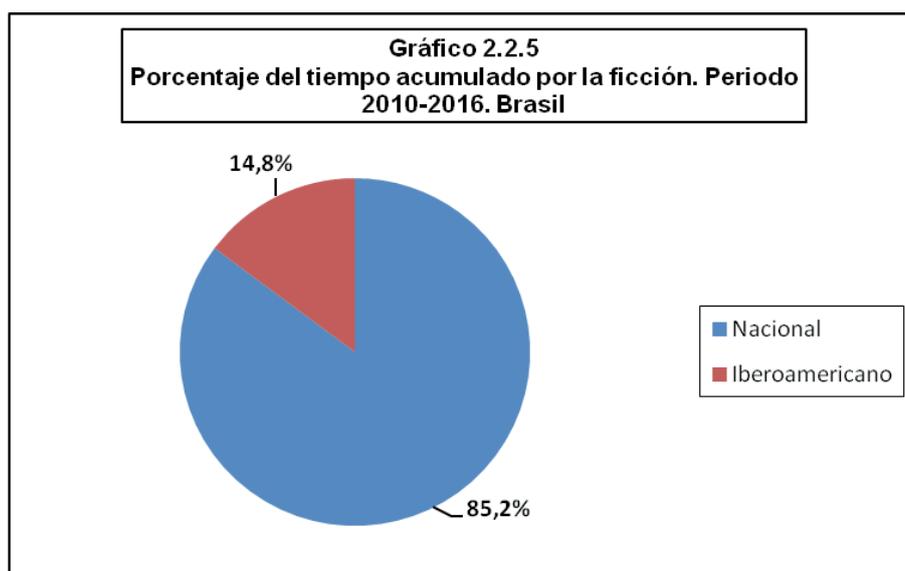


Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 85,1% del total de emisiones y 85,2% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aporta a los canales analizados en Brasil es México (cuadro 2.2.8).

Cuadro 2.2.8
Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2016. Brasil

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5	1,6	470	2,8	287	2,5
Brasil	281	89,8	14.127	85,1	9.737	85,2
Chile	2	0,6	204	1,2	81	0,7
Colombia	1	0,3	41	0,2	14	0,1
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	1	0,3	15	0,1	7	0,1
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	19	6,1	1.544	9,3	1.184	10,4
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,3	30	0,2	24	0,2
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	1,0	170	1,0	97	0,8
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	313		16.601		11.431	

El tiempo de programación de la ficción nacional en el periodo 2010-2016 supuso el 85,2% y el de la ficción iberoamericana el 14,8% (gráfico 2.2.5).



La telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en 2016 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 84,5% y el 89,3%, respectivamente. En cuanto a títulos los más numerosos son las telenovelas, con 23 y las series con 11 obras (cuadro 2.2.9).

La distribución por franjas en 2016 refleja que las emisiones de la ficción de estreno se ubicaron mayoritariamente entre la franja de máxima audiencia (46,9%) y la franja de tarde (45,7%). Concretamente, el 62,8% de las emisiones de ficción nacional y el 69,8% del tiempo de difusión de estas series se registró en la franja de *prime time* (cuadro 2.2.9).

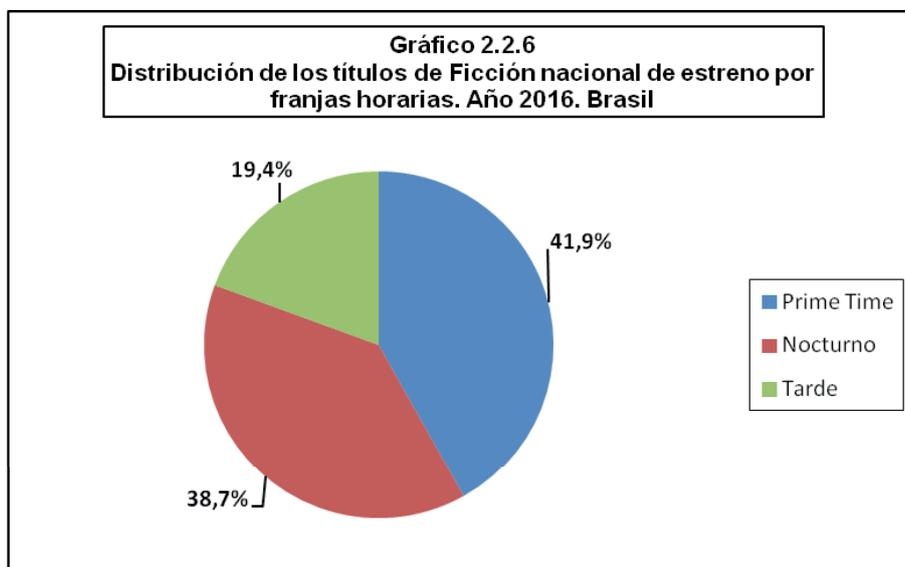
Cuadro 2.2.9

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Brasil. Año 2016

Géneros	Géneros					
	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	15	1.633	1.225	8	705	599
Serie	10	127	75	1	15	7
Miniserie	2	30	19	0	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	4	256	116	0	0	0
Total	31	2.046	1.435	9	720	606

Franjas	Franjas horarias					
	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	560	315	705	599	1.265	914
Prime Time	1.285	1.003	15	7	1.300	1.010
Nocturno	201	117	0	0	201	117
Total	2.046	1.435	720	606	2.766	2.041

El 41,9% de los títulos de ficción nacional se emitió en la franja de *prime time* y 38,7% en la franja nocturna (gráfico 2.2.6).



Las producciones brasileñas de estreno emitidas en Globo fueron las más populares en 2015. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *A regra do jogo* y *Totalmente demais*, con unos porcentajes máximos de audiencia del 34,5% y el 31,1%, respectivamente (cuadro 2.2.10).

Cuadro 2.2.10

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. Brasil

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	A regra do jogo	Brasil	Globo	34,5	52,5
2	Totalmente demais	Brasil	Globo	31,1	49,6
3	Velho chico	Brasil	Globo	29,5	43,8
4	Eta mundo bom!	Brasil	Globo	28,9	47,3
5	Haja coração	Brasil	Globo	28,7	43,6
6	Justiça	Brasil	Globo	26,2	44,7
7	A lei do amor	Brasil	Globo	26,0	39,6
8	Rocky story	Brasil	Globo	24,0	40,0
9	Ligações perigosas	Brasil	Globo	23,7	39,2
10	Alem do tempo	Brasil	Globo	22,2	41,7



CHILE

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Chile son los privados UCV TV, Canal 13, Chilevisión, Megavisión, La Red y Telecanal y el público TVN (ver cuadro 2.1.1). El canal con más audiencia es Megavisión con un 8,1%.

En 2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales chilenos de la muestra fue el de ficción (34,3%). Además, la ficción aportó un promedio del 36% del tiempo total de emisión en el periodo 2014-2016 (cuadro 2.2.11).

Cuadro 2.2.11

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales chilenos

Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	37,8	36,0	34,3	36,0
Informativo	22,7	24,2	24,5	23,8
Entretenimiento	18,9	16,7	15,3	17,0
Deportes	1,6	1,7	2,4	1,9
Servicio	12,0	11,0	11,9	11,6
Otros	7,0	10,5	11,6	9,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

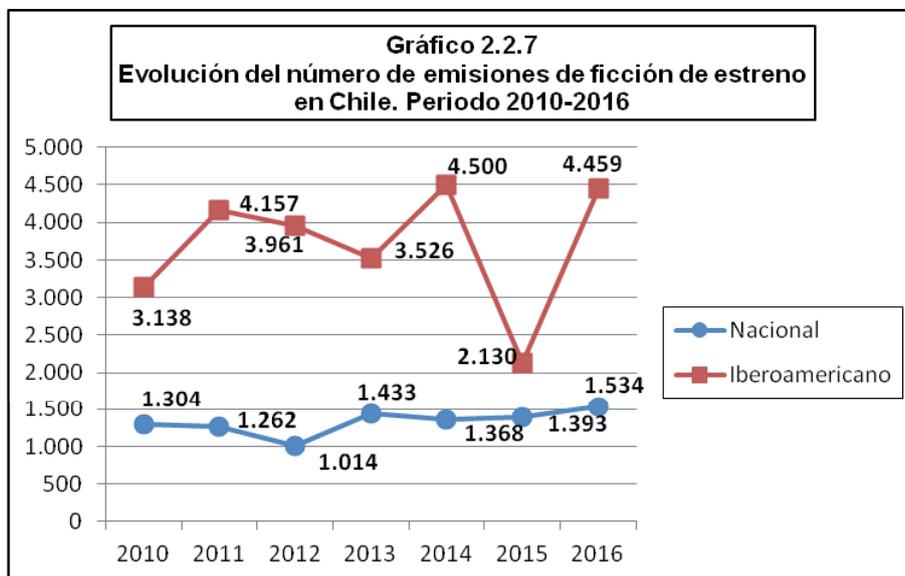
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 28,3%, en 2016. Los países que aportaron más producciones televisivas en dicho año, aparte de Chile, fueron México (21 títulos), Brasil (13 títulos) y Colombia (11 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en 2016 alcanzaron el 25,6% del total de emisiones y el 23,7% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.12).

Cuadro 2.2.12

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Chile

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	2	18	14
Brasil	13	645	575
Chile	21	1.534	1.080
Colombia	11	1.113	743
Ecuador	0	0	0
España	4	242	337
EE.UU.	0	0	0
México	21	2.328	1.693
Perú	0	0	0
Portugal	2	113	107
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	74	5.993	4.549

La evolución del número de emisiones en la muestra en el periodo 2010-2016 muestra una tendencia irregular en el mercado iberoamericano, con un máximo de 4.500 en 2014 y un mínimo de 2.130 en 2015 (gráfico 2.2.7). Las emisiones nacionales se mueven en un rango situado entre las 1.014 (2012) y las 1.534 (2016).



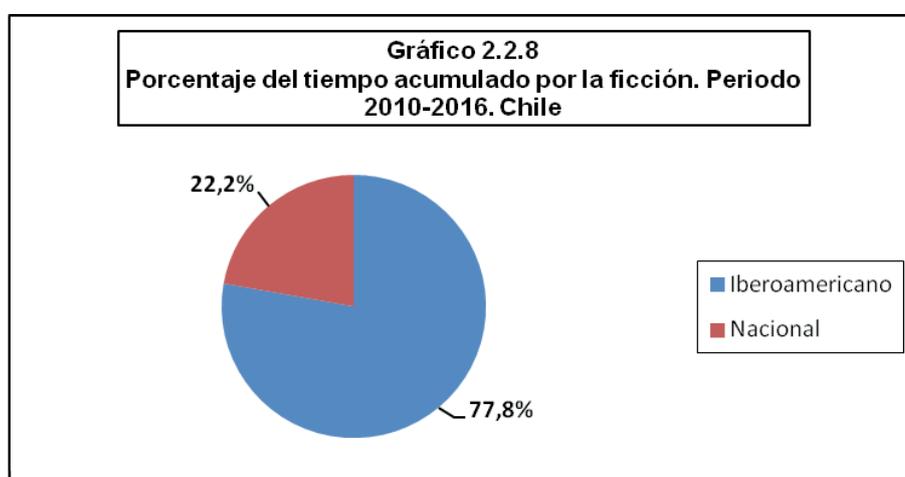
Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 26,5% del total de emisiones y el 22,2% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Chile fue México, con el 45% de las emisiones y el 45,7% del tiempo de programación, seguido de Brasil, Estados Unidos (habla hispana) y Colombia (cuadro 2.2.13).

Cuadro 2.2.13

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Chile. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	6	1,3	295	0,8	248	1,0
Brasil	52	11,1	3.000	8,5	2.709	10,9
Chile	173	36,9	9.308	26,5	5.539	22,2
Colombia	32	6,8	2.550	7,2	1.775	7,1
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	20	4,3	1.212	3,4	1.103	4,4
EE.UU.	36	7,7	2.652	7,5	1.896	7,6
México	142	30,3	15.813	45,0	11.393	45,7
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	3	0,6	191	0,5	170	0,7
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,2	79	0,2	49	0,2
Otros	4	0,9	79	0,2	73	0,3
Total	469		35.179		24.955	

La distribución del tiempo de ficción de estreno en el periodo 2010-2016 fue del 77,8% para la ficción iberoamericana y el 22,2% para la nacional (gráfico 2.2.8).



La telenovela fue el género más habitual en los canales chilenos durante 2016, sumando 49 títulos de un total de 76 estrenados. El 64,1% del total de emisiones y el 64,2% del tiempo de programación pertenecieron a este género (cuadro 2.2.14)

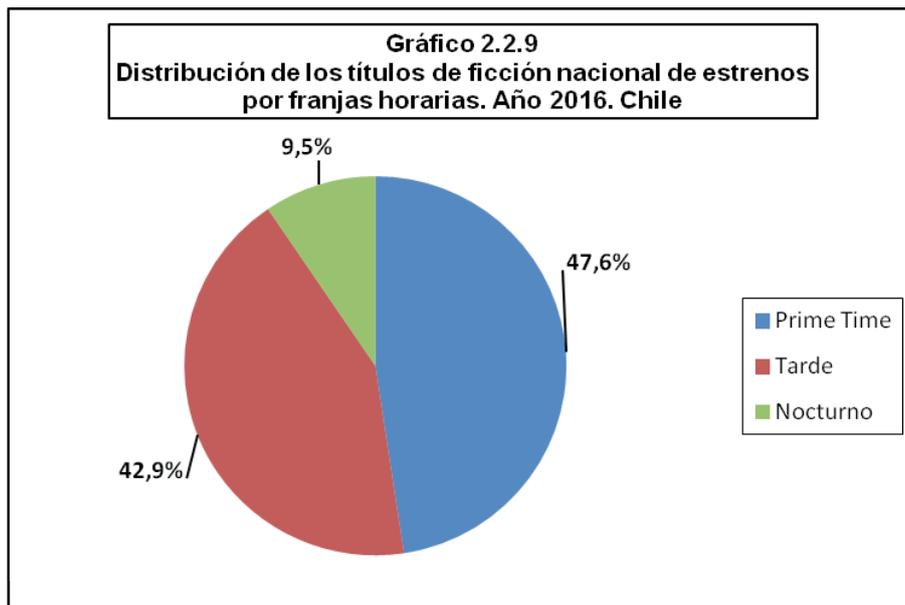
En cuanto a las franjas, el 61,2% de las emisiones totales de la ficción de estreno y el 64,8% del tiempo total se concentró en la franja de tarde (cuadro 2.2.14). La ficción nacional se estrenó, principalmente, en la franja de tarde y *prime time*.

La distribución por franjas de los títulos de ficción nacional es la siguiente: el 47,6% se difundieron en *prime time*, el 42,9% en horario de tarde y el 9,5% en horario nocturno (gráfico 2.2.9).

Cuadro 2.2.14

Distribución de la Ficción de estreno por géneros y franjas. Año 2016. Chile

Géneros	Géneros					
	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	12	1.047	588	37	2.796	2.335
Serie	3	54	22	11	274	196
Miniserie	1	8	3	0	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	255	350	5	1.126	745
Docudrama	2	127	93	1	261	191
Otros	2	43	24	1	2	2
Total	21	1.534	1.080	55	4.459	3.469
Franjas	Franjas horarias					
	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	1	1	1	1
Tarde	763	618	2.906	2.330	3.669	2.948
Prime Time	733	454	1.128	845	1.861	1.299
Nocturno	38	30	424	293	462	301
Total	1.534	1.102	4.459	3.469	5.993	4.549



Las emisiones de ficción más populares en 2016 se programaron en Mega. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series nacionales *Señores Papis*, *Papá a la deriva* y *Pobre gallo*, con registros por encima del 20% de audiencia (cuadro 2.2.15).

Cuadro 2.2.15

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Chile

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Señores papis	Chile	Mega	24,2	34,7
2	Papá a la deriva	Chile	Mega	23,9	43,0
3	Pobre gallo	Chile	Mega	20,5	32,2
4	Amanda	Chile	Mega	18,1	38,4
5	Ámbar	Chile	Mega	17,0	27,9
6	Te doy la vida	Chile	Mega	17,0	37,7
7	Eres mi tesoro	Chile	Mega	16,1	35,1
8	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	TVN	11,7	17,3
9	Veinteañero a los 40	Chile	Canal 13	10,7	15,7
10	Abismo de pasión	México	Mega	10,5	23,4



COLOMBIA

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Colombia son los privados RCN, Caracol, Canal Uno y los públicos Señal Colombia y Canal Institucional (ver cuadro 2.1.1). Las cadenas con más rating de audiencia son Caracol y RCN.

En 2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales colombianos de la muestra fue el del entretenimiento (27,8%), seguido de los informativos (27,7%) y la ficción (26,7%). La Ficción aportó un 18,4% de promedio en el trienio 2014-2016 (cuadro 2.2.16).

Cuadro 2.2.16

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales colombianos

Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	14,2	14,3	26,7	18,4
Informativo	10,4	10,5	27,7	16,2
Entretenimiento	30,9	30,7	27,8	29,8
Deportes	9,1	9,1	6,0	8,1
Servicio	11,1	11,3	5,2	9,2
Otros	24,3	24,1	6,6	18,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

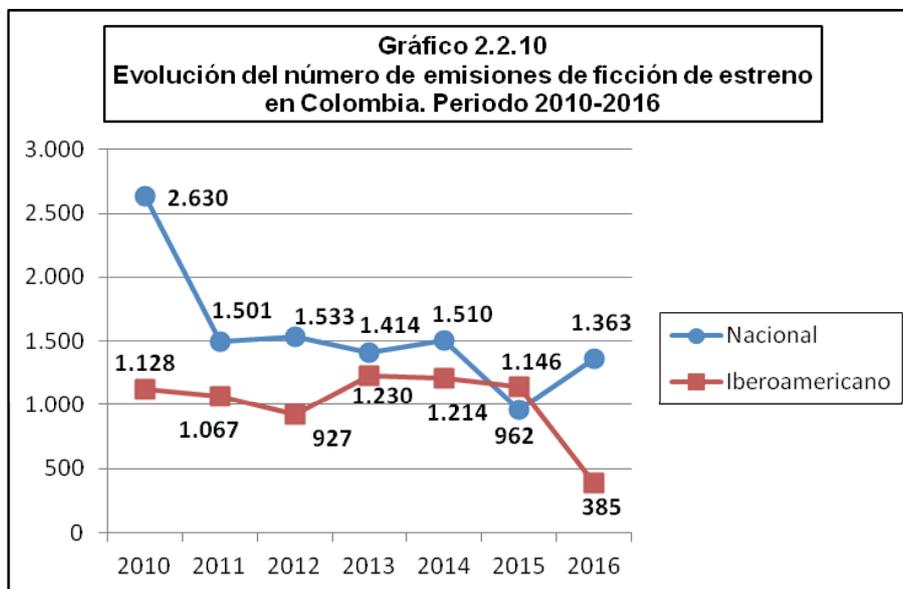
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 76,1% en 2016. El país que aportó producciones televisivas en dicho periodo, aparte de Colombia, es México (5 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en 2016 alcanzaron el 77,9% del total de emisiones y el 80,2% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.17).

Cuadro 2.2.17

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Colombia

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	16	1.363	1.120
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	5	385	275
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	21	1.748	1.395

La evolución del número de emisiones de la ficción de estreno en el periodo 2010-2016, para la producción nacional se situó en un rango comprendido entre 962 emisiones (2015) y 2.630 (2010). La ficción iberoamericana se movió en unos márgenes menos amplios entre 385 (2016) y 1.230 emisiones (2013) (gráfico 2.2.10).



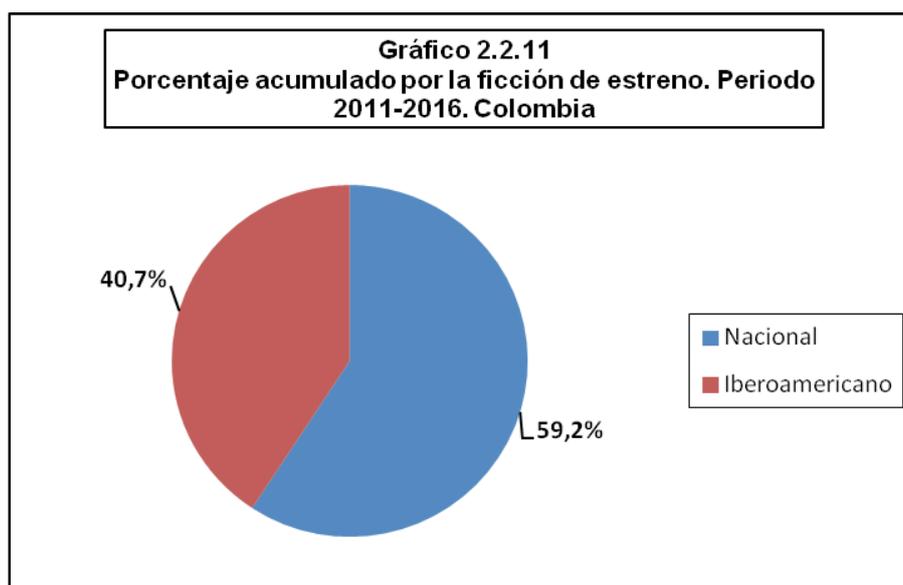
Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en el periodo 2010-2016 representan el 58,1% del total de emisiones y el 60,6% del tiempo de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales colombianos analizados fue, con mucha diferencia, México (cuadro 2.2.18).

Cuadro 2.2.18

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2016. Colombia

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	1	0,4	0	0,0	5	0,0
Brasil	4	1,8	354	2,5	354	2,0
Chile	4	1,8	215	1,5	448	2,5
Colombia	141	62,9	8.283	58,1	10.913	60,6
Ecuador	1	0,4	58	0,4	58	0,3
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	16	7,1	1.044	7,3	1.095	6,1
México	44	19,6	3.095	21,7	3.875	21,5
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	4	1,8	94	0,7	153	0,8
Otros	9	4,0	1.109	7,8	1.109	6,2
Total	224		14.252		18.010	

La distribución acumulada del tiempo de ficción para el periodo 2010-2016, según el origen de las producciones, es del 59,2% para la ficción nacional y del 40,7% para la iberoamericana (gráfico 2.2.11).



Las series fueron el género más habitual en los canales colombianos durante 2016, con 11 títulos, por 10 de las telenovelas. El 50,5% de las emisiones pertenecen a series y el 49,4% al subgénero de las telenovelas (cuadro 2.2.19).

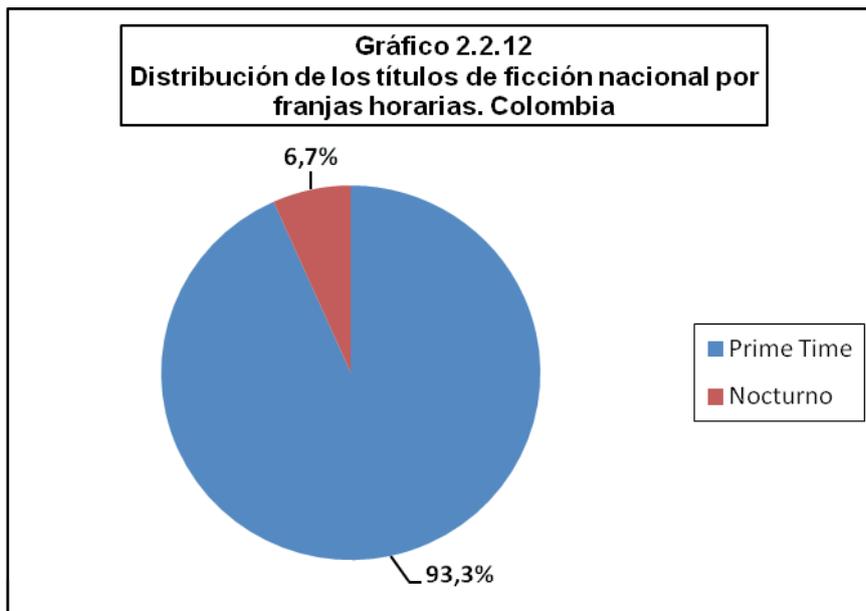
En cuanto a la distribución por franjas, el 64,5% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time*. La ficción nacional de estreno se programó mayoritariamente en esta franja y la iberoamericana se distribuyó entre la nocturna, la tarde y la mañana (cuadro 2.2.19 y gráfico 2.2.12).

Cuadro 2.2.19

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Colombia. Año 2016

Géneros	Géneros					
	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	7	554	408	3	354	254
Serie	8	809	571	3	119	162
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	15	1.363	979	6	473	416

Franjas	Franjas horarias					
	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	126	90	126	90
Tarde	0	0	128	163	128	163
Prime Time	1.155	834	31	22	1.186	856
Nocturno	288	145	188	141	396	286
Total	1.443	979	473	416	1.836	1.395



Las series colombianas emitidas en RCN y Caracol (5 emisiones cada una) fueron las más populares en 2016 en Colombia. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie *La niña* con un máximo de audiencia del 11,2% (cuadro 2.2.20).

Cuadro 2.2.20

Ranking de audiencia de la Ficción. Colombia. 2015

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La niña	Colombia	Caracol	11,2	36,4
2	Las hermanitas Calle	Colombia	Caracol	10,4	22,8
3	La esclava blanca	Colombia	Caracol	10,3	21,9
4	Sin tetas no hay paraíso	Colombia	Caracol	10,2	21,9
5	Cuando vivas conmigo	Perú, Colombia	Caracol	10,2	18,1
6	Anónima	EE.UU.	RCN	9,7	34,6
7	Hasta que te conocí	México	RCN	8,8	23,8
8	Bloque de búsqueda	Colombia	RCN	8,3	22,3
9	Celia	Colombia	RCN	7,8	24,1
10	Contra el tiempo	Colombia	RCN	7,1	20,5



ECUADOR

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Ecuador son los privados Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno y Telecentro y el público ECTV (ver cuadro 2.1.1). Los canales con el mayor rating de audiencia son Ecuavisa (5,8%) y TC Television (5,4%).

En 2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales ecuatorianos de la muestra fue el de ficción (35,8%). Además, la ficción registró un 32,7% de promedio en el trienio 2014-2016 (cuadro 2.2.21).

Cuadro 2.2.21
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales ecuatorianos

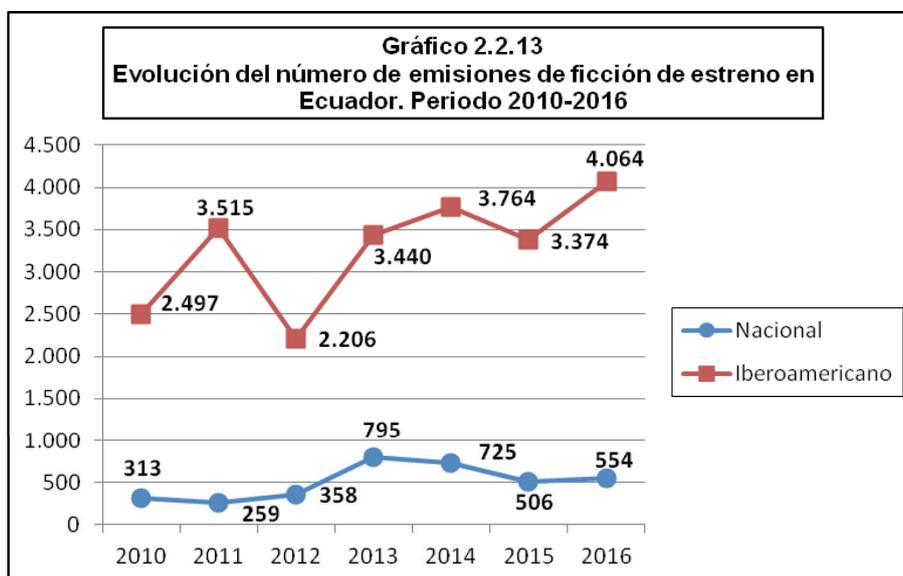
Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	30,2	32,1	35,8	32,7
Informativo	18,8	18,9	19,5	19,1
Entretenimiento	27,5	21,1	19,1	22,6
Deportes	6,7	6,2	5,2	6,0
Variedades	9,7	6,3	0,0	5,3
Otros	7,1	15,4	20,4	14,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

En 2016, el número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 15,3%. Los países que más producciones aportaron, aparte de Ecuador, fueron México (24 títulos) y Colombia (9 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en 2016 alcanzaron el 12% del total de emisiones y el 12,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.22).

Cuadro 2.2.22
Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Ecuador

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	109	149
Brasil	4	195	206
Chile	0	0	0
Colombia	9	691	588
Ecuador	8	554	520
España	1	3	8
EE.UU.	2	125	121
México	24	2.855	2.531
Perú	2	11	10
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	1	75	63
Otros	0	0	0
Total	52	4.618	4.196

Las emisiones de la ficción iberoamericana de estreno, en el periodo 2010-2016, se sitúan entre las 2.206 emisiones de 2012 y las 4.064 de 2016. La evolución de las emisiones nacionales está comprendida en un rango situado entre las 259 emisiones (2011) y las 795 emisiones (2013) (gráfico 2.2.13).



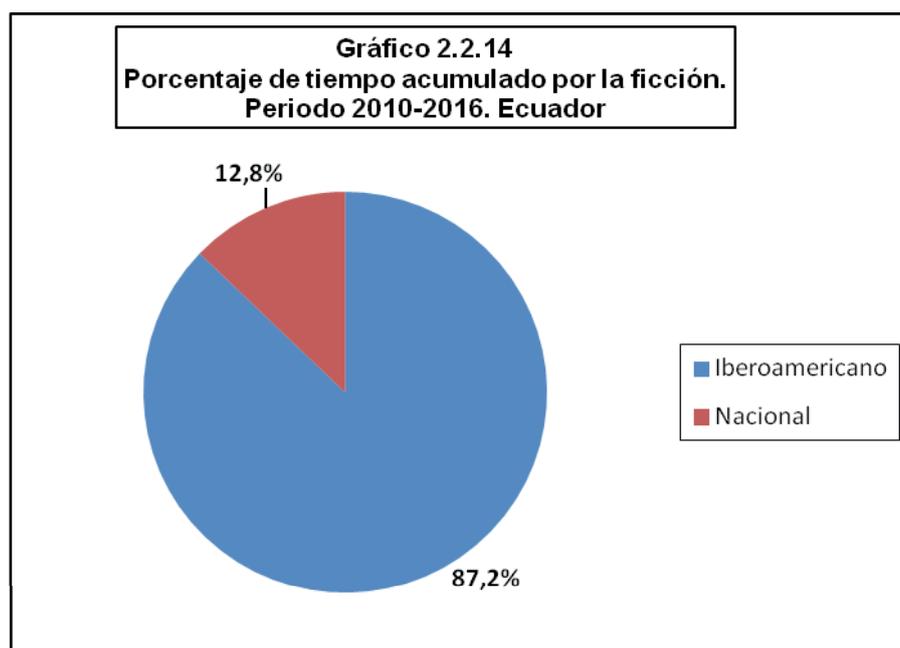
Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 13,3% del total de emisiones y el 10,2% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más emisiones de ficción aportaron a los canales ecuatorianos analizados fueron México, Colombia, Brasil y Venezuela (cuadro 2.2.23).

Cuadro 2.2.23

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Ecuador. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	7	1,8	472	1,8	500	2,0
Brasil	32	8,3	2.158	8,2	2.438	9,6
Chile	2	0,5	110	0,4	113	0,4
Colombia	90	23,3	4.890	18,5	4.517	17,8
Ecuador	60	15,5	3.500	13,3	2.602	10,2
España	5	1,3	91	0,3	101	0,4
EE.UU.	36	9,3	1.924	7,3	1.954	7,7
México	108	28,0	9.699	36,8	10.163	40,0
Perú	6	1,6	138	0,5	139	0,5
Portugal	2	0,5	268	1,0	188	0,7
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	31	8,0	2.697	10,2	2.346	9,2
Otros	7	1,8	423	1,6	376	1,5
Total	386		26.370		25.437	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en el periodo 2010-2016 fue del 87,2% para las series iberoamericanas y el 12,8% para las nacionales (gráfico 2.2.14).



La telenovela fue el género más habitual en los canales ecuatorianos durante 2016. El 84,5% del total de emisiones y el 81,4% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.24).

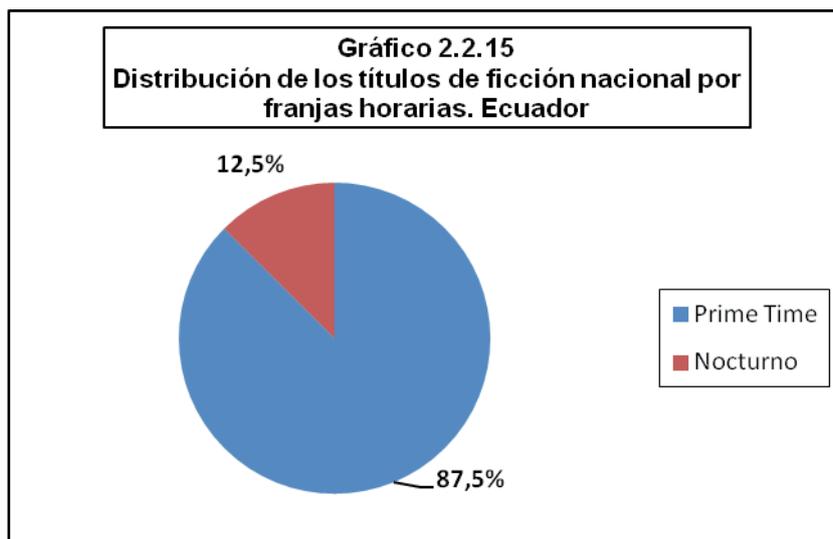
En cuanto a las franjas, el 63,5% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 24% en la franja de tarde (cuadro 2.2.24). La ficción nacional se estrenó en el horario de máxima audiencia y en el de noche (gráfico 2.2.15).

Cuadro 2.2.24

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Ecuador. Año 2016

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	380	235	34	3.525	3.184
Serie	2	18	154	9	539	493
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	2	156	130	0	0	0
Total	8	554	519	43	4.064	3.677

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	332	308	332	307
Tarde	0	0	1.112	1.089	1.112	1.089
Prime Time	328	329	2.608	2.264	2.936	2.594
Nocturno	226	190	12	16	238	206
Total	554	519	4.064	3.677	4.618	4.196



Las producciones de estreno emitidas en Ecuavisa y TC Televisión fueron las más populares en 2016 (cuadro 2.2.25). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas ecuatorianas El más querido (16,7%) y 3 familias (14,8%).

Cuadro 2.2.25

Ranking de audiencia de la Ficción. Ecuador. 2016

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El más querido	Ecuador	Ecuavisa	16,7	-
2	3 familias	Ecuador	Ecuavisa	14,8	-
3	Diómedes, el cacique de la junta	Colombia	TC Televisión	13,6	-
4	La trinity	Ecuador	Ecuavisa	13,5	-
5	Verdades secretas	Brasil	Ecuavisa	13,3	-
6	3 familias	Ecuador	Ecuavisa	13,1	-
7	Los hijos de Don Juan (2ª temp.)	Ecuador	TC Televisión	13,0	-
8	Los hijos de Don Juan (1ª temp.)	Ecuador	TC Televisión	11,6	-
9	Imperio	Brasil	Ecuavisa	10,4	-
10	Señora acero	México	Ecuavisa	10,4	-



ESPAÑA

Los canales de televisión de ámbito nacional incluidos en el estudio de España son Antena 3, Telecinco, Cuatro, LaSexta y los públicos de Televisión Española, La 1 y La 2 (ver cuadro 2.1.1). Los que tienen más audiencia son Telecinco (14,4%), Antena 3 (12,8%) y La 1 (10,1%).

En 2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales españoles incluidos en el estudio fue el de ficción (41,4%), seguido de los informativos (18,2%). En el periodo 2014-2016, el promedio de tiempo dedicado a la ficción registra un 35,4% (cuadro 2.2.26).

Cuadro 2.2.26

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales españoles

Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Cultural	14,7	15,5	18,2	16,1
Informativos	18,2	18,5	8,9	15,2
Entretenimiento	16,1	16,7	10,9	14,6
Concurso	2,5	2,6	1,6	2,2
Deporte	7,5	6,9	12,1	8,8
Musical	6,9	7,2	5,7	6,6
Ficción	33,1	31,7	41,4	35,4
Otros	1,0	0,9	1,2	1,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

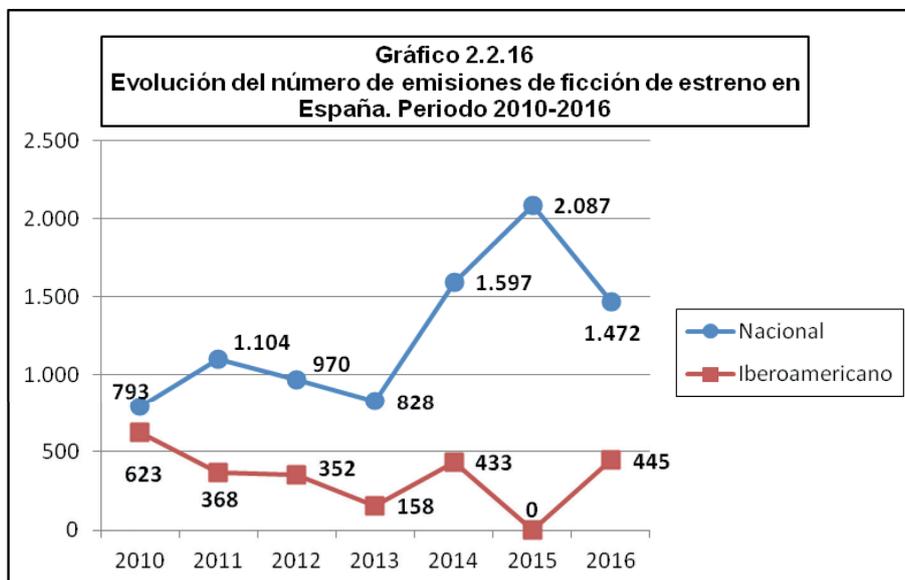
En 2016, de los 40 títulos estrenados en los canales de ámbito nacional en España, 32 son de producción autóctona. El 76,7% pertenecen a emisiones de series españolas y el 73,3% a horas de programación (cuadro 2.2.27). Aparte de España, el país que más obras aportó a la parrilla fue México (5 títulos).

Cuadro 2.2.27

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. España

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	2	257	119
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	32	1.472	1.384
EE.UU.	1	25	21
México	5	163	364
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	40	1.917	1.888

La evolución del volumen de emisiones en los canales españoles en el periodo 2010-2016, para la ficción nacional, muestra un máximo de 2.087 (2015) y un mínimo de 793 emisiones (2010). La presencia de la ficción iberoamericana en dicho periodo, en los canales de la muestra, es bastante inferior a la autóctona (gráfico 2.2.16).



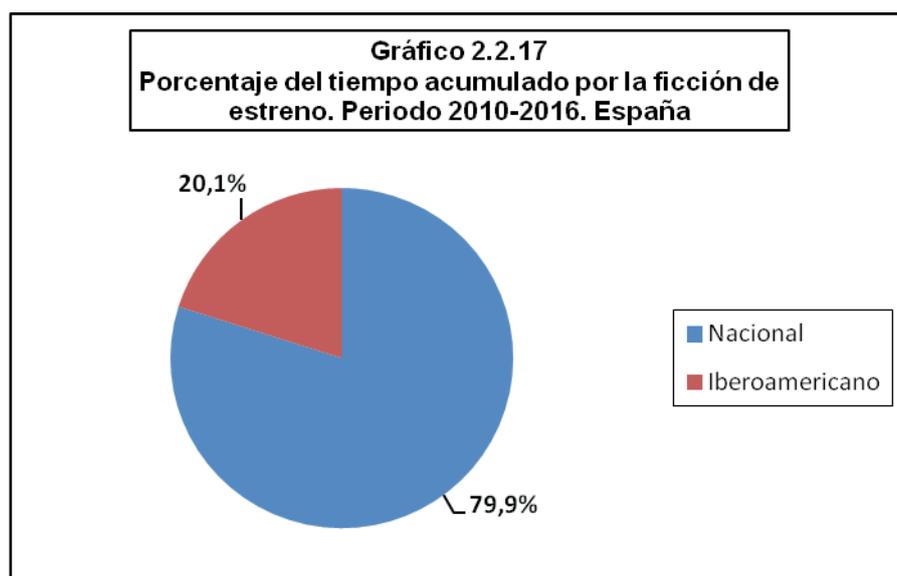
Los porcentajes acumulados por la ficción española de estreno en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 78,8% del total de emisiones y casi el 80% del tiempo de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales españoles analizados fueron México y Estados Unidos (cuadro 2.2.28).

Cuadro 2.2.28

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2016. España

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	4	1,2	469	4,2	201	2,0
Brasil	1	0,3	83	0,7	83	0,8
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	298	90,3	8.851	78,8	7.999	79,9
EE.UU.	12	3,6	769	6,8	581	5,8
México	12	3,6	834	7,4	950	9,5
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	3	0,9	104	0,9	48	0,5
Otros	0	0,0	120	1,1	144	1,4
Total	330		11.230		10.006	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en el periodo 2010-2016 es de casi el 80% para las series nacionales y del 20,1% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.17).



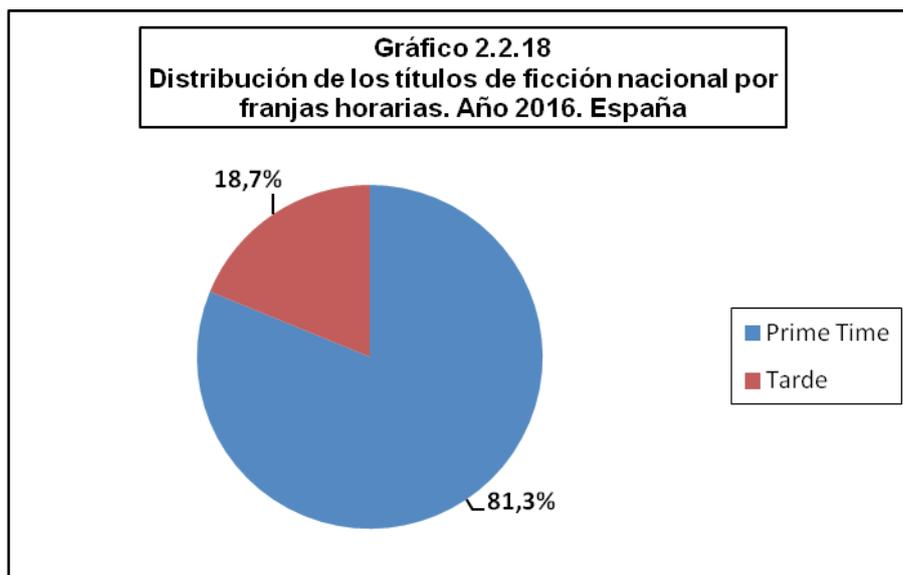
Las series y las telenovelas fueron los géneros más habituales en los canales españoles durante 2016 (cuadro 2.2.29). En cuanto a las franjas, el 78% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de tarde y el 22% en la franja de máxima audiencia. En cuanto a los títulos autóctonos, el 81,3% se ubicaron en el horario de máxima audiencia (gráfico 2.2.18).

Cuadro 2.2.29

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. España. Año 2016

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	912	902	8	445	504
Serie	22	304	325	0	0	0
Miniserie	2	6	9	0	0	0
Telefilm	3	3	4	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	247	144	0	0	0
Total	32	1.472	1.384	8	445	504

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	1.180	1.051	317	255	1.497	1.306
Prime Time	292	333	128	249	420	582
Nocturno	0	0	0	0	0	0
Total	1.472	1.384	445	504	1.917	1.888



Las producciones de estreno programadas en Antena 3 y Telecinco fueron las más populares en 2016 en el ámbito nacional (cuadro 2.2.30). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie *El príncipe* en Tele 5, con un máximo del 9,1%, seguida de *La que se avecina*, con un 8,1% (cuadro 2.2.30).

Según el informe Análisis Televisivo 2017 publicado por la consultora Barlovento Comunicación, el capítulo de ficción más visto en dicho año pertenece a *La casa de papel* (Antena 3), con una audiencia de 4,3 millones de espectadores y un 25,4% de cuota de pantalla.

Cuadro 2.2.30

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. España (ámbito nacional)

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El Príncipe	España	Tele 5	9,1	21,7
2	La que se avecina	España	Tele 5	8,1	21,7
3	Velvet	España	Antena 3	8,0	21,6
4	Cuéntame cómo pasó	España	La 1	7,2	17,2
5	Lo que escondías sus ojos	España	Tele 5	7,2	18,9
6	Allí abajo	España	Antena 3	7,1	18,3
7	El padre de Caín	España	Tele 5	6,5	16,7
8	Mar de plástico	España	Antena 3	6,3	17,3
9	Buscando el norte	España	Antena 3	6,2	15,3
10	Bajo sospecha	España	Antena 3	6,1	15,8



MÉXICO

Los canales de televisión incluidos en el estudio de México son Televisa, TV Azteca e Imagen Televisión y los canales públicos Onze TV, Conaculta, TV Unam y Una voz con todos (ver cuadro 2.1.1).

En 2016, el tiempo dedicado por las cadenas mexicanas a los programas de ficción supuso el 14,8% del total, siendo el género del entretenimiento el más popular con un 37,1%. En el trienio 2014-2016 los programas de ficción alcanzaron un porcentaje promedio de casi el 16% (cuadro 2.2.31).

Cuadro 2.2.31

<i>Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales mexicanos</i>				
Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Informativos	21,0	21,0	15,9	19,3
Entretenimiento	44,0	43,0	37,1	41,4
Educativo	4,0	4,0	3,4	3,8
Deporte	3,0	3,0	18,7	8,2
Ficción	16,0	17,0	14,8	15,9
Otros	12,0	12,0	10,1	11,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

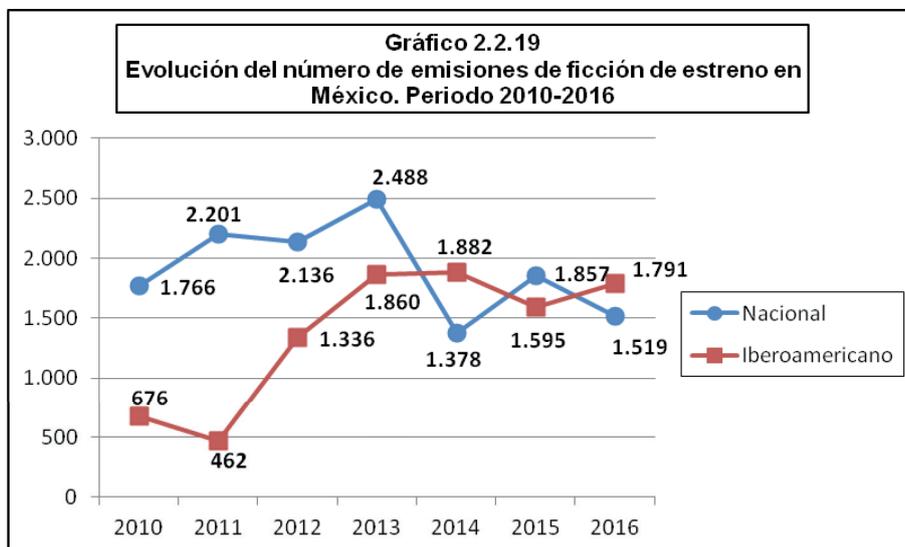
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 60% en 2016. Los países que más producciones televisivas aportaron, aparte de México, en dicho periodo, fueron Estados Unidos (8 títulos) y Colombia (5 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en 2016 alcanzaron el 52,8% del total de emisiones y el 50,9% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.32).

Cuadro 2.2.32

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. México

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	13	10
Brasil	2	170	85
Chile	0	0	0
Colombia	5	436	218
Ecuador	0	0	0
España	2	56	28
EE.UU.	8	678	339
México	27	1.519	705
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	45	2.872	1.385

La evolución del número de emisiones en los canales mexicanos en el periodo 2010-2016 figura en el gráfico 2.2.19. Las series nacionales se movieron en un rango situado entre las 2.488 emisiones (2013) y las 1.378 (2014) y las iberoamericanas alcanzaron un máximo de de 1.882 en 2014, y su volumen fue constante entre 2012 y 2016.



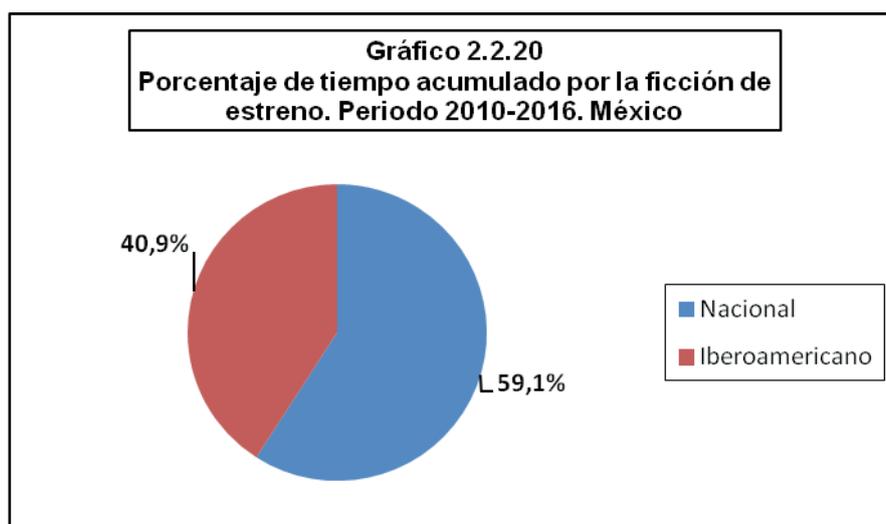
Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 59% del total de emisiones y casi el 60% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos (habla hispana), Colombia y Venezuela (cuadro 2.2.33).

Cuadro 2.2.33

Ficción acumulada de estreno por países de origen. México. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	1	0,4	13	0,1	10	0,1
Brasil	9	3,4	761	3,4	465	2,6
Chile	4	1,5	274	1,2	253	1,4
Colombia	22	8,3	1.757	7,8	1.539	8,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	8	3,0	666	3,0	522	2,9
EE.UU.	44	16,5	4.398	19,5	3.117	17,6
México	166	62,4	13.285	59,0	10.595	59,8
Perú	1	0,4	90	0,4	88	0,5
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	11	4,1	1.147	5,1	990	5,6
Otros	0	0,0	118	0,5	131	0,7
Total	266		22.509		17.710	

El porcentaje de tiempo acumulado en el periodo 2010-2016 es del 59,1% para las series autóctonas y casi el 41% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.20).



La telenovela fue el género más habitual en los canales mexicanos durante 2016. El 69,9% del total de emisiones y el 70,6% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.34)

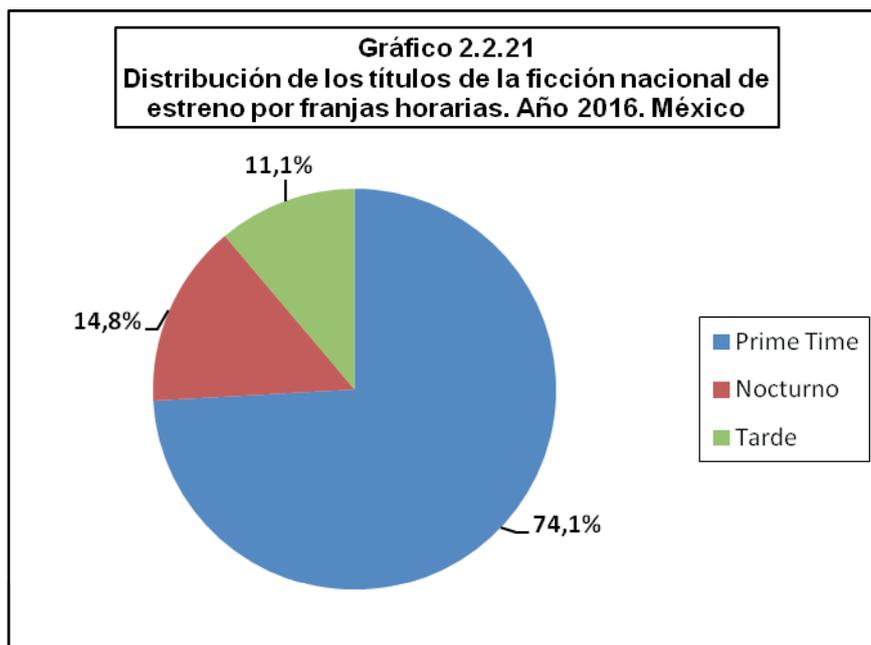
En cuanto a las franjas, el 68,7% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time*, el 18,9 en el horario de nocturno y el 12,4% en la franja de tarde. Los títulos nacionales se estrenaron, mayoritariamente, en horario de máxima audiencia (74,1%), según figura en el gráfico 2.2.21.

Cuadro 2.2.34

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. México. Año 2016

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	1.204	579	14	1.103	550
Serie	11	288	126	11	657	334
Miniserie	0	0	0	2	31	10
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	2	17	0	0	0	0
Total	27	1.509	705	27	1.791	894

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	260	130	150	75	410	205
Prime Time	1.184	538	1.090	543	2.274	1.087
Nocturno	75	6	551	275	626	307
Total	1.519	674	1.791	893	3.310	1.599



Las producciones de estreno emitidas en Canal 2 (Televisa) fueron las más populares en 2016. El ranking de audiencia estuvo dominado por las telenovelas mexicanas *Por siempre Joan Sebastián* y *La rosa de Guadalupe*, con máximos del 15,6%, y del 15,1%, respectivamente (cuadro 2.2.35). Según datos de Nielsen IBOPE, la serie más popular en México en 2017 es *Hoy voy a cambiar*, con un porcentaje promedio próximo al 12%.

Cuadro 2.2.35

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Por siempre Joan Sebastián	México	Canal 2	15,6	24,9
2	La rosa de Guadalupe	México	Canal 2	15,1	30,0
3	Un camino hacia el destino	México	Canal 2	14,9	28,2
4	Amo despertar contigo	Colombia	Canal 2	13,7	25,8
5	Vino el amor	Chile	Canal 2	13,4	23,7
6	Tres veces Ana	México	Canal 2	13,4	22,7
7	El hotel de los secretos	España	Canal 2	12,9	26,8
8	Corazón que miente	México	Canal 2	12,9	22,4
9	Las Amazonas	Venezuela	Canal 2	12,7	22,8
10	Hasta que te conocí	México	Canal 1	12,2	20,3



PERÚ

Los canales de televisión de la muestra de Perú son Frecuencia Latina, América TV, Panamericana, ATV, Global TV y el canal público de TV Perú (ver cuadro 2.1.1). América TV (8,2%) y Frecuencia Latina (5,9%) son los canales con más audiencia.

El tiempo dedicado por las cadenas peruanas a los programas de ficción supuso el 37,3% del total, seguido de los programas informativos con el 33%. En el promedio del trienio 2014-2016 la ficción supone el 37,5% (cuadro 2.2.36).

Cuadro 2.2.36

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales peruanos

Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Informativos	33,1	32,8	33,0	33,0
Entretenimiento	21,2	21,9	22,6	21,9
Deporte	3,9	3,3	2,7	3,3
Ficción	37,2	37,9	37,3	37,5
Otros	4,6	4,1	4,4	4,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

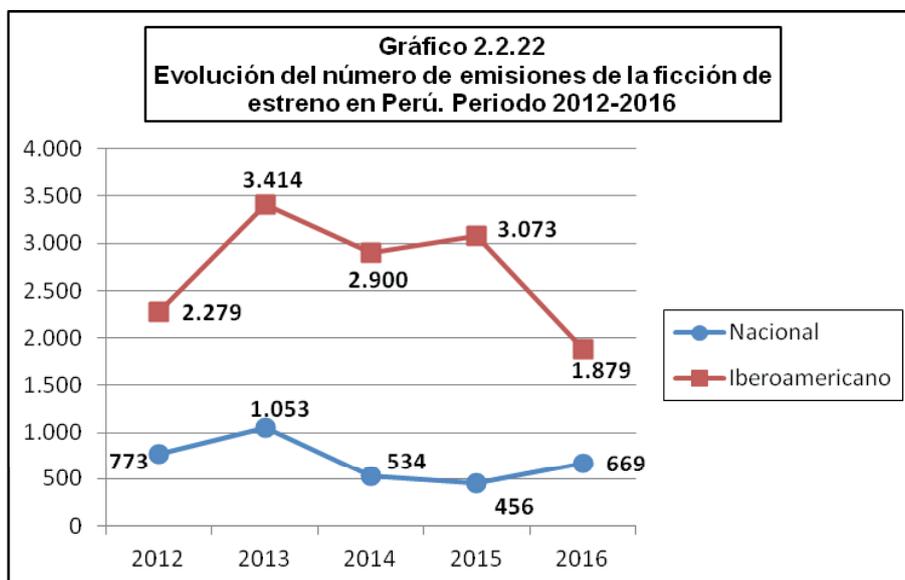
El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representó el 28,2% en 2016 (11 títulos). Los países iberoamericanos que aportaron más producciones a los canales peruanos fueron México (21 títulos) y Estados Unidos (4 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en 2016 alcanzaron el 26,2% del total de emisiones y tiempo total de programación de ficción de estreno (cuadro 2.2.37).

Cuadro 2.2.37

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Perú

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	1	29	54
Chile	0	0	0
Colombia	2	57	57
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	4	236	249
México	21	1.557	1.511
Perú	11	669	665
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	39	2.548	2.536

La evolución del número de emisiones de Ficción en el periodo 2012-2016 muestra un máximo en 2013 de 3.414 emisiones para las obras iberoamericanas y de 1.053 para las nacionales (gráfico 2.2.22).



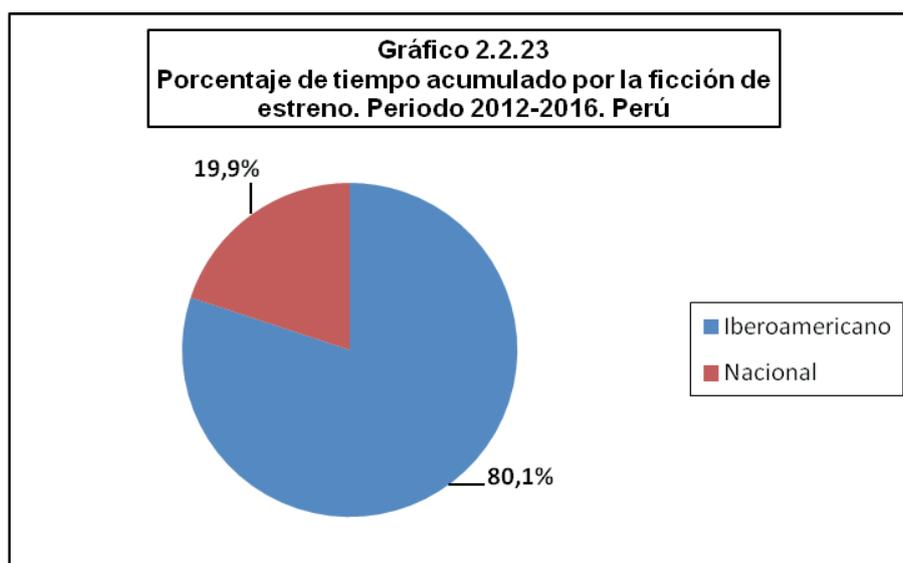
Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en el trienio 2012-2016 alcanzaron el 19,6% del total de emisiones y el 19,3% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales peruanos analizados fueron México, Brasil, Estados Unidos y Colombia (cuadro 2.2.38).

Cuadro 2.2.38

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Perú. Periodo 2012-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	4	1,6	107	0,6	100	0,6
Brasil	27	10,7	1.860	10,6	1.730	10,8
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	27	10,7	1.287	7,3	1.301	8,1
Ecuador	2	0,8	41	0,2	28	0,2
España	2	0,8	44	0,3	34	0,2
EE.UU.	34	13,5	2.153	12,2	2.183	13,6
México	81	32,1	7.084	40,3	6.146	38,4
Perú	65	25,8	3.445	19,6	3.092	19,3
Portugal	1	0,4	22	0,1	18	0,1
Uruguay	2	0,8	19	0,1	14	0,1
Venezuela	2	0,8	206	1,2	172	1,1
Otros	5	2,0	1.312	7,5	1.189	7,4
Total	252		17.580		16.007	

El porcentaje de tiempo acumulado por la ficción de estreno en el periodo 2012-2016 fue de casi el 20% para las series nacionales y del 80,1% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.23).



La telenovela fue el género más habitual en los canales peruanos durante 2016. El 89,1% del total de emisiones y del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.39).

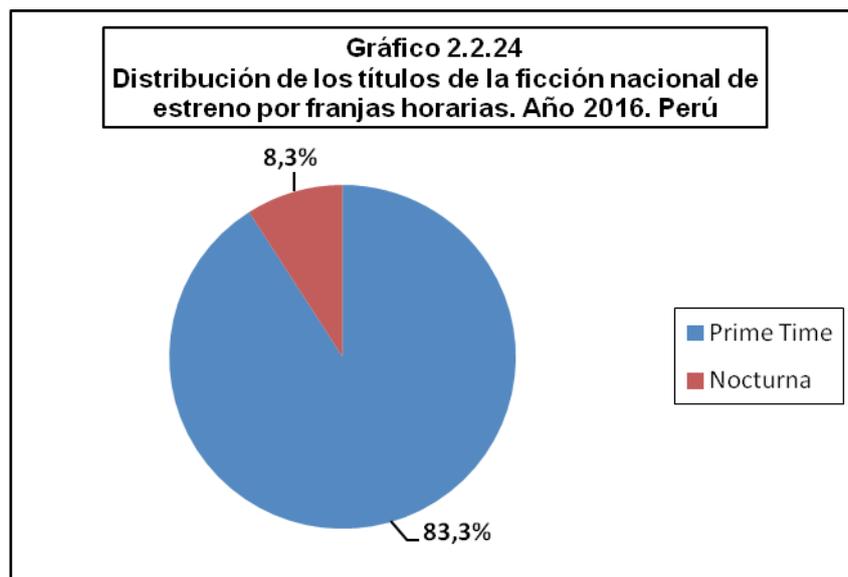
En cuanto a las franjas, la mayoría de las emisiones nacionales se programaron en el *prime time* y las iberoamericanas entre la franja de tarde y la de máxima audiencia (cuadro 2.2.39 y gráfico 2.2.24).

Cuadro 2.2.39

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. México. Año 2016

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	9	464	462	25	1.808	1.798
Serie	1	10	10	2	58	59
Miniserie	0	0	0	1	13	13
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	195	194	0	0	0
Total	11	669	666	28	1.879	1.870

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	0	0	831	857	831	857
Prime Time	488	489	228	253	716	742
Nocturno	2	2	277	218	279	220
Total	490	491	1.336	1.328	1.826	1.819



Las producciones de estreno peruanas emitidas en América TV fueron las más populares en 2016. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie peruana *Al fondo hay sitio*, con un máximo del 25,7% de audiencia, seguido de *Mis tres Marías* y *Ven baila quinceañera* (cuadro 2.2.40).

Cuadro 2.2.40

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. Perú

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Al fondo hay sitio (8T)	Perú	América Televisión	25,7	38,9
2	Mis tres Marías	Perú	América Televisión	23,4	35,2
3	Ven baila quinceañera	Perú	América Televisión	23,2	37,4
4	Valiente amor	Perú	América Televisión	22,1	32,7
5	VBQ todo por la fama	Perú	América Televisión	28,0	31,5
6	El regreso de Lucas	Argentina	América Televisión	16,4	25,8
7	Pasión y poder	México	América Televisión	16,2	25,4
8	Hasta que te conocí	México	Frecuencia Latina	12,8	18,8
9	Amores que matan	Perú	América Televisión	11,1	19,7
10	Un camino hacia el destino	México	América Televisión	9,6	21,3



PORTUGAL

Los canales incluidos en el estudio de Portugal son SIC, TVI y los canales públicos RTP1, RTP2 y RTP3 (ver cuadro 2.1.1). Los canales con más audiencia son TVI (4,3%) y SIC (3,5%).

En 2016, el género que ocupó más tiempo de programación fue el de los informativos (24,3%) seguido de la ficción (23,7%). En el promedio del periodo 2014-2016, la ficción supuso el 23,3% (cuadro 2.2.41).

Cuadro 2.2.41

Porcentaje de dedicado por los canales portugueses a cada género

Género	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	23,8	22,3	23,7	23,3
Información	25,1	24,7	24,3	24,7
Entretenimiento	22,5	22,9	21,7	22,4
Deportes	3,1	2,6	4,1	3,3
Culturales	8,4	9,7	9,6	9,2
Publicidad	6,6	6,8	4,7	6,0
Otros	10,6	11,0	11,9	11,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

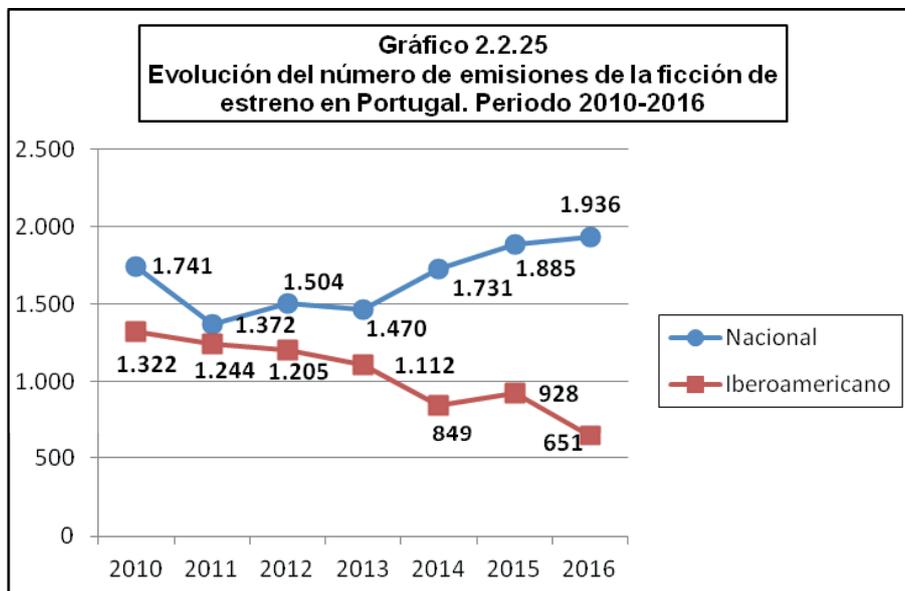
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 71,4% en el año 2016 (25 títulos). Otros países que aportaron producciones televisivas fueron Brasil (9 títulos) y Argentina (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en 2016 alcanzaron el 74,8% del total de emisiones y el 72,8% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.42).

Cuadro 2.2.42

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Portugal

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	45	47
Brasil	9	606	413
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	25	1.936	1.233
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	35	2.587	1.693

La evolución del número de emisiones de Ficción en el periodo 2010-2016 muestra un máximo en 2016 de 1.936 emisiones para las obras nacionales y otro de 1.322 para las iberoamericanas en 2010 (gráfico 2.2.25).



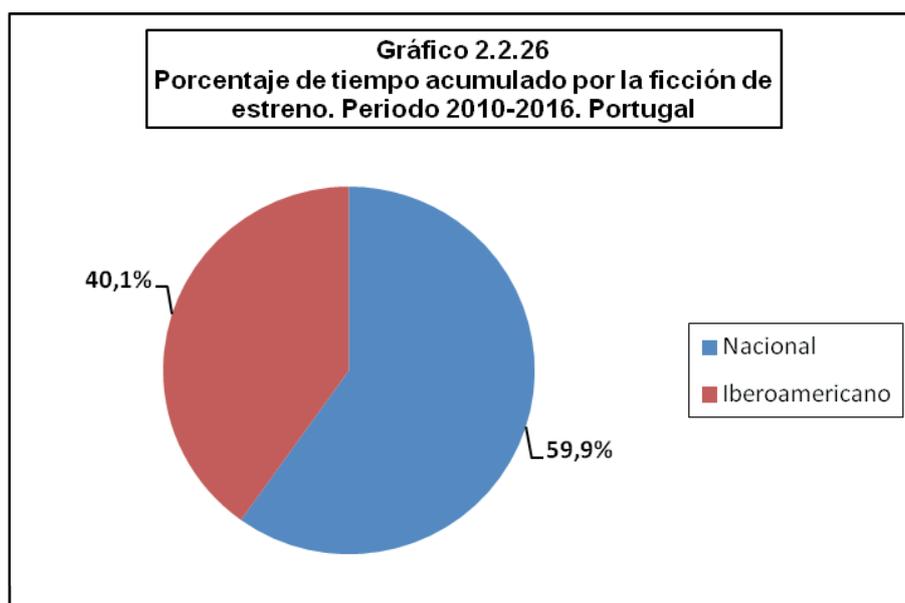
Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 61,4% del total de emisiones y casi el 60% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.43). Tras Portugal, en este periodo el país que aportó más ficción a la parrilla de los canales portugueses analizados fue Brasil (36,3% del tiempo total).

Cuadro 2.2.43

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Portugal. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	4	1,6	404	2,1	359	2,5
Brasil	71	29,0	6.655	35,1	5.126	36,3
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	3	1,2	48	0,3	19	0,1
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	165	67,3	11.639	61,4	8.450	59,9
Uruguay	1	0,4	10	0,1	18	0,1
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	1	0,4	194	1,0	145	1,0
Total	245		18.950		14.117	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en Portugal fue del 59,9% para las series nacionales y del 40,1% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.26).



La telenovela fue el género más habitual en los canales portugueses durante 2016. El 82,9% del total de emisiones y el 80,7% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.44). El número de títulos de telenovelas de estreno fue también el más elevado (15 títulos), seguido de las series (12 títulos).

En cuanto a las franjas, el 76,7% de las emisiones y 74,2% del tiempo de programación se registró en la franja de *prime time*. Por su origen, el 90,5% de las emisiones nacionales se difundió en la mencionada franja de máxima audiencia y el 38,4% de los capítulos de las series iberoamericanas se programó en la franja de tarde (cuadro 2.2.44).

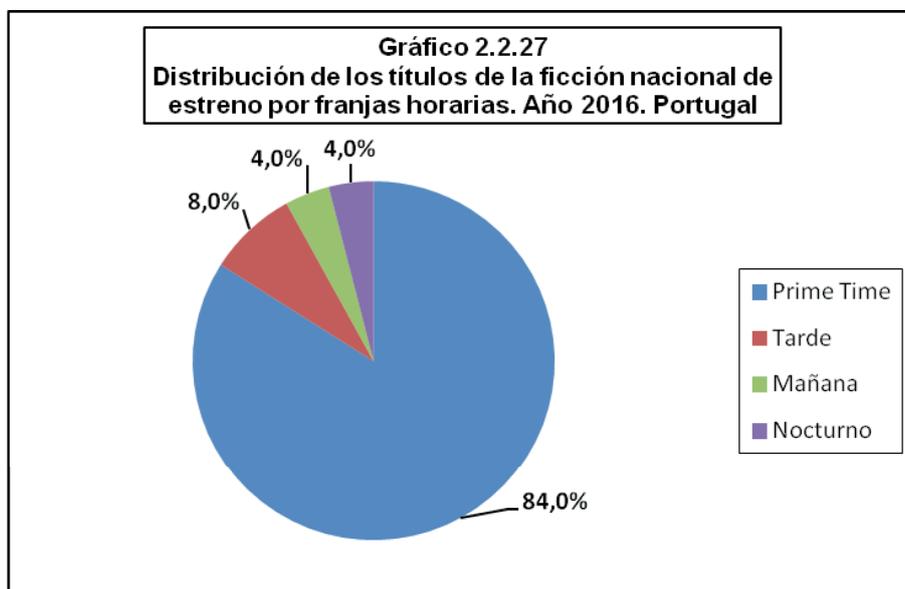
Cuadro 2.2.44

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Portugal. Año 2016

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	8	1.554	965	7	591	402
Serie	11	303	204	1	45	47
Miniserie	4	12	10	2	15	11
Telefilm	1	1	2	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	66	52	0	0	0
Total	25	1.936	1.233	10	651	460

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	14	8	45	46	59	55
Tarde	169	126	250	173	419	299
Prime Time	1.752	1.096	233	161	1.985	1.257
Nocturno	1	2	123	80	124	82
Total	1.936	1.232	651	460	2.587	1.693

La distribución de los títulos de la ficción autóctona corrobora lo anterior, ya que el 84% se ubicaron en la franja de prime time (gráfico 2.2.27).



Las producciones seriadas de estreno emitidas en TVI y SIC fueron las más populares en 2016 (cuadro 2.2.45). El *ranking* de ficción estuvo dominado por la telenovela portuguesa *Única mulher II* con un máximo del 16% de audiencia y un 31,5% de *share*.

Cuadro 2.2.45

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Única mulher II	Portugal	TVI	16,0	31,5
2	Coração d'ouro	Portugal	SIC	13,9	28,3
3	Amor maior	Portugal	SIC	12,6	26,9
4	A impostora	México	TVI	12,6	27,0
5	Única mulher III	Portugal	TVI	12,2	28,3
6	Santa Bárbara	México	TVI	10,9	29,8
7	Rainha das flores	Portugal	SIC	9,5	23,2
8	Poderosas	Portugal	SIC	7,9	20,2
9	Massa fresca	Portugal	TVI	5,9	18,2
10	O leao da estrela	Portugal	RTP	5,5	10,9



URUGUAY

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Uruguay son Montecarlo TV, Saeta, Teledoce y el canal público Televisión Nacional de Uruguay (ver cuadro 2.1.1). Los canales con más audiencia son Saeta (7,8%) y Teledoce (7,1).

En 2016, el género al que más tiempo dedicaron las cadenas uruguayas fue el de entretenimiento (32%), seguido de la información (26,9%) y de la ficción (25,9%). El porcentaje promedio de la ficción en el periodo 2014-2015 sitúa en el 28,3% (cuadro 2.2.46).

Cuadro 2.2.46

<i>Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales uruguayos</i>				
Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	28,3	30,6	25,9	28,3
Información	23,3	24,7	26,9	25,0
Entretenimiento	27,6	27,2	32,0	28,9
Deportivo	3,6	2,9	3,1	3,2
Servicio	11,7	11,6	10,2	11,2
Otros	5,5	3,0	1,9	3,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

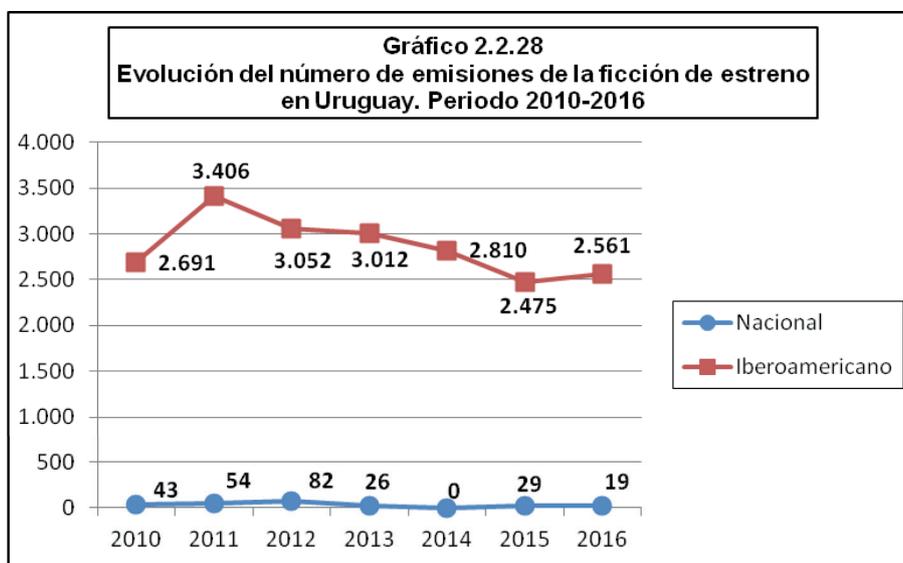
Los países con mayor número de títulos de estreno en los canales uruguayos son España (12), Brasil (9) y Argentina (6 títulos). En 2016 solo hubo dos títulos de estreno de series uruguayas y los porcentajes de emisiones y tiempo de programación no sobrepasan el 1% sobre el total (cuadro 2.2.47).

Cuadro 2.2.47

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Uruguay

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	6	528	487
Brasil	9	651	580
Chile	1	24	22
Colombia	2	186	160
Ecuador	0	0	0
España	12	666	701
EE.UU.	4	149	146
México	3	178	160
Perú	0	0	0
Portugal	1	179	200
Uruguay	2	19	9
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	40	2.580	2.465

La gráfica de la evolución de las emisiones de ficción en el periodo 2010-2016 muestra la reducida producción nacional. Respecto a las series iberoamericanas, existe un máximo de 3.406 emisiones en 2011 y un mínimo de 2.475 en 2015 (gráfico 2.2.28).



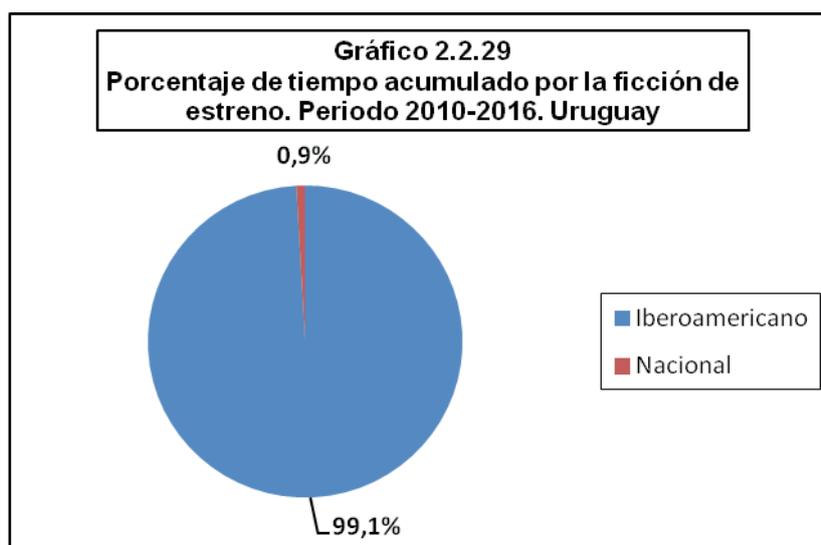
Los porcentajes acumulados por la ficción uruguaya en el periodo 2010-2016 tan solo alcanzaron el 1,2% del total de emisiones y el 0,9% del tiempo total de programación. En este periodo, los países con más volumen de programación en la parrilla de los canales uruguayos son Argentina, Brasil, España y México (cuadro 2.2.48).

Cuadro 2.2.48

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Uruguay. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	66	22,5	4.480	22,1	4.132	22,4
Brasil	49	16,7	3.614	17,8	3.182	17,2
Chile	12	4,1	525	2,6	427	2,3
Colombia	24	8,2	1.556	7,7	1.354	7,3
Ecuador	0	0,0	825	4,1	0	0,0
España	37	12,6	2.654	13,1	3.357	18,2
EE.UU.	19	6,5	1.102	5,4	1.027	5,6
México	46	15,7	3.575	17,6	3.354	18,2
Perú	1	0,3	28	0,1	17	0,1
Portugal	1	0,3	179	0,9	200	1,1
Uruguay	13	4,4	253	1,2	163	0,9
Venezuela	5	1,7	427	2,1	417	2,3
Otros	20	6,8	1.042	5,1	833	4,5
Total	293		20.260		18.463	

La distribución acumulada del tiempo de programación en Uruguay en cuanto a su origen fue del 99,1% para las series iberoamericanas y del 0,9% para las nacionales (gráfico 2.2.29).



La telenovela fue el género más habitual en los canales uruguayos durante 2016. El 70,9% del total de emisiones y el 68,5% del tiempo total de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.49). El número de títulos de telenovelas de estreno también fue el más elevado (22 títulos), seguido de las series (14 títulos).

En cuanto a las franjas, el 56% de las emisiones de la ficción de estreno se difundió en la franja nocturna y casi un 28% en la de tarde. La ficción nacional se programó íntegramente en horario de *prime time* (cuadro 2.2.49).

Cuadro 2.2.49

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Uruguay. Año 2016

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	22	1.830	1.690
Serie	2	19	8	12	690	733
Miniserie	0	0	0	4	41	34
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	2	19	8	38	2.561	2.457

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	0	0	720	720	720	720
Prime Time	19	8	395	358	414	367
Nocturno	0	0	1.446	1.379	1.446	1.378
Total	19	8	2.561	2.457	2.580	2.465

Las producciones de estreno iberoamericanas emitidas en Saeta y Teledoce fueron las más populares en 2016 en los canales uruguayos (cuadro 2.2.50). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la telenovela brasileña *Moisés y los diez mandamientos* (17,7%) y por la serie colombiana *Celia* (16,7%).

Cuadro 2.2.50

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2016. Uruguay

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	Saeta	17,7	28,2
2	Celia	Colombia	Saeta	16,7	29,5
3	Mujeres ambiciosas	Brasil	Teledoce	15,3	21,7
4	Imperio	Brasil	Teledoce	14,6	23,6
5	Reglas del juego	Brasil	Teledoce	14,2	20,5
6	Verdades secretas	Brasil	Teledoce	14,2	22,2
7	La esclava blanca	Colombia	Saeta	13,0	22,8
8	Esperanza mía	Argentina	Teledoce	13,0	20,8
9	Amores robados	Brasil	Teledoce	11,5	22,9
10	Los ricos no piden permiso	Argentina	Teledoce	11,6	17,7



VENEZUELA

Los canales incluidos en el estudio de Venezuela son Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televén, TV Familia, Tvepaco, Vale TV, Venevisión y los canales públicos ANTV, Tele Sur, TVes, VTV, Vive TV, Colombeia, Ávila TV y Conciencia TV (ver cuadro 2.1.1). El canal con más audiencia es Globovisión (2,1%).

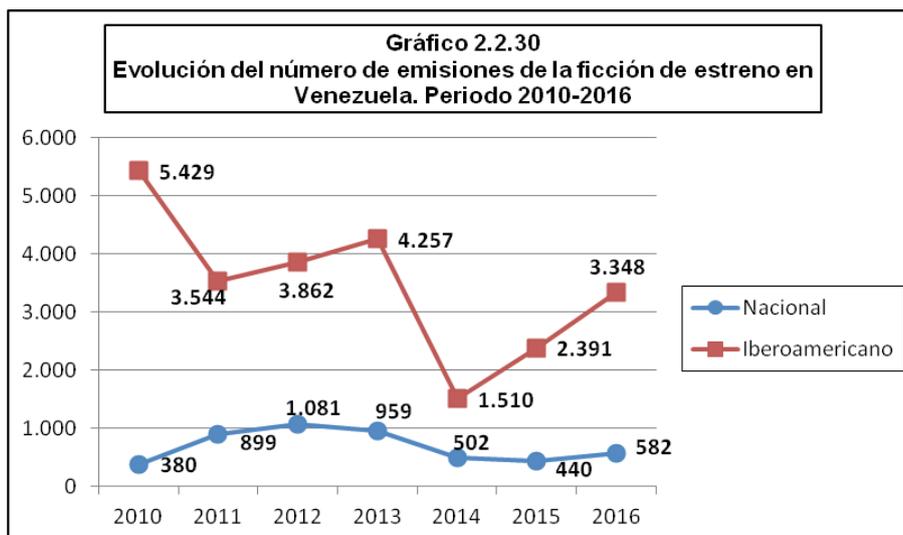
En 2016, el número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 20,5% (7 títulos). Los países que aportaron más producciones televisivas fueron México (12 títulos) y Colombia (7 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana alcanzaron el 23% del total de emisiones y el 24,7% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.51).

Cuadro 2.2.51

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. Venezuela

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	3	39	34
Brasil	2	255	216
Chile	0	0	0
Colombia	7	577	430
Ecuador	0	0	0
España	1	28	20
EE.UU.	2	97	68
México	12	1.584	985
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	7	768	575
Otros	0	0	0
Total	34	3.348	2.328

En el periodo 2010-2016, la ficción nacional de estreno se mueve en unos intervalos comprendidos entre 380 emisiones (2010) y 1.081 (2012). La muestra de la programación de obras iberoamericanas es irregular, con un máximo de 5.429 emisiones (2010) y un mínimo de 1.510 emisiones (2014), según muestra el gráfico 2.2.30.



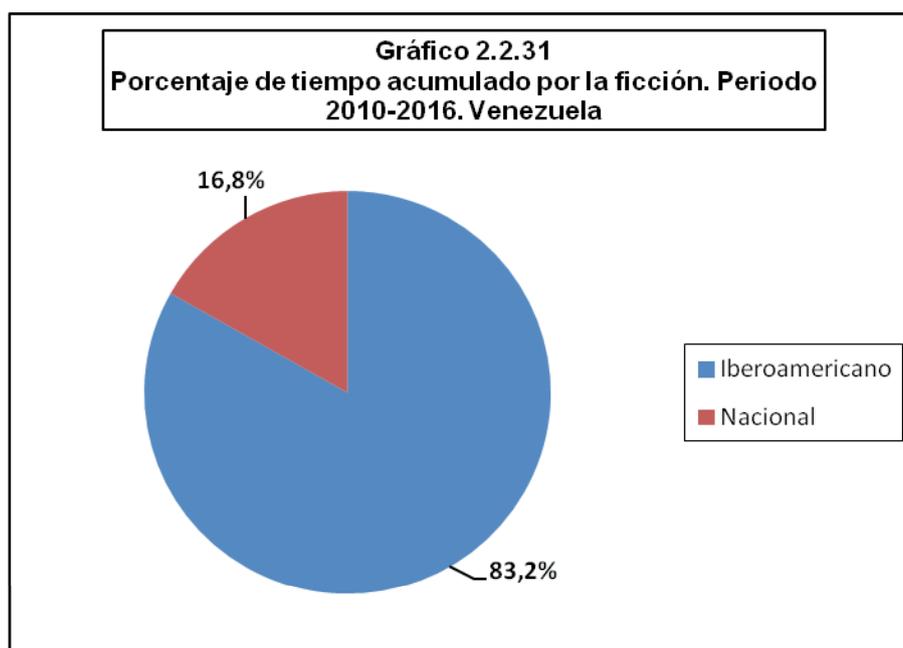
Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana en el periodo 2010-2016 representaron el 14% del total de emisiones y el 13,8% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de canales venezolanos fueron México, Colombia, Estados Unidos y Brasil (cuadro 2.2.52).

Cuadro 2.2.52

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Venezuela. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	12	3,5	1.008	3,4	771	3,4
Brasil	22	6,4	2.058	7,0	1.628	7,1
Chile	3	0,9	94	0,3	80	0,4
Colombia	92	26,6	7.453	25,5	6.149	27,0
Ecuador	3	0,9	224	0,8	198	0,9
España	2	0,6	95	0,3	70	0,3
EE.UU.	41	11,8	3.371	11,5	2.666	11,7
México	86	24,9	8.871	30,3	6.479	28,4
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,3	22	0,1	18	0,1
Uruguay	1	0,3	9	0,0	7	0,0
Venezuela	62	17,9	4.081	14,0	3.148	13,8
Otros	21	6,1	1.965	6,7	1.592	7,0
Total	346		29.251		22.806	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en Venezuela fue del 16,8% para las series nacionales y del 83,2% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.31).



La telenovela fue el género más habitual en los canales venezolanos durante 2016. El 74,1% del total de emisiones y el 68,7% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 2.2.53).

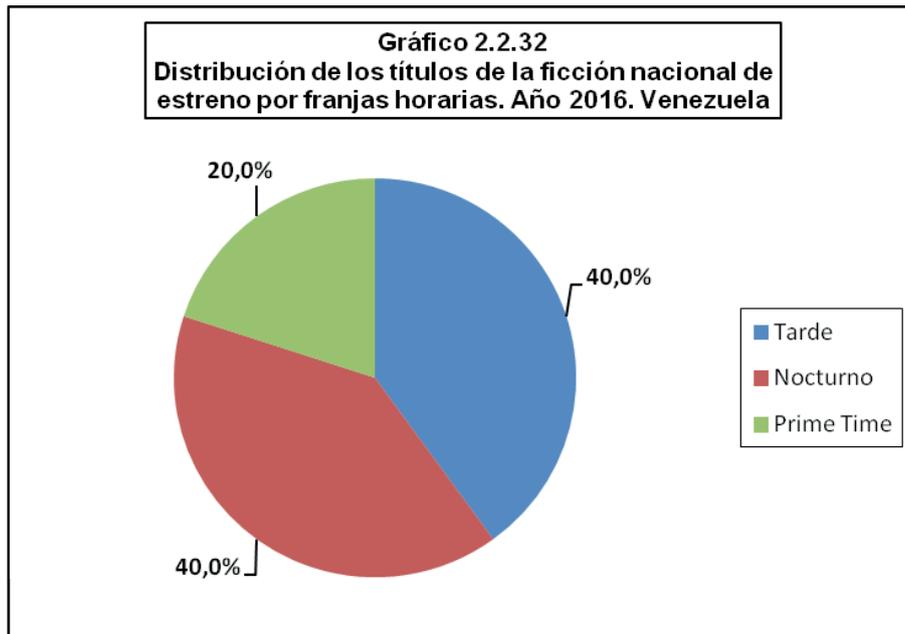
En cuanto a las franjas, el 40% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en el horario nocturno, el 38,3% en *prime time* y el 21,7% en el horario de tarde (cuadro 2.2.53). Las emisiones de ficción nacional se emitieron mayoritariamente en la franja de tarde y los títulos de estreno se distribuyeron entre el horario nocturno y de tarde (gráfico 2.2.32).

Cuadro 2.2.53

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Venezuela. Año 2016

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	5	582	436	17	2.330	1.164
Serie	0	0	0	8	878	678
Miniserie	0	0	0	2	56	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	2	84	50
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	5	582	436	29	3.348	1.892

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	262	196	593	393	855	589
Prime Time	120	90	1.385	749	1.505	839
Nocturno	200	150	1.370	750	1.570	900
Total	582	436	3.348	1.892	3.930	2.328



Las producciones de estreno emitidas en Venevisión fueron las más populares en 2016 (cuadro 2.2.54). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la telenovela mexicana *Hasta que te conocí* con un 4%.

Cuadro 2.2.54

Ranking de audiencia de la Ficción. Venezuela. Año 2016

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Hasta que te conocí	México	Venevisión	4,0	48,6
2	Amores con trampa	México	Venevisión	3,6	43,8
3	Teresa	México	Venevisión	3,4	48,0
4	Arroz con leche	Venezuela	Venevisión	3,4	48,7
5	Amor secreto	Venezuela	Venevisión	3,2	42,4
6	Lo imperdonable	México	Venevisión	3,0	43,1
7	Pasión y poder	México	Venevisión	2,8	39,9



ESTADOS UNIDOS

Los canales incluidos en el estudio de Estados Unidos (habla hispana) son Azteca América, Estrella TV, Mundo-Fox, Telemundo, UniMás, Univision y V-Me (ver cuadro 2.1.1). Los canales con más audiencia son Univision (41,4%) y Telemundo (36,1%).

En 2016, los programas a los que más emisiones dedicaron las cadenas estadounidenses fueron los de ficción, con el 43,9% del total, seguido de los de entretenimiento con el 16,2%. El promedio de la ficción en el trienio 2014-2016 representa el 43,8% (cuadro 2.2.55).

Cuadro 2.2.55

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales estadounidenses

Géneros	2014	2015	2016	Promedio
Informativos	12,3	11,7	11,9	12,0
Entretenimiento	16,7	16,0	16,2	16,3
Deporte	6,5	5,3	5,3	5,7
Educativo	0,7	2,4	0,1	1,1
Ficción	43,8	43,6	43,9	43,8
Infoshows	11,4	11,4	11,5	11,4
Concurso	1,4	1,2	1,4	1,3
Otros	7,2	8,4	9,7	8,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

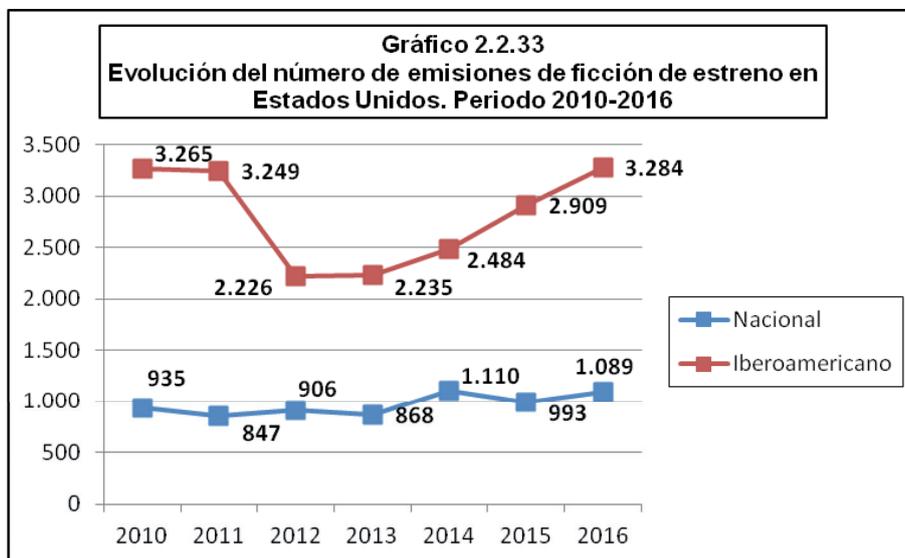
El número total de títulos iberoamericanos frente a los nacionales representó el 29,6% (19 títulos) en 2016 (cuadro 2.2.56). Los países que aportaron más producciones de ficción en dicho año fueron México (26 títulos), Estados Unidos (19), Colombia (8) y Brasil (6). Las emisiones de la ficción americana suponen casi el 25% sobre el total de emisiones y el 23,9% sobre el tiempo de programación.

Cuadro 2.2.56

Ficción de estreno por países de origen. Año 2016. USA

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	6	257	286
Chile	0	0	0
Colombia	8	959	966
Ecuador	0	0	0
España	4	97	106
EE.UU.	19	1.089	1.059
México	26	1.839	1.873
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	1	132	132
Otros	0	0	0
Total	64	4.373	4.422

La ficción nacional de estreno se mueve en un volumen de emisiones bastante constante, situándose entre un mínimo de 847 emisiones (2011) y un máximo de 1.110 emisiones (2014). La programación de obras iberoamericanas tiene un máximo de 3.284 emisiones (2016) y un mínimo de 2.226 (2012), según muestra el gráfico 2.2.33.



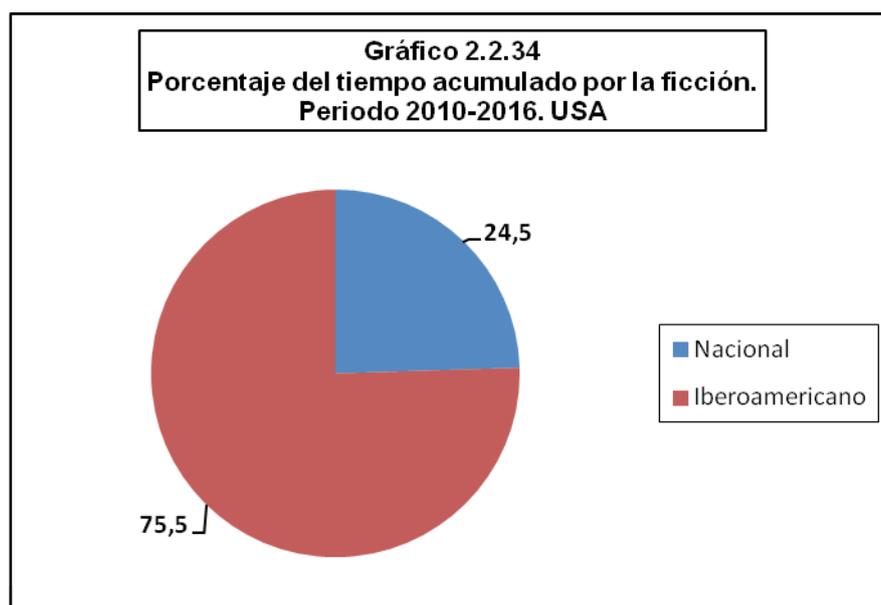
Los porcentajes acumulados por la ficción estadounidense en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 25,6% del total de emisiones y el 24,5% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de los canales de Estados Unidos fueron México, Colombia, Brasil y Venezuela (cuadro 2.2.57).

Cuadro 2.2.57

Ficción acumulada de estreno por países de origen. USA. Periodo 2010-2016

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	22	5,6	1.268	4,8	1.478	5,5
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	52	13,3	3.403	12,9	3.398	12,5
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	4	1,0	97	0,4	106	0,4
EE.UU.	115	29,5	6.748	25,6	6.650	24,5
México	179	45,9	13.674	51,8	14.238	52,5
Perú	1	0,3	39	0,1	58	0,2
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	15	3,8	1.138	4,3	1.135	4,2
Otros	2	0,5	30	0,1	55	0,2
Total	390		26.397		27.118	

La distribución acumulada del tiempo de programación fue del 24,5% para las series nacionales y del 75,5% para las iberoamericanas durante el periodo 2010-2016 (gráfico 2.2.34).



La telenovela fue el género más habitual en los canales americanos durante 2016. El 75,4% del total de emisiones y el 75,3% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 2.2.58).

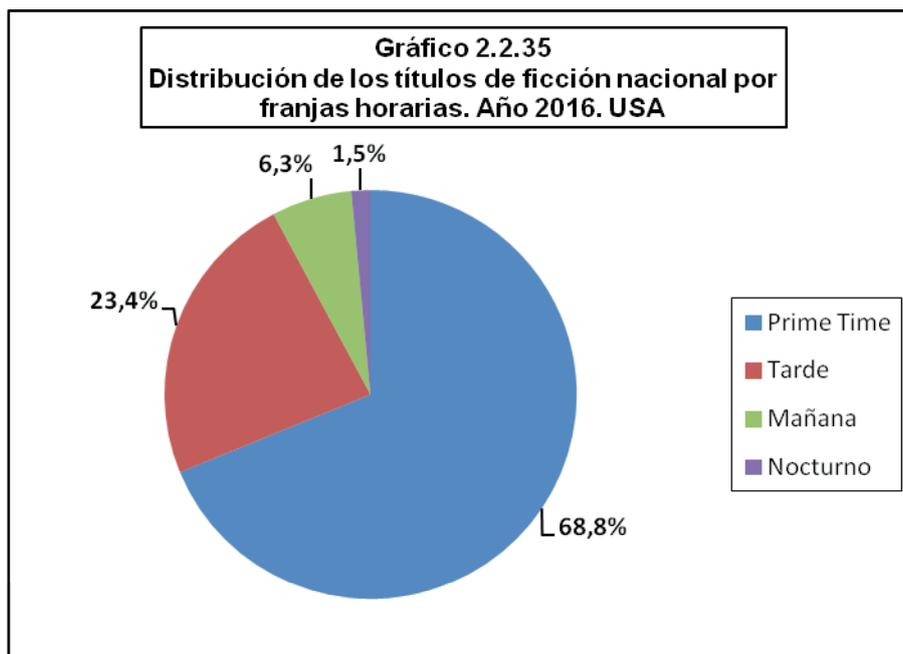
En cuanto a las franjas, el 58,7% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 27,1% en el horario de tarde (cuadro 2.2.58). El porcentaje de títulos de ficción nacional de estreno programados en *prime time* es del 68,8% (gráfico 2.2.35).

Cuadro 2.2.58

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. USA. Año 2016

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	15	942	901	30	2.359	2.429
Serie	4	147	158	10	576	588
Miniserie	0	0	0	1	19	18
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	4	330	328
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	19	1.089	1.059	45	3.284	3.363

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	422	423	422	423
Tarde	0	0	1.185	1.226	1.185	1.226
Prime Time	1.089	1.059	1.480	1.517	2.569	2.576
Nocturno	0	0	197	197	197	197
Total	1.089	1.059	3.284	3.363	4.373	4.422



Las producciones de estreno más populares en 2015 en USA fueron emitidas en Univisión y Telemundo (cuadro 2.2.59). El ranking de audiencia de ficción estuvo dominado por la producción estadounidense *Hasta que te conocí*, con un 11,1% de audiencia y por la mexicana *Yo no creo en los hombres*, con un 10,3%.

Cuadro 2.2.59

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. USA

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Hasta que te conocí	EE.UU.	Telemundo	11,1	18,8
2	Yo no creo en los hombres	México	Univisión	10,3	18,9
3	Pasión y poder	México	Univisión	9,8	16,9
4	La señora acero 2	EE.UU.	Telemundo	9,4	17,1
5	Vino el amor	Chile	Univisión	9,0	15,9
6	La señora acero 3: La coyote	EE.UU.	Telemundo	8,9	16,8
7	El señor de los cielos 4	EE.UU.	Telemundo	8,8	16,3
8	Muchacha italiana viene a casarse	Argentina	Univisión	8,8	15,8
9	Hotel de los secretos	España	Univisión	8,6	16,0
10	El Chema	EE.UU.	Telemundo	8,6	17,0



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



2017, AÑO DE CIFRAS HISTÓRICAS PARA LA INDUSTRIA
CINEMATOGRAFICA MEXICANA

2017, AÑO DE CIFRAS HISTÓRICAS PARA LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA MEXICANA

*Por Tabata Vilar
Directora General de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (México)*

En el marco del 33 Festival Internacional de Cine de Guadalajara, celebrado en marzo de 2018, el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) presentó la octava edición de su Anuario Estadístico, mismo que contiene un meticuloso trabajo, consistente en recabar, procesar y dar a conocer los aspectos más relevantes del quehacer cinematográfico mexicano. A continuación, me permito resumir lo que me parece más relevante del contenido de 2017 de este Anuario.

Respecto a la contribución de la industria cinematográfica a la economía mexicana, en 2016, el PIB de la industria cinematográfica creció 15.1% con respecto al año anterior, cuando el PIB nacional solo creció 2.2%. Es decir que, en 2016, el comportamiento del cine fue cinco veces más dinámico que el conjunto de la economía mexicana. Este incremento ha sido constante. De 2008 a 2016, el PIB la industria del cine creció 5%, mientras que el PIB nacional promedio en el mismo periodo creció tan solo 2%.

En 2017 se produjeron 176 películas mexicanas. Nunca en la historia de México se habían producido tantas películas. En 2016, el récord se logró con 162 producciones y en 2015, con 140. Destaca que la producción no apoyada por el Estado alcanzó en 2017 el 45% del total de la producción, la cifra más alta en los últimos 30 años.

Según datos de la UNESCO y del Observatorio Audiovisual Europeo, México está entre los 20 países con mayor producción cinematográfica, y en los tres primeros de Latinoamérica.

México se consolida en su dimensión artística e industrial, como queda de manifiesto con los 103 premios y reconocimientos obtenidos por los filmes mexicanos en festivales de cine en todo el mundo. De igual forma, hoy el cine mexicano tiene presencia en plataformas digitales públicas como FilmLatino, CINEMA MEXICO digital, Retina Latina y Pantalla CACI.

En 2017 se estrenaron 88 películas mexicanas en cines, la tercera cifra más alta en tres décadas. Si bien 2017, no fue el año con mayor asistencia a cine mexicano, el hecho de 22.4 millones de asistentes hayan visto cine mexicano, prueba que se siguen generando y consolidando las audiencias para nuestro cine nacional.

En 2017, el 21% de los estrenos fueron de películas mexicanas. De cada 5 películas estrenadas, una fue mexicana. Lo que más demanda la audiencia mexicana son las comedias. Solo 17 películas mexicanas del género comedia lograron el 85% de la asistencia en 2017.

El porcentaje de la taquilla mexicana respecto a la taquilla global en 2017 fue del 7%. Es fundamental dimensionar este dato dentro del panorama contra el que compite el cine mexicano. En el contexto internacional actual, existen únicamente dos tipos de producciones: las independientes - ya sean de corte comercial o cultural - y las desarrolladas, producidas o distribuidas por los estudios de Hollywood.

Los estudios de Hollywood gastan en promedio más de 40 millones de dólares sólo en la promoción de una sola película - es decir, más del total que se destina en México a apoyar la producción y distribución nacional. La penetración de los productos norteamericanos desde la etapa de desarrollo les da una posición inmejorable para negociar fechas de estreno y número de copias con los exhibidores.

Y a pesar de ello, nuestros resultados son extraordinarios. Si, en 2017 las producciones mexicanas obtuvieron el 7% de la taquilla nacional. Pero por contra las películas americanas producidas y distribuidas independientemente en Estados Unidos no alcanzaron ni el 1% de la taquilla.

Estos resultados, en condiciones tan adversas, nos hablan de que el cine nacional es un producto de calidad, con cada vez mayor aceptación por parte del público mexicano. Pero también son indicativos de la profesionalización de las distribuidoras nacionales, que cuentan con estrategias de distribución y promoción cada vez más sofisticadas, tanto para el cine comercial como el autoral.

Para continuar con los máximos históricos, en 2017 se contabilizaron 590 cortometrajes, el número más alto en los últimos cinco años, y el segundo año con mayor producción desde que se inició el conteo en 2010.

En el caso de las series, también se rompió un récord de producción en 2017. Se registró la producción de 27 series, ocho más que en 2016. Destaca que estas series son financiadas prácticamente en su totalidad por dinero privado, y es deseable que así continúe.

Y más récords. México alcanzó su máximo histórico en número de pantallas comerciales. El anuario contabiliza 6,663 pantallas, y este número sigue en aumento. Se empieza a observar cada vez más salas comerciales en ciudades de 50 mil a 100 mil habitantes.

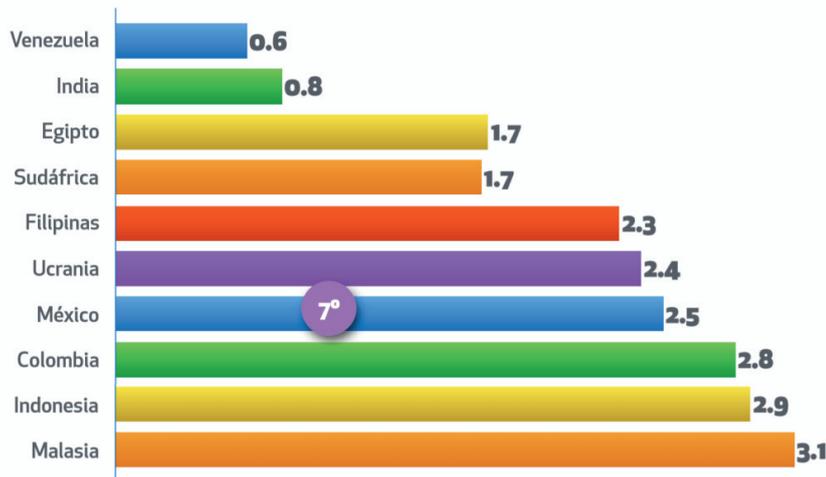
Lo anterior, nos mantiene en 4° lugar mundial, solo detrás de India, China y EU, los tres siendo países mucho más poblados que el nuestro.

Del total de salas que hay en Latinoamérica, México tiene el 46% aunque en términos de población represente el 21%. Un ejemplo interesante es la comparación con Brasil. México tiene una sala de cine por cada 18,580 habitantes, mientras que Brasil tiene una sala de cine por cada 63,100 habitantes, es decir, hay 3.4 veces más salas por habitante en México que en Brasil.

Según *Screen Digest*, que es un referente en la industria cinematográfica global, México es el 7° país con el precio promedio más bajo en el mundo y el 2° con el precio promedio más bajo en Latinoamérica, solo después de Venezuela.

LOS 10 PAÍSES CON EL PRECIO PROMEDIO DE BOLETO MÁS BAJO DEL MUNDO DURANTE 2017

Ingresos totales en dólares / Asistencia total



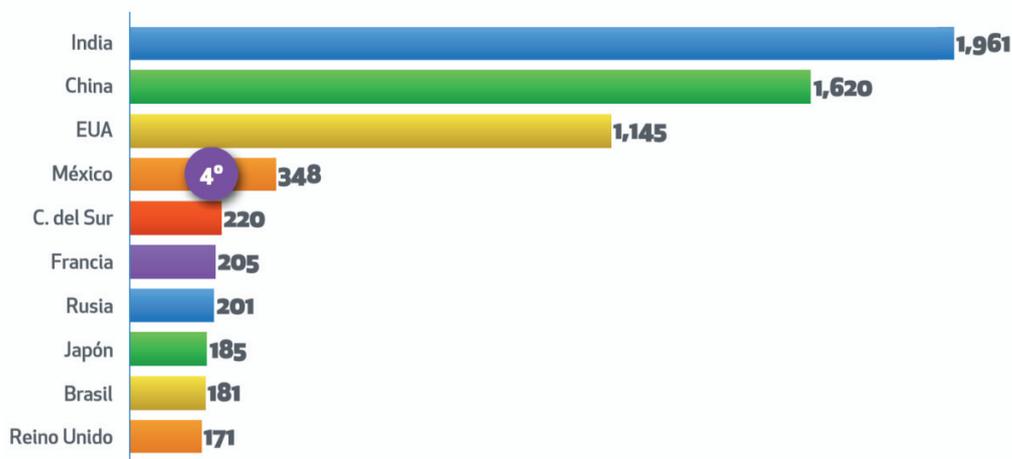
Fuente: Screen Digest

canacine

En México, el cine es el entretenimiento más barato fuera de casa. El precio promedio del boleto de cine está en alrededor de 2.5 dólares (47.8 pesos). Gracias a que el cine es tan accesible, los mexicanos somos los que más vamos al cine de toda América Latina, en términos absolutos y relativos. Somos el 4° país en el mundo en cuanto a número de boletos vendidos. Los únicos tres países que tienen más asistentes al cine en el mundo son India, China y Estados Unidos, todos ellos con poblaciones significativamente mayores a las de México.

TOP 10 DE PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE BOLETOS VENDIDOS EN 2017

Millones de boletos



Fuente: Screen Digest.

canacine

Respecto a la asistencia al cine por habitante, los mexicanos vamos al cine más que la mayoría de los países europeos, a pesar de que el ingreso per cápita en México es substancialmente más bajo que el europeo.

El precio del boleto, así como la amplia y creciente infraestructura de cines explican que en los últimos ocho años se haya registrado un incremento del 77% en asistencia al cine. En 2017 se logró una nueva marca de 338 millones de boletos vendidos. Nunca antes en la historia mexicana se habían vendido tantos boletos.

Por su parte, la Cineteca Nacional se mantiene como el foro de exhibición alternativo más exitoso del país. La Cineteca registró 1.2 millones de asistentes. Paralelamente, se lograron contabilizar 499 cineclubes, 39 más que en 2016. Nuevamente, el Anuario logra hacer un recuento de uno por uno, incluyendo un directorio de cineclubes que sirve a la comunidad para hacer alianzas y visibilizar los esfuerzos de gestores culturales, instituciones públicas y privadas, y de ciudadanos en general que promueven la cultura cinematográfica.

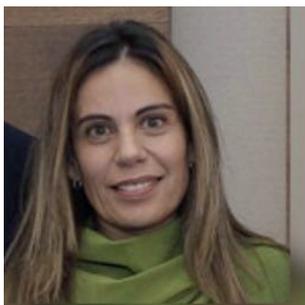
En 2017 también resaltan los festivales de cine, cuya amplia variedad de temas ya es un referente del desarrollo cultural en las diferentes regiones de la República. Se contabilizaron 143 festivales, 10 más que el año 2000, cuando únicamente se realizaban 10 en el país. Prácticamente en todos los estados existe un evento de este tipo, ya sea permanente o itinerante. Solamente en 5 entidades no se realizan festivales.

La variedad de festivales no solo es temática, sino también en antigüedad. 17 festivales tienen más de 15 ediciones, 24 están entre las 10 y las 14 ediciones y 102 en sus primeros nueve años de existencia.

Finalmente, destaca que en 52% del total de las producciones, las mujeres participaron como directoras, guionistas o productoras. En 2017 se llegó al máximo histórico de 42 películas dirigidas, y 74 películas producidas por mujeres.

Más información en:

<http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2018/02/Resultados-definitivos-2017-1.pdf>
<http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadistico>



Tabata Vilar. Directora General de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (México)

Licenciada en Derecho por la Universidad de México (UNAM) y con Maestría en Políticas Pública, por la Fundación Iberoamericana de Políticas Públicas de Madrid (España).

Con 13 años de experiencia dentro de la Administración Pública Federal en los sectores social y económico. Conocimientos en el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas, programas y proyectos. Experiencia en la integración de documentos para la toma de decisiones, así como en el manejo de recursos materiales y humanos. Experiencia en el sector privado en el emprendimiento y creación de la marca ATRIO. Actualmente es Directora General de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE).



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 EN EL MUNDO

EL CINE EN EL MUNDO

La fuente de información del panorama cinematográfico mundial proviene del informe FOCUS-2018 (*World Film Market Trends*) publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. La asistencia a los cines en el mundo en 2017 suma 7.556 millones de espectadores y 40.600 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 172.039. La frecuencia de asistencia se sitúa en una película por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,2 dólares (cuadro 3.1.1).

Cuadro 3.1.1

Panorama cinematográfico mundial

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	7.376	7.433	7.556
PIB-PPA (billones USD)	118,9	122,6	127,0
PIB per capita (USD)	16.800	16.900	17.300
Pantallas	152.142	163.928	172.039
Ingresos cine (millones USD)	38.400	38.800	40.600
Espectadores cine (millones)	7.498	7.576	7.756
Producciones estrenadas	7.653	7.973	8.316
Precio entrada (USD)	5,1	5,1	5,2
Asistencia por habitante	1,0	1,0	1,0

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2013-2017 muestra una continua tendencia ascendente. El incremento más significativo se produce en 2015 respecto a 2014,

sobrepasando la barrera de los 7.000 millones de espectadores. En 2017 se alcanza el máximo con 7.756 millones de entradas vendidas (gráfico 3.1.1).



El análisis del mercado cinematográfico mundial permite tener una idea exacta del peso que tiene cada territorio y de la posición que ocupa frente al resto. La importancia cuantitativa de cada parámetro dentro del mercado global depende en gran medida de la capacidad adquisitiva de la población. Los tres mercados incluidos en el cuadro 3.1.2 (Iberoamérica, Europa y Norteamérica) representan el 20,2% de la población mundial, más del 55% del número de pantallas de cine en funcionamiento, casi el 56% de los ingresos totales y el 40,5% de los espectadores que asisten a las salas.

Europa y Norteamérica tienen un gran peso en cuanto a los ingresos obtenidos por los exhibidores de cine, puesto que el precio de la entrada es mayor respecto al resto de territorios. Por su parte, Iberoamérica tiene un mayor peso en espectadores que en ingresos porque cuenta con dos mercados cinematográficos muy grandes (México y Brasil) y el precio de la entrada es menor en comparación con los otros territorios analizados.

Cuadro 3.1.2

Panorama cinematográfico mundial por territorios. Año 2017

Concepto	Mundial	Iberoamérica	Europa	Norteamérica
Población (millones)	7.556	654,4	516,0	362,1
PIB-PPA (billones USD)	127,0	11,64	19,97	21,12
Número de pantallas	172.039	18.861	33.053	43.500
Ingresos cine (millones USD)	40.600	3.616,2	7.930	11.100
Espectadores cine (millones)	7.756	921,1	984,4	1.240,0
Precio entrada (USD)	5,2	4,0	8,1	9,0
Asistencia por habitante	1,0	1,4	1,9	3,4

En 2017 la película estadounidense *La bella y la bestia* fue la más vista en el mundo, con 243 millones de espectadores y más de 1.260 millones de dólares de recaudación, seguida de *Fast & Furious 8*, con 238 millones y *Star Wars: Los últimos Jedi* con 202 millones de espectadores. Ambas producciones superan los 1.000 millones de dólares de recaudación (cuadro 3.1.3)

De los estrenos del top-20, 19 son estadounidenses (cuatro en coproducción con Canadá, tres en coproducción con China, dos con Reino Unido y una con Japón) y una procede de China. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 37,8% de la asistencia total de espectadores (2.936,2 millones).

Cuadro 3.1.3

Ranking mundial de estrenos cinematográficos por ingresos. Año 2017 (est. 5,2\$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores	Millones (\$)
1	La bella y la bestia	USA, UK	243.021.154	1.263.710.000
2	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	238.015.385	1.237.680.000
3	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	202.088.462	1.050.860.000
4	Gru 3: Mi villano favorito	USA	198.640.385	1.032.930.000
5	Wolf Warrior 2	China	183.461.538	954.000.000
6	Spider-Man: Homecoming	USA	169.267.308	880.190.000
7	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	166.078.846	863.610.000
8	Thor: Ragnarok	USA	163.178.846	848.530.000
9	La mujer maravilla	USA, China	158.023.077	821.720.000
10	Piratas del Caribe 5	USA	152.838.462	794.760.000
11	Liga de la Justicia	USA, Canadá, UK	122.015.385	634.480.000
12	Logan	USA, Canadá	118.615.385	616.800.000
13	Transformers: el último caballero	USA, China	116.575.000	606.190.000
14	Kong: La isla Calavera	USA, China	108.875.000	566.150.000
15	Jumanji: Bienvenidos a la Jungla	USA	106.186.538	552.170.000
16	Coco	USA	106.150.000	551.980.000
17	Dunkerque	UK, USA	101.026.923	525.340.000
18	El bebé jefazo	USA	95.948.077	498.930.000
19	La guerra del planeta de los simios	USA, Canadá	94.357.692	490.660.000
20	Sing	USA, Japón	91.901.923	477.890.000

La comparación del top-10 mundial con el de los territorios de Iberoamérica, Europa y Norteamérica, muestra alguna coincidencia y bastantes diferencias (cuadro 3.1.4). El top-1 mundial coincide en Norteamérica y el top-3 con Europa. El top-2 mundial ocupa el primer puesto en Iberoamérica y el top-4 es el estreno más popular en Europa.

Respecto a la configuración de los rankings, en Norteamérica hay ocho estrenos que también están en el top-10 mundial, en Iberoamérica y Europa hay seis estrenos. Las producciones más alejadas de su posición respecto al ranking mundial son *Star Wars: Los últimos Jedi*, que en Iberoamérica ocupa el puesto 19 (muy condicionado por su tardía fecha de estreno anual) y *La mujer maravilla* (Wonder Woman) en el puesto 21 en Europa.

Cuadro 3.1.4

Posición del top-10 mundial de estrenos por territorios. Año 2017

Nº	Título	Mundial	Iberoamérica	Europa	Norteamérica
1	La bella y la bestia	1	3	2	1
2	Fast & Furious 8	2	1	4	10
3	Star Wars: Los últimos Jedi	3	19	3	2
4	Gru 3: Mi villano favorito	4	2	1	8
5	Wolf Warrior 2	5	*	*	*

6	Spider-Man: Homecoming	6	7	14	5
7	Guardianes de la galaxia 2	7	13	10	4
8	Thor: Ragnarok	8	8	13	7
9	La mujer maravilla	9	10	21	3
10	Piratas del Caribe 5	10	11	6	18

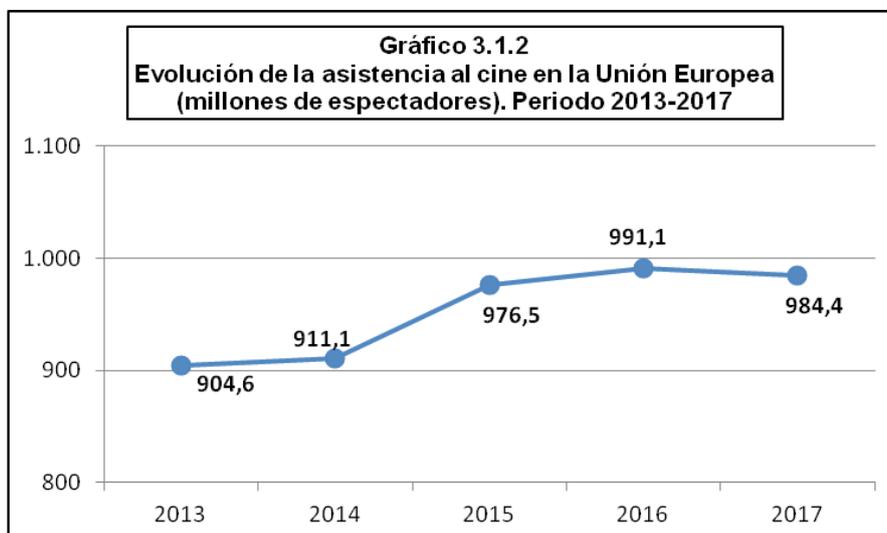
EL CINE EN LA UNIÓN EUROPEA

La asistencia a los cines de los países de la Unión Europea suma 984,4 millones de espectadores y 7.930 millones de dólares de recaudación en 2017. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 33.053. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 8,1 dólares. La cuota de mercado del cine europeo representó el 27,5% (cuadro 3.1.5).

Cuadro 3.1.5
Panorama cinematográfico en la Unión Europea

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	514	515	516
PIB-PPA (billones USD)	18,91	19,60	19,97
PIB per capita (USD)	37.000	38.100	39.200
Pantallas	30.621	31.983	33.053
Ingresos cine (millones USD)	8.150	7.790	7.930
Espectadores cine (millones)	976,5	991,1	984,4
Cuota de mercado cine europeo (%)	26,1	26,7	27,5
Producciones (Films+Docs)	1.643	1.740	1.676
Precio entrada (USD)	8,3	7,9	8,1
Asistencia por habitante	1,9	1,9	1,9

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas europeas, en los últimos cinco años, muestra un ascenso progresivo entre 2013 y 2016, que se interrumpe en el último año con un leve descenso de casi 7 millones de espectadores. El máximo se alcanza en 2016 con 991,1 millones y el mínimo en 2013 con 904,6 millones de espectadores (gráfico 3.1.2).



En 2017, al frente del top-10 de estrenos de Europa se encuentra la producción estadounidense *Gru 3: Mi villano favorito* con 32,2 millones de espectadores, seguida de *La bella y la bestia* con 29,7 millones y de *Star Wars: Los últimos Jedi* con 28,8 millones de espectadores (cuadro 3.1.6).

Todas las películas del top-10 europeo son estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido, dos con China y dos con Canadá). La cuota de mercado de estos diez estrenos supuso el 22,6% del total de espectadores (223,1 millones).

Cuadro 3.1.6
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Unión Europea

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	32.258.272
2	La bella y la bestia	USA, UK	29.777.742
3	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	28.800.308
4	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	21.579.516
5	50 sombras más oscuras	USA, China	20.255.774
6	Piratas del Caribe 5	USA	19.733.309
7	El bebé jefazo	USA	18.566.281
8	It	USA, Canadá	17.946.069
9	Dunkerque	UK, USA	17.150.314
10	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	17.055.181

La producción europea con más éxito es *Dunkerque* con 17,1 millones de espectadores (novena posición en el ranking cinematográfico), seguida de la coproducción franco-británica *Paddington 2*, con 9 millones de espectadores y en tercer lugar, la coproducción de Reino Unido con Estados Unidos, *Kingsman: El círculo rojo* con 8,6 millones de espectadores (cuadro 3.1.7).

En el top-10 de estrenos europeos, las procedencias mayoritarias son la francesa (seis películas) y la británica (cinco películas). Los otros dos países representados son Alemania (*Fack ju Göthe 3*) en quinto lugar del ranking y Bélgica en coproducción con Francia (*Raid dingue*) en séptimo lugar.

Cuadro 3.1.7
Ranking de estrenos cinematográficos europeos. Año 2017. Unión Europea

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Dunkerque	UK, USA	17.150.314
2	Paddington 2	Francia, UK	9.093.158
3	Kingsman: El círculo rojo	UK, USA	8.677.376
4	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, USA	8.155.288
5	Fack ju Göthe 3	Alemania	6.511.430
6	Baby driver	UK, USA	4.906.096
7	Raid dingue	Bélgica, Francia	4.805.349
8	Alibi.com	Francia	4.022.564
9	Demain tout commence	Francia, UK	3.599.469
10	Ballerina	Francia, Canadá	3.572.312

EL CINE EN NORTEAMÉRICA Y OCEANÍA

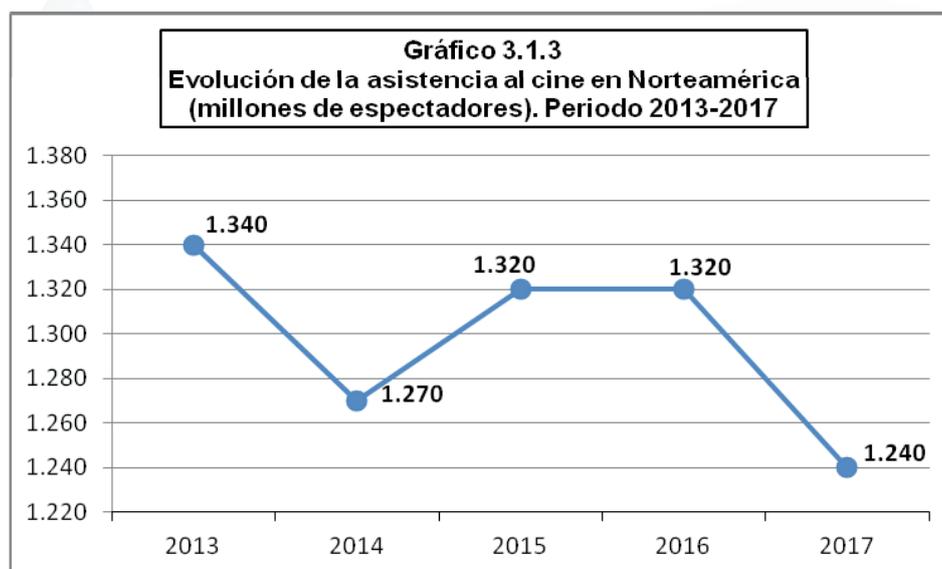
USA Y CANADÁ

La asistencia a los cines de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) en 2017 suma 1.240 millones de espectadores y 11.100 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 43.500. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9 dólares. La cuota de mercado del cine norteamericano representó el 92,1% (cuadro 3.1.8).

Cuadro 3.1.8
Panorama cinematográfico en Norteamérica (USA, Canadá)

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	357,2	360,2	362,1
PIB-PPA (billones USD)	19,60	20,23	21,12
PIB per capita (USD)	51.100	55.788	58.006
Pantallas	43.661	43.531	43.500
Ingresos (millones USD)	11.100	11.400	11.100
Espectadores cine (millones)	1.320	1.320	1.240
Cuota cine norteamericano (%)	98,1	95,5	92,1
Producciones (Films+Docs)	791	883	821
Precio entrada (USD)	8,4	8,6	9,0
Asistencia por habitante	3,7	3,7	3,4

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas norteamericanas es irregular en los últimos cinco años (gráfico 3.1.3). Hay tres años en los que la asistencia se sitúa por encima de los 1.300 millones de espectadores (2013, 2015 y 2016) y dos años en los que se sitúa por debajo de dicha barrera (2014 y 2017).



En 2017, *La bella y la bestia* es el estreno con más éxito en los cines norteamericanos con 56,6 millones de espectadores, seguida de *Star Wars: Los últimos Jedi* con 52,2 millones y *La mujer maravilla* con 46,3 millones de espectadores (cuadro 3.1.9).

Todos los largometrajes del top-10 son estadounidenses (dos en coproducción con Canadá, dos con China y una con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 31,3% del total de espectadores (388,7 millones de espectadores).

Cuadro 3.1.9
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Norteamérica

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La bella y la bestia	USA, UK	56.630.804
2	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	52.213.283
3	La mujer maravilla	USA, China	46.355.438
4	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	43.799.224
5	Spider-Man: Homecoming	USA	37.550.353
6	It	USA, Canadá	36.795.701
7	Thor: Ragnarok	USA	34.873.060
8	Gru 3: Mi villano favorito	USA	29.733.066
9	Logan	USA	25.424.389
10	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	25.394.200

AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA

La asistencia a los cines de Australia en 2017 suma 85 millones de espectadores y 920,5 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 2.210. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de casi 11 dólares. La cuota de mercado del cine australiano representa el 4,1% (cuadro 3.1.10).

Cuadro 3.1.10
Panorama cinematográfico en Australia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	24,0	24,3	24,8
PIB-PPA (billones USD)	1,179	1,209	1,235
PIB per capita (USD)	49.100	49.600	49.900
Pantallas	2.041	2.121	2.210
Ingresos cine (millones USD)	888	911,9	920,5
Espectadores cine (millones)	90,2	91,3	85,0
Cuota cine nacional (%)	7,2	1,9	4,1
Producciones (Films+Docs)	35	28	41
Precio entrada (USD)	9,8	10,0	10,8
Asistencia por habitante	3,8	3,7	3,4

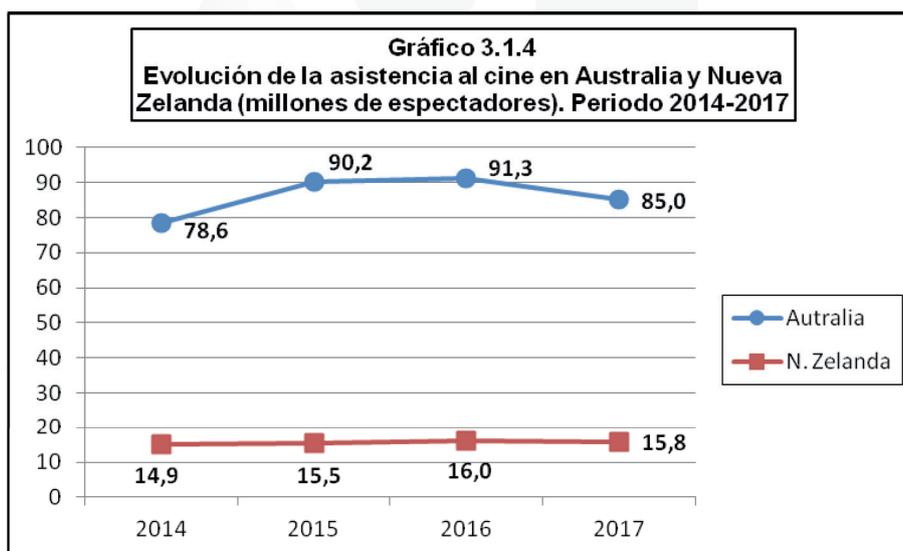
La asistencia a los cines en Nueva Zelanda suma 15,8 millones de espectadores y 134,7 millones de dólares de recaudación en 2017. El total de pantallas cinematográficas asciende a 421. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 8,5 dólares. La cuota de mercado del cine neozelandés representa el 2% (cuadro 3.1.11).

Cuadro 3.1.11

Panorama cinematográfico en Nueva Zelanda

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	4,6	4,7	4,8
PIB-PPA (billones USD)	0,173	0,179	0,185
PIB per capita (USD)	37.300	37.800	38.500
Pantallas	408	407	421
Ingresos cine (millones USD)	131,4	140,7	134,7
Espectadores cine (millones)	15,5	16,0	15,8
Cuota cine nacional (%)	0,9	8,7	2,0
Producciones (Films+Docs)	24	20	27
Precio entrada (USD)	8,5	8,8	8,5
Asistencia por habitante	3,3	3,4	3,4

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2014-2017 en Australia muestra un máximo en 2016 de 91,3 millones de espectadores y un mínimo de 78,6 millones en 2014 (gráfico 3.1.4). En Nueva Zelanda, la gráfica es más uniforme con un rango comprendido entre 14,9 millones de espectadores (2014) y 16 millones (2016).



En 2017 la coproducción de estados Unidos con Reino Unido *La bella y la bestia* fue la más exitosa en Australia con 3,4 millones de espectadores, seguida de *Star Wars: Los últimos Jedi* con 3,2 millones y *Thor: Ragnarok* con 2,4 millones de espectadores (cuadro 3.1.12).

Las diez películas más vistas en Australia son estadounidenses, dos en coproducción con Canadá, dos con China y dos con Reino Unido. También hay que reseñar la participación de Japón (*Fast & Furious 8*) y la de Australia (*Lion*). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 27,7% del total de espectadores (23,6 millones).

Cuadro 3.1.12
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Australia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La bella y la bestia	USA, UK	3.400.750
2	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	3.229.969
3	Thor: Ragnarok	USA	2.489.954
4	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	2.336.331
5	Gru 3: Mi villano favorito	USA	2.335.128
6	La mujer maravilla	USA, China	2.219.959
7	Lion	AU, USA, UK	2.089.659
8	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	2.016.081
9	Spider-Man: Homecoming	USA	1.822.503
10	It	USA, Canadá	1.679.781

En 2017 la producción estadounidense *Thor: Ragnarok* fue la más exitosa en Nueva Zelanda, seguida de *La bella y la bestia*, ambas con más de medio millón de espectadores (cuadro 3.1.13).

Las diez películas más vistas en Nueva Zelanda son estadounidenses, tres en coproducción con Reino Unido, dos con China y una con Canadá. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 29,1% del total de espectadores (4,6 millones).

Cuadro 3.1.13
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Nueva Zelanda

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Thor: Ragnarok	USA	583.841
2	La bella y la bestia	USA, UK	537.909
3	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	486.980
4	Dunkerk	UK, USA	485.946
5	Moana	USA	456.590
6	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	448.513
7	Gru 3: Mi villano favorito	USA	448.171
8	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	424.326
9	La mujer maravilla	USA, China	408.288
10	Lion	AUS, USA, UK	355.705

ELCINE EN ASIA

CHINA Y LA INDIA

La asistencia a los cines de China en 2017 suma 1.620 millones de espectadores y 8.270 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 50.776. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,1 dólares. La cuota de mercado del cine chino representa el 53,8% (cuadro 3.1.14).

Cuadro 3.1.14
Panorama cinematográfico en China

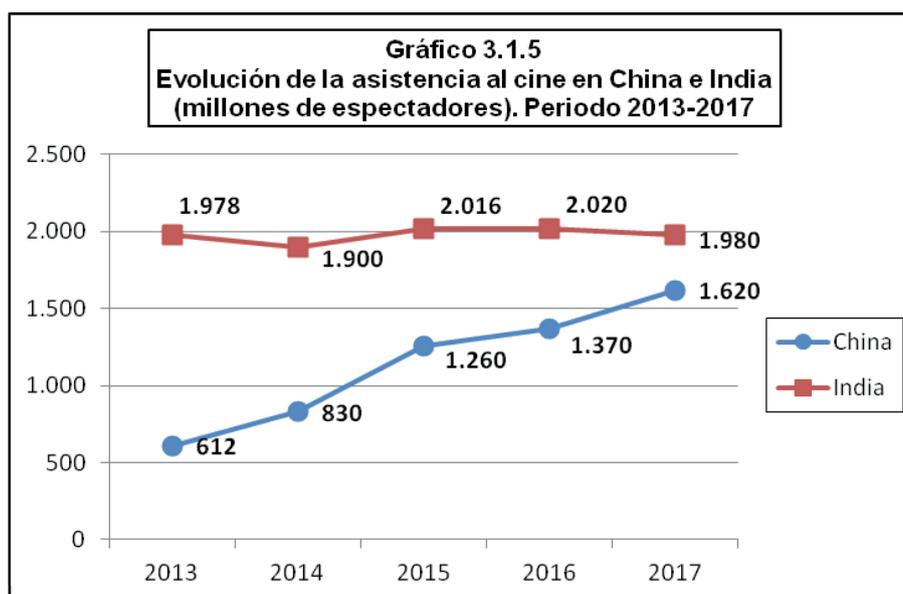
Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	1.375	1.379	1.390
PIB-PPA (billones USD)	1,995	2,127	2,312
PIB per capita (USD)	14.500	15.400	16.600
Pantallas	31.627	41.179	50.776
Ingresos (millones USD)	6.813	6.600	8.270
Espectadores cine (millones)	1.260	1.370	1.620
Cuota de mercado cine chino (%)	61,6	58,3	53,8
Producciones (Films+Docs)	686	944	970
Precio entrada (USD)	5,4	5,1	5,1
Asistencia por habitante	0,9	1,0	1,2

La asistencia a los cines de la India suma 1.980 millones de espectadores y 1.600 millones de dólares de recaudación. El número total de de pantallas cinematográficas asciende a 11.209. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 0,8 dólares. La cuota de mercado del cine indio representa el 93% (cuadro 3.1.15).

Cuadro 3.1.15
Panorama cinematográfico en India

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	1.293	1.310	1.316
PIB-PPA (billones USD)	8,265	8,852	9,447
PIB per capita (USD)	6.400	6.800	7.200
Pantallas	11.100	11.179	11.209
Ingresos cine (millones USD)	1.500	1.500	1.600
Espectadores cine (millones)	2.016	2.020	1.980
Espectadores cine nacional (%)	85,0	85,0	93,0
Producciones (Films+Docs)	1.845	1.903	1.986
Precio entrada (USD)	0,8	0,8	0,8
Asistencia por habitante	1,6	1,5	1,5

La gráfica de la evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en la India en el periodo 2013-2017 muestra una cierta estabilidad. El rango de espectadores se sitúa entre 1.900 millones (2014) y 2.020 millones (2016). Por su parte la gráfica de China muestra un continuo incremento de espectadores, desde los 612 millones de 2013 hasta los 1.620 de 2017 (gráfico 3.1.5).



En 2017 la producción china *Wolf Warrior 2* fue la más exitosa con casi 155 millones de espectadores, seguida de la coproducción de Estados Unidos con China y Japón, *Fast & Furious 8*, con casi 70 millones y de otra producción autóctona *Never say die* con 63,3 millones de espectadores (cuadro 3.1.16). Además del top-1 del ranking de China, *Wolf Warrior 2* ocupa la quinta posición del *ranking* mundial (ver cuadro 3.1.16).

De las diez películas más populares en China, tres son íntegramente nacionales y otras cuatro están en coproducción (tres con USA y una con Hong-Kong). El resto provienen de Estados Unidos (una en coproducción con India). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 34% del total de espectadores (552,4 millones).

Cuadro 3.1.16
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. China (est. 5,1\$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Wolf Warrior 2	China	154.914.724
2	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	69.809.635
3	Never say die	China	63.374.909
4	Kung Fu Yoga	China, Hong Kong	44.835.219
5	Dangal	India, USA	41.240.378
6	Journey to the West	China	40.345.452
7	Transformers: el último caballero	USA, China	41.817.568
8	Kong: La isla Calavera	USA, China	31.985.496
9	Piratas del Caribe 5	USA	32.316.780
10	Coco	USA	31.760.035

El *ranking* de estrenos de largometrajes en la India en 2017 corresponde a estrenos nacionales (cuadro 3.1.17). Las dos producciones que tuvieron un éxito muy por encima del resto son *Baahubali 2*, con 98,1 millones de espectadores, y *Tiger Zinda Hai* con 65 millones.

En cuanto a las producciones extranjeras con más éxito, hay que mencionar la coproducción Estados Unidos-China-Japón *Fast & Furious 8*, con casi 20 millones de espectadores, seguida de las películas norteamericanas *Annabelle 2* con 11,9 millones y *Thor: Ragnarok*, con 11,6 millones de espectadores.

Cuadro 3.1.17
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. India (est. 0,8\$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Baahubali 2	India	98.138.685
2	Tiger Zinda Hai	India	65.098.214
3	Golmaal Again	India	39.485.801
4	Judwaa 2	India	26.487.656
5	Raees	India	26.393.606

Ranking de estrenos cinematográficos extranjeros. Año 2017. India (est. 0,8\$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	19.869.985
2	Annabelle 2	USA	11.984.555
3	Thor: Ragnarok	USA	11.693.166
4	Spider-Man: Homecoming	USA	10.276.468
5	Liga de la Justicia	USA	8.553.421

JAPÓN Y COREA DEL SUR

La asistencia a los cines de Japón en 2017 suma 174,5 millones de espectadores y 2.040 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 3.525. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 11,7 dólares. La cuota de mercado del cine japonés fue de casi el 55% (cuadro 3.1.18).

Cuadro 3.1.18
Panorama cinematográfico en Japón

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	126,7	126,8	126,8
PIB-PPA (billones USD)	5,270	5,325	5,405
PIB per capita (USD)	41.500	41.900	42.700
Pantallas	3.437	3.472	3.525
Ingresos (millones USD)	1.800	2.170	2.040
Espectadores cine (millones)	166,6	180,2	174,5
Cuota de mercado cine chino (%)	55,4	63,1	54,9
Producciones (Films+Docs)	1.136	1.149	1.187
Precio entrada (USD)	10,8	12,0	11,7
Asistencia por habitante	1,3	1,4	1,4

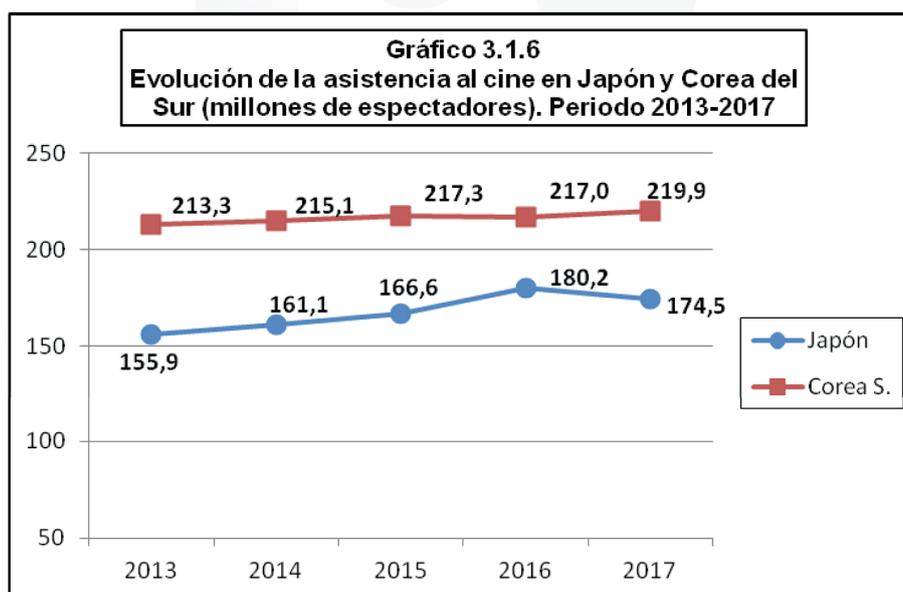
La asistencia a los cines de Corea del Sur suma casi 220 millones de espectadores y 1.600 millones de dólares de recaudación en 2017. El número de pantallas cinematográficas asciende a 2.575. La frecuencia de asistencia se sitúa en 4,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 7,1 dólares. La cuota de mercado del cine coreano fue del 51,8% (cuadro 3.1.19).

Cuadro 3.1.19

Panorama cinematográfico en Corea del Sur

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	50,6	50,8	51,1
PIB-PPA (billones USD)	1,913	1,967	2,027
PIB per capita (USD)	37.500	38.400	39.400
Pantallas	2.492	2.492	2.575
Ingresos cine (millones USD)	1.370	1.450	1.600
Espectadores cine (millones)	217,3	217,0	219,9
Espectadores cine nacional (%)	52,2	53,7	51,8
Producciones (Films+Docs)	269	339	494
Precio entrada (USD)	6,3	6,7	7,1
Asistencia por habitante	4,3	4,3	4,3

La gráfica de la evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en Corea durante el periodo 2012-2016, muestra una gran estabilidad. El rango de espectadores se sitúa entre 213,3 millones (2013) y 219,9 millones (2017). En Japón, la gráfica es claramente ascendente entre 2013 y 2016 hasta el máximo de 180,2 millones de espectadores, pero en 2017 se aprecia un retroceso de 5,7 millones (gráfico 3.1.6).



El top-10 de películas en Japón en 2017 está liderado por *La bella y la bestia*, con 9,4 millones de espectadores, y *Animales fantásticos y donde encontrarlos*, con 5,6 millones. Ambas producciones están coproducidas entre Estados Unidos y Reino Unido (cuadro 3.1.20).

De los diez estrenos más populares, ocho son estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido y una con Japón) y dos son íntegramente japoneses. La cuota de espectadores del top-10 en 2017 supone el 28,1% del total de espectadores (49,1 millones).

Cuadro 3.1.20

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Japón

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La bella y la bestia	USA, UK	9.465.649
2	Animales fantásticos y donde encontrarlos	UK, USA	5.603.053
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	5.580.163
4	Detective Conan: Crimson love letter	Japón	5.259.542
5	Piratas del Caribe 5	USA	5.122.137
6	Moana	USA	3.938.931
7	Sing	USA, Japón	3.900.763
8	Rogue One	USA	3.534.351
9	Doraemon: Great adventure in the Antarctic	Japón	3.381.679
10	La La Land	USA	3.374.046

El top-10 cinematográfico en Corea del Sur en 2016 está liderado por las producciones coreanas *A taxi driver* con 12,1 millones de espectadores, *Along with the gods* con 8,5 millones, *Confidential assignement* con 7,8 millones y en cuarto lugar la estadounidense *Spider-Man: Homecoming*, con 7,2 millones de espectadores (cuadro 3.1.21).

De los diez estrenos del *ranking*, siete son coreanos y tres estadounidenses (uno en coproducción con Reino Unido. La cuota de mercado del top-10 en 2017 supuso el 32% del total de espectadores (70,3 millones).

Cuadro 3.1.21

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Corea del Sur

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	A taxi driver	Corea Sur	12.186.327
2	Along with the gods	Corea Sur	8.539.572
3	Confidential assignement	Corea Sur	7.817.631
4	Spider-Man: Homecoming	USA	7.258.678
5	The outlaws	Corea Sur	6.879.844
6	The Battleship Island	Corea Sur	6.592.151
7	Midnight Runners	Corea Sur	5.653.270
8	The King	Corea Sur	5.317.383
9	La bella y la bestia	USA	5.138.330
10	Kingsman: The Golden Circle	UK, USA	4.945.484

EL CINE IBEROAMERICANO EN EUROPA

DATOS MUESTRALES

El Panorama Audiovisual 2017 incluye un análisis del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. Los mercados analizados son: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rusia y Turquía (cuadro 3.2.1).

Esta muestra abarca un total de 83 estrenos, se corresponde con 43 títulos, suma una asistencia conjunta de 4,5 millones de espectadores y 28,7 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 58,1% (25 títulos) y casi un tercio se realizan entre países iberoamericanos (cuadro 3.2.1).

Cuadro 3.2.1

<i>Tamaño muestral del top-10 de estrenos de cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2017</i>			
Mercados Analizados	9	Número de títulos muestra	43
Nº estrenos top-10	83	Número de coproducciones	25
Espectadores top-10	4.530.261	Coproducciones internacionales	17
Ingresos top-10 (\$)	28.733.942	Coproducciones iberoamericanas	8

El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra asciende a 147, siendo Francia (51) y Reino Unido (20) los que estrenaron un mayor número de producciones en 2017. El total de espectadores asciende a casi 5 millones y la recaudación total supera los 31 millones de dólares (cuadro 3.2.2).

Los países con un mayor número de consumidores de cine iberoamericano son Francia (1,5 millones), Rusia (1,4 millones) y Reino Unido (0,7 millones) y sus respectivos ingresos totales en taquilla son 10,9 millones de dólares, 5,3 millones de dólares y 7,6 millones (cuadro 3.2.2).

Cuadro 3.2.2

<i>Datos totales del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2017</i>				
Nº	País de estreno	Estrenos totales	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	13	233.015	1.933.813
2	Austria	10	33.667	295.281
3	Francia	51	1.527.835	10.969.519
4	Italia	14	497.063	3.117.402
5	Países Bajos	12	103.576	983.968
6	Polonia	4	211.698	1.058.489
7	Reino Unido	20	788.404	7.647.519
8	Rusia	14	1.462.975	5.362.347
9	Turquía	9	90.254	269.740
Total		147	4.948.486	31.638.078

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de cada uno de los ocho mercados, conforme figura en el cuadro 3.2.3, también se produjo en Rusia (1,4 millones de espectadores y 5,2 millones de dólares), Francia (1,1 millones de espectadores y 8,3 millones de dólares) y Reino Unido (778.624 espectadores y 7,5 millones de dólares).

Cuadro 3.2.3

Distribución de espectadores e ingresos del top-10 de los estrenos de cine iberoamericano por mercados europeos. Año 2017

Nº	País de estreno	Estrenos Top-10	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	227.787	1.891.947
2	Austria	10	33.667	295.281
3	Francia	10	1.160.186	8.392.928
4	Italia	10	489.955	3.075.969
5	Países Bajos	10	97.306	924.412
6	Polonia	4	211.698	1.058.489
7	Reino Unido	10	778.624	7.552.650
8	Rusia	10	1.440.784	5.272.527
9	Turquía	9	90.254	269.740
Total		83	4.530.261	28.733.942

El mayor número de estrenos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados analizados provino de España (23), acumulando un total de 3,2 millones de espectadores y con presencia en todos los mercados analizados (cuadro 3.2.4).

Los siguientes países iberoamericanos en número de estrenos son: Brasil con siete (351.386 espectadores), Argentina con cuatro estrenos (413.352 espectadores) y México también con cuatro títulos (120.276 espectadores).

Cuadro 3.2.4

Distribución de los títulos iberoamericanos de estreno presentes en los top-10 de mercados europeos por países de origen. Año 2017

Nº	País de origen	Nº títulos IB	Espectadores totales	Mercados de estreno
1	Argentina	4	413.352	AL-AT-FR-HO-IT-UK-TQ
2	Brasil	7	351.386	FR-HO-IT-UK-TQ
3	Chile	2	214.865	AL-AT-FR-HO-IT-UK
5	Colombia	1	154.961	PL-RU
6	España	23	3.258.780	AL-AT-FR-HO-IT-PL-UK-RU-TQ
7	México	4	120.276	FR-IT-UK-TQ
8	Perú	1	11.676	TQ
9	Portugal	1	4.965	AL
Total		43	4.530.261	

El ranking acumulado de estrenos iberoamericanos en 2017 está encabezado por tres producciones españolas: *Un monstruo viene a verme*, con más de 700.000 espectadores; *Ozzy* con casi 700.000 y *Deep* con más de 600.000 espectadores (cuadro 3.2.5).

Los países representados en el top-10 de los nueve mercados son Argentina, Brasil, Chile, Colombia y España. La suma total de espectadores acumulados por estas producciones representa el 71,4% (3,5 millones) sobre el total realizado por los 147 estrenos.

Cuadro 3.2.5

Ranking de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2017

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	ES	717.263	5.747.184
2	Ozzy	ES, CA	697.004	4.228.621
3	Deep	ES	606.139	1.837.327
4	Neruda	AR, CL, ES	317.075	2.298.972
5	Tadeo Jones 2	ES	250.555	812.692
6	La promesa	ES, USA	214.125	1.560.168
7	Que Dios nos perdone	ES	199.991	1.458.602
8	Llámame por tu nombre	BR, FR, USA	199.441	1.934.582
9	Una mujer fantástica	CL, ES	189.605	1.406.770
10	La jungla	CO, AU	154.961	707.058

El número total de títulos de estrenos iberoamericanos de la muestra suma 43. Los cuatro títulos que se han estrenado en un mayor número de mercados son: *Un monstruo viene a verme* (7 mercados), *La promesa* (6 mercados), *Neruda* (5 mercados) y *Una mujer fantástica* (5 mercados). En cuanto a la distribución por títulos, 18 se exhibieron en dos o más mercados y 25 títulos se estrenaron en un solo mercado (cuadro 3.2.6).

Cuadro 3.2.6

Títulos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados europeos. Año 2017

Nº	Título	Origen	Mercados	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	ES	7	717.263	5.747.184
2	La promesa	ES, USA	6	214.125	1.560.168
3	Neruda	AR, CL, ES	5	317.075	2.298.972
4	Una mujer fantástica	CL, ES	5	189.605	1.406.770
5	Ozzy	ES, CA	4	697.004	4.228.621
6	El ciudadano ilustre	AR, ES	4	86.214	651.246
7	Tarde para la ira	ES	3	133.344	954.614
8	Poesía sin fin	CL, FR	3	25.260	203.982
9	La Chana	ES, US	3	15.314	136.003
10	Deep	ES	2	606.139	1.837.327
11	La jungla	CO, AU	2	154.961	707.058
12	Colossal	ES, CA, USA	2	92.783	658.524
13	Dancing Beethoven	ES	2	18.673	153.128
14	Aquarius	BR, FR	2	12.286	96.674
15	Verano 1993	ES	2	10.582	63.948
16	Chavela	ES, ME, USA	2	8.771	69.443
17	El profesor de violín	BR	2	7.378	66.344
18	Footprints, el camino de tu vida	ES	2	5.616	43.675
19	Tadeo Jones 2	ES	1	250.555	812.692
20	Que Dios nos perdone	ES	1	199.991	1.458.602
21	Llámame por tu nombre	BR, FR, USA	1	199.441	1.934.582
22	Gabriel e a montanha	BR, FR	1	83.809	611.248
23	La piel fría	ES, FR	1	82.767	343.042
24	El hombre de las mil caras	ES	1	58.163	424.203
25	Las hijas de abril	ME	1	54.131	394.796
26	Tierra de María	ES	1	53.548	463.292

27	Esperando al rey	ME, USA	1	49.384	314.121
28	A Ciambra	BR, IT	1	28.746	175.073
29	Órbita 9	ES	1	26.565	119.777
30	El secreto de Marrowbone	ES	1	23.954	89.658
31	La isla de los monstruos	ME, UK	1	14.248	138.203
32	La noche que mi madre mató a mi padre	ES	1	12.919	80.534
33	Tawai: A voice from the Forest	BR, UK, IN	1	12.520	121.445
34	Los Ilusionautas	PE	1	11.676	22.936
35	Inside	ES, USA	1	9.340	28.679
36	La reina de España	ES	1	8.642	55.727
37	Como nossos pais	BR	1	7.206	68.456
38	El olivo	ES, AL	1	6.463	62.695
39	Sweet home	ES, PL	1	6.258	17.298
40	Los decentes	AR, ME	1	5.858	44.037
41	El ornitólogo	PO, BR, FR	1	4.965	39.184
42	Nieve negra	AR, ES	1	4.205	25.413
43	Salt And fire	ME, BO, US	1	2.513	4.569
				4.530.261	28.733.942

La distribución de los 43 títulos iberoamericanos en los top-10 de los mercados analizados pone de manifiesto que *Ozzy* se encuentra en el top-1 de cuatro países (Francia, Italia, Polonia y Turquía); *Un monstruo viene a verme* aparece en el top-1 de tres países (Alemania, Austria y Reino Unido); *Una mujer fantástica* (Países Bajos) y *Deep* (Rusia) en el top-1 de un país (cuadro 3.2.7).

Cuadro 3.2.7

Posición de los títulos iberoamericanos en el top-10 de los mercados europeos. Año 2017

Nº	Título	AL	AT	FR	IT	PB	PL	UK	RU	TQ
1	Un monstruo viene a verme	1	1	7	6	4	*	1	4	*
2	La promesa	6	4	*	*	3	3	3	5	*
3	Neruda	3	2	2	*	*	*	5	*	2
4	Una mujer fantástica	4	5	5	2	1	*	*	*	*
5	Ozzy	*	*	1	1	*	1	*	*	1
6	El ciudadano ilustre	9	6	6	*	8	*	*	*	*
7	Tarde para la ira	*	*	9	3	2	*	*	*	*
8	Poesía sin fin	*	*	*	7	9	10	*	*	*
9	La Chana	7	9	*	*	7	*	*	*	*
10	Deep	*	*	*	*	*	2	*	1	*
11	La jungla	*	*	*	*	*	4	*	3	*
12	Colossal	*	*	*	*	*	*	4	7	*
13	Dancing Beethoven	5	10	*	*	*	*	*	*	*
14	Aquarius	*	*	*	*	*	*	9	*	7
15	Verano 1993	*	*	*	*	10	*	*	*	6
16	Chavela	8	8	*	*	*	*	*	*	*
17	El profesor de violín	*	*	*	*	6	*	*	*	9
18	Footprints, el camino de tu vida	*	7	*	9	*	*	*	*	*
19	Tadeo Jones 2	*	*	*	*	*	*	*	2	*
20	Que Dios nos perdone	*	*	3	*	*	*	*	*	*
21	Llámame por tu nombre	*	*	*	*	*	*	2	*	*
22	Gabriel e a montanha	*	*	4	*	*	*	*	*	*

23	La piel fría	*	*	*	*	*	*	*	6	*
24	El hombre de las mil caras	*	*	8	*	*	*	*	*	*
25	Las hijas de abril	*	*	10	*	*	*	*	*	*
26	Tierra de María	2	*		*	*	*	*	*	*
27	Esperando al rey	*	*	*	4	*	*	*	*	*
28	A Ciambra	*	*	*	5	*	*	*	*	*
29	Órbita 9	*	*	*	*	*	*	*	8	*
30	El secreto de Marrowbone	*	*	*	*	*	*	*	9	*
31	La isla de los monstruos	*	*	*	*	*	*	7	*	*
32	La noche que mi madre mató a mi padre	*	*	*	8	*	*	*	*	*
33	Tawai: A voice from the Forest	*	*	*	*	*	*	8	*	*
34	Los Ilusionautas	*	*	*	*	*	*	*	*	4
35	Inside	*	*	*	*	*	*	*	*	3
36	La reina de España	*	*	*	*	*	*	*	10	*
37	Como nossos pais	*	*	*	*	5	*	*	*	*
38	El olivo	*	*	*	*	*	*	10	*	*
39	Sweet home	*	*	*	*	*	*	*	*	5
40	Los decentes	*	3	*	*	*	*	*	*	*
41	El ornitólogo	10	*	*	*	*	*	*	*	*
42	Nieve negra	*	*	*	10	*	*	*	*	*
43	Salt And fire	*	*	*	*	*	*	*	*	8

ALEMANIA

La asistencia a los cines de Alemania en 2017 suma 122,3 millones de espectadores y 1.190 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 4.803. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,8 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa casi el 24% (cuadro 3.2.8).

Cuadro 3.2.8
Panorama cinematográfico en Alemania

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	81,2	82,2	82,7
PIB-PPA (billones USD)	3,992	4,066	4,150
PIB per capita (USD)	48.900	49.300	50.200
Número de pantallas	4.692	4.739	4.803
Ingresos cine (millones USD)	1.290	1.130	1.190
Espectadores cine (millones)	139,2	121,1	122,3
Cuota de cine nacional (%)	27,5	22,7	23,9
Producciones (Films+Docs)	236	256	247
Precio entrada (USD)	9,3	9,3	9,8
Asistencia por habitante	1,7	1,5	1,5

El top-10 de películas en Alemania en 2017 está liderado por la producción autóctona *Fack ju Göthe 3*, con casi 6 millones de espectadores. A continuación se sitúan las producciones americanas *Gru 3: Mi villano favorito* con 4,6 millones y *Star Wars: Los últimos Jedi* con 4,3 millones (cuadro 3.2.9).

Del *ranking* de estrenos, nueve son estadounidenses (siete en coproducción con Canadá, China, Japón y Reino Unido) y uno alemán. La cuota de mercado del top-10 supuso el 29% del total de espectadores (35,4 millones).

Cuadro 3.2.9
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Alemania

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Fack ju Göthe 3	Alemania	5.948.094
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	4.640.958
3	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	4.396.028
4	50 sombras muy oscuras	USA, China	3.445.046
5	La bella y la bestia	USA, UK	3.424.482
6	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	3.240.759
7	It	USA, Canadá	3.168.314
8	Piratas del Caribe 5	USA	2.693.004
9	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	2.514.467
10	Los vigilantes de la playa	USA, China, UK	1.973.845

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Alemania, en primer lugar hay que destacar la producción española *Un monstruo viene a verme*, con casi 60.000 espectadores, y la también española *Tierra de María*, con más de 50.000 (cuadro 3.2.10).

La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que nueve estrenos están participados por España (tres son íntegramente españolas, dos están en coproducción con Argentina y Chile, dos con USA y uno con México). El estreno restante es una producción entre Portugal, Brasil y Francia.

Cuadro 3.2.10

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Alemania

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	España	59.052	480.606
2	Tierra de María	España	53.548	463.292
3	Neruda	Argentina, Chile, España	42.467	344.439
4	Una mujer fantástica	Chile, España	20.018	160.927
5	Dancing Beethoven	España	17.812	146.032
6	La promesa	España, USA	9.979	94.940
7	La Chana	España, USA	6.968	58.147
8	Chavela	España, México, USA	7.191	55.173
9	El ciudadano ilustre	Argentina, España	5.787	49.207
10	El ornitólogo	Portugal, Brasil, Francia	4.965	39.184

AUSTRIA

La asistencia a los cines de Austria en 2017 suma 14,6 millones de espectadores y 148 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 561. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 10,2 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 5,7% (cuadro 3.2.11).

Cuadro 3.2.11

Panorama cinematográfico en Austria

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	8,6	8,7	8,8
PIB-PPA (billones USD)	0,418	0,424	0,434
PIB per capita (USD)	48.500	48.600	49.200
Número de pantallas	557	556	561
Ingresos cine (millones USD)	152	148	148
Espectadores cine (millones)	15,9	15,1	14,6
Cuota de cine nacional (%)	5,3	4,9	5,7
Producciones (Films+Docs)	40	44	42
Precio entrada (USD)	9,5	9,8	10,2
Asistencia por habitante	1,9	1,7	1,7

El top-10 de películas en Austria en 2017 está liderado por la producción alemana *Fack ju Göthe 3*, con 538.919 espectadores. A continuación se sitúa la producción americana *Gru 3: Mi villano favorito* con más de medio millón de espectadores (cuadro 3.2.12).

Del ranking de estrenos, nueve son estadounidenses (seis en coproducción con Canadá, China, Japón y Reino Unido) y uno alemán. La cuota de mercado del top-10 supuso el 27,4% del total de espectadores (4 millones).

Cuadro 3.2.12
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Fack ju Göthe 3	Alemania	538.919
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	505.498
3	50 sombras muy oscuras	USA, China	454.919
4	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	451.287
5	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	441.131
6	La bella y la bestia	USA, UK	401.702
7	Los vigilantes de la playa	USA, China, UK	335.073
8	It	USA, Canadá	333.908
9	Piratas del Caribe 5	USA	320.150
10	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	292.703

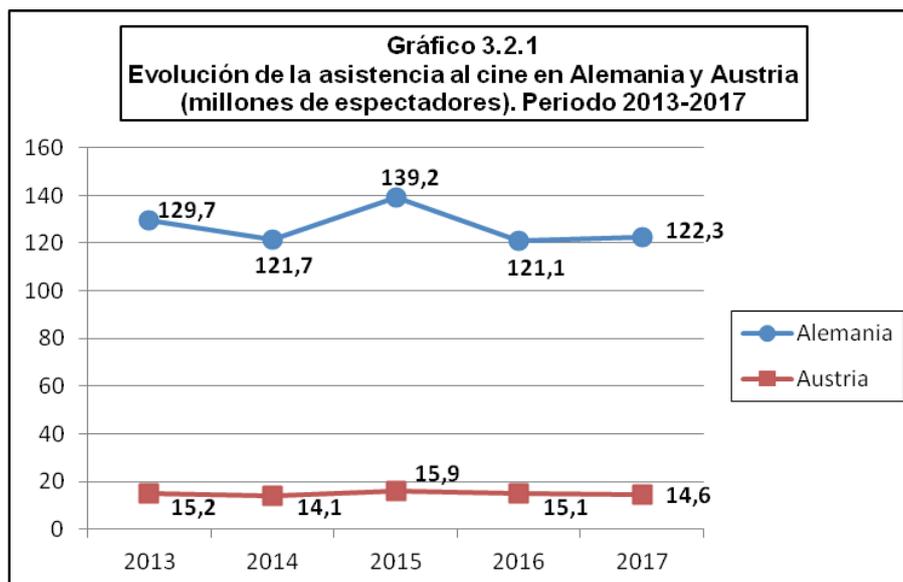
Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Austria, hay que destacar la producción española *Un monstruo viene a verme* con más de 9.000 espectadores y la coproducción entre Argentina, Chile y España, *Neruda* con más de 6.600 (cuadro 3.2.13).

La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que nueve estrenos están participados por España (tres son íntegramente españolas y seis están en coproducción con Argentina, Chile, México y USA). El estreno restante es una coproducción entre Argentina y México (*Los decentes*).

Cuadro 3.2.13
Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	España	9.334	86.659
2	Neruda	Argentina, Chile, España	6.639	58.865
3	Los decentes	Argentina, México	5.858	44.037
4	La promesa	España, USA	1.897	18.024
5	Una mujer fantástica	Chile, España	2.043	17.829
6	El ciudadano ilustre	Argentina, España	1.990	17.566
7	Footprints, el camino de tu vida	España	1.891	17.410
8	Chavela	España, México, USA	1.580	14.269
9	La Chana	España, USA	1.574	13.524
10	Dancing Beethoven	España	861	7.097

La evolución de la asistencia a los cines en Alemania es irregular en el periodo 2013-2017, con un máximo de 139,2 millones de espectadores (2015) y un mínimo de 121,1 millones (2016). Por otra parte, Austria muestra una evolución más estable y se mantiene en un rango comprendido entre 15,9 millones (2015) y 14,1 (2014) (gráfico 3.2.1).



FRANCIA

La asistencia a los cines de Francia en 2017 suma 209,4 millones de espectadores y 1.560 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas cinematográficas asciende a 5.913. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,1 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 7,5 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 37,4% (cuadro 3.2.14).

Cuadro 3.2.14

Panorama cinematográfico en Francia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	66,4	66,7	67,0
PIB-PPA (billones USD)	2,750	2,783	2,826
PIB per capita (USD)	42.700	43.100	43.600
Número de pantallas	5.741	5.842	5.913
Ingresos cine (millones USD)	1.480	1.540	1.560
Espectadores cine (millones)	205,3	213,1	209,4
Cuota de cine nacional (%)	35,5	35,8	37,4
Producciones (Films+Docs)	300	283	300
Precio entrada (USD)	7,2	7,2	7,5
Asistencia por habitante	3,1	3,2	3,1

El *top-10* de estrenos cinematográficos en Francia en 2017 está liderado por la producción estadounidense *Gru 3: Mi villano favorito* con más de 5,7 millones de espectadores, seguida de la coproducción franco-belga *Raid dingue* con 4,5 millones (cuadro 3.2.15).

Del *ranking* de estrenos, ocho son estadounidenses (cuatro en coproducción con China, Francia, Japón y Reino Unido) y los dos restantes franceses. La cuota de mercado del *top-10* supuso el 19,3% del total de espectadores (40,6 millones).

Cuadro 3.2.15

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	5.737.949
2	Raid dingue	Bélgica, Francia	4.570.887
3	Valerian y la ciudad de los mil planetas	Francia, USA	4.041.205
4	Coco	USA	4.025.594
5	El bebé jefazo	USA	3.956.359
6	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	3.862.436
7	Piratas del Caribe 5	USA	3.675.956
8	Sing	USA, Japón	3.599.807
9	Alibi.com	Francia	3.581.337
10	La bella y la bestia	USA, UK	3.568.108

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Francia, hay que destacar a la producción española *Ozzy* con casi 250.000 espectadores y la coproducción entre Argentina, Chile y España, *Neruda* con 236.017 (cuadro 3.2.16).

La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que ocho estrenos están participados por España (tres son íntegramente españolas y cinco están en coproducción con Argentina, Chile y Canadá). Los dos estrenos restantes son una coproducción Brasil y Francia y una producción mexicana.

Cuadro 3.2.16

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	<i>Ozzy</i>	España, Canadá	246.348	1.796.700
2	<i>Neruda</i>	Argentina, Chile, España	236.017	1.663.253
3	<i>Que Dios nos perdone</i>	España	199.991	1.458.602
4	<i>Gabriel e a montanha</i>	Brasil, Francia	83.809	611.248
5	<i>Una mujer fantástica</i>	Chile, España	80.559	587.544
6	<i>El ciudadano ilustre</i>	Argentina, España	72.814	531.057
7	<i>Un monstruo viene a verme</i>	España	72.638	519.169
8	<i>El hombre de las mil caras</i>	España	58.163	424.203
9	<i>Tarde para la ira</i>	España	55.716	406.356
10	<i>Las hijas de abril</i>	México	54.131	394.796

ITALIA

La asistencia a los cines de Italia en 2017 suma 99,2 millones de espectadores y 692 millones de dólares de recaudación. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,6 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 7 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 18,3% (cuadro 3.2.17).

Cuadro 3.2.17
Panorama cinematográfico en Italia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	60,8	61,0	62,1
PIB-PPA (billones USD)	2,253	2,273	2,307
PIB per capita (USD)	37.100	37.500	38.000
Número de pantallas	4.874	4.936	5.298
Ingresos cine (millones USD)	738	762	692
Espectadores cine (millones)	107,0	112,5	99,2
Cuota de cine nacional (%)	21,3	29,1	18,3
Producciones (Films+Docs)	186	224	235
Precio entrada (USD)	6,9	6,8	7,0
Asistencia por habitante	1,8	1,9	1,6

El *top-10* de estrenos cinematográficos en Francia en 2017 está liderado por la coproducción entre Estados Unidos y Reino Unido *La bella y la bestia*, con 3,2 millones de espectadores y por la producción americana *Gru 3: Mi villano favorito* con 2,7 millones (cuadro 3.2.18).

Del *ranking* de estrenos, ocho son estadounidenses (tres en coproducción con China, Canadá y Japón) y los dos restantes italianos. La cuota de mercado del *top-10* supuso el 21,4% del total de espectadores (21,3 millones).

Cuadro 3.2.18
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Italia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La bella y la bestia	USA, UK	3.219.203
2	Gru 3: Mi villano favorito	USA	2.782.012
3	50 sombras muy oscuras	USA, China	2.161.515
4	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	2.076.230
5	It	USA, Canadá	2.035.660
6	Asesinato en el Orient Express	USA	1.924.810
7	Piratas del Caribe 5	USA	1.835.673
8	L'ora legale	Italia	1.807.170
9	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	1.804.321
10	Mister Felicità	Italia	1.686.802

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Italia, hay que destacar a la producción española *Ozzy*, con casi 240.000 espectadores, seguida de la coproducción entre Chile y España, *Una mujer fantástica* y la producción española *Tarde para la ira*, ambas con más de 64.000 espectadores (cuadro 3.2.19).

La distribución del *top-10* respecto al país de origen muestra que siete estrenos están participados por España (cuatro son íntegramente españolas y tres están en coproducción con Argentina, Chile

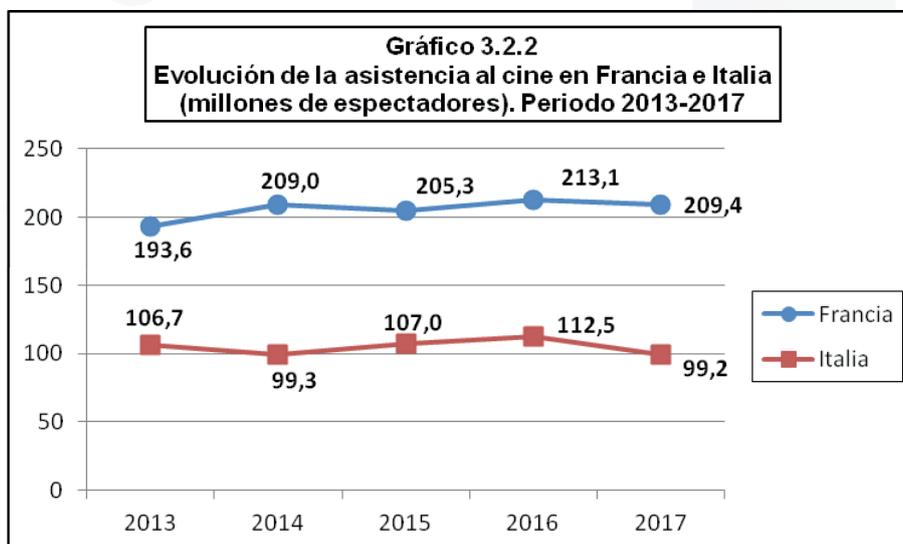
y Canadá). Los estrenos restantes se corresponden con tres coproducciones: México-USA, Brasil-Italia y Chile-Francia.

Cuadro 3.2.19

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Italia

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ozzy	España, Canadá	236.149	1.427.594
2	Una mujer fantástica	Chile, España	64.493	426.792
3	Tarde para la ira	España	64.221	420.890
4	Esperando al rey	México, USA	49.384	314.121
5	A Ciambra	Brasil, Italia	28.746	175.073
6	Un monstruo viene a verme	España	13.072	92.713
7	Poesía sin fin	Chile, Francia	13.041	86.576
8	La noche que mi madre mató a mi padre	España	12.919	80.534
9	Footprints, el camino de tu vida	España	3.725	26.264
10	Nieve negra	Argentina, España	4.205	25.413

Las gráficas de la evolución de la asistencia de espectadores a los cines de Francia e Italia siguieron prácticamente una misma pauta de incrementos y descensos en el periodo 2013-2017 (gráfico 3.2.2). En Francia, la asistencia se mueve entre un rango mínimo de 193,6 millones de espectadores (2013) y un máximo de 213,1 millones (2016). En Italia el mínimo se registra en 2017 (99,2 millones de espectadores) y el máximo en 2016 (112,5 millones).



PAÍSES BAJOS

La asistencia a los cines de Países Bajos en 2017 suma 36 millones de espectadores y 341 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 959. La frecuencia de asistencia se sitúa en 2,1 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,5 dólares. La cuota de pantalla del cine nacional representa el 12% (cuadro 3.2.20).

Cuadro 3.2.20
Panorama cinematográfico en Países Bajos

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	16,9	17,0	17,1
PIB-PPA (billones USD)	0,868	0,888	0,915
PIB per capita (USD)	51.300	52.100	53.600
Número de pantallas	888	944	959
Ingresos cine (millones USD)	306	318	341
Espectadores cine (millones)	33,0	34,2	36,0
Cuota de cine nacional (%)	18,7	12,3	12,0
Producciones (Films+Docs)	82	80	87
Precio entrada (USD)	9,3	9,3	9,5
Asistencia por habitante	1,9	2,0	2,1

El *top-10* de estrenos cinematográficos en los Países Bajos en 2017 está liderado por *Gru 3: Mi villano favorito* y *Piratas del Caribe 5*, ambas con más de un millón de espectadores y de procedencia estadounidense (cuadro 3.2.21).

Todas las películas del *ranking* son estadounidenses (seis en coproducción con China, Canadá, Japón y Reino Unido). La cuota de mercado del *top-10* supuso el 23,3% del total de espectadores (8,4 millones).

Cuadro 3.2.21
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Países Bajos

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.337.380
2	Piratas del Caribe 5	USA	1.018.634
3	La bella y la bestia	USA, UK	850.280
4	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	848.174
5	El bebé jefazo	USA	800.978
6	Sing	USA, Japón	798.401
7	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	764.026
8	Dunkerque	UK, USA	755.660
9	50 sombras muy oscuras	USA, China	685.802
10	It	USA, Canadá	580.667

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en los Países Bajos, el primer lugar es para la coproducción entre Chile y España, *Una mujer fantástica* con más de 22.000 espectadores y el segundo para la producción española *Tarde para la ira*, con 13.407 (cuadro 3.2.22).

La distribución del *top-10* respecto al país de origen muestra que siete estrenos están participados por España (tres son íntegramente españolas y cuatro están en coproducción con Argentina, Chile y USA). Los tres estrenos restantes se corresponden con dos películas brasileñas y una coproducción Chile-Francia.

Cuadro 3.2.22
Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Países Bajos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Una mujer fantástica	Chile, España	22.492	213.678
2	Tarde para la ira	España	13.407	127.368
3	La promesa	España, USA	12.209	115.986
4	Un monstruo viene a verme	España	12.084	114.802
5	Como nossos pais	Brasil	7.206	68.456
6	El profesor de violín	Brasil	6.830	64.889
7	La Chana	España, USA	6.772	64.332
8	El ciudadano ilustre	Argentina, España	5.623	53.415
9	Poesía sin fin	Chile, Francia	5.589	53.095
10	Verano 1993	España	5.094	48.391

REINO UNIDO

La asistencia a las salas de cine en Reino Unido en 2017 suma 170 millones de espectadores y 1.650 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 4.309. La frecuencia de asistencia se sitúa en 2,6 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,7 dólares. La cuota de mercado del cine británico representa el 37,4% (cuadro 3.2.23).

Cuadro 3.2.23
Panorama cinematográfico en Reino Unido

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	64,8	65,4	65,8
PIB-PPA (billones USD)	2,783	2,833	2,880
PIB per capita (USD)	42.700	43.200	43.600
Número de pantallas	4.046	4.150	4.309
Ingresos cine (millones USD)	1.900	1.660	1.650
Espectadores cine (millones)	171,9	168,3	170,6
Cuota de cine nacional (%)	44,5	34,9	37,4
Producciones (Films+Docs)	201	200	212
Precio entrada (USD)	11,0	9,9	9,7
Asistencia por habitante	2,7	2,6	2,6

El top-10 de estrenos cinematográficos en Reino Unido en 2017 está encabezado por la coproducción con Estados Unidos *La bella y la bestia*, con 9,6 millones de espectadores, seguida de *Star Wars: Los últimos Jedi*, también con más de 9 millones, y por la coproducción con Estados Unidos *Dunkerk*, con 7,5 millones de espectadores (cuadro 3.2.24).

Respecto a su origen, nueve estrenos del ranking son estadounidenses (cuatro en coproducción con Canadá y Reino Unido) y uno es una coproducción franco-británica (*Paddington 2*). La cuota de mercado del top-10 supuso el 35% del total de espectadores (59,8 millones).

Cuadro 3.2.24

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Reino Unido

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La bella y la bestia	USA, UK	9.670.884
2	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	9.119.897
3	Dunkerque	UK, USA	7.564.364
4	Gru 3: Mi villano favorito	USA	6.373.854
5	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	5.474.313
6	Paddington 2	Francia, UK	5.025.362
7	It	USA, Canadá	4.317.374
8	Thor: Ragnarok	USA	4.144.180
9	Spider-Man: Homecoming	USA	4.069.610
10	La La Land	USA	4.061.421

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Reino Unido, hay que destacar la producción española *Un monstruo viene a verme*, en la frontera de los 400.000 espectadores y la coproducción entre España y USA, *Llámame por tu nombre*, con casi 200.000 (cuadro 3.2.25).

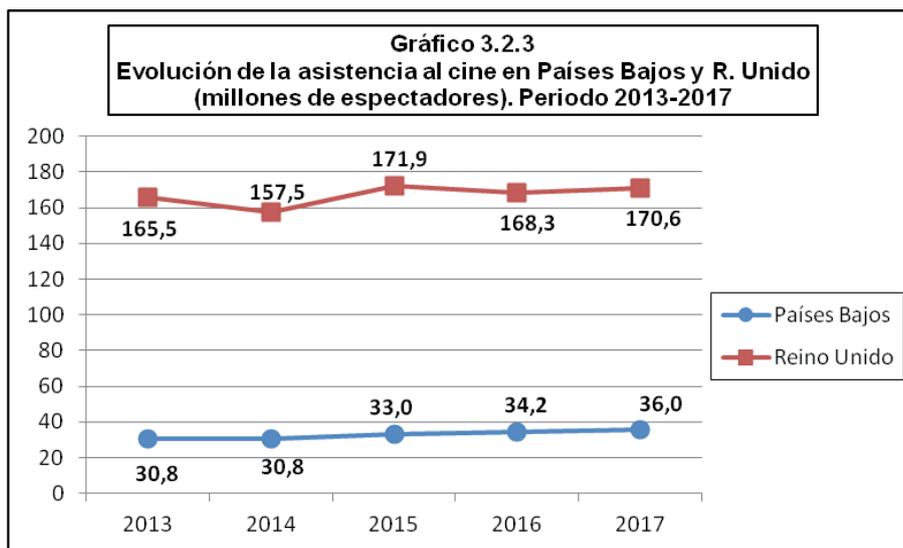
La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que seis estrenos están participados por España (cinco en coproducción con Alemania, Argentina, Chile, Canadá y USA). Los estrenos restantes son cuatro coproducciones: Brasil - Reino Unido - India, México - Reino Unido, Brasil - Francia y Chile - Francia.

Cuadro 3.2.25

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Reino Unido

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	España	393.092	3.812.992
2	Llámame por tu nombre	España, USA	199.441	1.934.582
3	La promesa	España, USA	73.402	711.998
4	Colossal	España, USA, Canadá	44.614	432.760
5	Neruda	Argentina, Chile, España	19.036	184.645
6	La isla de los monstruos	México, R. Unido	14.248	138.203
7	Tawai: A voice from the Forest	Brasil, R. Unido, India	12.520	121.445
8	Aquarius	Brasil, Francia	9.177	89.017
9	Poesía sin fin	Chile, Francia	6.630	64.312
10	El olivo	España, Alemania	6.463	62.695

La evolución de la asistencia a los cines en Reino Unido durante el periodo 2013-2017 está comprendida entre los casi 172 millones de espectadores de 2015 y los 165,5 millones de 2013. En los Países Bajos la evolución de la asistencia fue bastante regular y en ligero ascenso, desde los 30,8 millones de espectadores de 2013 y 2014, hasta los 36 millones de 2017 (gráfico 3.2.3).



POLONIA

La asistencia al cine en Polonia en 2017 suma 56,6 millones de espectadores y 284,8 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 1.364. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5 dólares. La cuota de mercado del cine británico representa el 23,4% (cuadro 3.2.26).

Cuadro 3.2.26

Panorama cinematográfico en Polonia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	38,0	38,0	38,0
PIB-PPA (billones USD)	1,042	1,070	1,111
PIB per capita (USD)	27.400	28.200	29.300
Número de pantallas	1.256	1.256	1.364
Ingresos (millones USD)	218,3	245,4	284,8
Espectadores (millones)	44,7	52,1	56,6
Cuota de cine nacional (%)	18,7	25,0	23,4
Producciones (Films+Docs)	49	54	71
Precio entrada (USD)	4,9	4,7	5,0
Asistencia por habitante	1,2	1,4	1,5

El *top-10* de estrenos cinematográficos en Polonia en 2017 está liderado por dos producciones autóctonas: *Letters to Santa 3* (2,9 millones de espectadores) y *Botoks* (2,3 millones). Las películas extranjeras más vistas son *Star Wars: Los últimos Jedi* y *Gru 3: Mi villano favorito*, ambas estadounidenses y con una audiencia de 1,8 millones de espectadores (cuadro 3.2.27).

Respecto a su origen, tres estrenos del *ranking* son polacos y los siete restantes tienen participación estadounidense (cuatro en coproducción con China, Hong-Kong y Japón). La cuota de mercado del *top-10* supuso el 30,2% del total de espectadores (17,1 millones).

Cuadro 3.2.27
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Polonia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Letters to Santa 3	Polonia	2.984.653
2	Botoks	Polonia	2.314.882
3	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	1.826.598
4	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.804.144
5	Sing	USA, Japón	1.637.699
6	50 sombras muy oscuras	USA, China	1.475.238
7	The art of loving	Polonia	1.459.376
8	Piratas del Caribe 5	USA	1.367.866
9	Los Pitufos: La aldea escondida	USA, HK	1.253.641
10	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	1.045.812

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Polonia, en el cuadro 3.2.28 solo hay que mencionar la presencia de cuatro producciones: las españolas *Ozzy* (176.101 espectadores), *Deep* (19.394 espectadores) y *La promesa* (13.224) y la colombiana *La jungla* (2.979 espectadores).

Cuadro 3.2.28
Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Polonia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ozzy	España, Canadá	176.101	880.507
2	Deep	España	19.394	96.970
3	La promesa	España, USA	13.224	66.119
4	La jungla	Colombia, Australia	2.979	14.893

RUSIA

La asistencia a los cines de Rusia en 2017 suma 212,2 millones de espectadores y 913 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas cinematográficas asciende a 4.793. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 4,3 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 24,1% del total de espectadores (cuadro 3.2.29).

Cuadro 3.2.29
Panorama cinematográfico en Rusia

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	142,2	143,4	143,4
PIB-PPA (billones USD)	3,938	3,930	4,000
PIB per capita (USD)	27.400	27.500	27.900
Número de pantallas	4.021	4.372	4.793
Ingresos (millones USD)	728	712	913
Espectadores (millones)	174,1	194,7	212,2
Cuota de cine nacional (%)	17,4	17,6	24,1
Producciones (Films+Docs)	121	130	108
Precio entrada (USD)	4,2	3,7	4,3
Asistencia por habitante	1,2	1,4	1,5

El top-10 de películas en Rusia en 2017 está liderado por el estreno estadounidense *Piratas del Caribe 5* y por la producción rusa *The last Warrior*, ambas con más de 7 millones de espectadores (cuadro 3.2.30).

Del top-10 del ranking, siete proceden de Estados Unidos (tres en coproducción) y tres de Rusia. La cuota de mercado del ranking en 2017 supuso el 26,3% del total de espectadores (56 millones).

Cuadro 3.2.30
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Rusia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Piratas del Caribe 5	USA	7.962.691
2	The last Warrior	Rusia	7.309.367
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	6.623.483
4	El bebé jefazo	USA	6.234.951
5	Guardianes de la galaxia 2	USA, Canadá	5.257.746
6	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	5.249.809
7	Viking	Rusia	5.232.482
8	Thor: Ragnarok	USA	4.253.096
9	It	USA, Canadá	4.083.058
10	Atracttion	Rusia	3.831.855

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Rusia, hay que destacar las producciones españolas *Deep*, con 586.745 espectadores, y *Tadeo Jones 2*, con 250.555 espectadores (cuadro 3.2.31).

La distribución del top-10 respecto al país de origen muestra que nueve estrenos están participados por España (tres en coproducción). El estreno restante es una coproducción entre Colombia y Australia (*La jungla*).

Cuadro 3.2.31
Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Rusia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Deep	España	586.745	1.740.357
2	Tadeo Jones 2	España	250.555	812.692
3	La jungla	Colombia, Australia	151.982	692.165
4	Un monstruo viene a verme	España	157.991	640.243
5	La promesa	España, USA	103.414	553.103
6	La piel fría	España, Francia	82.767	343.042
7	Colossal	España, USA, Canadá	48.169	225.764
8	Órbita 9	España	26.565	119.777
9	El secreto de Marrowbone	España	23.954	89.658
10	La reina de España	España	8.642	55.727

TURQUÍA

La asistencia a los cines de Turquía en 2017 suma 71,2 millones de espectadores y 239 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 3.013. La frecuencia de asistencia se sitúa en 0,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 3,4 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 56,5% del total de espectadores (cuadro 3.2.32).

Cuadro 3.2.32
Panorama cinematográfico en Turquía

Datos	2015	2016	2017
Población (millones)	77,7	78,7	79,8
PIB-PPA (billones USD)	1,966	2,029	2,133
PIB per capita (USD)	25.000	25.400	26.500
Número de pantallas	2.648	2.826	3.013
Ingresos cine (millones USD)	251	230	239
Espectadores cine (millones)	60,5	58,3	71,2
Cuota de cine nacional (%)	56,8	53,4	56,5
Producciones (Films+Docs)	137	138	148
Precio entrada (USD)	4,2	3,9	3,4
Asistencia por habitante	0,8	0,7	0,9

El top-10 de películas en Turquía en 2017 está liderado por estrenos autóctonos. Las dos producciones con más éxito, *Recep İvedik 5* y *Ayla*, superaron la barrera de los siete y cinco millones de espectadores, respectivamente. La película extranjera más popular es *Fast & Furious 8* con 2,6 millones de espectadores (cuadro 3.2.33).

Del top-10 del ranking, siete son producciones nacionales y tres proceden de Estados Unidos. La cuota de mercado del ranking supuso el 41,1% del total de espectadores (29,3 millones).

Cuadro 3.2.33
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. Turquía

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Recep İvedik 5	Turquía	7.437.050
2	Ayla	Turquía	5.287.656
3	Aile Arasinda	Turquía	3.384.109
4	Çalgi Çengi Ikimiz	Turquía	2.798.016
5	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	2.656.286
6	Yol arkadasim	Turquía	1.961.301
7	Olanlar Oldu	Turquía	1.811.081
8	Piratas del Caribe 5	USA	1.529.857
9	Moana	USA	1.337.112
10	Kolonya Cumhuriyeti	Turquía	1.114.318

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Turquía, hay que destacar los siguientes títulos: *Ozzy* (España, Canadá), con más de 38.000 espectadores; *Neruda* (Argentina, Chile, España) con casi 13.000 espectadores y *Los Ilusionautas* (Perú) con 11.676 espectadores (cuadro 3.2.34).

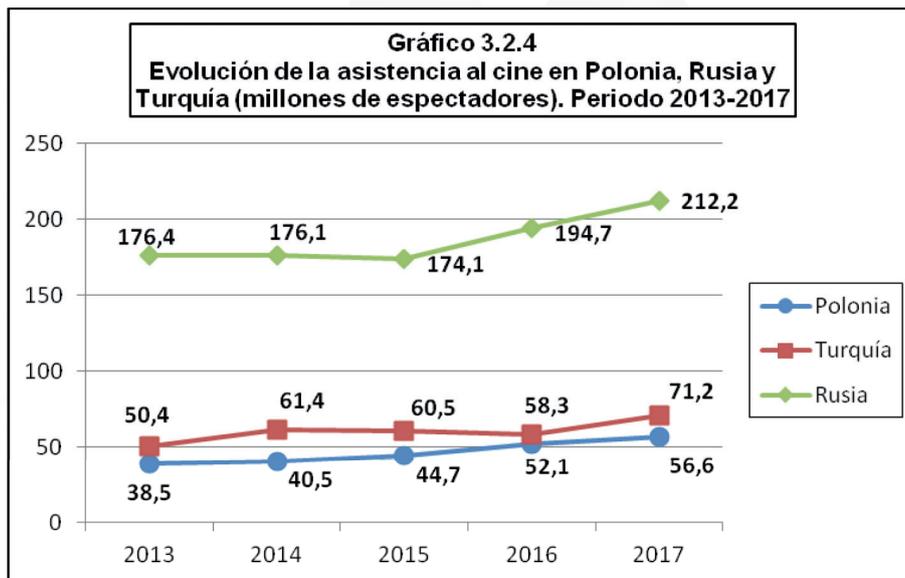
La distribución del *top-9* respecto al país de origen muestra que cinco estrenos están participados por España (cuatro en coproducción). Los estrenos restantes son dos títulos procedentes de Brasil (uno en coproducción con Francia), una coproducción entre México y Bolivia y un título procedente de Perú.

Cuadro 3.2.34

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2017. Turquía

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ozzy	España, Canadá	38.406	123.820
2	Neruda	Argentina, Chile, España	12.916	47.770
3	Los Ilusionautas	Perú	11.676	22.936
4	Inside	España, USA	9.340	28.679
5	Sweet home	España, Polonia	6.258	17.298
6	Verano 1993	España	5.488	15.557
7	Aquarius	Brasil, Francia	3.109	7.657
8	Salt And fire	México, Bolivia, USA	2.513	4.569
9	El profesor de violín	Brasil	548	1.454

La evolución de la asistencia al cine en Polonia, Rusia y Turquía sigue una tendencia ligeramente ascendente en los dos últimos años del periodo 2013-2017. En los tres países, los máximos se registran en 2017, siendo los siguientes: 212,2 millones en Rusia, 71,2 millones en Turquía y 56,6 millones de espectadores en Polonia (gráfico 3.2.4).



EL CINE IBEROAMERICANO EN IBEROAMÉRICA Y USA

DATOS MUESTRALES

La muestra que se utiliza para el estudio de la exhibición de los estrenos cinematográficos iberoamericanos más allá de sus fronteras, proviene de los top-100 de 20 países iberoamericanos, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. En el caso particular de España, para la selección de los títulos iberoamericanos se ha utilizado todos los estrenos exhibidos en 2017 y la información de República Dominicana procede de su propio Ministerio de Cultura. Por último hay que reseñar que en los estrenos analizados no se contabilizan en el mercado nacional, incluidas las coproducciones entre dos o más países iberoamericanos cualquiera que sea su peso en la producción.

El número total de estrenos de los 20 países incluidos en la muestra suma 87. Este número de producciones se corresponde con 44 títulos, acumulan una asistencia de 7,2 millones de espectadores y casi 25 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38,6% (17 títulos) y algo más de la mitad se realizan entre países iberoamericanos (9 títulos).

Cuadro 3.3.1

Muestra de estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos. Año 2017

Mercados Analizados	20	Número de títulos de la muestra	44
Nº estrenos de la muestra	87	Número de coproducciones	17
Espectadores totales	7.201.846	Coproducciones internacionales	8
Ingresos totales (\$)	24.982.784	Coproducciones iberoamericanas	9

La distribución de los 87 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que España (21) y Uruguay (11) son los países que más obras iberoamericanas exhibieron, si bien, en el caso de España, como hemos comentado anteriormente, su muestra incluye todas las películas exhibidas en sus salas de cine en 2017. En cuanto al resto de mercados, donde más producciones iberoamericanas se registran dentro del top-100 son Guatemala (7 estrenos) y Bolivia (6 estrenos).

Por espectadores, los mercados que aglutinan una mayor asistencia a producciones iberoamericanas son México (2,4 millones) y Colombia (1,3 millones). Otros mercados con cifras significativas son Argentina y Chile, con más de medio millón de espectadores (cuadro 3.3.2).

Cuadro 3.3.2

Distribución de los estrenos iberoamericanos del top-100 por países. Año 2017

Nº	País estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	2	543.530	2.393.914
2	Bolivia	6	118.590	640.612
3	Brasil	1	312.006	1.223.534
4	Chile	2	505.675	2.201.621
5	Colombia	3	1.335.396	3.614.166
6	Costa Rica	4	148.459	648.687
7	Ecuador	3	209.078	859.439
8	El Salvador	4	52.729	179.010
9	España	21	231.398	1.598.201
10	Guatemala	7	155.471	604.575

11	Honduras	3	30.601	83.747
12	México	3	2.410.480	6.156.672
13	Nicaragua	3	24.848	67.453
14	Panamá	3	114.562	519.306
15	Paraguay	2	14.436	53.618
16	Perú	2	409.493	1.428.026
17	Portugal	2	137.885	777.575
18	R. Dominicana	3	34.215	108.620
19	Uruguay	11	327.751	1.824.008
20	Venezuela	2	85.243	*
Total		87	7.201.846	24.982.784

La distribución de los estrenos en los mercados iberoamericanos por países de origen refleja que España (29 estrenos - 9 títulos - 15 mercados), Argentina (16 estrenos - 15 títulos - 3 mercados), Perú (15 estrenos - 2 títulos - 14 mercados) y Brasil (10 estrenos - 3 títulos - 10 mercados) son los países que más producciones iberoamericanas no nacionales distribuyeron entre los 20 países analizados (cuadro 3.3.3).

Cuadro 3.3.3

Distribución de los estrenos iberoamericanos en Iberoamérica por países de origen. Año 2016

Nº	País origen	Estrenos	Títulos	Espectadores	Mercados de estreno
1	Argentina	16	15	577.571	ES-PE-UG
2	Brasil	10	3	626.521	AR-BO-CL-ES-GU-HO-NI-PG-RD-UG
3	Chile	4	3	173.888	ES-PO
4	Colombia	3	3	1.216	ES
5	España	29	9	4.519.416	BO-BR-CO-CR-EL-EQ-GU-HO-ME-NI-PA-PE-PO-UG-VE
6	México	6	5	33.269	BO-ES-GU
7	Perú	15	2	1.253.354	AR-BO-CL-CO-CR-EQ-EL-GU-HO-NI-PA-PG-RD-UG
8	Portugal	2	2	7.564	ES
9	Puerto Rico	1	1	8.885	RD
10	Venezuela	1	1	162	ES
		87	44	7.201.846	

Los estrenos iberoamericanos presentes en los *top-100* en un mayor número de mercados en 2017 son *Condorito: la película* (14 países), *Ozzy* (11 países), *Moisés y los diez mandamientos* (8 países), *Lo que de verdad importa* (6 países) y *Deep* (5 países).

Las películas que aglutinan un mayor número de espectadores y recaudación en taquilla son: *Lo que de verdad importa* (2,2 millones de espectadores y 6,5 millones de dólares), *Condorito: la película* (1,2 millones de espectadores y 4,6 millones de ingresos) y *Ozzy* (1,2 millones de espectadores y 3,3 millones de dólares de recaudación).

En 2017 hubo ocho estrenos iberoamericanos que acumularon más de 100.000 espectadores en la muestra y más de un millón de dólares de recaudación. La distribución por países de estas producciones es la siguiente: cuatro españolas, una peruana, una Brasileña, una argentina y una chilena (cuadro 3.3.4).

Cuadro 3.3.4

Distribución de los títulos estrenados en Iberoamérica por espectadores. Año 2017

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	País de estreno
1	Lo que de verdad importa	España	2.203.681	6.545.011	CO-CR-EL-GU-ME-PA
2	Condorito: la película	Perú	1.245.049	4.675.546	AR-BO-CL-CO-CR-EQ-EL-GU-HO-NI-PA-PG-RD-UG
3	Ozzy	España	1.209.338	3.392.128	BO-CO-CR-EQ-EL-GU-ME-PA-PE-PO-VE
4	Un monstruo viene a verme	España	645.920	1.575.430	BO-ME
5	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	559.362	2.331.217	AR-BO-GU-HO-NI-PG-RD-UG
6	Mamá se fue de viaje	Argentina	330.152	1.360.354	PE-UG
7	Tadeo Jones 2	España	312.006	1.223.534	BR
8	Jackie	Chile	169.778	1.150.129	ES-PO
9	Sos mi pasión	Argentina	97.422	541.345	UG
10	Deep	España	50.698	199.255	BO-CR-EL-GU-HO
11	Un novio para mi mujer	Brasil	50.512	248.743	CL
12	Me casé con un boludo	Argentina	42.866	298.783	ES
13	Nieve negra	España	40.002	241.762	UG
14	Verónica	España	34.527	136.409	EQ
15	Los Padecientes	Argentina	25.392	143.424	UG
16	Hazlo como Hombre	México	24.442	114.626	BO-GU
17	La Cordillera	Argentina	20.918	111.140	UG
18	Meñique	España	17.893	*	VE
19	Aquarius	Brasil	16.647	114.177	ES
20	Casi leyendas	Argentina	16.049	91.754	UG
21	Los que aman odian	Argentina	11.653	60.256	UG
22	Solo se vive una vez	Argentina	9.220	51.267	UG
23	Vico C: la vida de un filósofo	Puerto Rico	8.885	32.818	RD
24	Cementerio General 2	Perú	8.305	31.413	GU
25	El otro hermano	Argentina	7.649	40.974	UG
26	Un tango más	Argentina	7.234	50.543	ES
27	Cartas da Guerra	Portugal	7.160	47.695	ES
28	La hijas de abril	México	6.944	46.840	ES
29	Fátima, el último misterio	España	5.351	16.956	NI
30	Rara	Argentina	3.843	25.848	ES
31	El invierno	Argentina	2.561	15.846	ES
32	Inseparables	Argentina	2.447	16.118	ES
33	Una especie de familia	Argentina	1.569	10.335	ES
34	La idea de un lago	Argentina	1.562	8.889	ES
35	La región salvaje	México	1.165	7.669	ES
36	Todo sobre el asado	Argentina	877	6.559	ES
37	Amazona	Colombia	789	5.503	ES
38	La vida inmoral de la pareja ideal	México	600	3.545	ES
39	Correspondencias	Portugal	404	2.569	ES
40	Las plantas	Chile	267	1.700	ES
41	La mujer del animal	Colombia	250	1.512	ES
42	Los Nadie	Colombia	177	1.223	ES
43	Papita 2da Base	Venezuela	162	1.006	ES
44	El charro de Toluquilla	México	118	933	ES
			7.201.846	24.982.784	

ARGENTINA

Un total de 16 estrenos argentinos se contabilizaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. Los estrenos tienen lugar en Uruguay (ocho), España (siete) y Perú (uno). La asistencia acumulada por las películas argentinas en esta muestra suma más de medio millón de espectadores con un total de 15 títulos (cuadro 3.3.5).

La película argentina con más éxito en 2017 es *Mamá se fue de viaje* (Ariel Winograd), con más de 250.000 espectadores en Perú y 78.873 en Uruguay, seguida de *Sos mi pasión* (Marcos Carnevale) en Uruguay, con casi 100.000 espectadores.

Cuadro 3.3.5
Películas argentinas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2017

Nº	País estreno	Título	Espectadores
1	Perú	Mamá se fue de viaje	251.279
2	Uruguay	Sos mi pasión	97.422
3	Uruguay	Mama se fue de viaje	78.873
4	España	Me casé con un boludo	42.866
5	Uruguay	Los Padecientes	25.392
6	Uruguay	La Cordillera	20.918
7	Uruguay	Casi leyendas	16.049
8	Uruguay	Los Que aman odian	11.653
9	Uruguay	Solo se vive una vez	9.220
10	Uruguay	El Otro Hermano	7.649
11	España	Un tango mas	7.234
12	España	El invierno	2.561
13	España	Inseparables	2.447
14	España	Una especie de familia	1.569
15	España	La idea de un lago	1.562
16	España	Todo sobre el asado	877
			577.571

BRASIL

Un total de 10 estrenos brasileños se contabilizaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. Los estrenos tienen lugar en otros tantos países diferentes. La asistencia acumulada por las películas brasileñas en esta muestra suma más de 600.000 espectadores con un total de tres títulos (cuadro 3.3.6).

La película brasileña con más éxito en 2017 es *Moisés y los diez mandamientos* (Alexandre Avancini), con 470.375 espectadores en Argentina y un total acumulado de casi 560.000 espectadores entre los ocho mercados de exhibición. La segunda producción con más éxito es *Un novio para mi mujer* (Julia Rezende), con 50.512 espectadores en Chile.

Cuadro 3.3.6

Películas brasileñas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2017

Nº	País estreno	Título	Espectadores
1	Argentina	Moisés y los diez mandamientos: la película	470.375
2	Chile	Un novio para mi mujer	50.512
3	Bolivia	Moisés y los diez mandamientos: la película	22.339
4	España	Aquarius	16.647
5	Guatemala	Moisés y los diez mandamientos: la película	12.060
6	Uruguay	Moisés y los diez mandamientos: la película	12.031
7	R. Dominicana	Moisés y los diez mandamientos: la película	11.532
8	Honduras	Moisés y los diez mandamientos: la película	10.508
9	Nicaragua	Moisés y los diez mandamientos: la película	10.367
10	Paraguay	Moisés y los diez mandamientos: la película	10.150
			626.521

ESPAÑA

Un total de 29 estrenos españoles se registraron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos en 2017. El mayor número de estrenos de las películas españolas se dio en Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala y México (tres en cada país). El número total de mercados con representación de películas españolas sumó 15. La asistencia acumulada suma 4,5 millones de espectadores con un total de 9 títulos (cuadro 3.3.7).

Las películas exhibidas en un mayor número de mercados son: *Ozzy* (11 mercados y 1,2 millones de espectadores totales), *Lo que de verdad importa* (6 mercados y 2,2 millones de espectadores) y *Deep* (5 mercados y más de 50.000 espectadores acumulados).

Las películas españolas que más taquilla alcanzaron en los países iberoamericanos son: *Lo que de verdad importa* (1,1 millones de espectadores en México y casi 800.000 en Colombia), *Ozzy* (más de 650.000 espectadores en México), *Un monstruo viene a verme* (636.157 espectadores en México) y *Tadeo Jones 2* (más de 300.000 espectadores en Brasil).

Cuadro 3.3.7

Películas españolas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2017

Nº	País estreno	Título	Espectadores
1	México	Lo que de verdad importa	1.120.573
2	Colombia	Lo que de verdad importa	788.625
3	México	Ozzy	653.750
4	México	Un monstruo viene a verme	636.157
5	Brasil	Tadeo Jones 2	312.006
6	Perú	Ozzy	158.214
7	Colombia	Ozzy	118.315
8	Portugal	Ozzy	101.863
9	Costa Rica	Lo que de verdad importa	101.454
10	Guatemala	Lo que de verdad importa	84.701
11	Panamá	Lo que de verdad importa	78.321
12	Venezuela	Ozzy	67.350
13	Ecuador	Ozzy	59.689
14	Uruguay	Nieve negra	40.002

15	Ecuador	Verónica	34.527
16	El Salvador	Lo que de verdad importa	30.007
17	Venezuela	Meñique	17.893
18	Guatemala	Deep	15.176
19	Costa Rica	Deep	14.185
20	Bolivia	Ozzy	12.275
21	Costa Rica	Ozzy	11.958
22	Panamá	Ozzy	10.803
23	Bolivia	Un monstruo viene a verme	9.763
24	Bolivia	Deep	9.545
25	Guatemala	Ozzy	8.239
26	El Salvador	Ozzy	6.882
27	Honduras	Deep	6.390
28	El Salvador	Deep	5.402
29	Nicaragua	Fátima, el último misterio	5.351
			4.519.416

PERÚ

Un total de 15 estrenos peruanos (representados por dos títulos) se sitúan en los *top-100* de 14 países iberoamericanos. La asistencia acumulada por las películas peruanas suma 1,2 millones de espectadores (cuadro 3.3.8).

La película peruana más popular en 2017 en los mercados iberoamericanos es la producción *Condorito: la película* (Álex Orrelle), exhibida en 14 mercados iberoamericanos y con una suma total de 1,2 millones de espectadores en taquilla.

Cuadro 3.3.8

Películas brasileñas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2017

Nº	País estreno	Título	Espectadores
1	Chile	Condorito: la película	455.163
2	Colombia	Condorito: la película	428.456
3	Ecuador	Condorito: la película	114.862
4	Argentina	Condorito: la película	73.155
5	Bolivia	Condorito: la película	48.641
6	Panamá	Condorito: la película	25.438
7	Costa Rica	Condorito: la película	20.862
8	Guatemala	Condorito: la película	18.575
9	R. Dominicana	Condorito: la película	13.798
10	Honduras	Condorito: la película	13.703
11	El Salvador	Condorito: la película	10.438
12	Nicaragua	Condorito: la película	9.130
13	Uruguay	Condorito: la película	8.542
14	Guatemala	Cementerio General 2	8.305
15	Paraguay	Condorito: la película	4.286
			1.253.354

RESTO DE PAÍSES IBEROAMERICANOS

Un total de 17 estrenos de otros seis países iberoamericanos se registraron en los top-100 de la muestra de mercados iberoamericanos analizada en 2017. Estos países son: Chile, Colombia, México, Portugal, Puerto Rico y Venezuela. El mayor número de estos estrenos se registra en España (trece). La asistencia acumulada por estos estrenos suma casi 225.000 espectadores y se corresponde con 15 títulos (cuadro 3.3.9).

Las producciones más populares son la obra chilena *Jackie* (Pablo Larraín), con 133.756 espectadores en España y con 36.022 en Portugal y la película mexicana *Hazlo como hombre* con 16.027 espectadores en Bolivia.

Cuadro 3.3.9

Películas iberoamericanas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2017

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	España	Jackie	Chile	133.756
2	Portugal	Jackie	Chile	36.022
3	Bolivia	Hazlo como Hombre	México	16.027
4	R. Dominicana	Vico C: la vida de un filósofo	Puerto Rico	8.885
5	Guatemala	Hazlo como Hombre	México	8.415
6	España	Cartas da Guerra	Portugal	7.160
7	España	La hijas de abril	México	6.944
8	España	Rara	Chile	3.843
9	España	La región salvaje	México	1.165
10	España	Amazona	Colombia	789
11	España	La vida inmoral de la pareja ideal	México	600
12	España	Correspondencias	Portugal	404
13	España	Las plantas	Chile	267
14	España	La mujer del animal	Colombia	250
15	España	Los Nadie	Colombia	177
16	España	Papita 2da Base	Venezuela	162
17	España	El charro de Toluquilla	México	118
				224.984

USA

La asistencia a los cines de Estados Unidos en 2017 suma 1.234,2 millones de espectadores y 11.108,5 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas supera las 40.000. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9 dólares (cuadro 3.3.10).

Cuadro 3.3.10
Panorama cinematográfico en USA

Concepto	2015	2016	2017
Población (millones)	321,3	324,0	325,4
PIB-PPA (billones USD)	18,67	18,95	19,36
PIB per capita (USD)	58.200	58.600	59.500
Número de pantallas de cine	40.547	40.392	40.393
Ingresos cinematográficos (millones USD)	10.201,4	11.567,4	11.108,5
Espectadores cine (millones)	1.214,5	1.345,0	1.234,2
Espectadores cine nacional (millones)	1.109,0	1.261,7	1.179,3
Cuota de mercado cine nacional (%)	91,3	93,8	96,0
Número de estrenos totales	684	712	749
Número de estrenos extranjeros	323	409	402
Número de estrenos nacionales	361	303	347
Asistencia anual por habitante	3,8	4,1	3,8
Precio medio entrada (USD)	8,4	8,6	9,0

La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2017 en un 96% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 2% y la del cine iberoamericano en el 0,3% (cuadro 3.3.11).

Cuadro 3.3.11
Distribución por el origen de los estrenos. USA

Espectadores						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	1.109.009.824	91,3	1.261.780.360	93,8	1.184.352.528	96,0
Iberoamérica	20.942.613	1,7	3.934.577	0,3	3.928.870	0,3
Europa	73.183.920	6,0	69.278.624	5,2	24.557.171	2,0
Resto países	11.374.855	0,9	10.056.213	0,7	21.440.178	1,7
Total	1.214.511.212		1.345.049.774		1.234.278.747	

Ingresos						
Origen	2015	%	2016	%	2017	%
USA	9.315.682.519	91,3	10.851.311.095	93,8	10.659.172.756	96,0
Iberoamérica	175.917.950	1,7	33.837.364	0,3	35.359.828	0,3
Europa	614.744.924	6,0	595.796.163	5,2	221.014.543	2,0
Resto países	95.548.785	0,9	86.483.434	0,7	192.961.599	1,7
Total	10.201.894.178		11.567.428.056		11.108.508.726	

Las distribuidoras de los grandes Estudios americanos, en 2017, representan una cuota conjunta de espectadores del 81,5% y las independientes el 18,5% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 267 millones, seguido de Warner con 225,1 millones (cuadro 3.3.12).

Cuadro 3.3.12
Cuota de espectadores por distribuidoras. USA

Origen	2015	%	2016	%	2017	%
Fox	146.871.581	12,1	180.539.487	13,4	161.731.859	13,1
Disney	263.561.957	21,7	358.209.964	26,6	266.937.732	21,6
Warner Bros	139.299.248	11,5	221.631.456	16,5	225.102.739	18,2
Sony Pictures	116.570.611	9,6	111.386.280	8,3	118.878.926	9,6
Universal	283.541.212	23,3	166.921.116	12,4	173.023.630	14,0
Paramount	70.734.196	5,8	104.734.399	7,8	59.745.681	4,8
Lionsgate	78.060.134	6,4	78.678.763	5,8	101.445.564	8,2
Focus Features	12.140.833	1,0	22.939.164	1,7	14.240.241	1,2
A24	*	0,0	7.642.270	0,6	11.174.127	0,9
Resto Distribuidoras	103.731.440	8,5	92.366.875	6,9	101.998.248	8,3
Total	1.214.511.212		1.345.049.774		1.234.278.747	

En 2017, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *La bella y la bestia* (58,6 millones espectadores), *Star Wars: Los últimos Jedi* (55,1 millones) y *Wonder Woman* (46,1 millones de espectadores).

Las producciones del ranking de provienen en su totalidad, de Estados Unidos (seis en coproducción). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 31,7% (391,5 millones) del total de espectadores (cuadro 3.3.13).

Cuadro 3.3.13
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2017. USA (est. 9\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La bella y la bestia	USA, UK	58.694.419	528.249.774
2	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	55.101.740	495.915.657
3	Wonder Woman	USA, China	46.153.315	415.379.839
4	Guardianes de la galaxia Vol. 2	USA, Canadá	44.530.699	400.776.290
5	Spider-Man: Homecoming	USA	36.696.748	330.270.728
6	It	USA, Canadá	34.151.838	307.366.545
7	Thor: Ragnarok	USA	33.485.515	301.369.637
8	Gru 3: Mi villano favorito	USA	29.018.274	261.164.469
9	Logan	USA, Canadá	27.015.839	243.142.548
10	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	26.706.957	240.362.614

Este capítulo del cine iberoamericano en mercados internacionales se complementa con el rendimiento de las producciones iberoamericanas en el mercado USA, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. En este caso la muestra abarca todos los estrenos exhibidos en los cines estadounidenses en 2017 (cuadro 3.3.14).

El número total de títulos iberoamericanos estrenados en USA suma 20, acumulan una asistencia de 3,9 millones de espectadores y 35,3 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 70% (14 títulos) y las realizadas entre países iberoamericanos no alcanzan el 15% (2 títulos) sobre el total.

Cuadro 3.3.14

Muestra de estrenos iberoamericanos en el mercado USA

Nº estrenos iberoamericanos	20	Número de títulos iberoamericanos	20
Espectadores totales	3.928.870	Número de coproducciones	14
Ingresos totales (USD)	35.359.828	Coproducciones internacionales	12
Cuota del Cine Iberoamericano (%)	0,3	Coproducciones iberoamericanas	2

La distribución de los 20 estrenos iberoamericanos en USA por países de origen refleja que México (10 estrenos) es el país con más obras exhibidas (cuadro 3.3.15). En cuanto al resto de procedencias cabe mencionar las obras de Chile (3 títulos), España (3 títulos) y Argentina (2 estrenos).

Cuadro 3.3.15

Distribución de los estrenos por países de origen

Nº	Países de origen	Estrenos
1	Argentina	2
2	Brasil	1
3	Chile	3
5	Cuba	1
6	España	3
8	México	10
Total		20

La coproducción España-USA *La promesa*, con 962.757 millones de espectadores y 8,6 millones de dólares de recaudación, seguida de la coproducción Chile-Francia *Jackie* con 815.313 espectadores y 7,3 millones de dólares y la coproducción *Llámame por tu nombre* Brasil-Francia con 492.853 espectadores y 4,4 millones de dólares son las obras iberoamericanas más populares en los cines de Estados Unidos en 2017 (cuadro 3.3.16).

Otros seis estrenos iberoamericanos superaron los 100.000 espectadores en el mercado estadounidense: *Un monstruo viene a verme* (España), *Hazlo como hombre* (México), *Un padre no tan padre* (México), *Todos queremos a alguien* (México), *Julieta* (España) y *3 idiotas* (México).

Cuadro 3.3.16

Títulos iberoamericanos estrenados en el mercado USA

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La promesa	España, USA	962.757	8.664.815
2	Jackie	Chile, Francia	815.313	7.337.815
3	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia	492.853	4.435.677
4	Un monstruo viene a verme	España	440.852	3.967.666
5	Hazlo como hombre	México	266.921	2.402.287
6	Un padre no tan padre	México	253.169	2.278.522
7	Todos queremos a alguien	México	225.197	2.026.772
8	Julieta	España	155.449	1.399.041
9	3 idiotas	México	139.751	1.257.761
10	Neruda	Argentina, Chile, España	92.616	833.545

11	Jeremiah Tower	México, USA	26.708	240.374
12	Poesía sin fin	Chile, Francia	15.875	142.873
13	Chavela	México, España, USA	15.318	137.859
14	Buena Vista Social Club: Adiós	Cuba, USA	13.814	124.325
15	Hermia & Helena	Argentina, USA	4.801	43.210
16	Brimstone and Glory	México, USA	3.094	27.846
17	La región salvaje	México, Francia	2.977	26.790
18	Tenemos la carne	México, Francia	997	8.974
19	Sueño en otro Idioma	México, Holanda	294	2.646
20	The Penguin Counters	Argentina, USA	114	1.028



safeCreative 

INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El registro de autoría, producción y demás derechos específicos y conexos es la mejor protección frente a:

PLAGIO
USO INDEBIDO
USURPACIÓN
DISTRIBUCIÓN Y DIFUSIÓN
NO AUTORIZADA
COMPETENCIA
DESLEAL



www.safecreative.org





CAPITULO IV

BRASIL: UNA DE DÉCADA DE CINE (2008-2017)

CAPITULO IV

BRASIL: UNA DÉCADA DE CINE (2008-2017)

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

HISTORIA DEL CINE BRASILEÑO

Un breve recorrido por la historia cinematográfica pone de manifiesto que el cine brasileño se originó cómo en el resto del mundo, siguiendo la estela de la invención realizada por los hermanos Lumière en Europa a finales del siglo XIX pero enseguida se consolidó como una forma esencial de entretenimiento. Las primeras proyecciones cinematográficas nacen de la mano de camarógrafos italianos a los que secundaron profesionales portugueses y brasileños que rodaron escenas cotidianas de la vida brasileña.

La Bela Época del Cine brasileño se desarrolla durante los primeros años del siglo XX de la mano de los camarógrafos pioneros de finales del siglo anterior. La primera productora con una actividad continua que opera en Brasil es Foto-Cinematográfica Brasileira y de forma conjunta nacen las primeras salas de cine a medida que se consolida el suministro de corriente eléctrica en ciudades tan importantes como Rio de Janeiro y Sao Paulo. Los géneros más habituales en un principio fueron los documentales y noticieros. Las primeras obras de ficción fueron las llamadas “películas posadas”, reconstrucciones de crímenes aparecidos en la prensa de la época y las “películas cantadas” en la que los intérpretes se doblaban a sí mismos cantando durante la proyección. La película con más éxito de esta época es *Os estranguladores* (1908), dirigida por el portugués Antonio Leal e inspirada en un crimen real.

Los Ciclos Regionales tienen lugar fuera de las grandes ciudades, justo después de la Primera Guerra Mundial y hasta el principio de los años 30. La producción cinematográfica de este periodo incluye documentales, noticieros, cortometrajes y largometrajes de ficción. Los ciclos que se destacan son los de Recife, Campinas y Cataguases. En este último ciclo nace el primer talento reconocible del cine brasileño, Humberto Mauro, quien dirige cuatro largometrajes en el estado de Minas Gerais a finales de los años 20, entre los que destaca *O tesouro perdido* (1927) y posteriormente se traslada a Rio de Janeiro para filmar su obra más reconocible, *Ganga Bruta* (1933), en los que el director inicia el salto del cine mudo al sonoro. Una película anterior pero también considerada una obra maestra del cine brasileño es *Limite* (1931) de Mario Peixoto.

Las Chanchadas cubren el periodo que va desde principios de los años 30 hasta el final de la década de los 50. Este género consiste en películas de bajo presupuesto realizadas en poco tiempo y que versan sobre temas carnavalescos, parodias y sátiras. Las chanchadas más famosas están

protagonizadas por los artistas Oscarito y Gran Otelo y dirigidas por el cineasta Luiz de Barros, destacando *Aló Aló carnaval* (1936). En los primeros años de la década surgen los primeros grandes estudios brasileños: Cinédia y Brasil Vita Filmes.

La Época de Oro del Cine Brasileño tiene lugar entre 1945 y 1960, es la llamada “fase industrial” en la que destaca la productora Atlantia y los estudios Vera Cruz. Las bases de esta profesionalización del cine brasileño la inició el Presidente Getulio Vargas en 1939, con la promulgación del decreto que garantizaba a las producciones autóctonas una cuota de exhibición en las salas de cine y que sigue en vigor en la actualidad. Los éxitos más representativos de esta época son el melodrama latino *O Ébrio* (1946) de Gilda de Abreu y la ganadora del premio a la mejor película de aventuras del Festival de Cannes *O Cangaceiro* (1953) realizada por Lima Barreto. La contribución de Vera Cruz al cine nacional brasileño fue bastante importante por el crecimiento en medios técnicos, el descubrimiento de talentosos artistas y por ser fuente de inspiración para futuras productoras.

El Cinema Novo surge a mediados de los 50 y se prolonga hasta mediados de los años 70. Este cine surge como respuesta al exceso de populismo de las chanchadas y su seña de identidad viene dada por su preocupación por la estética y el tratamiento de los auténticos problemas de la sociedad. Las características de los cineastas de esta época son su orientación política izquierdista y su oposición a las formas de producción de Hollywood. Las películas surgidas del *cinema novo* están ambientadas en los sectores más desfavorecidos de la sociedad y se caracterizan por su activismo político. El cine de color se desarrolla en esta época apoyado por la empresa estatal Embrafilme (Empresa Brasileira de Cine). Algunos de los protagonistas de este cine son Nelson Pereira Dos Santos, Rui Guerra y Glauber Rocha. Las dos obras más emblemáticas de este periodo son *O pagador de promesas* (1962) de Anselmo Duarte, única película brasileña que ha ganado la Palma de Oro del Festival de Cannes y primera película brasileña nominada al Óscar, y *Deus e o diabo na aterra do sol* (1964) de Glauber Rocha y también nominada a la Palma de Oro.

El Cinema Marginal surge a finales de los 70 como contestatario a la propuesta del Cinema Novo. Estos filmes reflejan los ambientes urbanos de la ciudad de Sao paulo, poniendo el foco en la corrupción, la injusticia, la violencia y la tortura y manteniendo una equidistancia entre la belleza del *Cinema Novo* y la cruda realidad. Las dos películas que definen este cine son *O bandido da luz Vermelha* (1968) de Rogério Sganzerla y *Matou a familia e foi ao cinema* (1969) de Julio Bressane, emergiendo como respuesta a las condiciones de vida durante la dictadura brasileña.

Las Pornochanchadas ocupan el espacio dejado por el *cinema marginal* a principios de los 70. Como el nombre sugiere son comedias sexuales pero que no representaban sexo explícito y que están muy influenciadas por la comedia italiana de la década de los 60. Estas películas enseñada conectan con el público de la época por sus títulos sensacionalistas, sin tener detrás una organización profesional. Uno de los grandes éxitos de taquilla este tipo de cine es la película por episodios *Lua-de-Mel & Amedoim* (1971) de Fernando de Barros y Pedro Carlos Rovai. El auge del cine de bajo coste tuvo su contrapartida en el aumento de la taquilla de los cines y en el crecimiento de las salas que alcanza su máximo en 1975. En el final de esta etapa, Bruno Barreto realizó una de las producciones más exitosas del cine brasileño, *Doña Flor y sus maridos* (1976), adaptación de la novela de Jorge Amado.

La Caída del Cine Brasileño tiene lugar entre 1980 y 1990, culminando con el cierre de Embrafilme. El motivo de este declive es la preferencia del público brasileño por las producciones extranjeras, a lo que se añadió que el escaso cine brasileño se produjo gracias a la financiación aportada por Embrafilme. A principios de esta época hay que destacar el trabajo de otro de los grandes directores brasileños, Héctor Babenco, que a través de *Pixote* (1981), nos describió la violenta vida en Brasil de un chico de 10 años y su pandilla de criminales.

El Cine Da retomada se inicia con la promulgación de la Lei do Audiovisual (1994) que supone a su vez el inicio de la organización cinematográfica de Brasil, a través del cual los agentes implicados pueden recibir la financiación necesaria para hacer un cine independiente y universal en el que no existen perfiles definidos, ya sean temáticos o estilísticos. Algunos de los éxitos más significativos de los años 90 fueron *Carlota Joaquina* (1995) de Carla Murati, *Cuatro días de septiembre* (1997) de Bruno Barreto y *Estación Central de Brasil* (1998) de Walter Salles que obtuvo dos nominaciones a los Óscar.

El Cine Brasileño del Siglo XXI se caracteriza por su adaptación continua a las nuevas tecnologías y por la creación de la Agencia Nacional de Cinema (Ancine). Esta adaptación conlleva un aumento de producción audiovisual y por tanto de la capacidad de exhibición. En el nuevo siglo se han producido películas icónicas como *Ciudad de Dios* (2002) de Fernando Meirelles, *Carandiru* (2003) de Héctor Babenco y *Diarios de Motocicletas* (2004) de Fernando Meirelles y que más o menos marca el final del *Cine da Retomada*. A partir de 2005 con la entrada de la televisión en el cine las películas autorales dejan paso a películas más comerciales que tienen un gran éxito en taquilla, *Se Eu Fosse Voce* (2006) de Daniel Filho, *Tropa de Élite* (2007) de José Padilha. Además las segundas partes de ambas refrendaron el éxito de las primeras.

La irrupción de la televisión en la producción y difusión de cine autóctono se presenta como un hecho clave en la historia moderna del Cine Brasileño. Incluso como ejemplo de lo que está por venir, el cine brasileño más popular puede nacer previamente en la propia televisión. Este el caso de *Moisés y los diez mandamientos* (2016), estrenada primero como una telenovela y, posteriormente, da su salto a la gran pantalla, convirtiéndose en un éxito en taquilla con más de 11 millones de entradas vendidas.

LEGISLACIÓN CINEMATOGRAFICA

La descripción que figura a continuación de la legislación cinematográfica brasileña se completa con un artículo donde se explican de forma exhaustiva los mecanismos legislativos de fomento del mercado cinematográfico del país. Este artículo ha sido escrito por Bárbara Fraga, Alexander Kellner y Roberta Rodrigues y figura a continuación de este capítulo.

En Brasil existen dos leyes fundamentales para incentivar la producción audiovisual autóctona: La Ley Rouanet y la Ley Audiovisual. Estas dos normas no son incompatibles e incluso las deducciones que ambas contemplan son acumulables. Los rasgos fundamentales de estas dos leyes son los siguientes:

- Ley 8.313/91 o Ley Rouanet aprueba el Programa Nacional de Apoyo a la Cultura (PRONAC), incluyendo a las obras cinematográficas. El mecanismo más relevante de incentivo de este programa establece que las personas físicas o jurídicas residentes o no en Brasil que realicen inversiones en proyectos culturales, pueden deducirse en el impuesto sobre la renta una parte de la cantidad destinada a estos proyectos, ya sea bajo la fórmula de la donación o como patrocinio. Esta ley permite, en el caso de personas físicas, la deducción de un 80% de las cantidades invertidas a título de donación en el impuesto sobre la renta y el 60% en el caso de patrocinio. En el caso de personas jurídicas es de un 40% y 30%, respectivamente.

- Ley 8.685/1993 o Ley do Audiovisual, incorpora dos tipos de incentivos. El primero permite la deducción en el impuesto sobre la renta de las cantidades invertidas en la producción de obras audiovisuales brasileñas independientes, mediante la adquisición de Certificados de Inversiones que contemplan el derecho de comercialización de la obra y que deben registrarse en la Comisión de Valores Mobiliarios. Los porcentajes de deducción son del orden del 6% para personas físicas y del 3% para personas jurídicas. El segundo incentivo incluido en esta ley es que los pagos a productores y distribuidores extranjeros, como consecuencia de la explotación de obras audiovisuales foráneas en territorio brasileño, están sometidos a una tributación del 25% en origen. No obstante, se permite invertir hasta un máximo del 70% del impuesto a pagar en la producción independiente de obras audiovisuales brasileñas (cine, telefilmes y miniseries).

La vigencia de los incentivos fiscales incluidos en la Ley do Audiovisual de 1993 abarcaban hasta el ejercicio fiscal de 2003. No obstante debido a los buenos resultados, han sido prorrogados primero hasta el ejercicio fiscal de 2010, posteriormente hasta el ejercicio de 2017 y, finalmente, la prórroga legislativa actual alcanza hasta el ejercicio fiscal de 2019.

Como consecuencia del desarrollo legislativo en Brasil, se constituye el organismo encargado de la regulación audiovisual en Brasil. La Agencia Nacional do Cinema (ANCINE) es una entidad

independiente, tanto administrativa como financieramente, que opera bajo la tutela del Ministerio de Cultura de Brasil. Fue creada en septiembre de 2001 con el fin de contribuir al fomento, regulación y supervisión de la industria audiovisual, en 2018 cumplirá 17 años de servicio.

La misión de ANCINE es establecer condiciones equitativas de competencia entre los agentes económicos que constituyen el sector audiovisual brasileño y estimular el desarrollo de una industria audiovisual fuerte y sostenible. La Agencia trabaja en el desarrollo del sector audiovisual brasileño a través de tres ejes principales:

- Fomento: mediante la regulación de los incentivos fiscales a la inversión privada y la recaudación del Fondo Audiovisual, destinando los recursos en varios eslabones de la producción audiovisual independiente.
- Regulación: mediante el establecimiento de cuotas mínimas de difusión de obras nacionales en salas de cine y televisión de pago para combatir prácticas de concentración del mercado.
- Producción: mediante el fortalecimiento de la producción independiente brasileña, tanto a nivel nacional como regional, a través de los mecanismos financieros a disposición de la Agencia.

Las funciones más específicas de la ANCINE son las siguientes:

- Emisión del “Certificado de Producto Brasileño” a los contenidos audiovisuales nacionales y la concesión de las licencias para su exhibición en el mercado.
- Recaudación de la CONDECINE (Contribución al Desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional), cuyo montante es el principal ingreso del FSA (Fondo del Sector Audiovisual).
- Asegurar el cumplimiento de la legislación vigente, combatir la piratería audiovisual e imponer tasas y sanciones.
- Monitoreo de los datos de funcionamiento del mercado audiovisual para el desarrollo de la adecuada política regulatoria.
- Promover la presencia de películas brasileñas en festivales internacionales y autorizar el rodaje de contenidos audiovisuales extranjeros en Brasil.
- Incentivar las coproducciones internacionales a través del desarrollo y revisión de los tratados internacionales.
- Intercambio de información con los institutos audiovisuales de otros países.

El Fondo del Sector Audiovisual (FSA) es un fondo federal, cuya puesta en funcionamiento se convierte en un hito histórico en el fomento de la industria audiovisual en Brasil. Este mecanismo financiero asegura la inversión en todas las etapas y actividades asociadas al sector, tales como desarrollo de proyectos, producción, distribución, comercialización, exhibición e infraestructura. En los ámbitos de la producción y de la distribución audiovisual, el fondo también establece líneas de acción encaminadas a la producción de contenidos televisivos.

Los recursos del FSA provienen principalmente de la CONDECINE (“Contribución al Desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional”), que se trata de un impuesto aplicado a:

- La radiodifusión, producción, concesión de licencias y distribución de obras audiovisuales con fines comerciales.
- Los proveedores de servicios que distribuyen contenidos audiovisuales, tales como empresas de telecomunicaciones y los operadores de televisión de pago.

Las inversiones realizadas por el FSA son parcialmente recuperables a través de los ingresos netos de la obra audiovisual. El porcentaje de recuperación de cada proyecto depende del presupuesto total, el monto total invertido y el porcentaje de participación del FSA en el presupuesto del proyecto.

Actualmente el FSA posee tres programas, que se dividen en líneas:

- PRODECINE: fomenta la producción de películas brasileñas.
- PRODAV: fomenta el desarrollo del audiovisual brasileño.
- *Cinema Perto de Voce* (Cine cerca de usted): fomenta el desarrollo de infraestructura para la difusión del audiovisual.

Para terminar con esta parte de legislación incluimos en el cuadro 4.2.1 la evolución de los importes recaudados por el CONDECINE y la dotación del FSA que figuran en los informes de gestión aportados por la propia ANCINE. Como se puede apreciar, en 2012 la recaudación se incrementa de forma significativa debido a que en ese año ya se incluyen las aportaciones de las "telecos" y televisiones de pago.

El total acumulado por ambos conceptos supera los 5.000 millones de reales en diez años que al cambio actual en dólares USA serían unos 1.700 millones en el caso del Fondo y alrededor de los 1.600 millones de dólares en el caso de la recaudación del CONDECINE.

Cuadro 4.2.1
Importes recaudados por Condecine y dotación del Fondo del Sector Audiovisual. Ancine

Año	CONDECINE	FSA
2008	35.784.302	56.160.628
2009	35.310.491	97.825.804
2010	39.654.803	63.437.792
2011	43.698.828	216.305.011
2012	725.332.169	562.360.348
2013	806.667.873	870.497.525
2014	784.512.827	1.035.868.300
2015	851.361.462	992.757.366
2016	972.917.357	838.201.907
2017	793.022.625	748.748.238
Total	5.088.262.736	5.482.162.919

PANORAMA CINEMATOGRAFICO

La población de Brasil no ha parado de crecer desde 2008 hasta 2017. Los censos indican que el crecimiento en estos diez años supera los 24 millones de habitantes hasta alcanzar los 207 millones en 2017.

La evolución de la infraestructura en Brasil también muestra un aumento de capacidad a lo largo de la década 2008-2017. El número de pantallas mínimo se registra en 2009 con 2.110 pantallas y el máximo en 2017 con 3.220 pantallas (cuadro 4.3.1).

En cuanto a la frecuencia de asistencia, la población brasileña asistió al cine de forma más asidua a partir de 2015, año en el que se alcanza el promedio de 0,8 películas por habitante. Respecto al rango evolutivo del precio de la entrada al cine, se sitúa en el inicio de la década en el valor más bajo (7,9 reales) y al final de la misma alcanza su valor más elevado (15 reales/4,7\$ USD).

Cuadro 4.3.1
Población e infraestructura cinematográfica en Brasil

Año	Población	Salas de exhibición	Asistencia por habitante	Precio medio de la entrada (R\$)
2008	182.917.078	2.278	0,50	7,9
2009	191.480.630	2.110	0,58	8,6
2010	190.732.692	2.206	0,70	9,4
2011	192.379.287	2.352	0,74	10,1
2012	193.976.530	2.517	0,75	11,0
2013	201.032.714	2.678	0,75	11,7
2014	202.758.031	2.833	0,76	12,6
2015	204.450.649	3.005	0,84	13,6
2016	206.081.432	3.168	0,89	14,1
2017	207.353.391	3.220	0,87	15,0

Los espectadores que pasaron por los cines brasileños en el periodo 2008-2017 suman 1.470 millones y la cuota de mercado del cine brasileño se sitúa en un 13,6% del total. Los años con un mayor número de entradas vendidas son 2016 y 2017, con más de 180 millones y el año con una mayor cuota de éxito del cine brasileño es 2010 con casi un 19% de cuota (cuadro 4.3.2).

Cuadro 4.3.2
Asistencia de espectadores a los cines brasileños

Año	Espectadores totales	Espectadores filmes extranjeros	Espectadores filmes brasileños	Cuota espectadores filmes brasileños (%)
2008	89.960.164	80.817.112	9.143.052	10,2
2009	112.671.404	96.595.233	16.076.171	14,3
2010	134.364.520	109.136.763	25.227.757	18,8
2011	143.206.574	125.518.802	17.687.772	12,4
2012	146.598.376	130.943.514	15.654.862	10,7
2013	149.518.269	121.728.465	27.789.804	18,6
2014	155.610.429	136.552.287	19.058.142	12,3
2015	172.943.242	150.457.506	22.485.736	13,0
2016	184.327.360	153.913.521	30.413.839	16,5
2017	181.168.439	163.758.297	17.410.142	9,6
Total	1.470.368.777	1.269.421.500	200.947.277	13,6

El gráfico 4.3.1 refleja el significativo interés del público por el cine durante el periodo 2008-2017. Desde el mínimo de 2008 (89,9 millones de espectadores), la venta de entradas no ha hecho más que crecer en Brasil hasta el máximo de 2016 (184,3 millones de espectadores).



Los ingresos acumulados por los cines brasileños en el periodo 2008-2017 suman 17.395 millones de reales, cuyo valor en dólares sería unos 5.450 millones de dólares. La cuota de recaudación del cine brasileño se sitúa en un 12,3%. Los años con mayores ingresos son el trienio 2015-2017 en el que se superan los 2.000 millones de reales de recaudación en cada año (cuadro 4.3.3).

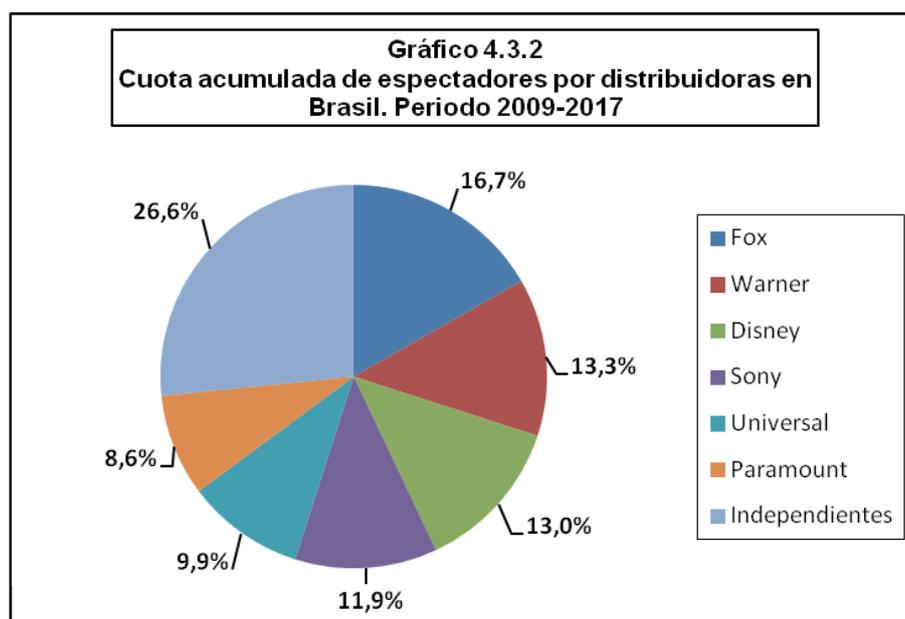
Cuadro 4.3.3

Ingresos por venta de entradas de los cines brasileños (R\$)

Año	Ingresos totales	Ingresos filmes extranjeros	Ingresos filmes brasileños	Cuota ingresos filmes brasileños (%)
2008	729.522.782	659.277.979	70.244.803	9,6
2009	969.793.968	837.871.159	131.922.809	13,6
2010	1.256.550.704	1.034.381.604	222.169.100	17,7
2011	1.449.997.621	1.288.510.557	161.487.064	11,1
2012	1.614.022.223	1.455.916.562	158.105.661	9,8
2013	1.753.200.572	1.456.128.516	297.072.056	16,9
2014	1.955.909.696	1.734.056.567	221.853.129	11,3
2015	2.350.161.302	2.072.482.154	277.679.148	11,8
2016	2.599.327.628	2.236.547.123	362.780.505	14,0
2017	2.716.642.243	2.475.236.044	241.406.199	8,9
Total	17.395.128.739	15.250.408.266	2.144.720.473	12,3

La cuota de espectadores alcanzada por las Majors en el periodo 2009-2017 suma de forma conjunta un 73,4% y el de las distribuidoras independientes el 26,6% restante (gráfico 4.3.2). En estos nueve años, los estudios cuyas producciones han vendido más entradas son Fox (16,7%), Warner (13,3%) y Disney (13%).

Las distribuidoras independientes brasileñas que más cuota de mercado concentran durante el periodo 2009-2017 son Parisfilmes (7,9%), Downtown (7,2%) e Imagem (5%). De forma conjunta estas tres empresas representan el 20% del mercado distribuidor autóctono.



Las cifras acumuladas de estrenos que se exhibieron en la década 2008-2016 en las salas cinematográficas de Brasil ponen de manifiesto que el total suma 3.763 films, de los cuales 1.093 fueron brasileños, lo que supone una cuota del 29%. Los años con un mayor número de estrenos autóctonos son 2017 y 2016, con 158 y 142 estrenos respectivamente (cuadro 4.3.4).

Cuadro 4.3.4
Distribución de los estrenos en cines brasileños por su origen

Año	Estrenos totales	Estrenos extranjeros	Estrenos brasileños	Cuota de los estrenos brasileños (%)
2008	323	244	79	24,4
2009	319	235	84	26,3
2010	303	228	75	24,8
2011	337	237	100	29,7
2012	327	244	83	23,5
2013	397	268	129	32,5
2014	393	279	114	29,0
2015	446	317	129	28,9
2016	458	316	142	31,0
2017	460	302	158	34,3
Total	3.763	2.670	1.093	29,0

Las dos producciones dominadoras del ranking cinematográfico en Brasil durante la década comprendida entre 2008 y 2017 son las dos películas autóctonas *Tropa de elite 2* (José Padilha) y *Moisés y los diez mandamientos* (Alexandre Avancini), ambas con más 11 millones de entradas vendidas. A continuación con 10 millones se sitúan tres producciones estadounidenses: *Los Vengadores*, *Amanecer: parte 2* y *Los Vengadores: La Era de Ultrón*.

Entre las 100 películas más vistas en la década 2008-2017, hay 13 producciones brasileñas y respecto al resto todas tiene participación estadounidense, entre las que se encuentran algunas obras en coproducción (Canadá, China, España, Reino Unido).

Cuadro 4.3.5
Ranking de estrenos cinematográficos en Brasil. Periodo 2008-2017

Nº	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Tropa de élite 2	Brasil	11.303.860	2010
2	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146	2016
3	Los Vengadores	USA	10.970.859	2012
4	Amanecer: parte 2	USA	10.186.426	2012
5	Los Vengadores: La Era de Ultrón	USA	10.129.071	2015
6	Fast & Furious 7	USA	9.857.746	2015
7	Capitán América: Civil War	USA	9.443.715	2016
8	La Edad de Hielo 3	USA	9.279.602	2009
9	Gru 3: Mi villano favorito	USA	8.936.465	2017
10	Los Minions	USA	8.912.034	2015
11	La Edad de hielo 4	USA	8.703.514	2012
12	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	8.537.738	2016
13	Fast & Furious 8	USA	8.408.741	2017
14	Liga de la Justicia	UK, USA	8.408.112	2017
15	La bella y la bestia	UK, USA	8.248.244	2017
16	Buscando a Dory	USA	8.099.403	2016
17	Escuadrón suicida	USA	7.804.701	2016
18	Iron Man 3	USA, China	7.677.147	2013
19	Shrek, felices para siempre	USA	7.367.657	2010
20	Amanecer: parte 1	USA	7.167.695	2011
21	La mujer maravilla	USA	6.980.573	2017
22	Gru 2: Mi villano favorito	USA	6.965.344	2013
23	Cincuenta sombras de Grey	USA	6.685.086	2015
24	Spider-Man: Homecoming	USA	6.668.140	2017
25	Logan	USA, Canadá	6.368.979	2017
26	Rio	USA	6.356.609	2011
27	Jurassic World	USA	6.356.559	2015
28	Thor: Ragnarok	USA	6.318.676	2017
29	Bajo la misma estrella	USA	6.172.628	2014
30	Eclipse	USA	6.016.490	2010
31	Deadpool	USA	6.007.550	2016
32	Se Eu Fosse Você 2	Brasil	5.786.844	2009
33	Maléfica	USA	5.772.395	2014
34	Luna Nueva	USA	5.686.210	2009
35	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	5.558.321	2015
36	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	5.556.288	2011
37	Madagascar 3	USA	5.270.142	2012
38	La Edad del Hielo 5	USA	5.243.326	2016
39	Minha mãe é uma peça 2	Brasil	5.187.803	2017
40	Rio 2	USA	5.179.950	2014
41	Alvin y las ardillas 3	USA	5.178.721	2012
42	Alvin y las ardillas 2	USA	5.155.979	2010
43	El sorprendente hombre araña	USA	5.143.748	2012
44	La cabaña	USA	5.118.252	2017
45	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	5.110.963	2012
46	Los Pitufos	USA	5.095.822	2011
47	2012	USA, Canadá	5.056.558	2009

48	Thor: El mundo oscuro	USA	4.995.831	2013
49	X-men: Días del futuro pasado	UK, USA	4.881.053	2014
50	Noé	USA	4.878.224	2014
51	Doctor Strange	USA	4.831.158	2016
52	De pernas pro ar 2	Brasil	4.818.722	2012
53	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 1	USA	4.756.849	2014
54	Capitán América: El soldado de invierno	USA	4.612.532	2014
55	Minha mãe é uma peça	Brasil	4.590.843	2013
56	Como entrenar a tu dragón 2	USA	4.582.350	2014
57	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	4.567.254	2010
58	Transformers: La Era de la Extinción	USA	4.555.819	2014
59	Harry Potter y el enigma del Príncipe	UK, USA	4.530.291	2009
60	Fast & Furious 6	España, USA	4.509.023	2013
61	Piratas del Caribe 4	USA	4.467.467	2011
62	El gato con botas	USA	4.459.775	2011
63	La vida secreta de tus mascotas	USA	4.410.008	2016
64	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	4.390.141	2015
65	Alicia en el país de las Maravillas	USA	4.337.153	2010
66	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	UK, USA	4.262.012	2016
67	Cenicienta	UK, USA	4.199.697	2015
68	Toy Story 3	USA	4.189.348	2010
69	Frozen: el reino del hielo	USA	4.081.717	2014
70	Nosso Lar	Brasil	4.059.248	2010
71	Batman: el caballero oscuro	USA	4.026.563	2008
72	Lobezno inmortal	UK, USA	3.966.998	2013
73	Enredados	USA	3.921.566	2011
74	Kung Fu Panda	USA	3.804.841	2008
75	Del revés (Inside out)	USA	3.783.279	2015
76	Loucas Pra Casar	Brasil	3.726.497	2015
77	Rompe Ralph! (Wreck-It Ralph!)	USA	3.683.291	2013
78	Hansel & Gretel: Cazadores de brujas	USA	3.665.718	2013
79	Fast & Furious 5	USA	3.613.254	2011
80	Madagascar 2	USA	3.585.993	2008
81	De pernas pro ar	Brasil	3.560.592	2010
82	Los Juegos del Hambre: En llamas	USA	3.515.591	2013
83	Brave	USA	3.497.173	2012
84	Cars 2	USA	3.419.397	2011
85	Chico Xavier	Brasil	3.416.427	2010
86	Ate que a sorte nos separe	Brasil	3.378.895	2012
87	Monsters University	USA	3.324.729	2013
88	X-Men origenes: Wolverine	UK, USA	3.199.434	2009
89	Transformers 3	USA	3.139.373	2011
90	Ángeles y demonios	USA	3.059.245	2009
91	Avatar	USA	2.938.669	2009
92	Iron Man	USA	2.811.622	2008
93	Hancock	USA	2.704.042	2008
94	Noche en el museo 2	USA	2.602.771	2009
95	Indiana Jones y el reino de la Calavera de Cristal	USA	2.473.213	2008
96	A Mulher Invisível	Brasil	2.353.136	2009
97	La momia: la tumba del emperador Dragón	USA, Canadá	2.217.174	2008

98	Soy leyenda	USA	2.205.254	2008
99	Meu nome não é Johnny	Brasil	2.115.331	2008
100	007- Quantum of Solace	UK, USA	1.851.477	2008

Las dos producciones dominadoras del ranking cinematográfico de cine autóctono durante la década comprendida entre 2008 y 2017, como ya hemos comentado anteriormente son *Tropa de elite 2* y *Moisés y los diez mandamientos* (cuadro 4.3.6). A continuación con más de 5 millones de espectadores se sitúan *Se eu fosse você 2* (Daniel Filho) y *Minha mãe é uma peça 2* (André Pellenz) y con más de 4 millones *De pernas pro ar 2* (Roberto Santucci), *Minha mãe é uma peça* (André Pellenz) y *Nosso lar* (Wagner de Assis).

Cuadro 4.3.6

Ranking de estrenos cinematográficos brasileños. Periodo 2008-2017

Nº	Título	Espectadores	Año
1	Tropa de Elite 2	11.303.860	2010
2	Moisés y los diez mandamientos: la película	11.173.146	2016
3	Se eu fosse você 2	5.786.844	2009
4	Minha mãe é uma peça 2	5.187.803	2017
5	De pernas pro ar 2	4.818.722	2012
6	Minha mãe é uma peça	4.590.843	2013
7	Nosso lar	4.059.248	2010
8	Loucas Pra Casar	3.726.497	2015
9	De pernas pro ar	3.560.592	2010
10	Chico Xavier	3.416.427	2010
11	Até que a sorte nos separe	3.378.895	2012
12	Vai que cola: O filme	3.307.837	2015
13	Meu passado me condena	3.146.937	2013
14	Cilada.com	3.001.797	2011
15	Minha mae e uma peça 2	2.811.433	2016
16	Vai que da certo	2.731.411	2013
17	Meu Passado Me Condena 2	2.651.817	2015
18	E aí, comeu?	2.572.594	2012
19	Carrossel: O filme	2.536.036	2015
20	Os Penetras	2.532.766	2012
21	Ate que a sorte nos separe: A falencia final	2.371.204	2016
22	A mulher invisível	2.353.136	2009
23	O candidato honesto	2.271.030	2014
24	Carroussel 2 - O sumiço de María Joaquina	2.203.936	2016
25	Os Normais 2	2.202.640	2009
26	Bruna surfistinha	2.168.435	2011
27	Meu nome não é Johnny	2.099.294	2008
28	Assalto ao Banco central	1.973.811	2011
29	Divã	1.866.235	2009
30	Os homens sao de Marte	1.774.108	2014
31	SOS - Mulheres ao mar	1.752.516	2014
32	Ate que a sorte nos separe 2	1.751.364	2015
33	E fada	1.722.312	2016
34	Somos tao jovens	1.699.144	2013
35	Cro	1.653.606	2013

36	S.O.S.: Mulheres ao mar 2	1.637.032	2015
37	Faroeste Caboclo	1.503.724	2013
38	Muita calma nessa hora	1.481.985	2010
39	Gonzaga: de pai para filho	1.449.714	2012
40	O Palhaço	1.414.217	2011
41	Muita calma nessa hora 2	1.409.017	2014
42	Polícia federal - a lei é para todos	1.367.530	2017
43	Os Parças	1.350.729	2017
44	O Concurso	1.322.040	2013
45	Vestido pra casar	1.281.897	2014
46	Os caras de Pau	1.241.637	2015
47	O homem do futuro	1.209.077	2011
48	Qualquer gato Vira-Lata	1.186.880	2011
49	Mato sem cachorro	1.150.156	2013
50	To Ryca	1.120.403	2016
51	Um suburbano sortudo	1.071.722	2016
52	Detetives do prédio azul: o filme	1.070.461	2017
53	Ate que a sorte nos separe 2	1.047.498	2013
54	Linda de morrer	957.086	2015
55	Fala Sério, Mãe!	946.738	2017
56	Alemao	943.440	2014
57	As aventuras de Agamenon	939.829	2012
58	Vai que da Certo 2	916.506	2016
59	Ensaio sobre a cegueira	892.272	2008
60	Lula, o filho de Brasil	847.751	2010
61	Qualquer gato vira-lata 2	807.827	2015
62	Tim Maia	805.972	2014
63	Confissoes de adolescente	799.322	2014
64	O tempo e o vento	711.916	2013
65	O menino da Porteira	666.625	2009
66	Um namorado para minha mulher	665.925	2016
67	Os caras de Pau	649.816	2014
68	O guerreiro Didi e a ninja Lili	647.555	2008
69	Copa de Élite	642.935	2014
70	O Shaolin do Sertao	617.092	2016
71	Vips	592.069	2011
72	Meus 15 anos	587.566	2017
73	Era uma vez...	570.470	2008
74	Um tio quase perfeito	564.473	2017
75	Eu fico loko	557.181	2017
76	Bem casados	547.002	2015
77	Totalmente inocentes	532.644	2012
78	A casa da mãe Joana	525.035	2008
79	Última parada - 174	523.987	2008
80	Como se tornar o pior aluno da escola	506.593	2017
81	As maes de Chico Xavier	502.659	2011
82	Divorcio 190	489.134	2017
83	Besouro	481.381	2009
84	Bezerra de Menezes – O diário de um espírito	443.143	2008
85	Sexo com amor?	432.195	2008

86	Paraísos artificiais	392.291	2012
87	Xingu	380.653	2012
88	E a vida continua	377.448	2012
89	O grilo feliz e os insetos gigantes	361.030	2009
90	A guerra dos Rocha	345.964	2008
91	Desenrola	327.502	2011
92	O filme dos espiritos	321.150	2011
93	Salve Geral	316.077	2009
94	As melhores coisas do Mundo	310.107	2010
95	Romance	295.470	2008
96	Jean Charles	292.471	2009
97	HSM : O desafio	281.818	2010
98	Quincas berro d'agua	264.592	2010
99	Xuxa em o mistério de Feiurinha	250.109	2009
100	Aparecida - O Milagre	241.154	2010

Los estrenos iberoamericanos más populares en Brasil durante la década 2008-2017 están coproducidos entre España y USA (cuadro 4.3.7). Los títulos son los siguientes: *Fast & Furious 6* (4,5 millones de espectadores), *Exodus: dioses y reyes* (1,5 millones), *Medianoche en París* (1,1 millones) y *En el corazón del mar* (un millón de espectadores). Las producciones íntegramente iberoamericanas más populares en los cines de Brasil son *Free Birds* (Argentina) con más de 900.000 espectadores y *Lo imposible* (España) con 720.000 espectadores.

La distribución por el origen de los estrenos del top-25 iberoamericano es el siguiente: 11 títulos son coproducciones entre España y USA, 7 títulos son producciones íntegramente españolas, 4 títulos son coproducciones entre Argentina y España, un título coproducido entre España y Canadá, un título argentino y un título mexicano.

Cuadro 4.3.7

Ranking de estrenos iberoamericanos en Brasil. Periodo 2008-2017

Nº	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	4.509.023	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, UK, USA	1.535.815	2014
3	Medianoche en París	España, USA	1.163.160	2011
4	En el corazón del mar	España, USA	1.018.486	2015
5	Free Birds	Argentina	940.287	2013
6	Lo imposible	España	720.005	2012
7	Tomorrowland	España, USA	680.833	2015
8	A Roma con amor	España, Italia, USA	649.032	2012
9	Mamá	España, Canadá	627.461	2013
10	11 - 11 - 11	España, USA	622.649	2011
11	Las aventuras de Tadeo Jones	España	601.483	2013
12	Planet 51	España	555.493	2009
13	La piel que habito	España	450.145	2011
14	Metegol	Argentina, España	340.332	2013
15	El secreto de sus ojos	Argentina, España	328.538	2010
16	Tadeo Jones 2	España	312.006	2017
17	Relatos salvajes	Argentina, España	292.897	2014
18	Un cuento chino	Argentina, España	264.528	2011
19	Los abrazos partidos	España	262.853	2009

20	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	246.382	2010
21	Don Gato y su pandilla	México	219.213	2011
22	Julieta	España	198.537	2016
23	Mi vida en ruinas	España, USA	171.580	2009
24	Che	España, Francia, USA	160.574	2009
25	Luces rojas	España, USA	96.654	2012



PANORAMA TELEVISIVO

En este capítulo dedicado a la evolución cinematográfica en Brasil en la última década, también se incluye un pequeño estudio televisivo, máxime cuando en la actualidad cada vez son mayores los vínculos entre el cine y la televisión. En este sentido también cabe dar unas pinceladas sobre la historia de la televisión en el país carioca y sus especiales características frente a los modelos europeos y regionales.

Tras la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo televisivo en los principales países europeos prima el crecimiento de la radiodifusión pública frente a las iniciativas privadas. En Brasil el nacimiento de la televisión en 1950 surge directamente a través de la iniciativa privada y antes de que finalice la década de los 60 ya operan en el país los grandes grupos de comunicación que actualmente dominan el panorama televisivo (Rede Record, Rede Globo y Rede Bandeirantes).

La implantación de la televisión pública en Brasil se produce en 2007 con el gobierno de Lula Da Silva, 57 años después del inicio de las emisiones de la primera televisión y casi 20 desde la promulgación de la Constitución Federal Brasileña que en su Capítulo V, artículo 223, establece el principio de complementariedad entre los sistemas privados y públicos de radiodifusión audiovisual y subraya la competencia del Poder Ejecutivo para otorgar y renovar la concesión de los servicios de radiodifusión.

La implementación de la televisión pública en Brasil cumple los principios universales de competencia con el monopolio de la televisión privada, puesto que no se financia a través de la publicidad y por tanto puede organizar una parrilla de programación con vocación de servicio para garantizar la pluralidad de contenidos. En contraposición, como dos elementos negativos se encuentran por una parte la tentación intervencionista por parte del estado y por otra las dificultades para conseguir unos aceptables datos de audiencia. En este sentido la TV Brasil no ha podido superar el 2% de cuota de pantalla desde el inicio de sus emisiones.

Sin embargo, el dato más positivo del nacimiento de la televisión pública en Brasil es que surge como motor de la digitalización de la señal audiovisual y su alcance universal. El apagón analógico en Brasil estaba previsto para diciembre de 2017 una vez que la TDT alcanzara una cobertura del 90% de la población, lo cual, solo se ha producido en Sao Paulo. El apagón definitivo está previsto que suceda antes de 2020.

Para completar el apartado sobre el panorama televisivo en Brasil en los últimos años, se incluyen algunos cuadros que reflejan la actividad de los principales operadores. Los datos utilizados para la configuración de estos cuadros proceden de los anuarios de OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva).

El cuadro 4.4.1 refleja la audiencia de los grupos televisivos durante el periodo 2010-2016, en el que se aprecia el dominio de Globo con un 38% audiencia promedio. Otros datos importantes es el crecimiento de la televisión de pago con un 18,3% y la escasa audiencia de la Televisión pública de Brasil que no supera el 1% de promedio.

Cuadro 4.4.1

Audiencia de los principales grupos de canales de televisión de Brasil

Cadena	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
Rede Globo	42,4	40,0	40,7	38,7	36,6	33,8	34,0	38,0
OCP (Tv pago)	*	*	14,0	18,4	19,0	19,3	20,7	18,3
Record	16,0	16,0	13,9	13,1	12,9	12,8	12,8	13,9
SBT	13,3	14,0	14,2	12,6	12,3	13,6	13,8	13,4
OAP (Otros dispositivos)	*	*	*	7,4	7,6	6,8	6,4	7,1
OCA (Otros canales abierto)	*	*	*	*	5,9	4,4	4,1	4,8

Bandeirantes	5,2	5,0	5,2	5,3	5,0	4,1	3,8	4,8
Rede TV	2,6	2,0	1,6	1,5	1,7	1,4	1,0	1,7
TV Brasil	1,3	1,0	1,0	0,8	0,8	0,5	0,5	0,8
Otros canales	19,2	22,0	9,3	2,2	3,4	3,3	2,8	8,9

Los programas líderes a lo largo de los últimos años en los canales brasileños son los informativos con un 25,3% de promedio en el periodo 2010-2016, seguido de los programas de entretenimiento con un 19,2% y de la ficción con casi un 17% (cuadro 4.4.2).

Cuadro 4.4.2
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales brasileños

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
Informativo	23,8	25,1	25,0	25,9	25,1	25,9	26,2	25,3
Ficción	20,4	21,4	19,0	17,8	12,5	13,4	14,0	16,9
Entretenimiento	18,0	16,9	18,0	17,8	22,3	21,4	19,8	19,2
Religioso	10,6	9,5	9,0	7,7	7,6	11,0	9,1	9,2
Deportes	6,4	6,6	5,0	4,0	4,6	4,2	5,5	5,2
Educativo	1,2	0,6	1,0	0,6	0,5	0,2	0,2	0,6
Político	0,6	0,1	0,0	0,1	1,0	0,1	0,1	0,3
Otros	19,0	19,8	23,0	26,1	26,4	23,8	25,1	23,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Los porcentajes acumulados por la ficción de estreno brasileña en el periodo 2010-2016 alcanzaron casi el 90% del total de títulos, el 85,1% del total de emisiones y 85,2% del tiempo total de programación (cuadro 4.4.3). Estos datos ponen de manifiesto la relación entre la producción de ficción autóctona y las preferencias del televidente brasileño.

Cuadro 4.4.3
Ficción de estreno por territorio de origen. Periodo 2010-2016. Brasil

Origen	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	281	89,8	14.127	85,1	9.737	85,2
Iberoamericano	32	10,2	2.474	14,9	1.694	14,8
Total	313		16.601		11.431	

La distribución por franjas en el periodo 2010-2016 refleja que las emisiones de la ficción de estreno se ubicaron mayoritariamente entre la franja de máxima audiencia (44,7%) y la franja de tarde (35,2%) y el tiempo de programación también tuvo una distribución parecida, con un 49,5% en el horario de *prime time* y un 31,2% en el de tarde (cuadro 4.4.4).

Cuadro 4.4.4
Distribución acumulada por franjas de la ficción de estreno en los canales de Brasil. Periodo 2010-2016

Franjas	Total			
	Emisiones	%	Horas	%
Mañana	435	2,6	258	2,3
Tarde	5.841	35,2	3.565	31,2
Prime Time	7.423	44,7	5.654	49,5
Nocturno	2.902	17,5	1.954	17,1
Total	16.601		11.431	

La telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en el periodo 2010-2016 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 79,3% y el 84,5%, respectivamente. En cuanto a títulos los más numerosos también son las telenovelas, con 128, seguidos de las series con 77 obras (cuadro 4.4.5).

Cuadro 4.4.5
Distribución acumulada por géneros de la ficción de estreno en los canales de Brasil. Periodo 2010-2017

Géneros	Total		
	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	128	13.172	9.663
Serie	77	1.253	728
Miniserie	28	300	196
Telefilm	30	38	57
Unitario	11	11	9
Otros	39	1.827	778
Total	313	16.601	11.431

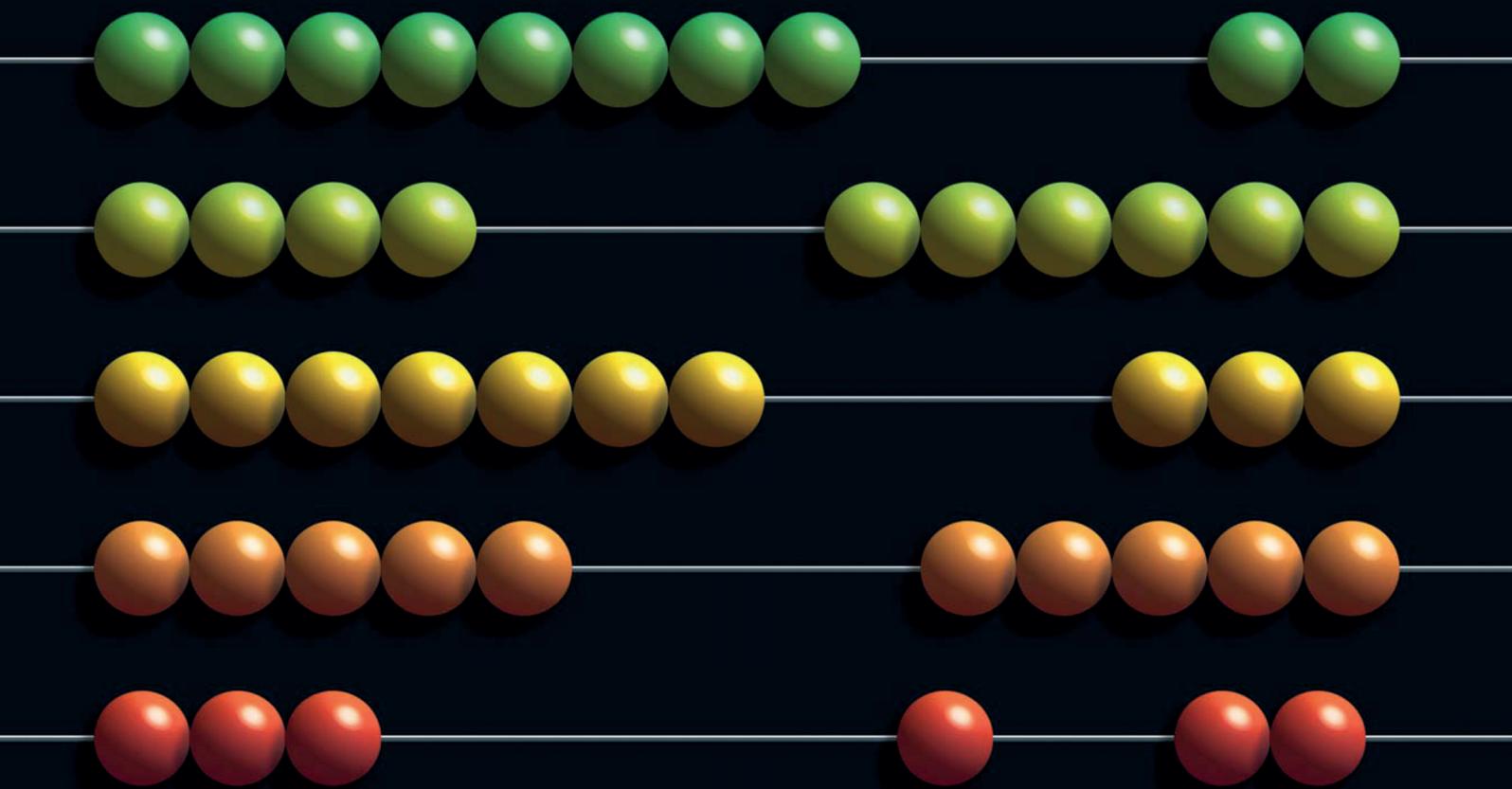
En cuanto al *ranking* de audiencia de ficción, no cabe ninguna duda del dominio de la telenovela brasileña producida por Globo en el periodo 2010-2016. En dicho espacio de tiempo, seis títulos superaron el 40% de audiencia y el 60% de share: *Passione*, *Fina estampa* (2), *Avenida Brasil*, *Amor a vida* y *Salve Jorge* (cuadro 4.4.6).

Cuadro 4.4.6
Ranking de audiencia de la Ficción en Brasil. Periodo 2010-2016

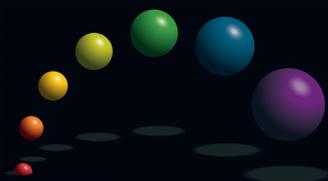
Nº	Título	Origen	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Passione	Brasil	Globo	43,9	67,1	2011
2	Fina estampa	Brasil	Globo	42,1	67,3	2012
3	Avenida Brasil	Brasil	Globo	41,5	66,5	2012
4	Amor a vida	Brasil	Globo	41,0	66,8	2014
5	Fina estampa	Brasil	Globo	40,1	64,0	2011
6	Salve Jorge	Brasil	Globo	40,0	66,8	2013
7	Viver a vida	Brasil	Globo	39,2	62,2	2010
8	Insensato coração	Brasil	Globo	37,0	59,3	2011

9	Amor a vida	Brasil	Globo	36,8	63,2	2013
10	Imperio	Brasil	Globo	36,7	59,4	2015
11	Caras e bocas	Brasil	Globo	36,0	64,9	2010
12	Passione	Brasil	Globo	35,8	57,7	2010
13	A regra do jogo	Brasil	Globo	34,5	52,5	2016
14	Cheias de charme	Brasil	Globo	33,9	58,3	2012
15	Salve Jorge	Brasil	Globo	32,8	56,4	2012
16	Imperio	Brasil	Globo	32,4	53,5	2014
17	Ti-ti-ti	Brasil	Globo	32,3	57,4	2011
18	Morde & assopra	Brasil	Globo	32,1	54,1	2011
19	Em familia	Brasil	Globo	31,4	52,0	2014
20	Ti-ti-ti	Brasil	Globo	31,3	54,9	2010
21	Dalva e Herivelto	Brasil	Globo	31,2	50,2	2010
22	Totalmente demais	Brasil	Globo	31,1	49,6	2016
23	Amores roubados	Brasil	Globo	29,7	53,4	2014
24	Cordel encantado	Brasil	Globo	29,6	52,4	2011
25	Velho chico	Brasil	Globo	29,5	43,8	2016
26	Papai Noel existe	Brasil	Globo	29,3	49,7	2010
27	Escrito nas estrelas	Brasil	Globo	29,2	52,8	2010
28	Eta mundo bom!	Brasil	Globo	28,9	47,3	2016
29	A grande familia	Brasil	Globo	28,8	50,1	2011
30	Tapas e beijos	Brasil	Globo	28,8	48,8	2011
31	Cama de gato	Brasil	Globo	28,7	56,2	2010
32	Haja coração	Brasil	Globo	28,7	43,6	2016
33	Aquele beijo	Brasil	Globo	28,1	51,3	2011
34	Tapas e beijos	Brasil	Globo	27,8	48,0	2012
35	Sangue bom	Brasil	Globo	27,7	51,2	2013
36	A grande familia	Brasil	Globo	27,7	46,9	2010
37	Batendo o ponto	Brasil	Globo	27,7	46,3	2010
38	Guerra dos sexos	Brasil	Globo	27,6	53,4	2013
39	Aquele beijo	Brasil	Globo	27,4	50,3	2012
40	A grande familia	Brasil	Globo	27,4	48,4	2012
41	A regra do jogo	Brasil	Globo	26,9	42,7	2015
42	O tempo e o vento	Brasil	Globo	26,2	50,2	2014
43	Justiça	Brasil	Globo	26,2	44,7	2016
44	Babilonia	Brasil	Globo	26,2	42,1	2015
45	Amor eterno amor	Brasil	Globo	26,1	49,6	2012
46	A lei do amor	Brasil	Globo	26,0	39,6	2016
47	Tapas & Beijos	Brasil	Globo	25,7	48,1	2013
48	A grande familia	Brasil	Globo	25,6	48,8	2013
49	Doce de mae	Brasil	Globo	25,6	47,4	2012
50	Alto astral	Brasil	Globo	25,2	44,1	2015
51	Araguaia	Brasil	Globo	25,1	48,3	2011
52	Flor do Caribe	Brasil	Globo	25,0	50,4	2013
53	Totalmente demais	Brasil	Globo	25,0	43,4	2015
54	Guerra dos sexos	Brasil	Globo	24,9	48,2	2012

55	I love Paraisópolis	Brasil	Globo	24,9	40,8	2015
56	Tim Maia - Vale o que ver	Brasil	Globo	24,8	49,4	2015
57	Rocky story	Brasil	Globo	24,0	40,0	2016
58	Lado a lado	Brasil	Globo	23,9	52,3	2013
59	Ligações perigosas	Brasil	Globo	23,7	39,2	2016
60	O canto da sereia	Brasil	Globo	23,5	49,8	2013
61	Alto astral	Brasil	Globo	23,4	42,6	2014
62	O pai - Luz, camera 50 anos	Brasil	Globo	23,4	44,6	2015
63	Tapas & beijos	Brasil	Globo	23,1	42,0	2014
64	Alem do horizonte	Brasil	Globo	22,9	41,9	2014
65	O canto da sereia - Luz camera 50 anos	Brasil	Globo	22,8	47,0	2015
66	A grande familia	Brasil	Globo	22,6	42,1	2014
67	Alem do tempo	Brasil	Globo	22,2	41,7	2016
68	Geração Brasil	Brasil	Globo	22,2	38,6	2014
69	Alem do horizonte	Brasil	Globo	22,0	47,0	2013
70	Alem do tempo	Brasil	Globo	21,9	40,0	2015



Una sociedad de servicios



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales



MECANISMOS DE FOMENTO A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL
EN EL MERCADO BRASILEÑO

MECANISMOS DE FOMENTO A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN EL MERCADO BRASILEÑO

(Versión en español)

Por Bárbara Fraga, Alexander Kellner y Roberta Rodrigues

Los mecanismos de fomento para la producción de obras audiovisuales en Brasil son los responsables, de forma significativa, del efectivo desarrollo y crecimiento del mercado nacional en los últimos años. Esto es debido a que, en la mayoría de los casos, la producción de obras por agentes brasileños sólo es viable por el aporte de recursos de estos mecanismos, sea la forma de fomento indirecto o directo.

El fomento indirecto funciona a través de mecanismos de incentivo fiscal, expresamente previstos en la ley. De acuerdo con las respectivas previsiones legales, los contribuyentes (personas físicas o jurídicas), logran obtener una deducción o exención del pago de determinados tributos, siempre que dirijan recursos a proyectos audiovisuales, mediante un contrato de patrocinio, coproducción o inversión.

En el ámbito federal, los mecanismos de incentivo fiscal están previstos en la Ley n° 8.685/93 (Ley del Audiovisual) y Medida Provisional n° 2.228-1/01, cuyos recursos derivados de la deducción o exención de los impuestos federales deben estar dirigidos a proyectos aprobados por la Agencia Nacional de Cine (ANCINE).

Los proyectos con recursos de incentivo vía Ley n° 8.313/91 (Ley Rouanet) están aprobados y regulados por el Ministerio de Cultura. Actualmente, tal mecanismo es poco utilizado por el mercado audiovisual, en función de los menores límites de valor disponible y por estar destinados solamente a la producción de cortos y medimétrajes.

Hay también mecanismos de incentivo fiscal a nivel estatal y municipal, los cuales no necesariamente necesitan contar con la aprobación de la ANCINE, debiendo cumplir, sin embargo, con la legislación específica de cada ente federativo. De esta forma, al depender de las disposiciones del edicto o reglamento aplicable en cada caso, es posible combinar diferentes recursos procedentes del incentivo fiscal, ya sea federal, estatal o municipal, para la producción de una misma obra audiovisual.

En el fomento directo, el Estado aporta recursos públicos derivados de la recaudación de tributos, tales como la Contribución para el Desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) y el Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones (FISTEL), en la producción de obras audiovisuales, a través de ediciones y selecciones públicas, de carácter selectivo o automático, esto último basado en el desempeño de la obra en el mercado o en festivales.

El programa ANCINE de Incentivo a la Calidad del Cine Brasileño (PAQ), como mecanismo de fomento directo, es a su vez un método de apoyo a productoras, cuya calidad técnica y artística de sus obras se destaca por medio de la selección y la premiación en el circuito de festivales nacionales e internacionales.

Además, ANCINE fomenta el mercado audiovisual a través del apoyo a las coproducciones internacionales, con normativas y acuerdos bilaterales y multilaterales, así como a través del Programa de Apoyo a la Participación de Películas Brasileñas en Festivales Internacionales, posibilitando el soporte a la participación en este circuito, a través del pago de los pasajes aéreos, subtítulo y envío de copias. Dependiendo de las disposiciones del edicto aplicable en cada caso, es posible combinar recursos procedentes del fomento directo o indirecto para una misma obra audiovisual.

Hay que subrayar que, en las condiciones de fomento vinculadas a la ANCINE, los proyectos presentados para su aprobación deben caracterizarse como obra audiovisual no publicitaria brasileña independiente con contenido de espacio calificado¹, de acuerdo con los requisitos previstos en el artículo 1, puntos IV y V, de la Medida Provisoria n° 2.228-1/01, y el artículo 2, punto XII, de la Ley n° 12.485/2011 (Ley del Servicio de Acceso Condicionado).

I. FOMENTO DIRECTO – FONDO SECTORIAL DEL AUDIOVISUAL (FSA)

En el ámbito federal el principal modo directo de fomento es a través del Fondo Sectorial Audiovisual (FSA). Se trata de un programa específico del Fondo Nacional de Cultura. El Fondo cuenta principalmente con los recursos derivados de la recaudación del CONDECINE que, conforme a lo previsto en el Artículo 1 de la Ley 11.437/2006, están totalmente destinados al FSA.

El FSA tiene como objetivo inducir el fortalecimiento de las televisiones brasileñas, la implantación de nuevos canales de televisión y de plataformas de VOD, la organización de grupos de creatividad en empresas audiovisuales y empresas especializadas en el desarrollo de itinerarios, proyectos y formatos, el pre-licenciamiento de contenidos audiovisuales independientes y la reducción de las barreras de acceso de productoras y televisiones brasileñas a recursos financieros.

Para promover la producción cultural fuera de las principales ciudades de Brasil, el FSA tiene como obligación legal destinar por lo menos el 30% del fondo a las productoras brasileñas establecidas en las regiones norte, nordeste y centro-oeste, y al menos el 10% al fomento de la producción de contenido audiovisual independiente, difundido primero en los canales comunitarios, universitarios y televisiones brasileñas independientes.

Actualmente, existen dos sistemas de financiación: el automático y el selectivo. El sistema automático es aquel en que la selección de las acciones financiadas está hecha por el beneficiario indirecto², en función de su desempeño y prácticas comerciales anteriores, por medio de un sistema de recepción de propuestas y mediante su participación en el proyecto.

En el sistema automático el beneficiario indirecto actuará como un intermediario entre el FSA y el proponente. En primer lugar, la selección del beneficiario indirecto, así como la definición del importe que se le asignará, se hace sobre la base de su comportamiento comercial anterior. Posteriormente, la selección de proyectos quedará a cargo de los beneficiarios indirectos, siguiendo las directrices de los edictos específicos, y éstos presentarán al FSA su propuesta de inversión para ser aprobada.

1 El artículo 19, punto I, de la Instrucción Normativa ANCINE n° 125/2015, que regula la elaboración, presentación, análisis, aprobación y acompañamiento para la ejecución de proyectos audiovisuales competencia de la ANCINE, realizados por medio de acciones de fomento indirecto o fomento directo, según dispone:

“Art. 19. Para su aprobación, el proyecto deberá atender a las siguientes condiciones:

1 – En el caso de proyecto de obra audiovisual, debe caracterizarse como proyecto de obra audiovisual no publicitaria brasileña independiente con contenido de espacio calificado”.

2 Beneficiario indirecto: empresas habilitadas con una cuenta automática del PRODAV; empresas que proponen inversiones selectivas en proyectos de terceros; y gestores de fondos de inversión con participación del FSA.

Por otro lado, el sistema selectivo es aquel en que la selección de acciones financiadas corre a cargo de los técnicos acreditados de la ANCINE, sin participación de empresas intermediarias, mediante criterios establecidos en convocatorias públicas (edital) y con la participación del beneficiario directo³.

El apoyo selectivo se realiza a través de convocatorias públicas y los interesados presentan sus propuestas que serán seleccionadas por el FSA. Los edictos para el mercado cinematográfico se llaman PRODECINE. Existen también los llamados PRODAV, que pueden ser exclusivos para televisión (abierta o de pago) y los *editales* específicos para los Grupos Creativos, destinados al desarrollo de proyectos.

El FSA, en calidad de inversor, tiene derecho a participar en los ingresos del proyecto, con un porcentaje sobre los ingresos brutos de distribución, ingresos de pre-licenciamiento y sobre los ingresos netos del productor, de forma proporcional al valor invertido y al presupuesto total del proyecto. La participación del FSA comienza desde la contratación de la inversión y termina a los siete años después de la fecha de primera exhibición comercial o licitación pública de la obra audiovisual.

El Reglamento General del PRODAV estipula algunas limitaciones para la contratación, gestión y transferencia de los derechos patrimoniales sobre los contenidos audiovisuales desarrollados, producidos, comercializados y distribuidos con recursos del FSA, con el objetivo de garantizar el retorno financiero y la preservación de la obra audiovisual con contenido brasileño independiente.

En 2016, la ANCINE publicó una convocatoria pública exclusivamente orientada al desarrollo y producción de videojuegos, con una inversión de diez millones de reales, y con el objetivo de fomentar la industria del videojuego y ampliar su asociación con el audiovisual nacional.

Recientemente, la nueva dirección de la ANCINE propuso algunos cambios que ya están siendo implementados en 2018, con el objetivo de promover la inclusión social, a través de convocatorias con cuotas de género y raza y con una reserva prevista para los productores que estén fuera del eje Rio-São Paulo.

II. COPRODUCCIONES INTERNACIONALES

Cabe resaltar que Brasil tiene firmados 14 acuerdos de coproducción cinematográfica (12 bilaterales y 2 multilaterales), los cuales tienen requisitos y límites para que las productoras brasileñas se asocien con empresas extranjeras para la producción de obras audiovisuales.

En estos casos, la aprobación de los proyectos por la ANCINE deberá observar las reglas específicas de los acuerdos de coproducción y las instrucciones normativas pertinentes, que versan sobre el reconocimiento provisional de coproducción internacional.

En general, se debe observar la proporcionalidad entre el aporte de recursos hecho por cada productor y la división de los derechos patrimoniales, de tal forma que se asegure la adecuada rentabilidad de los agentes económicos brasileños y la participación adecuada de los artistas y técnicos en el proyecto, que puede ser de 2/3 de brasileños natos o nacionalizados con más de tres años o en los términos de los acuerdos de la coproducción.

La coproducción internacional amplía el alcance de la obra audiovisual desde su nacimiento, potenciando las posibilidades de licenciamiento.

3 Beneficiario directo: personas físicas o jurídicas, responsables de la ejecución de proyectos financiados por el FSA (productoras brasileñas independientes, televisiones brasileñas, distribuidoras brasileñas de obras audiovisuales que actúen en el mercado de salas de exhibición, televisión, etc.)

III. LA LEY N° 8.685/1993 DE FOMENTO INDIRECTO

La ley n° 8.685/1993, conocida como “Ley del Audiovisual” es la responsable de las disposiciones sobre el fomento de la actividad cinematográfica y audiovisual. El principal mecanismo de fomento es la asignación de recursos provenientes de la desgravación fiscal del impuesto sobre la renta. En este sentido, los contribuyentes que optan por el referido mecanismo, dirigen de forma total o parcial, gracias a esta ley, los recursos recaudados por el impuesto sobre la Renta⁴.

En este sentido, existen cuatro disposiciones principales en la referida ley que deben ser analizados de forma detallada, con la finalidad de una correcta comprensión sobre el tema (artículo 1°, artículo 1°-A, artículo 3° y artículo 3°-A). Bajo este prisma, hay que adentrarse en el examen de dichos dispositivos legales.

IV. ARTÍCULO 1° DE LA LEY N° 8.685/1993

Este artículo incluye la posibilidad de obtener una deducción fiscal, derivada de la adquisición de cuotas representativas de derechos de comercialización de obras audiovisuales cinematográficas brasileñas de producción independiente, siempre que estas inversiones se realicen en el mercado de capitales, sobre activos previstos en el mercado y autorizados por la Comisión de Valores Mobiliarios y que los proyectos hayan sido previamente aprobados por la ANCINE, a través de su reglamento.⁵

El inversor, sea persona física o jurídica, que opte por el mecanismo previsto en el referido Artículo 1 de la Ley n° 8.685/1993 tendrá la oportunidad de obtener dos retornos de la inversión realizada. En primer lugar, la deducción tributaria del valor invertido. En segundo lugar, la participación en el eventual resultado positivo, resultante de la explotación económica de dicha obra, gracias a que el inversor ha adquirido cuotas de participación sobre los ingresos futuros de la misma. En el caso de que el inversor sea una persona jurídica, existe otra ventaja, ya que esta empresa puede anotarse el total del valor invertido como gasto operativo.⁶

En este sentido, conviene recordar que hay un límite para la deducción del valor invertido sobre el Impuesto de Renta a pagar en el mismo ejercicio en que se efectuó la inversión, en la producción audiovisual brasileña realizada por una productora independiente: la persona física se podrá deducir, del total invertido, hasta un límite del 3% del total del IR a pagar en el ejercicio; en el caso de personas jurídicas, el límite será del 1% del total de IR a pagar en dicho ejercicio.⁷

Por último, cabe resaltar que la responsabilidad de los inversores se limita a la integración de las cuotas suscritas.

4 Como se verá, los recursos pueden originarse a través de personas jurídicas o físicas, a pesar de que se considera hasta cierto punto *rara* la inversión proveniente de personas físicas.

5 Artículo 1°. Hasta el ejercicio fiscal 2019, inclusive, los contribuyentes podrán deducirse del impuesto de Renta las cantidades invertidas en la producción de obras audiovisuales brasileñas independientes, mediante la adquisición de cuotas representativas de los derechos de comercialización de las referidas obras, siempre que las inversiones se realicen en el mercado de capitales, en activos previstos en la ley y autorizados por la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM) y los proyectos de producción que hayan sido previamente aprobados por Agencia Nacional de Cine (Redacción dada por la Ley n° 13.594, de 2018).

6 § 4° La persona jurídica tributaria con base en el beneficio real, podrá anotarse el total de las inversiones como gasto operacional.

7 MARTINS, Vinicius. Fundamentos de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 134.

V. ARTÍCULO 1º-A DE LA LEY N° 8.685/1993

El artículo 1º-A de la Ley n° 8.685/1993 se refiere a la posibilidad de deducir las cantidades resultantes por patrocinio a la producción de obras audiovisual brasileñas independientes, cuyos proyectos hayan sido previamente aprobados por la ANCINE.⁸

Si se trata de una persona física, dicha deducción dependerá del Impuesto sobre la Renta que se determine en la declaración anual. En caso de las personas jurídicas, sobre la base del beneficio real, la deducción dependerá del período de cálculo correspondiente, sea trimestral o anual.

En este sentido también hay una limitación. En el caso de personas jurídicas la posibilidad de deducción debe respetar el límite del 4% de los valores adeudados en el impuesto sobre la Renta. Y en el caso de personas físicas este porcentaje límite es del 6%.

Las personas jurídicas no podrán deducirse el valor del patrocinio de que trata el artículo 1-A para determinar del beneficio real, ni la base de cálculo de la Contribución Social sobre el Beneficio Líquido (CSSL). A diferencia del artículo 1 de la Ley, en el que se permite la deducción del total invertido como gasto operativo, en este caso no es posible la deducción como gasto operativo (pues la ley no hace mención a este hecho), además de prohibir la deducción del importe invertido con el fin de reducir la base de cálculo de la CSSL.⁹

Sin embargo, a pesar de la imposibilidad de la deducción como gasto operativo o con fines de disminución de la Base de Cálculo de CSSL, en el caso de las personas jurídicas, el porcentaje deducible en el artículo 1-A es del 4% sobre el total del IR a pagar en el ejercicio y no del 1% como ocurre en el caso del caso artículo 1 de la Ley Audiovisual.

VI. ARTICULO 3º DE LA LEY N° 8.685/1993

El artículo 3 de la Ley n° 8.685/1993 trata del llamado fomento indirecto extranjero. Este mecanismo tiene su origen en el artículo 2 de la Ley n° 8.685/1993 que modifica el artículo 13 del Decreto-ley n° 1.089, de 2 de marzo de 1970, modificado a su vez por el artículo 1º del Decreto-ley n° 1.741, de 27 de diciembre de 1979.¹⁰ A continuación se expone el Artículo 2º literalmente:

Artículo 2º. Según el artículo 13 del Decreto-Ley n° 1.089, de 2 de marzo de 1970, modificado por el artículo 1 del Decreto-Ley n° 1.741, de 27 de diciembre de 1979, entra en vigor con la siguiente redacción:

«Artículo 13. Las cantidades pagadas, acreditadas, empleadas, remitidas o entregadas a los productores, distribuidores o intermediarios extranjeros, como rendimientos procedentes de la explotación de obras audiovisuales extranjeras en todo el territorio nacional, o para su adquisición o importación a precio fijo, **están sujetas a un impuesto del 25% en origen.**»

Además, el artículo 3º de Ley n° 8.685/1993¹¹ prevé que los contribuyentes incluidos en el artículo 13 del Decreto-Ley n° 1.089 pueden beneficiarse **de una deducción fiscal del 70%** del

8 Art. 1º-A. Hasta 2019, inclusive, las cantidades invertidas como patrocinio a la producción de obras audiovisuales brasileñas independientes, cuyos proyectos hayan sido previamente aprobados por la ANCINE, podrán deducirse del impuesto de Renta (Redacción dada por la Ley n° 13.594, de 2018)

9 MARTINS, Vinicius. Fundamentos de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 136.

10 MARTINS, Vinicius. Fundamentos de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 137.

11 Artículo 3. Los contribuyentes del Impuesto de Renta en los términos del artículo 13 del Decreto-Ley 1.089, de 1970, modificado por el artículo 2 de esta Ley, podrán beneficiarse de un 70% del impuesto devengado, desde que inviertan en el desarrollo de proyectos de producción de obras cinematográficas brasileñas de largometraje de producción independiente, y en la coproducción de telefilmes y miniseries brasileños de producción independiente y en obras cinematográficas brasileñas de producción independiente (Redacción dada por la Ley n° 10.454, de 13.5.2002).

impuesto devengado, en caso de inversión en el desarrollo de obras cinematográficas brasileñas de largometraje de producción independiente, y en la coproducción de telefilmes e miniseries brasileños de producción independiente y de obras cinematográficas brasileñas de producción independiente. En este sentido se confirma:

La persona jurídica responsable de la remesa de las cantidades pagadas, acreditadas, empleadas o remitidas a los contribuyentes a los que hace referencia este artículo **tendrá preferencia en la utilización de los recursos derivados del beneficio fiscal de que trata este artículo**. Sin embargo, para el ejercicio de la preferencia prevista anteriormente, el contribuyente podrá transferir expresamente al responsable del pago o remisión del beneficio por contrato conforme figura en este dispositivo o a través documento especialmente constituido para dicho fin.¹²

Los valores de los recursos se calcularán sobre el importe de la remesa respecto al artículo 13 del Decreto-Ley n° 1.089, de 2 de marzo de 1970.

VII. ARTICULO 3º A DE LA LEY N° 8.685/1993

Conforme al artículo 3º-A, los contribuyentes del Impuesto de Renta a los que se refiere el artículo 72 de la Ley n° 9.430, de 27 de diciembre de 1996¹³, podrán beneficiarse de una reducción del 70% del impuesto, si invierten en el desarrollo de proyectos de producción de obras cinematográficas brasileñas de largometraje de producción independiente y en la coproducción de obras cinematográficas y video-fonográficas brasileñas de producción independiente de corto, medio y largometraje, documentales, telefilmes y miniseries.¹⁴

En este sentido, “la persona jurídica responsable de la remesa de las cantidades pagadas, acreditadas, empleadas, entregadas o remitidas a los contribuyentes a los que hace referencia el artículo 3-A, tendrá preferencia en la utilización de los recursos derivados del beneficio fiscal de que trata este artículo.”¹⁵

Sobre el tema en cuestión, confirma Vinícius Alves Portela Martins, especialista en regulación de la actividad cinematográfica y audiovisual de la ANCINE:

Para el presente ejercicio, el contribuyente podrá transferir expresamente al responsable del crédito, empleo, remesa, entrega o pago, el beneficio del que trata el cuerpo de este artículo, a través de un contrato en el que figure este dispositivo o por un documento especialmente constituido para este fin.¹⁶

Este hecho es importante en la medida que en muchos casos la empresa responsable de la

12 MARTINS, Vinicius. Fundamentos de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 138.

13 Artículo 72. Están sujetas a la aplicación de un 15% del impuesto en origen, las cantidades pagadas, acreditadas, entregadas, empleadas o remitidas al exterior por la adquisición o remuneración de cualquier título o forma de derecho, inclusive la transmisión por medio de radio o televisión o por cualquier otro medio, de cualquier film o evento, incluso de competición desportiva com representación brasileña.

14 Art. 3-A. Los contribuyentes del Impuesto de Renta a los que hace referencia el artículo 72 de la Ley n° 9.430, de 27 de diciembre de 1996, beneficiarios del crédito, empleo, remesa, entrega o pago por laa adquisición o remuneración, de cualquier título, de derechos, relativos a transmisión, por medio de radiodifusión de sonidos e imágenes y servicio de comunicación eletronica por suscripción, de cualquier obra audiovisual o evento, incluso de competiciones desportivas en las que haya representación brasileña, podrán beneficiarse de una deducción del 70% del impuesto devengado, desde la inversión en el desarrollo de proyectos de producción de obras cinematográficas brasileñas de largometraje de producción independiente y coproducción de obras cinematográficas y vídeo-fonográficas brasileñas de producción independiente de corto, medio y largometraje, documentales, telefilms y miniseries (incluído en la Ley n° 11.437, de 2006).

15 MARTINS, Vinicius. Fundamentos de Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 139.

16 MARTINS, Vinicius. Fundamentos de Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 139.

remisión de las cantidades al exterior, tiene interés en la utilización de los recursos procedentes del artículo 3º-A, hecho que no necesariamente ocurre con la empresa contribuyente procedente del extranjero. “La operación de nacionalización de ésta es posible en la medida de que la ley, en su artículo 4º, permite que la cuenta de aplicación financiera especial denominada cuenta de recogida (o cuenta de recaudación), sea abierta en nombre de la empresa contribuyente extranjera, en nombre de su representante en Brasil o en nombre del responsable de la remesa.¹⁷”

VIII. FUNCINE

Otro mecanismo de fomento indirecto de gran importancia para el mercado audiovisual está previsto en el art. 41 de la Medida Provisional 2.228-1/2001, a través de los Fondos de Financiación de la Industria Cinematográfica Nacional (FUNCINE).

El FUNCINE está constituido bajo la forma de condominio cerrado, sin personalidad jurídica y administrado por instituciones financieras autorizadas por el Banco Central Brasileño, y está destinado al desarrollo de proyectos aprobados por la ANCINE. La Comisión de Valores Mobiliarios (CVM) autoriza, disciplina y fiscaliza la constitución, el funcionamiento y la administración de los FUNCINES, a través de la Instrucción Normativa CVM nº 398.

Los inversores pueden deducirse en el Impuesto de Renta un total del 3% para personas jurídicas y de un 6% para personas físicas. Los FUNCINES pueden invertir en producción y distribución de proyectos cinematográficos, construcción y reforma de salas de exhibición y también pueden adquirir acciones de empresas del sector audiovisual.

Estas son las principales formas de fomento del mercado audiovisual brasileño, las cuales, garantizan el desarrollo y crecimiento de esta industria en el país, con el fin de propagar la cultura y el entretenimiento nacionales.

17 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Actividad Cinematográfica y Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 139.

(Versión en brasileño)

Os mecanismos de fomento às obras audiovisuais no Brasil são responsáveis, de forma significativa, pelo efetivo desenvolvimento e crescimento do mercado nacional nos últimos anos. Isto porque, na maioria dos casos, a produção de obras por agentes brasileiros somente é viabilizada em função do aporte de recursos por meio de tais mecanismos, seja na forma de fomento *indireto* ou *direto*.

O fomento *indireto* funciona por intermédio de mecanismos de incentivo fiscal, expressamente previstos em lei. De acordo com as respectivas previsões legais, os contribuintes – pessoas físicas ou jurídicas –, conseguem obter o abatimento ou a isenção no pagamento de determinados tributos, desde que direcionem recursos a projetos audiovisuais, mediante contrato de patrocínio, coprodução ou investimento.

Em âmbito federal, os mecanismos de incentivo fiscal estão previstos na Lei nº 8.685/93 (Lei do Audiovisual) e Medida Provisória nº 2.228-1/01, cujos recursos decorrentes da dedução ou isenção dos impostos federais devem ser direcionados a projetos aprovados pela Agência Nacional do Cinema – ANCINE.

Os projetos com recursos de incentivo via Lei nº 8.313/91 (Lei Rouanet) são aprovados e regulados pelo Ministério da Cultura. Atualmente, tal mecanismo é pouco utilizado pelo mercado audiovisual, em função dos menores limites de valor disponíveis, e de serem destinados somente a curtas e médias metragens.

Há também mecanismos de incentivo fiscal em âmbito estadual e municipal, os quais não necessariamente precisam contar com a aprovação da ANCINE, devendo obedecer, no entanto, às determinações da legislação específica de cada ente federativo. Dessa forma, a depender das disposições do edital ou regulamento aplicável em cada caso, é possível combinar recursos oriundos de incentivo fiscal federal, estadual e municipal, para uma mesma obra audiovisual.

No fomento *direto*, o Estado aporta recursos públicos decorrentes da arrecadação de tributos, tais como a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE e o Fundo de Fiscalização das Telecomunicações – FISTEL, na produção de obras audiovisuais, por meio de editais e seleções públicas, de natureza seletiva ou automática – esta última baseada no desempenho da obra no mercado ou em festivais.

Há ainda o Programa ANCINE de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro – PAQ, como mecanismo de fomento direto, que, por sua vez, é um método de apoio a produtoras cuja qualidade técnica e artística das obras se destaca por meio da seleção e da premiação no circuito de festivais nacionais e internacionais.

Além disso, a ANCINE fomenta o mercado audiovisual por meio do apoio às coproduções internacionais, com editais e acordos bilaterais e multilaterais, bem como por meio do Programa de Apoio à Participação de Filmes Brasileiros em Festivais Internacionais, concedendo suporte à participação de filmes brasileiros em festivais internacionais, incluindo passagens aéreas, legendagem e envio de cópias. A depender das disposições do edital aplicável em cada caso, é possível combinar recursos oriundos de fomento direto e indireto para uma mesma obra audiovisual.

Vale frisar que, nas hipóteses de fomento vinculadas à ANCINE, os projetos apresentados devem obrigatoriamente caracterizar-se como obra audiovisual não publicitária brasileira independente constituinte de espaço qualificado¹, de acordo com os requisitos previstos no art. 1º, incisos IV e V, da Medida Provisória nº 2.228-1/01, e art. 2º, inciso XII, da Lei nº 12.485/2011 (Lei do Serviço de Acesso Condicionado).

I. FOMENTO DIRETO – FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL (FSA)

Quanto ao mecanismo de fomento direto, em âmbito federal o principal modo de fomento direto é através do Fundo Setorial Audiovisual (FSA). Trata-se de um programa específico do Fundo Nacional de Cultura, que é um fundo de natureza contábil. O Fundo conta principalmente com os recursos decorrentes da arrecadação da CONDECINE, que conforme previsto no Art. 1º da Lei 11.437/2006, serão totalmente destinados ao FSA.

O FSA tem como objetivo induzir o fortalecimento das programadoras brasileiras e a implantação de novos canais de televisão e de plataformas de VOD, organização de núcleos de criação em empresas audiovisuais e empresas especializadas no desenvolvimento de roteiros, projetos e formatos, o pré-licenciamento de conteúdos audiovisuais independentes, redução das barreiras de acesso de produtoras e programadoras brasileiras a recursos financeiros.

De forma a promover a produção cultural fora das principais metrópoles do Brasil, o FSA tem como obrigação legal a destinação de no mínimo 30% a produtoras brasileiras estabelecidas nas regiões norte, nordeste e Centro-Oeste, e no mínimo 10% ao fomento de produção de conteúdo Audiovisual independente veiculado primeiramente nos canais comunitários, universitários e de programadoras brasileiras independentes.

Atualmente, existem dois sistemas de financiamento, o automático e o seletivo. O sistema automático é aquele em que a seleção das ações financiadas é feita pelo beneficiário indireto², em face de seu desempenho e práticas comerciais anteriores, por meio de sistema de recepção de propostas e mediante participação em projeto.

No suporte automático o beneficiário indireto vai atuar como um intermediário entre o FSA e o proponente. Primeiramente há a seleção deste beneficiário indireto, bem como a definição do montante a ser entregue a ele, com base no seu desempenho comercial anterior. Posteriormente, há a seleção de projetos, que ficará a cargo dos beneficiários indiretos, seguindo as diretrizes dos editais específicos, e estes irão apresentar ao FSA sua proposta de investimento para ser aprovada.

1 O art. 19, inciso I, da Instrução Normativa ANCINE nº 125/2015, que regulamenta a elaboração, apresentação, análise, aprovação e acompanhamento da execução de projetos audiovisuais de competência da ANCINE realizados por meio de ações de fomento indireto e de fomento direto, assim dispõe:

“Art. 19. Para fins de aprovação, o projeto deverá atender às seguintes condições:

1 - no caso de projeto de obra audiovisual, caracterizar-se como projeto de obra audiovisual não publicitária brasileira independente constituinte de espaço qualificado”.

2 Beneficiário Indireto: empresas habilitadas a uma conta automática do PRODAV; empresas que proponham investimentos seletivos em projetos de terceiros; e gestores de fundos de investimentos com participação do FSA.

Por outro lado, o sistema seletivo é aquele em que a seleção das ações financiadas está a cargo de técnicos credenciados da ANCINE, sem participação de empresas, mediante critérios públicos estabelecidos, por meio de chamadas públicas (edital) com participação do beneficiário direto³.

O suporte seletivo é realizado através das chamadas públicas, e os interessados irão apresentar suas propostas e serão selecionadas pelo FSA. Os editais para o mercado cinematográfico são chamados de PRODECINE. Existem também os chamados de PRODAV, que podem ser exclusivos para televisão (aberta ou paga), e os editais para os Núcleos Criativos, destinados ao desenvolvimento de projetos.

O FSA, na qualidade de investidor, terá direito a participação sobre as receitas do projeto, tendo porcentagem na receita Bruta de Distribuição, receita de pré-licenciamento, e sobre a receita líquida do produtor, de forma proporcional ao valor investido, e ao orçamento do projeto. Tal participação será devida desde o momento da contratação do investimento e terminará em 7 anos após a data de primeira exibição comercial ou oferta pública da obra Audiovisual.

O Regulamento Geral do PRODAV estipula ainda algumas limitações para contratação, gestão e transferência dos direitos patrimoniais sobre os conteúdos audiovisuais desenvolvidos, produzidos, comercializados e distribuídos com recursos do FSA, tendo como objetivo garantir o retorno financeiro e a preservação da obra Audiovisual como conteúdo brasileiro independente.

Em 2016 a ANCINE lançou uma chamada pública exclusivamente voltada para o desenvolvimento e produção de jogos eletrônicos, investindo 10 (dez) milhões de reais, com objetivo de fomentar a indústria de games e sua associação com audiovisual nacional.

Recentemente, com a mudança na diretoria da ANCINE, algumas mudanças foram propostas e já estão sendo implementadas em 2018, tendo como objetivo de promover a inclusão social, através de editais com cotas de gênero e raça, além da reserva para os produtores que estão fora do eixo Rio-São Paulo anteriormente prevista.

II. COPRODUÇÕES INTERNACIONAIS

Cabe ainda ressaltar que o Brasil é signatário de 14 acordos de coprodução, sendo 12 bilaterais e 02 multilaterais sobre coprodução cinematográfica, os quais preveem requisitos e limites para que as produtoras brasileiras se associem à empresas estrangeiras para produção de obras audiovisuais.

Nesses casos, a aprovação dos projetos pela ANCINE deverá observar as regras específicas dos acordos de coprodução e as instruções normativas pertinentes, que versam sobre o reconhecimento provisório de coprodução internacional.

De forma geral, deverá ser observada a proporcionalidade entre o aporte de recursos feito por cada produtor e a divisão de direitos patrimoniais, de tal forma que se assegure a adequada rentabilidade dos agentes econômicos brasileiros e a observância da adequação dos artistas e técnicos, que pode ser de 2/3 de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 3 anos ou nos termos dos acordos de coprodução.

A coprodução amplia o alcance da obra audiovisual desde o seu nascimento, potencializando as possibilidades de licenciamento.

3 Beneficiário direto: pessoas físicas e jurídicas responsáveis pela execução dos projetos financiados pelo FSA (produtoras brasileiras independentes, programadoras brasileiras, distribuidoras brasileiras de obras audiovisuais que atuem no mercado de salas de exibição, televisão, etc.)

III. A LEI Nº 8.685/1993 E O FOMENTO INDIRETO

A lei nº 8.685/1993, conhecida como “Lei do Audiovisual” é responsável por dispor expressamente a respeito do fomento à atividade cinematográfica e audiovisual. O principal mecanismo de fomento se resume a destinação de recursos oriundos de renúncia fiscal do imposto de renda. Nesse sentido, os contribuintes optantes pelo referido mecanismo direcionam de forma total ou parcial, na forma da legislação, os recursos que seriam quitados à título de imposto de Renda⁴.

A tal aceção, existem 4 (quatro) dispositivos principais na referida lei que devem ser analisados de forma pormenorizada, com a finalidade de uma correta compreensão a respeito do tema. São eles: Art. 1º, Art. 1º-A, Art. 3º e Art. 3º-A. Sob este prisma, cumpre adentrar no exame dos referidos dispositivos legais.

IV. ARTIGO 1º DA LEI Nº 8.685/1993

O referido artigo trata da possibilidade de submissão de pedido de dedução fiscal decorrente de valores investidos na aquisição de cotas representativas de direitos de comercialização sobre obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente “desde que estes investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei, e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários, e os projetos tenham sido previamente aprovados pela ANCINE, na forma do regulamento.”⁵

Há que se ter em vista que o investidor, seja pessoa física ou jurídica que optar pelo mecanismo previsto no referido Artigo 1º da Lei nº 8.685/1993 terá a oportunidade de obter 2 (dois) retornos do investimento realizado. Em primeiro plano, a dedução tributária do valor investido. Em segundo plano, a participação de eventual resultado positivo resultante da exploração econômica da referida obra, uma vez que o investidor adquire cotas sobre as receitas futuras da obra. Existe ainda, mais uma vantagem, no caso de o investidor ser pessoa jurídica. A referida empresa pode abater o total do valor investido como despesa operacional.⁶ Convém lembrar que existe um limite para tal possibilidade de investimento. Confira-se nesse sentido:

Entretanto, há um limite para a dedução do valor investido do Imposto de Renda a pagar daquele mesmo exercício sobre o qual foi efetuado o investimento na produção audiovisual brasileira feita por produtora independente: a pessoa física deduzirá o total investido até o limite de 3% do total de IR a pagar daquele exercício; no caso de pessoas jurídicas, o limite será de 1% do total de IR a pagar naquele determinado exercício.⁷

Por fim, cabe ressaltar que a responsabilidade dos investidores se limita à integralização das quotas subscritas.

4 Como será visto, os recursos podem se originar de pessoas jurídicas e pessoas físicas, apesar de que se considera até certo ponto rara, o investimento oriundo de pessoas físicas.

5 Art. 1º Até o exercício fiscal de 2019, inclusive, os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias investidas na produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de quotas representativas dos direitos de comercialização das referidas obras, desde que esses investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), e os projetos de produção tenham sido previamente aprovados pela Agência Nacional do Cinema (Ancine). (Redação dada pela Lei nº 13.594, de 2018)

6 § 4º A pessoa jurídica tributada com base no lucro real poderá, também, abater o total dos investimentos efetuados na forma deste artigo como despesa operacional.

7 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 134.

V. ARTIGO 1º-A DA LEI Nº 8.685/1993

O artigo 1º-A da Lei nº 8.685/1993 se refere a possibilidade de dedução de quantias decorrentes de patrocínio à produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, cujos projetos tenham sido previamente aprovados pela ANCINE.⁸

Tratando-se de pessoa física, a referida dedução dependerá do Imposto de Renda devido apurado na declaração de ajuste anual. Em caso de pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, a dedução dependerá do período de apuração correspondente, seja o mesmo trimestral ou anual.

Aqui também existe limitação de porcentagem. Em caso de pessoa jurídica, a possibilidade de dedução deve respeitar o limite de 4% (quatro por cento) dos valores devidos a título de imposto. No caso de pessoa física, 6% (seis por cento). No que tange a pessoa jurídica, confira-se:

As pessoas jurídicas não poderão deduzir o valor do patrocínio de que trata o art. 1ºA para fins de determinação do lucro real e da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL. Aqui, diferentemente do art. 1º, em que era permitido a dedução do total investido como despesa operacional, não é possível a dedução tanto quanto despesa operacional (pois a lei não faz menção a este fato), além de proibir a dedução do investido para fins de diminuição da Base de Cálculo da CSLL.⁹

Contudo, apesar da não possibilidade de dedução como despesa operacional ou para fins de diminuição da Base de Cálculo da CSLL, a porcentagem é de 4% (quatro) por cento e não apenas de 1% (um) por cento como ocorre no caso do artigo 1º.

VI. ARTIGO 3º DA LEI Nº 8.685/1993

O Artigo 3º da Lei nº 8.685/1993 trata do chamado fomento indireto estrangeiro. “Esse mecanismo tem origem no artigo 2º da Lei nº 8.685/1993 que altera o art. 13 do Decreto-lei nº 1.089, de 2 de março de 1970, alterado pelo art. 1º do Decreto-lei nº 1.741, de 27 de dezembro de 1979.¹⁰ Confira-se a literalidade do Artigo 2º

Art. 2º O art. 13 do Decreto-Lei nº 1.089, de 2 de março de 1970, alterado pelo art. 1º do Decreto-Lei nº 1.741, de 27 de dezembro de 1979, passa a vigorar com a seguinte redação:
“Art. 13. As importâncias pagas, creditadas, empregadas, remetidas ou entregues aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, como rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em todo o território nacional, ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, **ficam sujeitas ao imposto de 25% na fonte.**” (grifo nosso)

Demais disso, o Artigo 3º da Lei nº 8.685/1993¹¹ prevê que os contribuintes previstos no artigo 13 do Decreto-Lei nº 1.089 podem se beneficiar **de uma dedução fiscal de 70% (setenta por cento)** do imposto devido, no caso de investimento no desenvolvimento de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente, e na coprodução de telefilmes e

8 Art. 1º-A. Até o ano-calendário de 2019, inclusive, as quantias referentes ao patrocínio à produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, cujos projetos tenham sido previamente aprovados pela Ancine, poderão ser deduzidas do imposto de renda devido apurado: (Redação dada pela Lei nº 13.594, de 2018)

9 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 136.

10 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 137.

11 Art. 3º Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 13 do Decreto-Lei no 1.089, de 1970, alterado pelo art. 2º desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente. (Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)

minisséries brasileiras de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente. Nesse sentido, confira-se:

A pessoa jurídica responsável pela remessa das importâncias pagas, creditadas, empregadas ou remetidas aos contribuintes de que trata este artigo **terá preferência na utilização dos recursos decorrentes do benefício fiscal de que trata este artigo**. No entanto, para o exercício da preferência prevista acima, o contribuinte poderá transferir expressamente ao responsável pelo pagamento ou remessa do benefício de que trata o *caput* deste artigo em dispositivo do contrato ou por documento especialmente constituído para esses fins.¹²

Os valores serão calculados sobre o valor da remessa com respeito ao art. 13 do Decreto-Lei nº 1.089, de 2 de março de 1970. Passa-se então, a uma breve análise do artigo 3º-A.

VII. ARTIGO 3º A DA LEI Nº 8.685/1993

Nos termos do artigo Art. 3o-A, os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 72 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996¹³, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileira de longa-metragem de produção independente e na co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.¹⁴

Nesse sentido, “a pessoa jurídica responsável pela remessa das importâncias pagas, creditadas, empregadas, entregues ou remetidas aos contribuintes de que trata o art. 3ºA terá preferência na utilização dos recursos decorrentes do benefício fiscal de que trata este artigo.”¹⁵

Sobre o tema, confira-se Vinícius Alves Portela Martins, especialista em regulação da atividade cinematográfica e audiovisual da Ancine:

Entretanto, para o exercício desta, o contribuinte poderá transferir expressamente ao responsável pelo crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento o benefício de que trata o *caput* deste artigo em dispositivo do contrato ou por documento especialmente constituído para esses fins.¹⁶

Tal fato evidencia sua importância, na medida em que muitas vezes a empresa responsável pela remessa dos valores ao exterior possui interesse na utilização dos referidos recursos oriundos do artigo 3º-A, fato que não necessariamente ocorre com a empresa contribuinte estrangeira. “A

12 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 138.

13 Art. 72. Estão sujeitas à incidência do imposto na fonte, à alíquota de quinze por cento, as importâncias pagas, creditadas, entregues, empregadas ou remetidas para o exterior pela aquisição ou pela remuneração, a qualquer título, de qualquer forma de direito, inclusive à transmissão, por meio de rádio ou televisão ou por qualquer outro meio, de quaisquer filmes ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira.

14 Art. 3o-A. Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 72 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, beneficiários do crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento pela aquisição ou remuneração, a qualquer título, de direitos, relativos à transmissão, por meio de radiodifusão de sons e imagens e serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura, de quaisquer obras audiovisuais ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileira de longa-metragem de produção independente e na co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).

15 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 139.

16 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 139.

operacionalização deste se torna possível na medida em que a lei em seu art. 4º permitirá que a conta de aplicação financeira especial denominada conta de recolhimento (ou conta de arrecadação) seja aberta no nome da empresa contribuinte estrangeira, no nome de sua representante no Brasil ou no nome do responsável pela remessa.¹⁷

VIII. FUNCINE

Outro mecanismo de fomento indireto de elevada importância para o mercado audiovisual está previsto no art. 41 da Medida Provisória 2.228-1/2001, através dos Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINE).

O FUNCINE é constituído sob a forma de condomínio fechado, sem personalidade jurídica e administrado por instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central, destinado à aplicação em projetos aprovados pela ANCINE. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) autoriza, disciplina e fiscaliza a constituição, o funcionamento e a administração dos Funcines, através da Instrução Normativa CVM nº 398.

Os investidores podem deduzir do Imposto de Renda o total de 3% para Pessoas Jurídicas e de 6% para Pessoas Físicas. Os Funcines podem investir em produção e distribuição de projetos cinematográficos, construção e reforma de salas de exibição e também para adquirir ações de empresas do setor audiovisual.

Assim, são estes os principais modos de fomento ao mercado audiovisual brasileiro, os quais garantem o desenvolvimento e crescimento desta indústria no país, de forma a propagar a cultura e o entretenimento nacionais.

17 MARTINS, Vinicius. Fundamentos da Atividade Cinematográfica e Audiovisual. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. pág 139.

**Bárbara Fraga.**

Formada en Derecho por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). L.LM en Derecho Corporativo por el Instituto Brasileño de Mercado de Capitales (IBMEC-RJ).

Actuó en el departamento jurídico de grandes empresas nacionales y multinacionales. Sólida experiencia en derecho contractual, administrativo y regulatorio. Integra los cuadros de Senna Abogados, con foco en derecho de autor y entretenimiento.

**Roberta Rodrigues.**

Formada en Derecho por la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-RJ). Postgrado en Propiedad Intelectual por la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-RJ). Integra los cuadros de Senna Abogados, con foco en derecho de autor y entretenimiento.

**Alexander Leonard Martins Kellner.**

Formado en Derecho por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Maestría en Derecho de la Regulación, Fundación Getulio Vargas (FGV-RJ)

Posgrado en Derecho por la Escuela de la Magistratura del Estado de Río de Janeiro (EMERJ). Integra los cuadros de Senna Abogados, con foco en derecho de autor y entretenimiento.



CAPITULO V

RESUMEN Y CONCLUSIONES

CAPITULO V

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

CAPÍTULO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMERICA

Panorama cinematográfico iberoamericano (2017)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore-Rentrak**): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, R. Dominicana, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos. La información de la República Dominicana proviene de la Dirección General de Cine dependiente de su Ministerio de Cultura.
- El peso mundial del mercado cinematográfico iberoamericano es de un 11% en cuanto a pantallas y de un 11,8% en cuanto a espectadores.
- Los países iberoamericanos suman una población de 654,4 millones de personas, un PIB de 11,6 billones de dólares y casi 19.000 pantallas cinematográficas.
- Los cines de países iberoamericanos estrenaron 5.668 películas. El porcentaje de estrenos nacionales representa el 16,1% (913 estrenos).
- Los estrenos en Iberoamérica recaudaron de forma conjunta un total de 3.616,2 millones de dólares y acumularon una asistencia de 921,1 millones de espectadores.
- La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 4 dólares.
- La cuota de espectadores del cine nacional supone el 8,2% (75,6 millones).
- La cuota de espectadores acumulada por el origen de los estrenos del top-100, en el quinquenio 2013-2017, es la siguiente: el cine USA representa el 83,1%, el cine iberoamericano (nacional y no nacional) supone el 12% y el cine europeo el 4%.
- El 43,4% de los títulos de estreno del top-100 de los países de la muestra pertenecen a obras

estadounidenses, el 43,7% a títulos iberoamericanos y el 10,2% a títulos europeos.

- El porcentaje de coproducciones entre los títulos iberoamericanos se sitúa en el 15,5% (22 títulos). De esos 22 títulos, 14 son coproducciones entre países iberoamericanos (63,6%).
- La cuota de espectadores del top-100 acumulada por los *Estudios* americanos, en el quinquenio 2013-2017, alcanza el 81,5% frente al 18,5% de las distribuidoras independientes.
- Las tres producciones con más éxito en 2017 en Iberoamérica son: *A todo gas 8* (41,1 millones de espectadores), *Gru 3: mi villano favorito* (41 millones de espectadores) y *La bella y la bestia* (33,3 millones de espectadores).
- Las tres producciones iberoamericanas con más éxito son las producción brasileña *Minha mae e uma peca 2* (5,1 millones de espectadores), la obra mexicana *Hazlo como hombre* (4,3 millones de espectadores) y la española *Tadeo Jones 2* (3,5 millones).
- Las tres producciones europeas con más éxito son: *Resident Evil: el capítulo final* (7,2 millones de espectadores), *Valerian y la ciudad de los mil planetas* (3,8 millones de espectadores) y *Bailarina* (3 millones de espectadores).
- Las diez estrenos nacionales que dominan el ranking cinematográfico iberoamericano en su propio país son: *Mamá se fue de viaje* (Argentina), *Minha mae e uma peca 2* (Brasil), *Tadeo Jones 2* (España), *Morazán* (Honduras), *Hazlo como hombre* (México), *Más que hermanos* (Panamá), *Los buscadores* (Paraguay), *Av. Larco, la película* (Perú), *Colao* (R. Dominicana) y *Papita 2da base* (Venezuela).
- El título iberoamericano que aparece en el top-100 de un mayor número de países es la producción peruana *Condorito: la película* (15 países).

Panorama cinematográfico iberoamericano por países (2017)

- **Argentina:** La asistencia a los cines sumó 49,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 12,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 83,5%, frente al 13,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La producción más popular fue *Gru 3: mi villano favorito*, con 3,8 millones de espectadores, y el estreno argentino con más éxito fue *Mamá se fue de viaje* con casi 1,7 millones de espectadores.
- **Bolivia:** La asistencia a los cines sumó 6,7 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 89,7%, frente al 2,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8*, con 355.890 espectadores y el estreno boliviano con más éxito fue *Las malcogidas* con 26.182 espectadores.
- **Brasil:** La asistencia a los cines sumó 181,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 9,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,3%, frente al 9,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción estadounidense *Gru 3: mi villano favorito*, con 8,9 millones de espectadores y la película brasileña con más éxito *Minha mae e uma peca 2* con casi 5,2 millones.
- **Chile:** La asistencia a los cines sumó 27,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 94,2%, frente al 2,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Gru 3: mi villano favorito*, con 1,6 millones de espectadores, y el estreno chileno con más éxito fue *Se busca novio para mi mujer* con 51.794 espectadores.
- **Colombia:** La asistencia a los cines sumó 62,6 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,9%, frente al 7% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8*, con 3,9 millones de espectadores, y el estreno colombiano con más éxito fue *El paseo 4* con 718.502 espectadores.

- **Costa Rica:** La asistencia a los cines sumó 7,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,2%, frente al 4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción norteamericana *Gru 3; mi villano favorito* con 405.450 espectadores y dentro de las producciones nacionales, *Amor viajero* con 53.945.
- **Ecuador:** La asistencia a los cines se estima en torno a 18,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,2%, frente al 1,4% del cine Iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la película estadounidense *A todo gas 8* con más de un millón de espectadores y el estreno ecuatoriano más popular fue *Tal vez mañana* con 35.513 espectadores.
- **El Salvador:** La asistencia a los cines sumó 3,8 millones de espectadores. En el top-100, la cuota del cine USA supuso un 95,4%, frente al 1,4% del cine iberoamericano. La película más popular fue la producción estadounidense *A todo gas 8* con 238.936 espectadores y el estreno iberoamericano con más éxito fue la española *Lo que de verdad importa* con 30.000 espectadores. No hubo ninguna producción salvadoreña que llegara a la gran pantalla en 2017.
- **España:** La asistencia a los cines sumó 100,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 17,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 78,1%, frente al 16,3% del cine español. La película más popular fue la producción estadounidense *La bella y la bestia*, con 3,7 millones de espectadores, y la obra española con más éxito fue la película de animación *Tadeo Jones 2: el secreto del rey Midas*, con 3,2 millones de espectadores.
- **Guatemala:** La asistencia a los cines sumó 6,3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,1% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 94,9% frente al 2,7% del cine iberoamericano. La película más popular fue *A todo gas 8* con 436.459 espectadores, y el estreno guatemalteco con más éxito fue *Septiembre o un llanto en silencio* con casi 8.000 espectadores.
- **Honduras:** La asistencia a los cines sumó 3,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 5,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 91,2%, frente al 6,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8* con 223.192 espectadores, y el estreno hondureño con más éxito fue *Morazán* con 50.142 espectadores.
- **México:** La asistencia a los cines sumó 345 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 6,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 89%, frente al 7% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la norteamericana *Coco* con 23,3 millones de espectadores, y el estreno mexicano con más éxito fue *Hazlo como hombre* con 4,3 millones de espectadores.
- **Nicaragua:** La asistencia a los cines sumó 2,1 millones de espectadores. La cuota de mercado del cine nacional supuso el 0,1%. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 96%, frente al 1,2% del cine iberoamericano. La película más popular fue *A todo gas 8* con más de 133.482 espectadores, el estreno nacional con más éxito fue *Odorico, hazte santo*, con 1.250 espectadores, y la producción iberoamericana más popular fue la película brasileña *Moisés y los diez mandamientos* con 10.367.
- **Panamá:** La asistencia a los cines sumó 7,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 91,6%, frente al 4,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8* con 450.335 espectadores, y el estreno panameño con más éxito fue *Más que hermanos* con 85.563 espectadores.
- **Paraguay:** La asistencia a los cines sumó 2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 7,9% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 87,5%, frente al 8,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8* con 191.733 espectadores, y el estreno paraguayo con más éxito fue *Los buscadores* con 134.039 espectadores.

- **Perú:** La asistencia a los cines sumó 51,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 10,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 83,3%, frente al 10,7% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la estadounidense *A todo gas 8* con casi 2 millones de espectadores, y el estreno nacional más exitoso fue *Once machos* con 803.353 espectadores.
- **Portugal:** La asistencia a los cines sumó 16,7 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 91,5%, frente al 2,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8*, con 936.077 espectadores, y el estreno portugués con más éxito fue *O fim da inocencia* con 76.525 espectadores.
- **República Dominicana:** La asistencia a los cines sumó 4,9 millones de espectadores. La cuota del cine nacional supuso el 21% del total de espectadores. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 75,4%, frente al 22,5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película con más éxito fue la producción estadounidense *A todo gas 8* con 361.952 espectadores, seguida de la dominicana *Colao* con 341.598 espectadores.
- **Uruguay:** La asistencia a los cines sumó 3,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 81,8%, frente al 13,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Gru 3: mi villano favorito*, con 266.478 espectadores, y el estreno uruguayo con más éxito fue *Mi mundial* con 41.632 espectadores.
- **Venezuela:** La asistencia a los cines sumó 20,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 92,9%, frente al 2,9% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *A todo gas 8* con casi 1,3 millones de espectadores, y el estreno venezolano con más éxito fue *Papita 2da Base* con 337.565 espectadores.

CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMERICA

Panorama global en los países iberoamericanos (2010-2016)

- Muestra de países analizados (Fuente **OBITEL**): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).
- La muestra de países en 2016 abarca el análisis de la programación de 80 canales de televisión (55 privados y 25 públicos).
- En el periodo 2010-2016, la muestra suma 3.820 títulos de obras de ficción de estreno, 257.937 emisiones y más de 215.424 horas de difusión.
- El promedio de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la ficción televisiva se sitúa en el 26,2% del tiempo total de emisión.
- Los países cuyos canales dedican más tiempo de programación a Ficción son: Estados Unidos (44,4%), Perú (38,3%), Chile (37,5%) y Ecuador (36,5%).
- El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana (no nacional) en el periodo 2010-2016 representa el 42,4% en títulos, el 35,4% en emisiones y el 33,1% en horas de programación.
- La distribución de los títulos de ficción por géneros, en el periodo 2010-2016 es la siguiente: Telenovela (59,4%), Series (25,1%), Miniserie (7,3%) y Telefilm (2,2%).

- Los países con el mayor volumen de Ficción de estreno difundida en la muestra son Chile (469 títulos, 35.085 emisiones y 24.931 horas), Estados Unidos (390 títulos, 26.400 emisiones y 27.121 horas) y Ecuador (386 títulos, 25.816 emisiones y 24.838 horas).
- Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en el período 2010-2016 son: México (943 títulos, 81.462 emisiones y 70.668 horas), Brasil (558 títulos, 35.500 emisiones y 28.865 horas) y Colombia (493 títulos, 34.614 emisiones y 28.906 horas).
- Las franjas de tarde (39,2%) y de *prime time* (43,6%) acumularon el 82,8% del total del tiempo de Ficción de estreno en los canales de la muestra.
- Los países con más carga de estrenos de ficción en la franja de tarde son Chile (23.154 emisiones) y Venezuela (10.794 emisiones).
- Los países con más carga de estrenos de ficción en la franja de *prime time* son Estados Unidos (15.937 emisiones) y Ecuador (15.476).
- Las series que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2016 son: *A regra do jogo* (Globo, 34,5%), *Totalmente demais* (Globo, 31,1%), *Velho chico* (Globo, 29,5%), *Eta mundo Bom!* (Globo, 28,9%) y *Haja coração* (Globo, 28,7%).
- Respecto al *top-1* de cada país en 2016, nueve series fueron líderes en sus países de origen: Brasil (*A regra do jogo*), Chile (*Señores papis*) Colombia (*La Niña*), Ecuador (*El más querido*), España (*El príncipe*), Estados Unidos (*Hasta que te conocí*), México (*Por siempre Joan Sebastian*), Perú (*Al fondo hay sitio*) y Portugal (*Unica mulher*).

Panorama de la Ficción por países

- **Argentina:** la Ficción aportó un promedio del 16,5% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 41,8% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Argentina y México fueron los que más ficción aportaron a los canales argentinos. En 2016, el 58,5% de las emisiones de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde y un 90,2% de la ficción nacional se estrenó en *prime time*. Las series emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Moisés y los diez mandamientos* (17,3%) y *Educando a Nina* (15,9%).
- **Brasil:** la Ficción aportó un promedio del 13,3% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 85,2% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Después de Brasil, el país que más ficción aportó fue México. En 2016, casi el 47% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de máxima audiencia y el 45,7% en la de tarde. Las producciones brasileñas emitidas en Globo fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *A regra do jogo* (34,5%) y *Totalmente demais* (31,1%).
- **Chile:** la Ficción aportó un promedio del 36% del tiempo total de emisión de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 22,2% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Después de Chile, el país que más ficción aportó fue México. En 2016, el 61,2% de las emisiones y el 64,8% del tiempo de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde y la ficción nacional se repartió entre las franjas de tarde y *prime time*. Las series emitidas en Mega, Canal 13 y TVN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Señores papis* (24,2%) y *Papá a la deriva* (23,9%).
- **Colombia:** la Ficción aportó un promedio del 18,4% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 60,6% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Después de Colombia, el país que más ficción aportó fue México. En 2016, el 64,5% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 80% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones colombianas en Caracol y RCN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por series colombianas *La niña* (11,2%) y *Las hermanitas Calle* (10,4%).

- **Ecuador:** la Ficción aportó un promedio del 32,7% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 10,2% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Los países que más ficción aportaron a los canales ecuatorianos fueron México, Colombia y Ecuador. En 2016, el 63,5% de la ficción de estreno se ubicó en la franja *prime time* y el 59,2% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones brasileñas, mexicanas, ecuatorianas y colombianas en Ecuavisa, Globo y TC Televisión fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las ecuatorianas *El más querido* (16,7%) y *3 familias* (14,8%).

- **España:** la Ficción aportó un promedio del 35,4% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 79,9% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Aparte de España, los países que más ficción aportaron fueron Estados Unidos y México. En 2016, el 78% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde. Las producciones españolas en Antena 3, Telecinco y La 1 (TVE) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *El Príncipe* (9,1%) y *La que se avecina* (8,1%).

- **México:** la Ficción aportó un promedio del 15,9% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 59,8% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Aparte de México, los países que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos y Colombia. En 2016, el 68,7% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 77,9% de las emisiones de ficción nacional se programó en dicha franja. Las series en el Canal 2 (Televisa) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Por siempre Joan Sebastian* (15,6%) y *La rosa de Guadalupe* (15,1%).

- **Perú:** la Ficción aportó un promedio del 37,5% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 19,3% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Los países que más ficción aportaron a los canales peruanos fueron México, Perú, Estados Unidos, Brasil y Colombia. En 2016, el 45,5% de la ficción de estreno se ubicó en la franja tarde y prácticamente la totalidad de la ficción nacional se programó en la franja de *prime time*. Las producciones en América TV fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series peruanas *Al fondo hay sitio* (25,7%) y *Mis tres Marías* (23,4%).

- **Portugal:** la Ficción aportó un promedio del 23,3% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 59,9% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Los países que más ficción aportaron fueron Portugal y Brasil. En 2016, el 76,7% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 90,5% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las producciones portuguesas en SIC, TVI y RTP fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *Única Mulher II* (16%) y *Coração d'ouro* (13,9%).

- **Uruguay:** la Ficción aportó un promedio del 28,3% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 0,9% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Los países que más ficción aportaron a los canales uruguayos fueron Argentina, Brasil, México y España. En 2016, el 56% de la ficción iberoamericana de estreno se ubicó en la franja nocturna y la escasa producción nacional en *prime time*. Las producciones brasileñas, colombianas y argentinas en Teledoce y Saeta fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie brasileña *Moisés y los diez mandamientos* (17,7%) y la colombiana *Celia* (16,7%).

- **Venezuela:** La Ficción nacional de estreno supuso el 13,8% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Los países que más ficción aportaron a los canales venezolanos fueron Colombia, México y Venezuela. En 2016, el 40% de la ficción de estreno se programó en horario nocturno y un 45% de la ficción nacional se programó en franja de tarde. Las producciones mexicanas y venezolanas en Venevisión fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series mexicanas *Hasta que te conocí* (4%) y *Amores con trampa* (3,6%).

- **USA (habla hispana):** la Ficción aportó un promedio del 43,8% del tiempo total de emisión a los canales de televisión de la muestra. La Ficción nacional de estreno supuso el 24,5% del tiempo total de programación en el periodo 2010-2016. Los países que más ficción aportaron a los canales estadounidenses fueron México, Estados Unidos, Colombia y Brasil. En 2016, el 58,7% de la

ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 100% de la ficción nacional de estreno se programó en dicha franja. Las series estadounidenses y mexicanas difundidas en Univisión y Telemundo fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la producción estadounidense *Hasta que te conocí* (11,1%) y por la serie mexicana *Yo no creo en los hombres* (10,3%).

CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Panorama cinematográfico mundial (2017)

- La asistencia mundial al cine sumó 7.756 millones de espectadores y 40.600 millones de dólares de recaudación.
- Las pantallas cinematográficas superan las 172.000 en todo el mundo. La frecuencia de asistencia se sitúa en una película por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,2 dólares.
- De los estrenos del top-20, 19 son estadounidenses (cuatro en coproducción con Canadá, tres en coproducción con China, dos con Reino Unido y una con Japón) y una procede de China.
- Cuatro producciones superaron los 1.000 millones de dólares de recaudación: *La bella y la bestia*, *Fast & Furious 8*, *Star Wars: los últimos Jedi* y *Gru 3: mi villano favorito*.
- La asistencia a los cines de la Unión Europea fue de 984,4 millones de espectadores y 7.930 millones de dólares de recaudación.
- El número de pantallas cinematográficas en la U.E. suma 39.200, la frecuencia de asistencia se sitúa en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 8,1 dólares.
- La cuota de espectadores del cine europeo representa el 27,5% sobre el total.
- Las tres producciones con más éxito en Europa son *Gru 3: mi villano favorito* (32,3 millones de espectadores), *La bella y la bestia* (29,8 millones) y *Star Wars: los últimos Jedi* (28,8 millones).
- La producción europea con más éxito en Europa es *Dunkerque* con 17,1 millones de espectadores (novena en el ranking cinematográfico europeo), seguida de la coproducción franco-británica *Paddington 2*, con 9 millones de espectadores, y en tercer lugar, la coproducción de Reino Unido con Estados Unidos, *Kingsman: El círculo rojo*, con 8,6 millones de espectadores.
- Las producciones con más éxito en los mercados anglosajones son:

Top	Mercado	Título original	Origen	Espectadores
1	Norteamérica	La bella y la bestia	USA, R. Unido	56.630.804
2	Norteamérica	Star Wars: los últimos Jedi	USA	52.213.283
1	Australia	La bella y la bestia	USA, R. Unido	3.400.750
2	Australia	Star Wars: Los últimos Jedi	USA	3.229.969
1	N. Zelanda	Thor: Ragnarok	USA	583.841
2	N. Zelanda	La bella y la bestia	USA, R. Unido	537.909

· Las producciones no nacionales con más éxito en los mercados asiáticos son:

Top	Mercado	Título original	Origen	Espectadores
1	China	Wolf Warrior 2	China	154.914.724
2	China	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	69.809.635
1	India	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	19.869.985
2	India	Annabelle 2	USA	11.984.555
1	Japón	La bella y la bestia	USA, UK	9.465.649
2	Japón	Animales fantásticos y donde encontrarlos	UK, USA	5.603.053
1	Corea del S.	Spider-Man: Homecoming	USA	7.258.678
2	Corea del S.	La bella y la bestia	USA	5.138.330

Panorama del cine iberoamericano en los mercados europeos (2017)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore-Rentrak**): Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía.
- El número total de estrenos en los ocho mercados analizados suma 147, los ingresos ascienden a 31,6 millones de dólares y los espectadores suman casi 5 millones.
- Los estrenos iberoamericanos del top-10 de estos ocho mercados europeos suman 83 y se corresponden con 43 títulos. La recaudación suma 28,7 millones de dólares y la asistencia acumulada asciende a 4,5 millones de espectadores
- Los países con un mayor número de consumidores de cine iberoamericano son Francia (10,9 millones de dólares de recaudación y 1,1 millones de espectadores), Rusia (5,2 millones de dólares y 1,4 millones de espectadores) y Reino Unido (7,5 millones de dólares y 0,7 millones de espectadores).
- España es el país con más títulos presentes en los top-10 de la muestra (23) y con el mayor número de espectadores (3,2 millones). Otros países que también muestran cifras significativas son Brasil (7 títulos y 351.386 espectadores), Argentina (4 títulos y 413.352 espectadores) y México (4 títulos y 120.276 espectadores).
- Los títulos con más éxito acumulado en la muestra son la película española *Un monstruo viene a verme* (717.263 millones de espectadores), la hispano-canadiense *Ozzy* (697.004 espectadores), la producción española *Deep* (606.139 espectadores) y la coproducción Argentina-Chile-España *Neruda* (317.075 espectadores).
- 25 de los 43 títulos presentes en los top-10 europeos son coproducciones.
- Los títulos con más presencia en los top-10 europeos son: *Un monstruo viene a verme* (7 mercados), *La promesa* (6 mercados), *Neruda* (5 mercados) y *Una mujer fantástica* (5 mercados).
- Los top-3 de los ocho mercados europeos analizados son los siguientes:

<i>Top-3 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos</i>				
Top	Mercado	Título	Origen	Espectadores
1	Alemania	Un monstruo viene a verme	España	59.052
2	Alemania	Tierra de María	España	53.548
3	Alemania	Neruda	Argentina, Chile, España	42.467
1	Austria	Un monstruo viene a verme	España	9.334
2	Austria	Neruda	Argentina, Chile, España	6.639
3	Austria	Los decentes	Argentina, México	5.858
1	Francia	Ozzy	España, Canadá	246.348
2	Francia	Neruda	Argentina, Chile, España	236.017
3	Francia	Que Dios nos perdone	España	199.991
1	Italia	Ozzy	España, Canadá	236.149
2	Italia	Una mujer fantástica	Chile, España	64.493
3	Italia	Tarde para la ira	España	64.221
1	Países Bajos	Una mujer fantástica	Chile, España	22.492
2	Países Bajos	Tarde para la ira	España	13.407
3	Países Bajos	La promesa	España, USA	12.209
1	R. Unido	Un monstruo viene a verme	España	393.092
2	R. Unido	Llámame por tu nombre	España, USA	199.441
3	R. Unido	La promesa	España, USA	73.402
1	Polonia	Ozzy	España, Canadá	176.101
2	Polonia	Deep	España	19.394
3	Polonia	La promesa	España, USA	13.224
1	Rusia	Deep	España	586.745
2	Rusia	Tadeo Jones 2	España	250.555
3	Rusia	La jungla	Colombia, Australia	151.982
1	Turquía	Ozzy	España, Canadá	38.406
2	Turquía	Neruda	Argentina, Chile, España	12.916
3	Turquía	Los Ilusionautas	Perú	11.676

Panorama del cine iberoamericano (no nacional) en el mercado iberoamericano (2017)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore-Rentrak**): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos.
- El total de estrenos iberoamericanos (no nacionales) presentes en los 20 mercados iberoamericanos suma 87 y se corresponden con 44 títulos.
- La recaudación de los 44 títulos suma 24,9 millones de dólares y la asistencia acumulada asciende a 7,2 millones de espectadores. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38,6% (17 títulos) y más de la mitad se realizan entre países iberoamericanos (9 títulos).
- Los mercados que suman una mayor asistencia de espectadores a producciones iberoamericanas son México (2,4 millones) y Colombia (1,3 millones).
- Los países que distribuyeron un mayor número de producciones en los mercados iberoamericanos

son: España (29 estrenos-9 títulos), Argentina (16 estrenos-15 títulos), Perú (15 estrenos-2 títulos) y Brasil (10 estrenos-3 títulos).

· Los títulos presentes en un mayor número de mercados iberoamericanos son *Condorito: la película* (14 países), *Ozzy* (11 países), *Moisés y los diez mandamientos* (8 países), *Lo que de verdad importa* (6 países) y *Deep* (5 países).

· Los títulos con más espectadores acumulados en la muestra son *Lo que de verdad importa* (2,2 millones), *Condorito: la película* (1,2 millones) y *Ozzy* (1,2 millones).

· Los top-2 por países de origen en el mercado iberoamericano y USA son:

Top	Origen	Título	País estreno	Espectadores
1	Argentina	Mamá se fue de viaje	Perú	251.279
2	Argentina	Sos mi pasión	Uruguay	97.422
1	Brasil	Moisés y los diez mandamientos: la película	Argentina	470.375
2	Brasil	Un novio para mi mujer	Chile	50.512
1	Colombia	Amazona	España	789
2	Colombia	La mujer del animal	España	250
1	Chile	Jackie	España	133.756
2	Chile	Jackie	Portugal	36.022
1	España	Lo que de verdad importa	México	1.120.573
2	España	Lo que de verdad importa	Colombia	788.625
1	México	Hazlo como Hombre	Bolivia	16.027
2	México	Hazlo como Hombre	Guatemala	8.415
1	Perú	Condorito: la película	Chile	455.163
2	Perú	Condorito: la película	Colombia	428.456

· El número total de títulos estrenados en USA suma 20. La recaudación supera los 35 millones de dólares y los espectadores casi suman los 4 millones.

· El porcentaje de coproducción se sitúa en el 70%.

· Las tres películas con más éxito en el mercado USA son: *La promesa* (España, USA), con casi un millón de espectadores, *Jackie* (Chile, Francia) con 815.313 espectadores y *Llámame por tu nombre* (Brasil, Francia) con casi 500.000 espectadores.

· El porcentaje de coproducción pone de manifiesto que cuanto más diferente es el mercado de estreno, más elevado es el porcentaje total de coproducción y menor el porcentaje de coproducciones iberoamericanas.

Porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos en los mercados analizados. Año 2017

Mercado	Títulos muestra	Coproducciones totales	Coproducciones iberoamericanas
Nacional	22	15,5%	63,6%
Iberoamericano	44	38,6%	52,9%
Europeo	43	58,1%	32,0%
USA	20	70,0%	14,3%

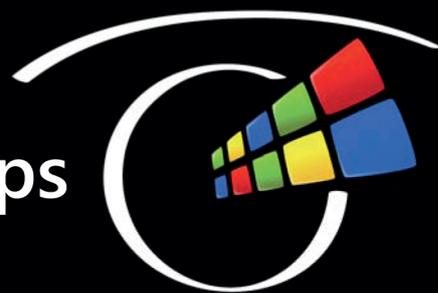
CAPÍTULO 4. BRASIL: UNA DÉCADA DE CINE (2008-2017)

- El marco legal relativo al sector cinematográfico y del audiovisual en Brasil se sustenta en dos leyes fundamentales: la Ley 8.313/91 o ley Rouanet que aprueba el Programa Nacional de Apoyo a la Cultura y la Ley 8.685/1993 o ley Audiovisual que aprueba los diferentes tipos de incentivos para la producción de obras.
- El organismo encargado de la regulación audiovisual en Brasil es la Agencia Nacional do Cinema (ANCINE), cuya misión es establecer condiciones equitativas de competencia entre los agentes económicos y estimular el desarrollo de la industria audiovisual brasileña.
- El instrumento de recaudación que permite la financiación del audiovisual autóctono en Brasil es el CONDECINE (Contribución al Desarrollo de la Industria Cinematográfica nacional). El CONDECINE se aplica a la radiodifusión, producción, concesión de licencias y distribución de obras audiovisuales y a las empresas de telecomunicaciones y operadores de televisión de pago.
- Los recursos procedentes del CONDECINE constituyen el principal ingreso del Fondo del Sector Audiovisual (FSA). Este fondo posee tres líneas diferentes: PRODECINE (fomenta la producción de películas brasileñas), PRODAV (fomenta el desarrollo del audiovisual brasileño) y Cinema Perto de Voce (Fomenta el desarrollo de la infraestructura para la difusión del audiovisual).
- En la década 2008-2017 tanto los importes recaudados por el CONDECINE como los financiados por el FSA superan los 5.000 millones de reales.
- En la década 2008-2017, las salas de cine han crecido desde 2.278 en 2008 hasta superar las 3.200 y la frecuencia de asistencia por habitante desde 0,5 hasta casi 0,9 películas por habitante.
- La asistencia a los cines brasileños no ha parado de crecer entre 2008 y 2017, con un rango comprendido entre 89,9 millones de entradas vendidas de 2008 y un máximo de 184,3 en 2016. La suma acumulada de espectadores es de 1.470 millones durante estos diez años.
- La cuota de espectadores media del cine brasileño en la década es del 13,6%.
- Los ingresos acumulados por los cines brasileños entre 2008 y 2017 ascienden a 17.395 millones de reales.
- Los títulos de estreno acumulados entre 2008 y 2017 suman 3.763. El 29% fueron brasileños (1.093).
- Cinco películas superaron los diez millones de entradas vendidas en este periodo: *Tropa de Élite 2* (11,3), *Moisés y los diez mandamientos* (11,1), *Los Vengadores* (10,9), *Amanecer: Parte 2* (10,1) y *Los Vengadores: La Era de Ultrón* (10,1).
- Las cinco películas iberoamericanas más populares en los cines brasileños en el periodo 2008-2017 son: *Fast & Furious 6* (España, USA), *Éxodus: dioses y reyes* (España, UK, USA), *Medianoche en París* (España, USA), *En el corazón del mar* (España, USA) y *Free Birds* (Argentina).



**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



EL NACIONALISMO CINEMATOGRAFICO EN ECUADOR

EL NACIONALISMO CINEMATOGRAFICO EN ECUADOR

Por Camilo Luzuriaga

Desde los primeros intentos por hacer cine, como aquel de Augusto San Miguel en 1924 (*El tesoro de Atahualpa*),¹ y luego en todos los otros esporádicos y fugaces intentos hasta finales del siglo XX, el aura modernizante del cine estuvo siempre acompañado del espíritu nacional. El cine realizado en Ecuador, a la vez que moderno, era un cine nacionalista hasta inicios de la década de 1980. Nación y modernidad –el discurso que marcó al continente desde la segunda mitad del siglo XIX– operaron de manera orgánica en y con el aparato del cine, no solo en Ecuador, sino en todo el continente.

Esta convergencia de nacionalidad y modernidad en el cine de entonces explica, en buena medida, el reconocimiento de la sociedad a las esporádicas producciones del siglo pasado, que usualmente gozaban del entusiasta apoyo de la prensa y del público. Este era el caso, por ejemplo, de las producciones y coproducciones con México y Argentina de la década de 1960. A pesar de la voz solitaria de Ulises Estrella, el intelectual tzántzico² que fundó por esos años el Cine Club

1 Javier Izquierdo realizó un reportaje documental al que tituló *Augusto San Miguel ha muerto ayer* (2003), en el que da cuenta del joven guayaquileño que derrochó su fortuna, y su vida, en la realización de los primeros largometrajes ecuatorianos, estrenados en el transcurso de menos de dos años, desde 1924 hasta 1925: *El tesoro de Atahualpa*, *Se necesita una guagua* y *Un abismo y dos almas*. Uno de los entrevistados en la obra de Izquierdo es el periodista guayaquileño Hugo Delgado Cepeda, que se afana de haber sido quien preservó la memoria, documentada por la prensa de entonces, del joven emprendedor y de sus estrenos silentes. Lastimosamente, por razones que bordean lo mítico –historias de entierros y lejanías, como la del mismísimo tesoro de Atahualpa–, no se ha conservado ninguna de las películas de San Miguel. El viejo Delgado Cepeda conserva todavía, hasta 2016, en el armario de su modesta casa de barrio, unos cuantos recortes de prensa de aquellos años, algunos anuncios pagados por San Miguel para sus estrenos, algún lacónico comentario de un periodista, y una entrevista que la prensa local hizo a la protagonista de sus obras, varias décadas después del estreno. La historia de Delgado Cepeda, y de su personal empeño por preservar la memoria de Augusto San Miguel, da cuenta del precario archivo del campo cinematográfico, precariedad que todavía subsiste, a pesar del empeño de la Cinemateca Nacional. Las obras del cine ecuatoriano se han desvanecido tan pronto se han estrenado, en los armarios de sus realizadores, en las bodegas de los laboratorios, en los micro chips de las memorias digitales.

2 Tzantzismo, el nombre del movimiento literario fundado en 1962 viene de *tzantza*, la palabra shuar que designa la cabeza reducida de los enemigos muertos en batalla, reducción ritual de la nacionalidad amazónica para alejar la venganza. En el manifiesto de su revista literaria *Pucuna* –verbo kichwa que significa “madurar”–, el grupo asume “el duro arte de la reducción de cabezas” de aquellos que ignoran que “Quito tiene un rosario de mendigos [y] que Guayaquil afronta el

Universitario, que acusó a estas coproducciones de ser “el falso cine ecuatoriano” (Granda 2007, 13), el público urbano-mestizo asistía masivamente para solazarse con las imágenes de un país integrado al mundo moderno que este cine le ofrecía.

Dos películas, de la decena de filmes de la década, son particularmente representativas de la producción y del espíritu que los embarga: la coproducción ecuatoriano-mexicana *Fiebre de juventud*, de Alfonso Corona Blake (1965), y la producción argentina *Cautiva de la selva*, de Leo Freider (1969)³.

Fiebre de juventud, estrenada en el país con el título *Romance en Ecuador* –por obvias razones promocionales– narra la visita a Guayaquil de Enrique Guzmán y sus amoríos y los de su colega de la banda musical con las guapas y millonarias chicas del puerto. Guzmán era el nuevo ídolo de la música “moderna” mexicana de entonces, ese rock aburguesado de terno y corbata que floreció en toda América Latina.

Al empezar el filme, sobre las imágenes de los principales monumentos, plazas y edificios emblemáticos de Quito, dice la voz de un solemne narrador extraño a la ficción, sacado de un documental “objetivo” de la época: “Ecuador, primer país productor de plátano en el mundo, cuya capital, Quito, se encuentra ubicada a 2.814 metros sobre el nivel del mar, en la majestuosa cordillera de los Andes. Aquí se dio el primer grito de libertad en América” (Corona 1965, 00:04:05). Un momento después, sobre imágenes de similar significación de Guayaquil, continúa la misma voz educativa: “Esta es la ciudad de Guayaquil, construida al nivel del mar en el corazón del trópico, primer puerto marítimo y fluvial del Ecuador” (1965, 00:06:00). ¿Qué más nacionalismo se puede esperar de una película “comercial”?

Mucho más. Mientras visita con sus amigos mexicanos el monumento a la unidad continental en el malecón del puerto, la chica burguesa y educada a quien pretende Guzmán, les explica: “Simón Bolívar y José de San Martín, los sueños de la libertad, los primeros hombres que concibieron la idea de una América unida, poderosa y libre” (1965, 00:38:45). Más que un nacionalismo “ecuatoriano”, la película trasuda un nacionalismo “latinoamericano”, expresado sobre todo en el amor de una juventud formal y casta, que termina en matrimonio, entre la pequeña burguesía mexicana y la gran burguesía ecuatoriana. Nacionalismo contenido en la vida alegre de un país moderno, de amplias avenidas, lujosos hoteles, clubes de golf, surf y yates en playas tipo Acapulco o Miami, rodeado del paisaje costanero y andino, donde no aparece un asomo de miseria y desigualdad, ni tampoco otra cultura que no sea la europea-urbana, ni otra lengua que no sea la castellana. El Ecuador de *Fiebre de juventud* es un país plenamente moderno.

Era la década del surgimiento de una incipiente clase media gerencial y funcionaria bajo las alas de la floreciente burguesía nacional. Eran épocas de la Alianza para el Progreso, de la ilusión del desarrollo capitalista como la meta social de la región. “Pasa en las películas, pero también en Guayaquil” (1965, 12:05), dice de manera asertiva el conserje del hotel ante la duda del protagonista sobre si podrá casarse con la chica más rica del puerto. La película incorpora en su elenco a las estrellas del espectáculo nacional, Julio Jaramillo y Ernesto Albán, pero no incluye a ningún *cinematografista* o “técnico” ecuatoriano, como se los llamaba en aquellos años, simplemente porque no los había. En los créditos, todo el equipo de realización es mexicano. El aporte ecuatoriano se reducía a dos personas del elenco y a la inversión de un pequeño y novelero empresario nacional, Carlos Espinoza, el exhibidor guayaquileño de la compañía Filmadora Ecuatoriana.

En *Cautiva de la selva*, los productores argentinos traen a la vedette bonaerense de moda en aquellos años, Libertad Leblanc, a lucir sus pechos desnudos frente a unos temibles “*aucas*, los

más grave problema de vivienda de la América”. El cine nacionalista de aquella década ignora, precisamente, las dos cosas, entre muchas otras (Movimiento Tzántzico 1963, 2).

³ Los otros títulos de la década son: *Mariana de Jesús Azucena de Quito*, del español Paco Villar, 1960; *Los guambros*, de Jaime Corral, 1961; *La sonrisa de los pobres*, del mexicano Rafael Baledón, 1964; las películas dirigidas por el mexicano René Cardona, llamadas *SOS conspiración bikini* (1967), *Cómo enfriar a mi marido* (1967), *Peligro mujeres en acción* (1969), *24 horas de placer* (1969), y *Cain Abel y el otro* (1971) (Granda 2007, 13).

reducidores de cabezas”⁴ (Freider 1969, 00:31:05), como los llama el coprotagonista. En la película, resulta que los tales “aucas” viven cerca de los territorios de la nacionalidad *Tsáchila*, cuando en realidad están separados por la cordillera de los Andes, error geográfico que no preocupa al director, porque su película no va ni de la antropología ni de la interculturalidad –que en aquellos años no se había formulado todavía–, sino de la “unión libre” de una especie de lumpen burguesía argentino-ecuatoriana, en pos de recuperar un tesoro escondido en la selva.

A su llegada desde Buenos Aires, la diva recorre una moderna ciudad con el tema *Guayaquil de mis amores* de fondo musical, la canción-himno del puerto. El pacto con el socio ecuatoriano, el adinerado geólogo conocedor de la zona, es sellado con un fulminante encuentro sexual motivado por la diva. Ya emparejados, parten desde la ciudad civilizada al mundo “salvaje” de los tsáchila, con el suficiente dinero para comprar a sus pobladores: “Tenemos plata y a ellos les gusta” (Freider 1969, 00:34:50).

Una vez en el mundo adánico, una desnuda Eva-Leblanc de la civilización argentino-europea toma su baño de río junto a un desnudo hombre tsáchila, y folla con él de una vez, con lo cual consigue lo que el dinero no pudo: que este los guíe al temible mundo “auca”. Al final, todos los expedicionarios mueren a manos de los “salvajes”, menos ella, porque pagó el precio que sólo la mujer podía entregar: follar con los jóvenes príncipes, a pedido del “cacique auca”. La diva es encontrada desfallecida en la selva por unos muy educados soldados, quienes llevan a la mujer semidesnuda ante un muy correcto capitán de una avanzada militar. Es la avanzada de la civilización en la barbarie de la supuesta Amazonía, tarea que el ejército asumió en aquella época de la exploración del verdadero tesoro que la selva escondía: el petróleo. Era la década de las dictaduras militares en el Ecuador y en otros países de América Latina, que habían asumido el encargo de imponer la modernización en la región.

En *Fiebre de juventud* el trasfondo nacional ecuatoriano-latinoamericano aparece como una viva y entretenida unidad social, que tiene a la alta burguesía guayaquileña como su centro, alrededor del cual los otros se integran orgánicamente, con fluidez, para dar forma a un encantador ideal clásico de nación, donde todo funciona. En *Cautiva de la selva*, ese trasfondo nacional permanece como el centro, pero desviado hacia la lumpen-burguesía,⁵ cuya voracidad –que al inicio aparece como la aventura romántica en pos de una riqueza de fácil extracción de la selva– termina siendo mortal por el desconocimiento del valor de un mundo que desconoce y maltrata: el mundo “colorado” y “auca”. Para su suerte, inclusive la lumpen-burguesía puede contar con un ejército profesional que la protege: es la imagen romántica de una nación que se desborda hacia lo que le es ajeno, pero nación al fin.

Después de una década de abstinencia en salas de cine hecho en Ecuador, en 1981 Jaime Cuesta y Alfonso Naranjo estrenan *Dos para el camino*, obra que la prensa llamó “la primera película totalmente ecuatoriana de todos los tiempos”. Los realizadores se enorgullecían, es cierto, de que en su elenco y equipo de trabajo todos eran ecuatorianos, y que esto no había pasado antes con ninguna película estrenada en pantallas de cine. Desde esta apreciación compartida por realizadores, prensa y público, el nacionalismo ya estaba operando. Y opera sobre todo dentro del *road movie* que es el filme, mezclado con una historia de amor.

4 En aquella época, el mundo urbano-mestizo llamaba *auca*, que en kichwa quiere decir *salvaje*, al integrante de la nacionalidad que luego se nombró *waorani*, que en su propia lengua *wao terero* quiere decir *gente*. En la película, los waorani viven en la misma región selvática que los *colorados*, nombre urbano-mestizo de la época para designar a los integrantes de la nacionalidad *tsáchila*. Se les llamaba “colorados” por la costumbre ritual de los hombres de peinar su pelo recortado con tintura roja del achiote. Los waorani viven en la selva amazónica, hacia el oriente de los gigantescos Andes, mientras que los tsáchila viven en la selva occidental del Ecuador, que linda con el océano Pacífico. El ritual de reducir y momificar las cabezas de sus enemigos es una práctica desaparecida de las nacionalidades *shuar* y *achuar*, que también viven en la Amazonía.

5 El velasquismo y los populismos posteriores, como el cefepismo y el bucaramismo, establecieron las bases políticas para la alianza entre los sectores des-proletariados de la sociedad y una burguesía matonil, alianza que ha asumido otros colores en el siglo XXI. Ver en *Lumpenburguesía lumpendesarrollo*, André Gunder Frank, La oveja negra, 1970; y en *El populismo en el Ecuador*, Varios autores, Ildis, 1989.

A diferencia de *Cautiva de la selva*, la aventura en *Dos para el camino* parte desde el otro centro del país, Quito. Una pareja de vividores, especie de “chulla quiteño” el uno y “sapo guayaquileño”⁶ el otro, recorren el país en un carro robado, timando en cada pueblo a cada ingenuo que se presta al juego. En la ruta conocen a otro par de viajeros, un industrial adinerado de Quito y su bella y educada hija soltera. El joven sapo se enamora de la chica y la persigue por el país acompañado de su viejo amigo quiteño, recorriendo las flamantes carreteras y un nuevo malecón en el puerto de Manta, obras que el Gobierno Nacionalista Revolucionario acababa de construir.

A pesar de que el amor se hace difícil y se escabulle, el moderno país aparece como un espacio de hermosos paisajes y de vida alegre y despreocupada, desprovisto otra vez de miseria y diferencias sociales que lo aquejen. Tan es así, que al final el sapo de la Costa termina conquistando a la burguesita de la Sierra. Es el *happy end* de una época en que la clase media y la burguesía –representadas en la película– todavía creían en la promesa de futuro, alimentada por la riqueza petrolera. Por algo la película recibió el más alto apoyo de público del que se tiene noticia, con más de medio millón de espectadores en un año en que las antiguas salas de cine empezaban ya a decaer.

“Yo quiero comenzar de nuevo, yo quiero cambiar” (Cuesta y Naranjo 1980, 01:32:20), dice al final del filme un sapo vividor que ha aprendido mucho durante el recorrido por su país, como corresponde en un *road movie*. Es la declaración de fe en una nación unida, y en su futuro.

Extrañamente, este es un cine que se hacía sin el apoyo formal ni de la burguesía ni del Estado, lo que es un indicio de que uno y otro no terminaban de ser ni modernos ni nacionales.⁷ El cine, sus realizadores y el público lo eran mucho más. Es a partir del fin de la Guerra Fría en 1990, del empoderamiento en el país de las doctrinas neoliberales durante esa década, de la consolidación del proceso de globalización mundial, que el vínculo –¿cómo llamarlo?– de *identificación* del cine ecuatoriano con su audiencia empieza a cambiar, hacia una relación marcada por la sospecha y duda mutuas. Junto a la crisis de la nación, la crisis de la identidad.

La globalización trajo consigo la consolidación de un sistema de circulación de contenidos audiovisuales, el internet, que afectó profundamente las relaciones entre las culturas del mundo, entre productores y consumidores de contenidos, al punto de proponer la disolución de las diferencias entre unos y otros, creando un nuevo tipo de agente, el *prosumer* de imágenes y videos, aquel niño y joven de cualquier parte del planeta que produce a la vez que consume contenidos directamente en plataformas digitales, en su propia lengua y en cualquier otra, empoderado en una inusitada autarquía de la producción audiovisual.

Sin embargo, esta democratización del uso del audiovisual no ha significado el fin del monopolio de la industria anglo-norteamericana en la producción y distribución de películas y series de televisión; por el contrario, ha hecho posible el grado máximo de su desarrollo a niveles nunca antes alcanzados, el de un cine y audiovisual *globalizados*, logrado en buena medida sobre la base de la alianza con la todopoderosa industria de la comunicación digital, de la producción de hardware y de software.

Iniciado el siglo XXI, el gusto por un cine globalizado se ha naturalizado ya en el espectador ecuatoriano, principalmente en la niñez y juventud de las urbes. Por sobre las diferencias nacionales y culturales, en el cine *global* está en juego el planeta entero y la supervivencia de la humanidad, defendidos por los Estados Unidos de Norteamérica de las amenazas naturales, de los alienígenas de algún lugar del universo o del terrorismo de este mismo planeta, mejor si con apariencia de *otro* –árabe, oriental u otro–. A la par de las sagas imperiales, otro cine de la misma industria complementa la programación mundial, con dramas que escenifican las relaciones al interior de

6 El *chulla*, que se traduce como “soltero” en kichwa, es el vividor de la urbe que, siendo de origen popular y mestizo, aparenta ser de la clase alta europeizada. Es el personaje que perennizó Jorge Icaza en su novela *El chulla Romero y Flores*. El *sapo* es el timador, el que vive de trampear a sus congéneres. Que un personaje sea de Quito y otro de Guayaquil es de gran significación para el público ecuatoriano, pues al compartir un viaje por su país y una forma de vida contienen el ideal de unidad nacional siempre frágil, por las diferencias históricas que han mantenido la oligarquía guayaquileña y la clase terrateniente quiteña, desde épocas coloniales.

7 Ver Agustín Cueva (1972)

la cultura anglo-céntrica y de ésta con las demás culturas del mundo; y con un cine para los niños internautas del mundo entero, que usa los códigos “universales” de los nuevos lenguajes gráficos y digitales que generan las aplicaciones para la conectividad global.

De manera contradictoria, este gusto por el cine global no corresponde al discurso nacionalista que renació en algunas regiones del continente a comienzos del siglo XXI, especialmente en la región andina –Ecuador incluido–. Este resurgimiento del nacionalismo tiene una base social que todavía espera el cumplimiento tardío de la promesa de nación y desarrollo del capitalismo. Esto explicaría que el imaginario de lo nacional todavía tenga un peso relevante y, sobre todo, conflictivo en la cinematografía ecuatoriana y regional. El gusto por el cine global tampoco corresponde a las demandas de la plurinacionalidad e interculturalidad, planteadas desde el protagonismo político de los pueblos y nacionalidades a partir de 1990. Por el contrario, estas demandas corresponden al fortalecimiento de sus nacientes cinematografías en el Ecuador y en la región.

En este contexto actual –nación y globalización–, a comienzos del siglo XXI, precisamente cuando por primera vez el público ecuatoriano puede reconocer un conjunto significativo y sostenido de películas realizadas en el país, que se estrenan año a año en circuitos convencionales y “alternativos”, que hace pensar en la consolidación de una cinematografía ecuatoriana, de manera contradictoria tiene sentido preguntarse *si un cine nacional aún es posible –y necesario–*.

En el proceso de conformación de lo que hoy se conoce como literatura ecuatoriana, ya fue conflictivo y contradictorio el peso de los paradigmas éticos y estéticos que parecían consustanciales a la lengua del colonizador, de uso obligado para quien se proponía escribir en un entorno cultural y material –el del mundo andino– distante del hispano europeo. *En el proceso de construcción del cine ecuatoriano de hoy, la relación entre lenguaje y medio social aparece al menos tan compleja como aquella.*

¿Cómo dar cuenta –y con qué recursos de lenguaje– de los nuevos paradigmas que atraviesan a la sociedad, a la vez que satisfacer, conciliar o lidiar con el gusto de un público formado por el cine global? ¿Qué clase de dudas y sospechas son las que marcan la relación actual entre los públicos ecuatorianos y sus cinematografías? Son preguntas que la producción de cine ecuatoriana está forzada a responder.



Camilo Luzuriaga. Cineasta, director de la escuela de cine INCINE y presidente de Egeda Ecuador

Fundador de Ochoymedio y MaacCine. Realizador de los largos *La tigre* (1990), *Entre Marx y una mujer desnuda* (1996), *Cara o cruz* (2003) y *Mientras llega el día* (2004). Productor ecuatoriano de la película *Prueba de vida* (2000) y del largometraje *Los canallas* (2009). Productor de las series de TV *Divergente* (2010) *Ibergente* (2012) y *Los3Vlogueros* (2016).

Productor de *La tigre* (1990), *Entre Marx y una mujer desnuda* (1996), *Prueba de vida* (2000), *Cara o cruz* (2003), *Mientras llega el día* (2004), *Los canallas* (2009, y de las series *Ibergente* (2010-2012) y *Los3Vlogueros* (2016)





BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL

“El éxito no es una gran ocurrencia sino miles de detalles bien realizados días a día”. (Jeffrey Pfeffer)



**Estrategia
Empresarial
Audiovisual**



**Análisis del
mercado
audiovisual**



**Posicionamiento e
identidad de
marca**



**Programación y
contenidos**



Marketing Integral



**Audiencias
Offline y Online**



CINEMACHILE, LA MARCA DEL CINE CHILENO Y
LA TV INDEPENDIENTE EN EL MUNDO, HA ABIERTO
NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN
AUDIOVISUAL EN ASIA, EUROPA Y AMÉRICA

CINEMACHILE, LA MARCA DEL CINE CHILENO Y LA TV INDEPENDIENTE EN EL MUNDO, HA ABIERTO NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN AUDIOVISUAL EN ASIA, EUROPA Y AMÉRICA

Por Constanza Arena, Directora Ejecutiva de CinemaChile

CinemaChile, la marca sectorial creada por ProChile y la Asociación de Productores de Cine y TV (APCT), asiste anualmente a 18 mercados audiovisuales del mundo con el objetivo de promocionar internacionalmente a la próxima generación de películas y series de TV nacionales. El objetivo: que el país sea reconocido en el mundo como una nación exportadora de talento y contenido audiovisual. Constanza Arena, directora ejecutiva de la entidad, relata la trascendencia y el trabajo que realiza CinemaChile.

“Dentro del tejido industrial de Chile, el ámbito de la economía creativa involucra a creadores, obras, prestadores de servicios, pymes, distribuidores, exhibidores e instituciones y, entre ellos, destaca CinemaChile, la principal entidad público-privada a cargo de la promoción internacional de la producción audiovisual nacional, siendo así una pieza clave del entramado económico que permite el desarrollo y crecimiento del sector a través de sus exportaciones.

La marca fue creada en 2009 por la Asociación Gremial de Productores de Cine y Televisión de Chile (APCT) y ProChile, bajo el programa “Marcas sectoriales”, y motivados por la necesidad del sector audiovisual de agruparse para penetrar en el mercado internacional. Fue así como CinemaChile nació en función de optimizar la difusión y potenciar la presencia de las producciones en el mundo, transformándose en una plataforma activa que facilita la exportación del cine y la televisión, tanto para las empresas consolidadas en el circuito internacional, como para aquellas que recién abren su ruta de internacionalización.

Desde su creación, la principal característica de la marca fue articular diversos programas o iniciativas públicas en pro de la internacionalización y exportación. El esfuerzo colectivo público-privado que suma al Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA) -perteneciente al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio- junto a Prochile, Corfo y al Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de su Dirección de Asuntos Culturales (DIRAC), hacen de la marca sectorial un potente músculo para la promoción de obras, talentos y empresas exportadoras, que destaca en el entorno competitivo latinoamericano.

Tras nueve años de vida y un camino sin precedentes en Chile, la marca cuenta hoy con una metodología de trabajo consolidada y reconocida internacionalmente, que consiste en desarrollar cada año una estrategia integral de posicionamiento en los mercados para la totalidad del cine y la producción audiovisual chilena. El Catálogo Internacional de Cine y TV, que anualmente llega a

manos de compradores y decision makers de Norte y Sudamérica, Europa y, recientemente, Asia, es una pieza central de esta estrategia. La marca ha sabido construir una imagen de la producción audiovisual nacional a través de acciones de marketing y comunicaciones que hoy en día son un ejemplo a seguir por otros países latinoamericanos con cinematografías emergentes.

Sin duda, la estrategia de CinemaChile se sostiene sobre una base sólida, como son los reconocidos atributos de la producción audiovisual nacional: talento y obras de alta calidad, diversidad, profesionalismo y originalidad. Como muestra, en 2017 Chile obtuvo más de 100 premios y alrededor de 80 películas y series de tv compitieron en selecciones oficiales y prestigiosos encuentros de la industria, dando cuenta de que la internacionalización del sector audiovisual es una realidad concreta.

Si bien Chile continúa siendo un mercado pequeño ante gigantes de la región como Argentina, Brasil o México, lo que nuestro país ha logrado en términos de exportación hoy se luce no sólo con galardones, sino también con sólidas delegaciones que llegan en grande a conseguir nuevos acuerdos de desarrollo y a ampliar sus redes de contactos internacionales, haciendo necesaria la presencia de Chile a través de stands y pabellones país en espacios competitivos como el Marché du Film del prestigioso Festival de Cannes o en nuevos mercados como el de Tokio.

CinemaChile mantiene y genera nuevos lazos entre la industria audiovisual nacional y la global con especial énfasis en compradores, productores, programadores y distribuidores. Bajo esta marca, múltiples empresas audiovisuales de todos los sectores de la industria, abarcando desde la producción hasta la exhibición y los festivales de cine, participan organizadamente en los mercados y espacios de industria de cine más importantes del audiovisual como el Marché du Film (Festival de Cannes), el European Film Market (Berlinale), The Industry Club (Festival de San Sebastián), Toronto Industry (Festival de Toronto), MIPCOM, entre otros.

Luego del premio Oscar a Mejor Película Extranjera obtenido por *Una Mujer Fantástica* de Sebastián Lelio, el desafío para el sector está en dar continuidad al éxito internacional de nuestro cine y producciones con una sostenida campaña de posicionamiento en los mercados mundiales. Un logro como el alcanzado por Chile beneficia a la industria chilena, y es ahora más que nunca cuando la presencia de marca es un atractivo gancho para compradores extranjeros. Los frutos de nueve años de trabajo están maduros, haciendo llegar la voz de nuestro país a todos los rincones del planeta.

CIFRAS ANUALES DE CINEMACHILE

- Presencia en 18 mercados y festivales internacionales: Marché du Film y Festival de Cannes, Festival de Cortometrajes y mercado de Clermont Ferrand, Berlinale y EFM, Festival de Guadalajara e Industria, Festival de Málaga, Festival de San Sebastián e Industria, Festival Internacional y mercado de Toronto, Río Content Market, MIA Business Street en Roma, Festival de Rotterdam y Cinemart (Rotterdam Lab), Festival de Tokyo y Japan Content Market, MIPCOM en Cannes, Mostra de Venecia, Festival Internacional de Thessaloniki, mercado Ventana Sur de Buenos Aires, Sundance Film Festival, Festival de Toulouse, Festival de Karlovy Vary (República Checa) y Tokio en Japón.
- Más de 150 obras audiovisuales en los catálogos de Cine y de Televisión.
- Más de 400 profesionales de la industria nacional presentes en mercados internacionales, respaldados junto al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, la Dirección de Asuntos Culturales, ProChile, Film Commission y Corfo, con un promedio de 600 proyectos en desarrollo y finalizados.



Constanza Arena. Directora Ejecutiva de CinemaChile.

Licenciada en Estética y Comunicadora Audiovisual. Trabajó en cine y publicidad de forma independiente, para luego ingresar a la Televisión Pública (TVN) en donde por 7 años desempeñó diversas labores, entre las que se destacan la adquisición de contenidos envasados y el análisis de tendencias programáticas internacionales.

Desde 2012 es la Directora Ejecutiva de CinemaChile, entidad responsable de la presencia del cine chileno en el extranjero, tanto en festivales como mercados audiovisuales, promocionando películas y talentos, construyendo alianzas y redes con los principales festivales de cine del mundo, y organizaciones de países y regiones de cinematografías consolidadas como Francia, Brasil, Catalunya, Alemania, entre otros.



AUDIOVISUAL

CINE Y TV

- Producción
- Distribución
- Exhibición
- Industria técnica
- Otras actividades



CULTURA

INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

- Videojuegos
- Teatro
- Música
- Editorial
- Otras actividades

EL AVAL EN POSITIVO



OCIO Y JUEGO

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

- Operadoras - Salones
- Bingos - Casinos
- Apuestas deportivas
- Juego on-line
- Otras actividades



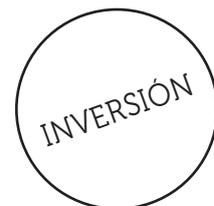
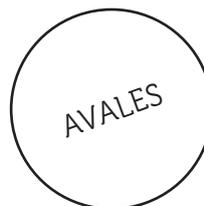
TURISMO

TURISMO INNOVADOR

- Turismo cultural
- Desarrollo digital
- I+D+i
- Otras actividades

En CREA trabajamos para mejorar la financiación y la obtención de fianzas y avales para facilitarte la realización de tu proyecto.

FINANCIACIÓN PREFERENTE



C/ Luis Buñuel, 2 · 2ª Planta
(Ciudad de la Imagen)
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 512 30 48
Fax: 91 711 24 00



www.creasgr.com





NOTA METODOLÓGICA

NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* editado por **EGEDA** conforma un estudio global sobre la producción audiovisual iberoamericana y constituye un valor añadido a las numerosas actividades de la Entidad. Esta publicación surge para documentar la evolución de la política y legislación audiovisual iberoamericana, la producción y exhibición de las obras audiovisuales en las diferentes *pantallas* de difusión y el avance tecnológico al servicio de los nuevos modelos de explotación de las producciones audiovisuales.

El contenido del *Panorama* siempre presta especial atención tanto a los retos del audiovisual iberoamericano y su potencial futuro, como a la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional, la protección de los derechos de propiedad intelectual y el reconocimiento de la Industria hacia sus producciones y profesionales a través de los **Premios Platino del Cine Iberoamericano**.

El alcance del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* emana del gentilicio *iberoamericano* que, según la RAE, hace referencia a los países americanos en los que se habla la lengua española y portuguesa. Estos países son: **Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela**. Esta designación incluye lo perteneciente a **España y Portugal**. El estudio también incluye, puntualmente, a los **Estados Unidos** de América porque tiene un 15% de su población hispana y por su influencia mundial en la industria audiovisual.

El análisis genérico del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2018* incluye a 22 países como norma general divididos en tres ejes: el iberoamericano (20 países), el europeo (España y Portugal) y el norteamericano (Estados Unidos). La profundidad del alcance de los estudios depende de la información disponible para **EGEDA**: mediciones de proveedores independientes adquiridas para su uso en el estudio, informes estadísticos e históricos publicados por los organismos oficiales de cada país, estudios y artículos audiovisuales de empresas o profesionales del sector audiovisual e informaciones de los medios de comunicación sectoriales y sitios web específicos.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2018* está estructurado en cinco capítulos:

- 1) Producción cinematográfica en Iberoamérica.
- 2) Ficción televisiva en Iberoamérica.

- 3) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras.
- 4) Brasil: una década de cine (2008-2017).
- 5) Resumen y conclusiones.

El capítulo 1 sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica se configura sobre los datos de **COMSCORE-RENTRAK** correspondientes al top-100 de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela. Los datos de la República Dominicana provienen de las fuentes oficiales del propio país (Dirección General de Cine - Ministerio de Cultura). El análisis abarca un total de 20 países.

El capítulo 2 sobre la difusión de la Ficción iberoamericana en televisión tiene su fuente en los datos de la publicación anual del **Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)** y abarca un total de 12 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).

El capítulo 3 sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras está estructurado en tres partes. La primera aporta los datos globales más significativos de la exhibición cinematográfica mundial. La fuente utilizada para la configuración de la información es el **FOCUS 2018** publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. La segunda parte analiza el top-10 de los estrenos iberoamericanos en los cines de los principales mercados europeos y la tercera ofrece el rendimiento de las producciones iberoamericanas en el mercado iberoamericano no nacional y en Estados Unidos. Los datos de la segunda y tercera parte de este capítulo proceden de **COMSCORE-RENTRAK**.

El capítulo 4 sobre la actividad cinematográfica en Brasil durante la década 2008-2017 ofrece datos específicos de legislación, infraestructura, producción, exhibición y distribución mediante la documentación disponible en el sitio web de la Agencia Nacional do Cinema (ANCINE) y a través de los datos históricos provistos por **COMSCORE-RENTRAK**.

El capítulo 5 aglutina un resumen de los principales datos y conclusiones de los cuatro capítulos previos desarrollados en el *Panorama Audiovisual 2018*.

El contenido del *Panorama* se completa con artículos realizados por profesionales de reconocido prestigio dentro del sector y se intercalan entre los capítulos.

La **metodología** del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2018* depende del enfoque de los autores participantes y de la disponibilidad de los datos sectoriales. La organización general de la información es la siguiente en cada capítulo:

Capítulo 1: La secuencia de la configuración de datos y el análisis de los mismos el siguiente:

- Panorama cinematográfico.
- Espectadores e ingresos cinematográficos del top-100.
- Cuota de espectadores por países de origen del top-100.
- Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100
- Ranking de estrenos

El tratamiento de los datos **COMSCORE-RENTRAK** se ha sistematizado en función del origen de las producciones de la siguiente forma:

- **USA:** producciones americanas y coproducciones con el resto del mundo, excepto con países iberoamericanos.
- **Nacional:** producciones del país analizado y coproducciones con el resto de países del mundo.
- **Iberoamérica:** producciones de países iberoamericanos (no nacionales) y coproducciones de países iberoamericanos (no nacionales) con los países del resto del mundo.
- **Europa:** producciones europeas y coproducciones con el resto de países del mundo, excepto con USA y/o países iberoamericanos.

- **Resto países:** producciones o coproducciones de países diferentes a las incluidas en los grupos anteriores.

Los datos económicos siempre están expresados en dólares USA (USD) y para la conversión de euros a dólares se utiliza el cambio medio anual oficial (FMI/Banco Central Europeo). Esta conversión puede producir una desviación respecto a los datos de los Institutos Oficiales de cada país.

Las cifras cuyo orden de magnitud alcanzan el *billón* se corresponden con la anotación continental europea de escala larga (10 elevado a 12), equivalente al *trillion* anglosajón en la escala corta.

Los datos estimados (*est.*) se configuran cuando no se dispone de datos económicos o de asistencia de espectadores y se calcula en función del precio medio anual de la entrada al cine en dólares USA.

Capítulo 2: El esquema genérico del capítulo utilizado tanto para la introducción general como en el análisis de los países es el siguiente:

- Distribución del tiempo emisión de los subgéneros de Ficción.
- Distribución de la Ficción de estreno por territorios y países de origen.
- Distribución de la Ficción de estreno por franjas horarias.
- Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros de ficción.
- Ranking de audiencia de la Ficción.

Los datos del anuario de OBITEL se han utilizado para elaborar un estudio acumulativo del conjunto de países iberoamericanos incluidos en el mismo. Para una correcta estandarización de los datos los subgéneros de ficción específicos, como los *unitarios* o *dramatizados*, se han incluido directamente en el subgénero *series*. Los subgéneros que constituyen el estudio acumulativo de ficción son: el *serial* (serie con continuidad argumental), la *serie* (serie sin continuidad argumental), las *telenovelas* y las *comedias* (series de humor y *sitcoms*).

Los rangos de duración de las franjas horarias pueden variar de un país a otro. Los intervalos de horarios más frecuentes son los siguientes:

- Mañana: 6:00-12:00
- Tarde: 12:00-21:00
- Prime time: 21:00-00:00
- Nocturno: 00:00-06:00

Capítulo 3: El orden de presentación de la información tanto para los datos acumulados como para el análisis por países es el siguiente:

- Panorama cinematográfico mundial
- Ranking de estrenos mundiales
- Ranking de estrenos europeos
- Ranking de estrenos iberoamericanos en mercados europeos
- Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica
- Ranking de estrenos iberoamericanos en USA

En los apartados correspondientes a los mercados europeos, iberoamericanos y USA se indica el tamaño de la muestra analizada y los datos económicos acumulados por la muestra.

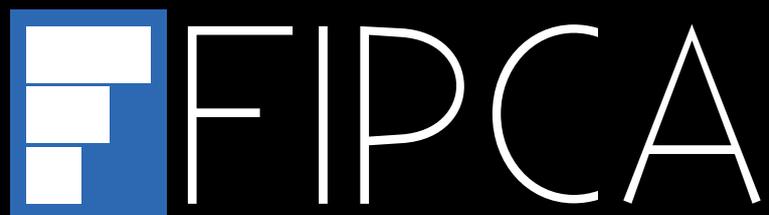
Capítulo 4: El orden de presentación de la información es el siguiente:

- Historia del Cine Brasileño.
- Legislación cinematográfica en Brasil.
- Panorama cinematográfico en la década 2008-2017.

Los datos económicos en este capítulo están expresados en Reales brasileños.

Artículos: El contenido, la realización y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2018* es responsabilidad exclusiva de sus autores, los cuales, están convenientemente citados en la cabecera de cada artículo.

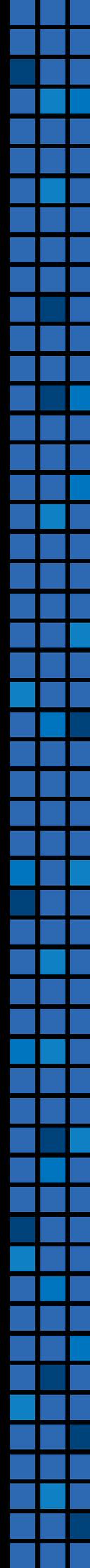




Federación Iberoamericana de Productores
Cinematográficos y Audiovisuales

Somos Cine, Televisión,
Cultura, Industria Iberoamericana

www.fipca.com





FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO 1

Panorama Global

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA. Argentina
Consejo Nacional de Cine. CONACINE. Bolivia
Agencia Nacional do Cinema. ANCINE. Brasil
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. CNCA. Chile
Sistema de Información y Registro Cinematográfico. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia (SIREC)
Cine en cifras. Proimágenes. Colombia
Consejo Nacional de Cinematografía. CNCINE. Ecuador
Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. ICAA. España
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. CONACULTA. México
Instituto Mexicano de Cinematografía. IMCINE. México
Instituto do Cinema y do Audiovisual. ICA. Portugal
Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIRECINE). Dirección General de Cine. DGCINE. Ministerio de Cultura. República Dominicana
Instituto de Cine y Audiovisual. ICAU. Uruguay
Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. CNAC. Venezuela
Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Central Europeo.

Argentina

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA. Argentina
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Bolivia

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

Brasil

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Informe do acompanhamento do mercado 2017. ANCINE. Brasil
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Chile

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Chile
Observatorio Audiovisual chileno
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Colombia

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Boletín de Estadísticas Cinematográficas. Proimágenes. Colombia
Histórico de Espectadores de Cine en Colombia. SIREC – CADOX. Colombia.
Históricos de películas colombianas estrenadas 1996-2017. SIREC. Colombia
Cine en cifras 2017. Proimágenes. Colombia

Costa Rica

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

Ecuador

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

El Salvador

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

España

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Instituto Nacional de Estadística. INE. España
Estrenos de cine español en salas 2017. ICAA. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
Censo de salas de cine 2017. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Guatemala

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

Honduras

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

México

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency
Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2017. Secretaría de Cultura. Instituto Mexicano de Cinematografía.
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Nicaragua

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

Panamá

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

Paraguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA

Perú

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Análisis de la taquilla cine peruano 2017. www.cinecuentro.com.

Portugal

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Cinema de Portugal 2017. ICA. Ministerio de Cultura

República Dominicana

Base de datos Erato. EGEDA
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Datos Cine 2017. SIRECINE-DGCINE. República Dominicana

Uruguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Venezuela

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017
The World Factbook 2017. Central Intelligence Agency. USA
Exhibición cinematográfica 2017. Datos generales. CNAC
Focus 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

CAPÍTULO 2

Base de datos Erato. EGEDA

Anuario Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva 2010-2016. OBITEL

BB BOOK 2018. Business Bureau S.A. Consultoría e Investigación de Mercados

Análisis televisivo 2017. Barlovento Comunicación. Consultoría Audiovisual y Digital

Las series que Latinoamérica ve en Netflix. HighSpeed Internet.

Subscription Television Signal Distribution Service. Statistical Information. 3rd quarter 2017.

Autoridade Nacional de Comunicações. ANACOM

CAPÍTULO 3

Base de datos Erato. EGEDA

Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017

FOCUS 2018. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

CAPÍTULO 4

Base de datos Erato. EGEDA

Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2017

Portal web Agencia Nacional do Cinema de Brasil. ANCINE

Relatório Anual - Distribuição em Salas. 2008-2017. ANCINE

Relatório Anual – Monitoramento das Salas de Exibição. 2008-2017. ANCINE

Historia del Cine Brasileño. Afranio Mendes Catani y Luiz Felipe Miranda. Publicado en el diccionario de Cine Iberoamericano. SGAE 2011. www.pantallacaci.com.

Historia del Cine Brasileño por cinema 23. www.cinema23/trayecto23/

SUBPROGRAMA MEDIA
2014-2020

817,6 M DE €

DIVERSIDAD CULTURAL Y
COMPETITIVIDAD



LA LLAVE HACIA
EUROPA Y MÁS ALLÁ
FORMACIÓN CONTÍNUA
DESARROLLO DE
PROYECTOS
DISTRIBUCIÓN Y
PROMOCIÓN

www.oficinamediaespana.eu

Síguenos:



MEDIA Desk Spain



@mediadeskspain



Creative
Europe
MEDIA

Fundación Cultural Oficina MEDIA España